



رفع ابهامات به روشن شدن روش های آمارگیری صداوسیما نیاز دارد و ابهام برانگیز بودن برخی عناوین را هم باید لحاظ کرد. به عنوان مثال ما نمی دانیم که درصد بیننده به چه معناست یا میزان رضایتمندی چطور سنجیده می شود. ایجاد شفافیت در مسیر آمارهای صداوسیما نخستین گام برای شناختن محیطی است که این سازمان در آن فعالیت می کند و گام بعدی ارزیابی و آسیب شناسی و تقویت نقاط مثبت و رفع ایرادات در فرایندهاست.

آسیب شناسی نظرسنجی های مربوط به برنامه های رسانه ملی

گام اول؛ شفافیت

مجید فضائی
روزنامه نگار

آن روزهایی که دانشجوی رشته اقتصاد بودم واحدهای زیادی درباره آمار در سرفصل های درسی ما گنجانده شده بود اما یکی از اولین حرف های نخستین کلاس های این درس برای من جدی تر از هر چیز دیگری بود. استاد درس آمار به نقل از فرد دیگری گفت: «سه جور دروغ گویی داریم؛ بعضی دروغ می گویند، بعضی ها دروغ بزرگ می گویند و بعضی ها آمار می دهند!» همه درس های آمار دانشگاه برای من زیرسایه این حرف رفت و بعدتر به شیوه ها و پیچیدگی های این موضوع بیشتر پی بردم. ماجرای آمار دادن وقتی پیچیده می شود که بدانیم و مطمئن باشیم آمار ارائه شده دروغ نیست، قصد فریب در پس آن وجود ندارد، الزامات آمارگیری و نمونه برداری در آن رعایت شده و خلاصه همه چیز در عین راستی و درستی کنار هم قرار گرفته تا همه با هم راه به خطا ببرند.

هفته گذشته وقتی مرکز تحقیقات صداوسیما آمار پربیننده ترین برنامه های تلویزیون در آبان ۱۴۰۰ را اعلام کرد، باز هم بحث بر سر آمارها بالا گرفت. این نظرسنجی از آمار نزدیک به ۸۰ درصد بیننده صداوسیما حکایت می کرد و خندوانه، مستند های حیات وحش و برنامه فوتبال برتر را پربیننده ترین برنامه های صداوسیما دانست. تا همین جا می شود اشکال گرفت که مستند های حیات وحش اساساً یک برنامه تلویزیونی نیستند و آمار آنها به صورت تجمیعی ایجاد شده یا این که فوتبال برتر در حقیقت فقط یک قاب تلویزیونی برای پخش فوتبال های لیگ برتر و بازی های تیم ملی است و نمی توان آن را به حساب شبکه یا برنامه ساز واریز کرد.

ادامه گزارش مرکز تحقیقات ابهامات دیگری هم دارد و خصوصاً این که در تلاقی با آمارهای رسمی دیگر می توان ناسازگاری هایی در میان آن دریافت کرد. برای نمونه آمار سایت تلویزیون که متعلق به خود صداوسیماست حاکی از آمار بسیار بالای بینندگان برنامه عمو پورنگ است، این در حالی که در آمار مرکز تحقیقات صداوسیما این برنامه جایگاه ممتازی میان سایر برنامه ها ندارد و فقط در رده برنامه های کودک و نوجوان موفق به کسب رتبه نخست شده. رفع ابهامات و ناسازگاری ها نیاز به روشن شدن روش های نمونه برداری و آمارگیری صداوسیما دارد و باید از جزئیات سوالاتی که از جامعه نمونه پرسیده شده آگاه باشیم که نیستیم. در این میان روشن نبودن تعاریف و ابهام برانگیز بودن برخی عناوین را هم باید لحاظ کرد. به عنوان مثال ما نمی دانیم درصد بیننده به چه معناست یا میزان رضایتمندی چطور سنجیده می شود؟ یکی از روش های خوبی که در شبکه های نمایش خانگی ایجاد شده، ارائه آمار بر اساس میزان دقیقه ای است که یک برنامه پخش شده؛ البته به دلیل تفاوت ماهوی زیرساخت های شبکه نمایش خانگی و صداوسیما نمی توان انتظار داشت چنین آماري از سوی صداوسیما نیز ارائه شود اما به هر صورت رصدگران وضعیت صداوسیما نیاز به این دارند که در فضایی شفاف تر نوع نگاه مخاطبان رسانه ملی را درک و دریافت کنند.

موضوع مهم دیگری که درباره آمارهای صداوسیما باید به آن توجه کرد، ابعاد اقتصادی و مدیریتی این آمارهاست. بگذارید یک مثال از حوزه اقتصاد بزنیم. در موضوعات مرتبط به توسعه و انرژی یکی از شاخص های مهم برای ارزیابی

وضعیت، شاخص شدت مصرف انرژی است. این شاخص بیان می کند که برای تولید یک واحد تولید ناخالص ملی (یا داخلی یا برابری قدرت خرید) چه میزان انرژی مصرف می شود. به عنوان پیشنهاد به تیم مدیریت جدید صداوسیما و مسوولانی که متولی ایجاد تحول در این سازمان هستند، می توان گفت بیاوند و شاخص مصرف بودجه را برای برنامه های این سازمان محاسبه و اعلام کنند. یعنی مثلاً مشخص شود که برای ایجاد یک درصد بیننده یا یک درصد رضایتمندی از برنامه های صداوسیما چه میزان بودجه مصرف شده است؟ این بودجه طبیعتاً بسیار بیشتر از قرارداد پرداختی میان صداوسیما و تهیه کنندگان است و باید هزینه های مربوط به همه ساختارهای تولید و انتشار برنامه در صداوسیما را نیز دربرگیرد. این مأموریت زمانی اهمیت مضاعف پیدا می کند که بدانیم تخصیص بودجه به برنامه های تولید شده در سازمان صداوسیما در موارد بسیار با هدف گذاری درصد مشخصی از بیننده صورت می گیرد و تهیه کنندگان و ارائه دهندگان طرح های تولیدی به سازمان برای جذب مخاطب بالاتر بودجه های بالاتری را مطالبه می کنند و این در حالی است که می بینیم بودجه بالاتر به خروجی بهتر از نظر مخاطبان منجر نشده و به روشنی می توان متوجه شد که در طول سال ها، هزینه های تولید برنامه در صداوسیما به صورت چشمگیری افزایش داشته و این در حالی است که این افزایش هزینه به جلب بیشتر مخاطبان منجر نشده و در مقام مقایسه ریزش های شدیدی در آمارها می توانیم ببینیم. پربیننده ترین سریال آبان صداوسیما در حالی حدود ۳۰ درصد بیننده داشته که تا همین چند سال پیش این عدد نشان دهنده شکستی سخت برای تولید کنندگان سریال به حساب می آمد.

به هر صورت، ایجاد شفافیت در مسیر آمارهای صداوسیما نخستین گام برای شناختن محیطی است که این سازمان در آن فعالیت می کند و گام بعدی ارزیابی و آسیب شناسی و تقویت نقاط مثبت و رفع ایرادات در فرایندهاست و باید امیدوار باشیم که تیم جدید مدیریت صداوسیما نسبت به این موضوع اهتمام داشته باشد.

مزایده ۳۱۵۲ / ۱۴۰۰ / خودرو حضوری مرکز فروش کوثر

مرکز فروش کوثر در نظر دارد، تعداد ۱۷۰ دستگاه انواع خودرو سبک، سنگین و موتورسیکلت مستعمل زیر را از طریق مزایده حضوری به فروش رساند.

تنوع خودرو:

پراید سواری - پیکان سواری - پژو سواری (پارس، روآ و GLX ۴۰۵ و GLI) - سمند سواری - تویوتا سواری کریسیدا تویوتا استیشن و وانت FJ ۷۵ - مزدا وانت ۲۰۰۰ - وانت کاپرا - فولکس واگن کار - مینی بوس ایویکو ۸۶۰/۹ تویوتا وانت هایلوکس - کامیون جفنگ - بنز مینی بوس ۵۰۸ - بنز اتوبوس ۳۰۲ - موتورسیکلت هوندا (CG ۱۲۵ و CDI ۱۲۵، تریل ۱۲۵، ۲۰۰ و ۲۵۰) - موتورسیکلت آمیکو (CDI ۱۵۰ CG ۱۲۵، CDI ۱۲۵، تریل ۱۵۰ و ۱۸۶) - موتورسیکلت ایردو کو RT200 - موتورسیکلت متفرقه

الف) شرایط مزایده:

۱- اهلیت قانونی خریدار (همراه داشتن اصل و کپی کارت ملی الزامی می باشد).
۲- خریدار موظف است به محض برنده شدن ۱۰٪ قیمت خرید را به عنوان سپرده به صورت نقد از طریق کارت های بانکی عضو شبکه

شتاب (به نام شخص خریدار) و یا چک پول پرداخت نماید.
۳- بابت پرداخت سپرده بالاتر از مبلغ ۵۰۰ میلیون ریال تهیه چک رمزار در وجه مرکز فروش کوثر به میزان ۱۰٪ قیمت پیشنهادی الزامی است.

۴- در صورت انصراف خریدار، سپرده به نفع فروشنده ضبط خواهد شد.
۵- خریدار مکلف است علاوه بر قیمت خرید، ۲٪ بابت هزینه های جانبی مزایده و ۹٪ بابت مالیات بر ارزش افزوده به فروشنده پرداخت نماید.

۶- فروشنده در رد یا قبول پیشنهادها مختار می باشد.
۷- کلیه هزینه های پس از فروش به عهده خریدار می باشد.

ب) زمان و مکان:

زمان بازدید مزایده: روزهای یکشنبه و دوشنبه ۵ و ۶ دی ماه ۱۴۰۰ صبح از ساعت ۸ الی ۱۲ و عصر ۱۴ الی ۱۶

زمان برگزاری مزایده: روز سه شنبه ۱۴۰۰/۱۰/۰۷ ساعت ۹ صبح
آدرس محل برگزاری مزایده: تهران، کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج، شهرک استقلال، جنب درمانگاه شهید صنیع خانی مرکز فروش کوثر

تلفن تماس: ۰۲۱-۴۴۵۲۹۰۰۳ و ۰۹۹۰۷۸۹۳۶۶۸

ساعت پاسخگویی صبح از ساعت ۸ الی ۱۲ و عصر ۱۴ الی ۱۶ مدیریت مزایده: ۰۲۱-۴۴۵۴۹۱۲۵ مدیریت خدمات پس از فروش: ۰۲۱-۴۴۵۴۹۱۱۶
آدرس اینترنتی: www.Kosar-net.ir