روزنامه هم‌میهن
www.hammihanonline.ir
hammihanmedia@gmail.com
@Hammihanonline
https://t.me/hammihanonline
@Hammihanonline

•صاحب امتیاز و مدیرمسئول: غلامحسین کرباسچی • مشاوران: عباس عبدی و احمد زیدآبادی • سردبیر: محمدجواد روح • سردبیر آنلاین: افشین امیرشاهی
•معاون سردبیر: مهرداد خدیر • دبیران گروه‌ها: فرزانه طهرانی (اقتصاد) • آرمین منتظری (دیپلماسی و بین‌الملل) • علی ورامینی (رسانه و فرهنگ) • سمیه متقی (سیاست)
• الناز محمدی (جامعه) • آرش خاموشی (عکس) • هادی حیدری (طرح و کاریکاتور) • شبنم رحمتی (معاون آنلاین) • مدیر هنری: مهدی قربانی‌تبار
•حروفچینی و ویراستاری: شهرام هادی • مدیراداری و آگهی‌ها: شاهرخ حیدری • تلفن روابط عمومی: ۸۸۷۴۹۳۰۰ • تحریریه: ۸۸۷۳۰۲۹۱ • آگهی‌ها: ۸۸۷۳۵۲۰۷
• نشانی: خیابان شهید بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸ • لیتوگرافی و چاپ: هم‌میهن • توزیع: نشرگستر امروز نوین • تلفن: ۰۲۱-۹۱۳۰۴۱۴۲

نگاه آخر

آزمون دموکراسی

علی مسعودی‌نیا
نویسنده

از حال و هوای جامعه پس از اعلام احراز صلاحیت نامزدهای انتخابات چنین برمی‌آید که روزهای بغرنجی در پیش است. به هر حال به نظر می‌رسد طی روزهای آتی بحث مشارکت و عدم‌مشارکت در این دوره جدی‌تر و جاری‌تر دنبال شود و خاصه آنان که در پی روزنه و کورسوی امیدی بوده‌اند و همچنان مسیر تغییر را طوری می‌بینند که لاجرم از صندوق رأی گذر خواهد داشت، به تکاپو خواهند افتاد که تا جایی که توان دارند، سایر افراد و خویشان و نزدیکان و رفیقان را مجاب کنند به حضور و مشارکت و از آن طرف هم خیل ناامیدان هم به فراخور دریافتی که از موازنه قوا در جامعه دارند و براساس تجربیات گذشته می‌کوشند سایرین را از مشارکت بازدارند. من این‌جا کاری به لزوم یا عدم‌لزوم مشارکت ندارم و طبیعتاً در مقامی هم نیستم که بخواهم نسخه سیاسی بپیچم و به کسی راهکار نشان بدهم. اما نوعی دلهره از تکرار رفتارهایی که در سالیان پیش، در بزنگاه‌هایی که انتخابات شوری برمی‌انگیخت و ذهن جامعه را بیشتر درگیر می‌کرد شاهدش بوده‌ام، وامی‌دارم به یادآوری یک نکته. اینکه ما روشی را در کنش‌های سیاسی خود درست بدانیم و به دیگران هم پیشنهاد بدهیم، منطقی و درست است. اما فکر می‌کنم نخستین گام ما در مسیر دموکراسی باید در بینش و منش خودمان باشد. نمی‌شود با برخوردها و قضاوت‌های دیکتاتورگونه و قهری، تمرین و ترویج دموکراسی کرد. پس برخورد خصمانه با کسی که روش ما را نمی‌پسندد و متهم کردنش به نادانی، کوته‌فکری و خیانت‌کاری را باید کنار گذاشت. من فکر می‌کنم بخش زیادی از شکاف‌های درونی جامعه و همه‌گیر شدن ناهمدلی‌ها و بی‌میلی به مفاهمه و پشتیبانی آحاد جامعه از یکدیگر، ناشی از همین برخوردهای سلبی و قهری بوده است؛ برخوردهایی که گاه به خلق گزاره‌هایی هولناک و غیرمنطقی و عجیب بدل می‌شد، مانند: «هر که در انتخابات شرکت نکند حق اعتراض ندارد»، «آن‌ها که مشارکت کردند نان در خون مردم زدند». آخر این‌ها چه احکام گروتسک و پرت و پلایی است؟ این ادبیات و این گفتمان‌ها اصلاً نباید در میان افراد جامعه‌ای که سال‌هاست رویای مردم‌سالاری واقعی را در سر می‌پرورانند وجود داشته باشد. این بازتولید همان ادبیاتی است که بسیاری از مسئولان طی این سال‌ها به کار گرفتند و با چنین انگ‌ها و قضاوت‌هایی بخش وسیعی از مردم را از خود دلسرد ساخته و حتی از بطن و متن کنش سیاسی و اجتماعی طرد کردند. چنان‌که حالا خود آن مسئولان ناچارند خفیف‌ترین سطح حضور و مشارکت را حماسه بنامند. مباحثه، مناظره، دعوت و ترغیب، جوهره هر کنش سیاسی است، اما هر کس به فراخور منافع فردی و صنفی و قومی و طبقاتی خود، با ادراکی که از افق سیاسی و اقتصادی جامعه دارد و اصلاً فراتر از تمام این‌ها براساس باورها و علایق مفهوم‌ساز زیست اجتماعی‌اش حق دارد شکل حضورش را در عرصه سیاست تعیین کند. پس چه این‌وری و چه آن‌وری، چه راغب به مشارکت و چه گریزان از آن، تاختن و کوفتن طرف مقابل و به جهالت، خیانت و حماقت متهم کردنش، خطایی بزرگ است. خاصه در مملکت ما که عرصه سیاست همواره آکنده بوده از رخدادهای غیرقابل پیش‌بینی؛ یعنی حتی اتخاذ روش و تصمیم درست هم گاه به حصول نتیجه مطلوب و پیش‌بینی‌شده منجر نمی‌شود. پس برای مخالف و موافق تضمینی وجود ندارد. روی سخنم به‌طور ویژه با موافقان و امیدواران این دوره از انتخابات است. فارغ از هر غایتی که این مسیر داشته باشد، فردای رأی‌گیری و پس‌فردایی که شاید برخی از اهداف و مطالبات به جایی رسید، دوباره اسیر بازی خودی و غیرخودی نباید شد. جراحت‌های ما شرحه‌وار است و پیوند و ترمیم نیاز دارد، نه مثله‌شدن. به هر حال آینده نشان خواهد داد که یکی از این دو طرف محق‌تر بوده‌اند، ولی این نه برای آنان امتیازی خواهد بود و نه برای گروه مقابل مایه سرشکستگی و رانده‌شدن. همه ما اجازه داریم اشتباه کنیم و لاجرم اشتباه هم می‌کنیم و لابد برای آن اشتباه دلایلی داریم. وقتی در مورد یک جامعه با تمام ناهمگونی‌هایش سخن می‌گوییم، حق انتخاب مسیر را باید برای تک‌تک افرادش محترم بدانیم، بدون بغض و خشم و خشونت. بله، گاهی هم اشتباه و انفعال گروهی، منافع تمام جمع را زیر سوال می‌برد، ولی ذات زیست انسان همین است. باید گلاویزشدن‌ها، تکفیر و تحقیرها را در سطح عمومی جامعه به حداقل برسانیم و این آزمون مهم دموکراسی خواهد بود؛ آزمونی که از هر انتخابات، رأی و نتیجه‌ای مهم‌تر است.

همچنان بی‌رمق؟

بررسی میزان اثرگذاری برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از صداوسیما

گروه رسانه: با انتشار جدول پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری در صداوسیما و آغاز این برنامه‌ها از روز دوشنبه ۲۱ خردادماه ۱۴۰۳، آن‌چه بیش از هر چیز یادآوری می‌شود نحوه برگزاری مناظرات در دوره‌های پیشین از انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۰ است و نکته مورد تاکید فعالان سیاسی، اجتماعی و فرهنگی لزوم رعایت مساوات میان نامزدها جهت استفاده از امکانات صداوسیما به‌طور مساوی. صداوسیمایی که به‌طور ویژه از رخدادهای سال ۱۴۰۱ به این سو با ریزش مخاطب مواجه شده و مرجعیت خود را به فضای مجازی و تلویزیون‌های ماهواره‌ای واگذار کرده است. اتفاقی که براساس آمار قابل احصاء است، آن هم در شرایطی که سازمان صداوسیما به‌رغم یدک کشیدن عنوان پرطمطراق «رسانه ملی» خود را خودخواسته تنها به رسانه بخشی از جامعه تبدیل کرده است و تنها برای توجیه، جلب رضایت و درنهایت سرگرمی همان بخش می‌کوشد. در چنین شرایطی که سازمان صداوسیما با بحران مرجعیت و ریزش مخاطب مواجه است، سوالی که مطرح می‌شود این است که آیا برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از جمله مناظرات همچنان می‌توانند از تاثیرگذاری برخوردار باشند یا خیر؟ نکته دیگر این‌که در شرایطی که این رسانه بخشی از مخاطب بالقوه خود را خودخواسته وانهاده است آیا می‌تواند در موقعیت ناگهانی پیش‌آمده و انتخابات نابهنگام پیش‌رو، بار دیگر در قامت رسانه ملی ظاهر شود؟

تاثیری محدود اما قابل توجه در شرایط خاص

«کاهش هر روزه اثرگذاری برنامه‌های صداوسیما در میان آحاد جامعه، نکته‌ای است که به‌طور قطع و یقین قابل اثبات است.» این جمله‌ای است که **عباس عبدی، روزنامه‌نگار و تحلیلگر سیاسی** صحبت خود را در پاسخ به سوالات مطرح‌شده با آن آغاز می‌کند و می‌افزاید: «با این حساب، هنگامی که از اثرگذاری پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری از صداوسیما صحبت می‌شود، به‌هیچ‌عنوان منظور آن نیست که این برنامه‌ها از توانایی تبدیل رأیِ به‌عنوان مثال ۳۰ درصدی یک نامزد به ۱۰۰ درصد یا بالعکس برخوردارند. درنتیجه در وضعیت فعلی و با شرایط کنونی، این برنامه‌ها حتی اگر بتوانند تاثیری اندک بر رأی یک نامزد داشته باشند، برای صداوسیما کافی است.»

او ادامه می‌دهد: «این واقعیت که سازمان صداوسیما بسیار ناکارآمد و با ریزش مخاطب دست‌به‌گریبان است، واقعیتی غیرقابل انکار است. شاهد مثال این وضعیت نیز میزان مشارکت مردم در فرآیند انتخابات دوازدهمین دوره انتخابات مجلس به‌رغم برنامه‌ریزی‌های تبلیغی سازمان‌یافته این رسانه است. بنابراین در مجموع می‌توان گفت پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از صداوسیما از درصد تاثیرگذاری محدودی برخوردار است. درصدی که به‌رغم محدودیت مهم است اما نکته حائز اهمیت این‌که نامزد انتخاباتی منتقد وضع موجود نباید خود را محدود به این رسانه کند و باید از ظرفیت دیگر رسانه‌ها بهره ببرد.»

عبدی که برخلاف برخی که تصور می‌کنند پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از صداوسیما از جمله مناظرات می‌تواند از قدرت تاثیرگذاری بالایی برخوردار باشد، چنین نمی‌اندیشد، می‌افزاید: «من معتقد نیستم که این برنامه‌ها در میزان و نحوه مشارکت در انتخابات تعیین‌کننده است به این معنا که رأی یک نامزد را در سبد نامزد دیگر نخواهد ریخت. درنتیجه تاثیر این برنامه‌ها را محدود می‌دانم. تاثیراتی که با وجود محدود بودن، در شرایطی مهم و جالب‌توجه است. برای روشن‌شدن موضوع از دنیای فوتبال مثال می‌زنم. در یک تیم فوتبال، با خرید یک بازیکن همین که او بتواند از مجموع بازی‌های لیگ در یک یا دو بازی، یک یا دو گل سرنوشت‌ساز بزند و یک بازی باخته را تبدیل به بازی برده کند، کفایت می‌کند. به عبارت دیگر این‌طور نیست که آن بازیکن در همه مسابقات موفق به گلزنی شود. این همان تاثیر محدود اما مهم و جالب‌توجهی است که در مورد برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از صداوسیما اشاره کردم.»

او تصریح می‌کند: «ضمن این‌که وقتی نتایج انتخابات یک‌سویه و از قبل قابل پیش‌بینی باشد برنامه‌های تبلیغاتی صداوسیما از جمله مناظرات به هیچ عنوان از اثرگذاری برخوردار نخواهند بود. اتفاقی که در سال ۱۴۰۰ در مناظرات انتخاباتی رخ داد نمونه این ادعاست. درحالی که اگر رقابت نامزدهای انتخابات نزدیک باشد آن وقت مناظرات می‌تواند مناسبات این رقابت نزدیک را اندکی جابه‌جا سازد. درنتیجه در عین حال که این برنامه‌ها به هیچ عنوان از تاثیر تبدیل صفر به یک و بالعکس برخوردار نیستند اما بسته به میزان نزدیکی و تنگاتنگی رقابت می‌توانند اثرگذار باشند. تاثیر اصلی را کیفیت و میزان فعالیت جریان‌های سیاسی در فضای حقیقی و مجازی می‌گذارد و می‌تواند منجر به افزایش حساسیت و به‌تبع آن اثرگذاری بیشتر این برنامه‌ها شود. اینها دو عاملی است که در انتخابات سال ۱۴۰۰ به‌هیچ‌عنوان مشاهده نمی‌شد. به‌عبارت‌دیگر نه رقابتی نزدیک و تنگاتنگ وجود داشت، نه فعالیتی سیاسی در میدان جامعه مشاهده می‌شد. نکته پایانی این‌که طبق مشاهدات و تجربه پشت سر گذاشته‌شده، مناظرات انتخاباتی بیش از آن‌که آموزنده و محیطی برای طرح ایده‌ها و برنامه نامزدها باشند، تبدیل به فضایی برای مچ‌گیری از یکدیگر می‌شود و همین مسئله فضایی سینمایی را پدید می‌آورد که جذاب است، ولی اثرگذاری متناسب را ندارد.»

انحصاری که می‌تواند اثرگذار باشد

مسعود سپهر، استاد علوم سیاسی در پاسخ به آن‌چه با او در میان می‌گذاریم به انحصار موجود اشاره می‌کند و می‌گوید: «این یک واقعیت است که سازمان صداوسیما براساس آمارهای موجود در مقایسه با دیگر رسانه‌ها از جمله فضای مجازی، تلویزیون‌های ماهواره‌ای، شبکه نمایش خانگی و... با ریزش مخاطب شدید مواجه است اما شما مستحضرید که علاوه بر حساسیت انتخابات برای بخشی از جامعه، برای پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از جمله مناظرات، هیچ جانشینی برای صداوسیما وجود ندارد و به‌تبع کسانی که می‌خواهند پیگیر این مناظرات باشند گزینه دیگری در اختیار ندارند. در این مورد می‌توان از پخش مسابقات فوتبال از سازمان صداوسیما مثال زد و به این نکته اشاره کرد که به‌هر حال عملاً تنها گزینه مردم برای دیدن مسابقات فوتبال داخلی، شبکه‌های تلویزیونی این سازمان است. درنتیجه زمانی که مسابقه‌ای با اهمیت در حال برگزاری است به‌تبع آمار تماشاگران صداوسیما فراتر از هر زمان دیگری بالا می‌رود. بنابراین با توجه به این شرایط به نظر من نمی‌توان تردیدی در میزان تاثیرگذاری برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از صداوسیما از جمله مناظرات داشت.»

او همچنین با بیان این‌که بخش عمده‌ای از کسانی که به تماشای برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری از جمله مناظرات می‌نشینند پیشاپیش انتخاب خود را انجام داده و نسبت به یکی از نامزدها احساس گرایش بیشتری می‌کنند، ادامه می‌دهد: «درواقع قصد آن‌ها بیشتر پیدا کردن دلیلی برای تاکید بر انتخاب خود و موکد کردن آن است تا این‌که از اساس بخواهند به انتخاب دست بزنند. ضمن این‌که کسانی که به‌طور کامل با صداوسیما قهر کرده‌اند و به تماشای هیچ‌کدام از برنامه‌های آن از جمله برنامه‌های تبلیغاتی نامزدها نمی‌نشینند، کسانی‌اند که احتمالاً پای صندوق رأی نیز نخواهند رفت. درواقع میان آن‌ها و وضعیت موجود طلاقی ابدی رخ داده است که به این سادگی هم قابل حل‌وفصل نیست.»

در کنار مسائل مطرح‌شده، از دست دادن مرجعیت و ریزش مخاطبان سازمان صداوسیما، نکته‌ای که این روزها در فضای مجازی به گوش می‌رسد و مورد اشاره برخی فعالان رسانه‌ای نیز قرار گرفته است، تاکید آن‌ها بر لزوم رعایت عدالت میان سپردن آنتن تلویزیون به نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری است. این افراد با اشاره به قرابت نسبی یکی از نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری، سعید جلیلی با «قائم‌مقام رئیس سازمان صداوسیما در امور فرهنگی و دبیر ستاد تحول رسانه ملی»، وحید جلیلی نگرانی‌هایی را مطرح ساخته‌اند که هرچند طبق گفته حقوق‌دانان روی کاغذ و از لحاظ حقوقی منعی قانونی ندارد اما می‌تواند موجب شکل‌گیری شائبه‌هایی شود هرچند درنهایت باید منتظر ماند و دید که صداوسیما به‌رغم همه چالش‌هایی که با آن‌ها دست به گریبان است چگونه از عهده برگزاری و پخش برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری برمی‌آید.

تاریخ

نخستین دوره آموزش روزنامه‌نگاری در ایران

روزنامه‌نگاری در ایران سابقه‌ای قریب به ۲۰۰ سال دارد، اما نخستین دوره آموزش روزنامه‌نگاری در ایران، ۲۴ خردادماه ۱۳۳۵ خورشیدی با حضور استادان داخلی و خارجی در ساختمان مؤسسه مطبوعاتی اطلاعات آغاز به کار کرد. شرایط داوطلبان باید مطابق استاندارد بین‌المللی دانشجویان رشته روزنامه‌نگاری می‌بود و به همین دلیل گزینش دانشجویان این دوره را که درنهایت ۱۳ نفر انتخاب شدند، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران از میان صدها متقاضی برعهده گرفت. مواد آزمون عبارت بود از امتحان کتبی معلومات، هوش و سنجش استعداد و نیز مصاحبه. در کنار این معیارهایی چون قیافه و برخورد اجتماعی متناسب نیز مورد توجه قرار می‌گرفت. روش کار این دوره آموزشی بسیار مدرن بود. دانشجویان در ساعات صبح در تحریریه روزنامه خبرنگاری می‌کردند و عصرها در کلاس به درس مدرسان گوش فرا می‌دادند. غلامحسین صالح‌یار، ر. اعتمادی، نوشیروان کیهانی‌زاده، یوسف خوشرو، هوشنگ پورشریعتی، همایون فروزان، محسن میرزایی، دکتر مستوفی، منوچهر صمصامی و محمدعلی مقدس‌زاده از جمله فارغ‌التحصیلان این دوره بودند. برگزاری این دوره باعث ایجاد تحولی در ژورنالیسم ایران شد.

بازتاب

جوابیه کتابخانه ملی به گزارش هم‌میهن

در پاسخ به مطلب «کتابخانه‌ای که دیگر ملی نیست» در شماره ۵۲۷ آن روزنامه نکات زیر در جهت روشنگری و تبیین موضوع اعلام می‌گردد:

۱-کتابخانه ملی ایران مطابق ماده ۲ قانون اساسنامه خود، «موسسه‌ای است آموزشی (علمی)، تحقیقاتی و خدماتی» و در ماده ۳ آن قانون اهداف شش‌گانه‌ای برای آن مشخص شده که به روشنی نشان‌دهنده تفاوت عمده و اساسی آن با کتابخانه‌های عمومی، دانشگاهی و تخصصی است.

درحالی‌که این برداشت غیردقیق برخی که کتابخانه ملی را کتابخانه‌ای عمومی می‌دانند در سال‌های مختلف موجب بروز اشکالات و اختلالاتی در انجام وظایف اساسی این کتابخانه شده است.

کافی است توجه شود که در حال حاضر این کتابخانه حدود ۲۶۰ هزار عضو دارد درحالی‌که مجموع صندلی‌های تالارها که شامل میزهای جست‌وجوی کتاب هم می‌شود ۱۱۹۴ صندلی است. آمار مستند سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد به‌صورت میانگین روزانه ۱۳۷۸ عضو در کتابخانه حضور داشته‌اند.

این وضع باعث شده که اولاً از مجموع حدود ۲۶۰ هزار عضو کتابخانه ملی در سال ۱۴۰۲ تنها ۲۷/۸۷۶ عضو امکان استفاده پیدا کنند و همین تعداد هم در اغلب روزها با مشکل کمبود صندلی روبه‌رو شده‌اند.

بدین‌ترتیب کتابخانه ملی، چندراه بیشتر در پیش‌رو ندارد:

الف) افزایش ظرفیت که به‌رغم پیگیری‌های مکرر، به‌دلیل وضعیت بودجه، امکان آن وجود ندارد.

ب) اکتفا کردن به اعضای فعلی و عدم عضوگیری جدید که منجر به محروم کردن بسیاری از محققان و پژوهشگران می‌شود.

ج) محدود کردن دوره عضویت برای امکان حضور اعضای جدید. بدیهی است برخی اعضای فعلی مایلند اگر ۱۰ سال است در این کتابخانه عضویت دارند به‌رغم اینکه هیچگونه فعالیت پژوهشی و تحقیقاتی هم نداشته‌اند (که توضیح در این خصوص را به فرصت دیگر موکول می‌کنیم) همچنان عضویت‌شان ادامه یابد، حتی به این قیمت که محققان و پژوهشگران جدید از عضویت محروم بمانند.

۲-در مورد پدیدآورندگان کتب و مقالات علمی نیز اولاً اگر این پدیدآورندگان شرایط عضویت عادی یا پژوهشی داشته باشند که مشکلی برای عضویت ندارند اما اگر نویسنده‌ای نه فارغ‌التحصیل مقطع کارشناسی ارشد است، نه دانشجوی دکتری و معادل آن در حوزه‌های علمیه و درجه یک، دو، سه هنری، نه برگزیده جشنواره‌های علمی و نه از سوی بنیاد نخبگان معرفی شده در این صورت می‌تواند عضو بخش کتابخانه برخط شود که شیوه‌نامه عضویت آن به زودی اعلام می‌شود. البته امکان عضویت موقت این قبیل افراد در ماده ۵ هم پیش‌بینی شده است.

۳-در خصوص مرجع تصویب این شیوه‌نامه، مراحل قانونی مربوطه صورت گرفته و تصویب شیوه‌نامه براساس مصوبه هیئت‌امنای که این امر را تفویض کرده صورت گرفته است.

در بخشی از مطلب روزنامه به نقل از فرد مصاحبه‌شونده، اتهاماتی مثل انتصاب‌های سیاسی و فارغ از کفایت‌های علمی و فرهنگی و نیز مدیریت‌های غلط روسای کتابخانه در سال‌های مختلف اشاره شده که کتابخانه ملی پاسخ به این گونه شبه تحلیل‌های بعضاً ناشی از ناآگاهی و گاه هم برخاسته از برخی نیّات افراد را لازم نمی‌داند.

۴-عملکرد کتابخانه ملی در دولت سیزدهم به‌صورت مستمر و در گزارش‌ها و مصاحبه‌ها اعلام شده و مقایسه آن با دوران دیگر دولت‌ها به‌راحتی قابل مطالعه و داوری است، البته اگر شرط انصاف برقرار باشد و خدای ناکرده غرضی مانع حقیقت‌بینی و حق‌گویی نگردد. ان‌شاءالله. و من‌الله التوفیق.