

پیشنهادهایی برای بیان هنرمندانه دستاوردهای دولت

گارد رسانه را باز کنید

میلاد جلیل زاده - مریم فضائی
گروه فرهنگ

وقتی به ضعف دولت در اطلاع‌رسانی اشاره می‌شود، سویه‌های چنین نقدی صرفا به میزان اطلاعاتی که از جانب قوه مجریه در رسانه‌ها انعکاس پیدا می‌کند، متوجه نیست. دیروز آیت‌الله خامنه‌ای در علت‌یابی انعکاس ضعیف اقدامات خوب دولت در جامعه، دو نکته را بیان کردند؛ اول، ضعف اطلاع‌رسانی هنرمندانه دولت و دوم، مشکلات معیشتی از جمله گرانی شدید برخی مواد غذایی و گرانی مستأصل‌کننده در بخش مسکن که باعث شده همچون غبار مانع دیدن کارهای اساسی دولت شود. عبارت «هنرمندانه» که در این جملات به کار برده شد، نشان می‌دهد که آنچه اهمیت دارد، فقط میزان اطلاعات ارائه‌شده از سمت دولت نیست، بلکه طریقه ارائه آنها هم اهمیت دارد. نکته دوم به مسائل اقتصادی جامعه برمی‌گردد که تا اصلاح نشوند، اعصاب و روان مردم آرام نمی‌گیرد و هر قدر هم که رابطه رسانه‌ای دولت و مردم هنرمندانه برقرار شود،

روی کسی اثر نخواهد گذاشت. درباره هنرمندانه بودن رابطه رسانه‌ای دولت و ملت خیلی حرف‌ها می‌شود زد. طبیعتا رابطه رسانه‌ای هنرمندانه بین دولت و مردم این نیست که رسانه مشغول انعکاس یک‌سویه اخبار مثبت از دولت باشد یا نام‌تا شام چیزهایی در اخبار و گزارش‌ها بیایند که مدح و مجیز دولت است. رسانه‌ای که بی‌جان‌سازی‌های بدون عیب و نقص مسئولان دولتی را پوشش می‌دهد، چندان مورد اعتماد عموم مردم قرار خواهد نگرفت. گاهی که به این بیلان‌ها نگاه می‌کنیم، به نظر می‌رسد اگر بخوایم باور کنیم که پوشش‌دهنده تمام حقیقت هستند، باید با تجربه عینی و عملی خودمان از زیست‌روزمره به تناقض برسیم. هنر این است که مردم حس کنند دولت صدای آنها را شنیده، اولویت‌ها و دغدغه‌هایشان را فهمیده و برای تحقق خواسته‌هایشان تلاش می‌کند. در ضمن مردم باید حس کنند که رفتار رسانه‌ای دولت با آنها صادقانه است، نه اینکه به شنیده شدن صدای مردم و حرکت در مسیر رفیع دغدغه‌هایشان تظاهر می‌شود. اگر قرار نیست وعده‌ای عملی

شود، اساسا مطرح کردن آن اشتباه است. وضعیتی که اکنون در آن هستیم، رابطه رسانه‌ای مناسبی را بین دولت و ملت نشان نمی‌دهد. مجیزگویی هست، اما تحلیل درست دستاوردها وجود ندارد. در بسیاری از ادارات، سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها، جایگاه روابط عمومی با منشی‌گری مسئولان پهلوی می‌زند. جملاتی که برای عصبانی کردن بخش عمده‌ای از جامعه پتانسیل بالایی دارند و بیان شدن‌شان هم هیچ نفعی برای دولتمردان ندارد، بارها و بارها شنیده می‌شوند. آدم‌های خیره و نخیه رسانه‌ای در دم و دستگاه دولت نیستند و اساسا سیستم رسانه‌ای دولت با غیرمستقیم‌گویی و تاثیرگذاری ناخودآگاه بر روان مخاطب بیگانه است. در منظومه رسانه‌ای دولت، بسیار دیده می‌شود که انگار فعالیت خود فرد مسئول روابط عمومی قرار است دیده شود نه راهبرد دولت. اینچنین است که یک فعالیت مظاهرانه، بیشتر از کاری که تاثیر واقعی‌تری بر ذهن مردم دارد، بین دولتی‌ها مشتری پیدا می‌کند. این است که کار را خراب می‌کند و اجازه نمی‌دهد که بیان غیرمستقیم و

تاثیرگذاری ناخودآگاه به‌عنوان یک روش در این منظومه جا بیفتد. مدیران می‌خواهند بیلان کاری پروپاگاندی ارائه دهند و روابط عمومی‌ها هم می‌خواهند در حرفه خودشان همین کار را بکنند. آنها می‌خواهند بگویند ما خیلی خوب پوشش دادیم و حجم اخبار منتشر شده توسط ما بالاست و در چنین شرایطی محال است به یک مدیر یا یک مجموعه بگویند که ریختن فهرست‌ها و بیلان‌ها در فضای رسانه‌های عمومی، هیچ کمکی به آن مدیر یا مجموعه نمی‌کند. تاثیرگذاری غیرمستقیم و هوشمندانه بر ذهن مخاطب، کار استادانه‌ای است که برخلاف انتشار روتین و پر حجم بیلان‌های مثبت، چندان قابل فاکتور کردن نیست و اساسا اکثر افرادی که در حال حاضر مشغول به کار هستند، از پس انجام آن بر نمی‌آیند. مردم باید حس کنند که رسانه انعکاس‌دهنده دغدغه‌های آنها به دولت و ارائه‌کننده پاسخ‌های دولت به آنهاست. رسانه باید ترمیم‌کننده و قوام‌بخش رابطه عاطفی مردم با دولت باشد، اما آیا بماران رسانه‌ها با بیلان‌های مدیران، چیزی جز چهره‌ای

مدعی به دولت می‌دهد و آیا این کار رابطه عاطفی دولت-ملت را بهتر می‌کند؟

|||

رهبر معظم انقلاب در دیداری که روز گذشته با اعضای هیات دولت داشتند، در مورد اینکه اطلاع‌رسانی عملکرد دولت، خارج از هنرمندانه است، انتقاد کردند و آن را دلیل اولی دانستند برای آنکه مجموعه اقدامات مثبت دولت در جامعه منعکس نشوند. البته این برای اولین بار نیست که ایشان نسبت به ضعف رسانه‌ها در تصویرسازی از دستگاه‌های اجرایی کشور متذکر شده‌اند؛ در دیداری که تیر ماه امسال با اعضای قوه قضائیه داشتند، گفتند: «تصویر رسانه‌ای قوه قضائیه تصویر خوبی نیست و بخشی از این ضعف ناشی از صداوسیما و دستگاه‌های رسانه‌ای و بخشی دیگر مربوط به خود قوه قضائیه است.» در گفت‌وگوهای پیش رو، با دو تن از اساتید دانشگاه، این موضوع را آسیب‌شناسی کردیم و نسبت به ضعف اطلاع‌رسانی و کم شدن بنیه ارتباط و روابط عمومی سازمان‌ها و دولت از آن‌ها سوال کردیم.

صدیقه بیران، دکترای ارتباطات و روزنامه‌نگاری در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

رسانه جای مجیزگویی دولت نیست



صدیقه بیران، دکترای ارتباطات و روزنامه‌نگاری است و سال‌هاست در حوزه روابط عمومی و رسانه فعالیت داشته است. او معتقد است که برای بهبود تصویر دولت در پیشگاه مردم، باید نگاه ویژه و به‌روزشده‌ای نسبت به سطوح تعاملی رسانه و دستگاه‌های دولتی شکل بگیرد. او می‌گوید آمارسازی‌ها و رسانه‌های مجیزگو باعث بی‌اعتمادی مردم می‌شوند و همین باعث جدایی مردم از حاکمیت است. راه‌حل او برای چنین مسأله‌ای فهم صحیح مدیران دولتی نسبت به موضوع مهم شفافیت و پاسخگویی است. پیشنهاد می‌کند گفت‌وگو «فرهیختگان» با صدیقه بیران را بخوانید.

این استاد دانشگاه در بخش دیگر صحبت‌هایش با اشاره به ارتباط سازمانی دولت با ساختار رسانه‌ای کشور گفت: «اتفاق نامبارکی که افتاده این است که اغلب اینهایی که به صورت یک دست از دل رسانه، به حوزه اطلاع‌رسانی دولت رفته‌اند، رسانه‌های خودشان را به لحاظ محتوایی و حمایت از عملکرد دولت تقویت می‌کنند. اما پیش از این، رسانه این گونه بود که اگر دیدگاه مخالفی داشت، می‌توانست رفتارها و عملکردهای دولت را به چالش بکشد، اما روابط عمومی که از داخل خود رسانه بیرون آمده و رسانه‌ها هم برای خودش است، دیگر چیزی را به چالش نمی‌کشد. امروزه نیازمند نظرات دوسویه و چندسویه در مواجهه

با عملکرد دولت هستیم. رسانه موظف است که دیدگاه و نظر مردم را منتقل کند. نتیجه چنین چرخه بسته‌ای چیزی نیست جز اینکه ما اقلیت رسانه‌ای خواهیم داشت که یکسره آدم‌هایش را محدود می‌کند. این می‌شود که دیگر رسانه منتقد ندارید مردم می‌بینند که رسانه واقعی نیست.» بیران با تاکید بر تقویت رسانه‌های مستقل گفت: «در وضعیتی که رسانه برای ماندگاری خودش مجبور باشد مجیزگویی کند، دیگر نمی‌تواند حرف مردم را بزند. روابط عمومی هم که اصولا کاری نمی‌کند و کاری هم نمی‌تواند بکند. مردم مدتی صبر می‌کنند اما بعد از اینکه متوجه این چرخه بسته شدند، اعتمادشان به رسانه کم می‌شود. این رسانه‌ها حتی اگر حرف درستی هم بزنند باز هم چوپان دروغگو می‌شوند و مردم به آنها اعتماد نمی‌کنند.»

این استاد دانشگاه نسبت به آفاتی که متوجه کار روابط عمومی است، گفت: «یکی دیگر از آفاتی که متوجه اعتماد مردم شده، آمارسازی‌هایی است که برخی از این دوستان رسانه‌ای و روابط عمومی انجام می‌دهند. مثلا یک خبرنگاری می‌رود جلوی رئیس‌جمهور و می‌گوید تورم کم شده است و حالا این را کنار واقعیت اجتماعی بگذارید که آیا مردمی که می‌روند فروشگاه و گرانی را می‌بینند دیگر به این رسانه و این جنس تصویرسازی از کارهای دولت اعتماد می‌کنند؟ وی با اشاره «مناصفانه شفافیت و پاسخگویی در نظام حکمرانی گفت:

«هر حاکمیت مردم‌سالاری، دو گزینه اصلی برای ثبات و تقویت قوای خود نیاز دارد؛ یکی شفافیت و دیگری پاسخگویی. حالا در وضعیتی که نه شفافیت می‌بینیم و نه پاسخگویی، چه باید کرد؟ اصلا چه کسی باید دولت را پاسخگو کند؟ خب معلوم است که رسانه! آیا رسانه‌های ما این کار را انجام می‌دهند. اگر می‌خواهند مردم به دولت اعتماد کنند باید ساز و کارها و اقدامات دولت در یک فضای شفاف قرار بگیرد. باید به اتاق شیشه‌ای برگردند. باید به پاسخگویی برگردند. مردم اگر سوال دارند جواب‌شان را بدهند، نه اینکه دهان‌شان را ببندند. برای اینکه مردم بتوانند جواب بگیرند، باید رسانه‌های مستقلی باشند که از جانب مردم سوال کنند. رسانه مجیزگویی وابسته، به درد مردم نمی‌خورد.»

بیران در نتیجه‌گیری این بخش از صحبت‌هایش گفت: «مردم اگر ببینند دولت دارد سختی می‌کند کمکش می‌کند اما وقتی رسانه مجیزگو بگوید همه چیز گل و بلبل است، آیا فایده‌ای به حال دولت دارد؟ آیا صورت مسأله را پاک کردن، مسأله را از بین می‌برد؟ وقتی رهبری می‌گوید که در حوزه عملکرد دولت، تبیین بلد نیستند، درست است چون اینها تبیین و اطلاع‌رسانی بلد نیستند یا پیش از این هم گفته بودند شما فضای مجازی را نمی‌فهمید و برای اینکه آن را بفهمید باید در آن حضور داشته باشید، اما متأسفانه اینها صورت‌مسأله‌ها پاک می‌کنند!»

داود نعمتی انارکی، عضو هیات علمی دانشگاه صداوسیما در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

دولت اجازه دهد رسانه‌ها بی‌هیچ نگرانی مطالبه‌گری کنند



گفت‌وگویی را با داود نعمتی انارکی، عضو هیات علمی و دانشیار دانشگاه صداوسیما انجام دادیم که سوابقه مدیرکل روابط عمومی صداوسیما را نیز در پرونده اجرایی خود دارد. خوانندگان روزنامه و علاقه‌مندان حرفه روابط عمومی را به خواندن آن توصیه می‌کنم.

|||

رسانه‌ها چه رویکردی را باید اتخاذ کنند که مردم رسانه را متعلق به خود بدانند و احساس کنند که خود و دغدغه‌هایشان را در آن می‌بینند؟

رسانه‌ها برای خود نقش‌های مختلفی را تعریف می‌کنند، از نقش خبری و آگاهی‌بخشی تا نقش‌های

تفریحی، سیاسی، تبلیغی و... که ورود رسانه به هر کدام از این نقش‌ها الزاماتی را می‌طلبد اما شاید مهم‌ترین آن احساس تعلق داشتن به جامعه باشد، این حس رسانه باعث می‌شود جامعه نسبت به عملکرد رسانه باورپذیرتر شود. آن را از خود بدانند، زبان گویای خود در نظر بگیرند و احساس کنند که دغدغه‌هایش مورد توجه است. اگر رسانه در سیاست‌های خود به سه ضلع توجه نشان دهد، نتیجه بهتری خواهد گرفت: ضلع پوشش خبری رویدادها، اقدامات و فعالیت‌هایی که از سوی دولت و سازمان‌های مختلف انجام می‌شود، ضلع رصد جامعه را رویکرد تحلیلی و انعکاس آن تا مسئولان مطلع شوند چه نیازهایی در جامعه وجود دارد و ضلع سوم پیگیری سیاست‌ها و وعده‌هایی که از سوی مسئولان داده می‌شود و در واقع نظارت بر آنچه باید انجام شود تا مردم حس کنند که رسانه نقش نظارتی دارد و آن را اعمال می‌کند. در مجموع اگر این سه ضلع مورد توجه باشد، بی‌شک رسانه مقبولیت لازم را در جامعه کسب می‌کند، مقبولیتی که ریشه در پرداخت رسانه به نقش‌های واقعی‌اش دارد.

نوع همدلی دولت با مردم و برقراری ارتباط عاطفی با آنها از طریق رسانه چطور باید باشد و آیا روابط عمومی سازمان‌ها و دستگاه‌ها توانسته‌اند در ایجاد این رابطه به خوبی ایفای نقش کنند؟

رابطه دولت با مردم باید یک رابطه واقعی باشد، یعنی رابطه‌ای بر مبنای وظیفه‌ای که دولت در قبال مردم و جامعه دارد و مکانیسم این ارتباط، رسانه خواهد بود، دولت و سازمان‌ها باید بتوانند به صورت منطقی و به دور از موضع قدرت با رسانه‌ها ارتباط برقرار کنند، نیازهایی خبری آنها را پاسخگو باشند و از این طریق اخبار فعالیت‌ها، اقدامات و سیاست‌ها را پوشش مناسب خبری دهند.

در واقع نکته مهم این است که دولت و دستگاه‌های دولتی نسبت به رسانه‌ها نگاه صرفا تبلیغی نداشته باشند و رویکرد مطالبه‌گری رسانه‌ها را نیز به رسمیت بشناسند که در این رویکرد خبر کثیر نهفته است. اما در خصوص اینکه آیا روابط عمومی‌ها توانسته‌اند در ایجاد این ارتباط نقش آفرینی مناسبی داشته باشند، باید عرض کنم که پاسخ منفی است. روابط عمومی‌ها عمدتاً قدرت پوشش خبری مناسب و حرفه‌ای رویدادها و فعالیت‌های سازمانی خود را نداشته‌اند، رویکرد آنها عمدتاً پوشش اخباری بوده که حوزه مدیریتی سازمان را دربر می‌گیرد و در ذاتی سبک‌نگارش حرفه‌ای ندارند، بیشتر تبلیغی و با رویکرد بزرگنمایی است که چندان به دل مخاطب نمی‌نشیند و نیاز خبری چندانی از مخاطب را پوشش نمی‌دهد. ضمن آنکه اکثر روابط عمومی‌ها تبدیل به توجیه‌گرانی حرفه‌ای شده‌اند، درحالی‌که جریان ارتباطی واقعی بین یک

دستگاه با مردم زمانی شکل می‌گیرد که روابط عمومی آن دستگاه خوب رصد کند، بشنود، تحلیل کند و آن را بی‌هیچ کم‌وکاستی به مدیران انعکاس دهد، آیا چنین وضعیتی مشاهده می‌شود؟ خیر.

انتظار روابط عمومی‌ها عمدتاً این بوده که رسانه‌ها هر آنچه آنها در اختیارشان قرار می‌دهند بی‌هیچ کم‌وکاستی پوشش دهند، درحالی‌که این نگرش قابل قبول نیست. روابط عمومی‌ها اخبار و اطلاعات سازمانی خود را باید بر مبنای نیازهای واقعی مخاطبان پوشش دهند، مثلا اگر یک وزیر در مراسمی در جمع خانوادگی کارکنان خود به مناسبتی سخنرانی می‌کند که صرفا مناسب آن جمع است، انعکاس چنین خبری

در رسانه‌های اصلی چه نیازی را از مخاطب برطرف می‌سازد؟ چنین اخباری عمدتاً درون سازمانی است و صرفا مناسب نشریات سازمانی است، چه اصراری باید برای انتشار این خبرها وجود داشته باشد؟ نکته دیگر اینکه روابط عمومی‌ها در رصد جامعه و دریافت آنچه در جامعه می‌گذرد و تحلیل آن دچار ضعف‌های شدید علمی هستند، قدرت تحلیل و انعکاس دقیق و علمی آن را ندارند، عمدتاً خود را اسیر کارهایی روزمره و فاقد خلاقیت در حوزه‌های مختلف، از جمله ارتباطات و پژوهش کرده‌اند، آنها مهم‌ترین کانال ارتباطی یک سازمان با مخاطبان محسوب می‌شوند اما فاقد استراتژی‌های ارتباطی مناسب هستند. در مجموع نقش روابط عمومی‌ها را در ایجاد همدلی بین دستگاه‌های دولتی و مردم ضعیف و ناکارآمد می‌بینم.

رابطه دولت با ملت از طریق رسانه چطور باید برقرار شود تا رسانه انتقال‌دهنده دغدغه‌های مردم به دولت و پاسخ‌های دولت به مردم باشد.

این بخشی از رابطه دولت با مردم است، دولت باید وظیفه خود را در قبال مردم که من آن را اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، پاسخگویی، رفع نیازهایی خبری، پذیرش نقدها و انتقادات سازمانده رسانه‌ها، پرهیز از پنهانکاری و... می‌دانم، به خوبی به انجام رسانند. دولت باید از اینکه رسانه‌ها انعکاس‌دهنده دغدغه‌های مردم و گروه‌ها باشند، استقبال کند و اجازه دهد که رسانه‌ها نقش مطالبه‌گری خود را به خوبی و بی‌هیچ نگرانی دنبال کنند. در چنین شرایطی است که می‌توان انتظار داشت رابطه‌ای عمیق بین مردم، رسانه و دولت شکل بگیرد.

برای اینکه مردم حس نکنند رسانه در حال بزرگنمایی از کارهای دولت است و باور کنند این دستاوردها واقعی هستند چه تدابیری باید انجام دهد؟

پاسخ به این سوال خیلی طولانی خواهد بود، اما اگر بخوایم کوتاه عرض کنم، این است که رسانه باید منفعتم مخاطبش را در وهله اول در نظر بگیرد، چون اگر مخاطبش را به هر دلیلی از دست بدهد، چار مرگ تدریجی می‌شود، یعنی رسانه با مخاطبش یابر جاست، پس نفع مخاطب ضرورت دارد، البته این نفع باید با در نظر گرفتن احساس مسئولیت اجتماعی باشد. در واقع رسانه‌ها باید از مفهوم منفعت فردی به سمت مفهوم منفعت جمعی حرکت کنند، نکته دیگر اینکه باید بپذیریم پیام رسانه‌ها باید باورپذیر باشد، اغراق در پیام برای مخاطب پذیرفتنی نیست، او به منابع متعدد دسترسی دارد و می‌تواند به راحتی به اصل واقعیت پی ببرد، پس نباید پیام که مخاطب شتاب‌دهنده موفقیت رسانه است، ژتالیسم در سینما را خواند.»

اگر فیلم «مارمولک» امروز ساخته می‌شد کسی رانمی‌خداوند

کمال تبریزی درباره ساخت فیلم کمدی گفت: «فیلمی مثل «مارمولک»، برای جامعه امروز دیگر تاثیرگذاری قبل را ندارد. نسل امروز نگاه دیگری به قشر روحانی دارد که با فضای فیلم مارمولک و طنز آن مماس نیست و چه بسا نتواند او را جذب کند یا بخنداند. امروز اگر نتوانیم روح زمانه و زبان نسل جدید را درک کنیم نمی‌توانیم فیلم پر مخاطب بسازیم. فکر می‌کنم الان فیلمسازان و اساسا سینمای ما از جامعه عقب افتاده است و توانایی روایتگری آن را ندارد.» وی افزود: «فیلمساز امروز فقط به تکنیک‌های فیلمسازی نیاز ندارد باید با نسل جدید دم‌خور شود و با آنها زندگی کند تا بتواند به درک ملموسی از جهان آنها دست یابد و بتواند این جهان را در جهان سینمایی به تصویر بکشد. فیلمساز ما اگر نتواند جهان جوان امروز را بشناسد باید فاتحه ژتالیسم در سینما را خواند.»

به ازای هر ایرانی کمتر از یک جلد کتاب در کتابخانه‌هاست

مهدی رضائی، دبیرکل نهاد کتابخانه‌های عمومی در گفت‌وگو با تسنیم گفت: «تعداد منابع موجود در کتابخانه‌ها ۵۰ میلیون جلد است یعنی به ازای هر نفر ایرانی، کمتر از یک جلد کتاب در کتابخانه‌ها وجود دارد. با این حال بسیاری از مردم ایران هنوز همان یک کتاب موجود در کتابخانه‌ها را نخوانده‌اند. بانگاه‌سختگیرانه‌ترین‌ها ۱۰ میلیون نفر یک‌بار کتاب امانت گرفته‌اند، اگر بخوایم غیرسختگیرانه نگاه کنیم این عدد به ۱۶ میلیون نفر می‌رسد. بیش از ۶۰ درصد اعضای فعلی کتابخانه‌های کشور از مخاطبان کودک و نوجوان هستند.» وی افزود: «یک نکته دیگر هم این است که بین جمعیت خدمت‌گیر و عضو در نهاد نیز یک تفاوت وجود دارد، به عبارت دیگر جمعیت خدمت‌گیری که در برنامه‌های نهاد هم حضور رونمایی‌ها، جمع‌خوانی‌ها، نقد و محافل ادبی کتاب شرکت می‌کند، لزوماً عضو کتابخانه عمومی نیستند اما جمعیت قابل توجهی است که نمی‌تواند عدد دقیقی برای آن برشمرد.»

بازیگران «بر کینگ بد» به صف اعتصاب رسیدند

به نقل از هالیوود ریپورتر، «برایان کرانستون» بازیگر سریال بر کینگ بد در جمع اعتراضی بازیگران و نویسندگان خارج از استودیو سونی بیچکرز گفت: «ما در اینجا در همبستگی با خودمان و با همه برادران و خواهران تحت تاثیر این موضوع و اتحادیه بازیگران و نویسندگان هستیم. همه ما ستون فقرات کسب‌وکار خود هستیم.» این بازیگر افزود: «ما آنها را [استودیوها و بخش‌کننده‌ها] را دشمن نمی‌دانیم، آنها شرور نیستند. اینها افرادی هستند که همه ما یک بار دیگر با آنها کار خواهیم کرد. ما فقط می‌خواهیم آنها واقعیت و انصاف را ببینند و به میز برگردند و با ما صحبت کنند.» کرانستون بازیگر نقش والت در سریال موفق تولید شده توسط کمپنی سسونی، به هالیوود ریپورتر گفت که او فقط می‌خواهد یک قرارداد عادلانه ببیند تا بازیگران بتوانند در حین کار در این صنعت زندگی خود را تأمین کنند.

جلسه کمیته فرهنگ و تمدن اسلام و ایران برگزار شد

سی‌وهفتمین جلسه کمیته فرهنگ و تمدن اسلام و ایران به ریاست دکتر ولایتی برگزار شد. جلسه کمیته فرهنگ و تمدن اسلام و ایران با محوریت گزارش کنگره بین‌المللی جندی شاپور و ارائه گزارش کمیته اجرایی برگزاری چهارمین کنگره و بررسی گسترش روابط در حوزه فرهنگ و تمدن در کشورهای همسایه برگزار شد. در این جلسه بر اهمیت شناخت شخصیت یعقوب لیث صفاری تاکید شد. دکتر ولایتی در ابتدای این جلسه بر اهمیت شناخت هرچه بیشتر فرهنگ و تمدن اسلامی ایرانی و استفاده از ظرفیت‌ها در این حوزه تاکید و از زحمات اعضا تقدیر و تشکر کرد. نوید ادهم، دبیر کمیته فرهنگ و تمدن نیز بر پیگیری موارد مطرح شده و مصوبات مربوطه در خصوص تشکیل بنیاد بین‌المللی جندی شاپور تاکید کرد. در پایان و با توجه به ارائه نقطه نظرات و دیدگاه‌های اعضا، موضوعات مختلف به تصویب رسید.