نگاه

مناظره یا مسابقه تلویزیونی؟

حسین افخمی
استاد ارتباطات
دانشگاه علامه طباطبایی

● آنچه که من پیرامون مناظره انتخاباتی روز جمعه نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری متوجه شدم، غلبه حاشیه‌ها و فرم مناظره بر محتوای آن است. به این معنا که در روز بعد از مناظره، رسانه‌های مختلف مانند روزنامه‌ها و... و همینطور افکار عمومی، بیش از آنکه به نقد گفته‌ها و نظرات کاندیداها مشغول باشند همه در حال نقد و بررسی فرم برگزاری مناظره ترتیب‌داده‌شده هستند. این نشان‌دهنده انحراف دادن افکار عمومی از اصل موضوع است.

از سویی باید گفت که مناظره در درجه اول وقتی معنی‌دار است که نهادهای دیگری مثلا احزاب هم در جامعه فعال باشند، در حقیقت، مناظره تلویزیونی دنباله و ادامه‌ای از مناظره‌هایی است که بین احزاب و گروه‌های سیاسی در دیگر عرصه‌ها در طول زمان‌های عادی در جریان است. به این شکل که در پارلمان و در رسانه‌ها و عرصه‌های سیاسی، باید مناظره پارلمانی و سیاسی در جریان و احزاب دایما مشغول نقد همدیگر باشند.

در تلویزیون هم وقتی برنامه‌ای تحت عنوان مناظره تهیه می‌شود - مانند همین مناظره روز جمعه - افراد به عنوان دولتمردان بالقوه که می‌خواهند سکان دولت را در دست بگیرند در بحث شرکت می‌کنند، نه اینکه به‌عنوان آقای دکتر یا جناب مهندس از آنها یاد شود، جای دکتر و مهندس اینجا نیست. در مناظره سیاسی در تلویزیون باید به افراد هویت سیاسی داده شود، چراکه در همه‌جای دنیا مردم و مخاطبان برنامه‌هایی از این دست به‌نوعی در پی یافتن همانندی سیاسی بین خود و نامزدهای حاضر در مناظره هستند.

درست مانند یک مسابقه ورزشی مثل فوتبال یا بوکس (بسیاری مناظره‌ها را به بوکس تشبیه می‌کنند) در این مسابقات هم مخاطب بیهوده پای تلویزیون نمی‌نشیند و هرکس طرف یک سوی رقابت را می‌گیرد، مخاطب وقتی دیدن این برنامه را انتخاب کرده است می‌خواهد ببیند بهتر است سرنوشت خود و کشورش در چهار سال آینده را به دست کدام‌یک بسپارد. همینطور در پی این است که ببیند کدام نامزد نظرش به او نزدیک‌تر است. اما آنچه از مناظره هشت‌نفره دیده شد، چنین کارکردی نداشت، آنچه در این برنامه اجرا شد، پایین‌آوردن سطح ریاست‌جمهوری در حد مسابقه‌های معمولی گروه‌های دانشجویی و دانش‌آموزی برای تست‌زدن و نمره‌دادن بود. تلویزیون اگرچه برخلاف دیگر رسانه‌ها بیش از هر چیز کارکرد سرگرمی دارد اما مناظره تلویزیونی محلی برای سرگرمی مخاطبان نیست. اما به‌نظر می‌رسد صداوسیما برای جذاب کردن این مناظره به سمت سرگرم‌کننده‌کردن آن رفته بود. این کار با ماهیت مناظره انتخابات ریاست‌جمهوری تفاوت دارد. در نهایت جمع‌بندی من این است که به دلیل فقدان تحزب در کشور و عدم وجود مناظره‌های خارج از تلویزیون و عدم وجود بحث‌های سیاسی و مناظره‌ها طی چهارسال گذشته چنین مناظره‌ای هم که به یکباره و در فضای خاص انتخاباتی تهیه و پخش شد نتیجه‌ای ندارد. چون مردم به یکباره با چنین چیزی مواجه شده‌اند که پیش از آن و در وضعیت عادی چنین چیزی ندیده‌اند، با خود می‌پرسند این افراد تاکنون کجا بوده‌اند؟ یعنی مناظره‌های میان دو جناح در طول سال به‌شکلی روتین در جریان است و در زمان مبارزات انتخاباتی شدت می‌گیرد نه اینکه پیش از آن هرگز نباشد بعد بلافاصله به اوج برسد. چنین مبارزه‌هایی بسیار مهم و تعیین‌کننده هستند، اگر جدی برگزار شوند و ادامه روند مناظره‌های پارلمانی و سیاسی باشند و اگر هم به این شکل یکباره اجرا شوند می‌توانند بسیار مشکل ایجاد کنند.

تحلیل استادان ارتباطات از برگزاری اولین رویارویی انتخاباتی نامزدها

کدام مناظره؟

محمدحسین نجاتی

صداوسیما، برنامه جمعه بعدازظهر خود را «مناظره» می‌خواند، استادان ارتباطات آن را «شبه مناظره»، قصه «شاه پریون» و «گفت‌وگویی طنزآلود» بعدازظهر جمعه شبکه یک سیما علاوه بر هشت کاندیدای انتخابات ریاست‌جمهوری، میزبان مخاطبان میلیونی این برنامه بود. مردم با پیش‌زمینه مناظره‌ها در سال ۸۸ در ذهن خود که رکورد تعداد مخاطبان تلویزیونی در یک برنامه زنده را زده بود، پای گیرنده‌های خود بودند. گرچه در بخش اول، مناظره‌ها خسته‌کننده و طولانی بود اما در بخش دوم، فضای طنزآلود، این مناظره را تبدیل به برنامه‌ای با کارکردهای تفریحی کرد. حتی کار به جایی رسید که هر هشت نامزد انتخاباتی حاضر در این برنامه به نوعی اعتراض خود را مقابل دوربین‌های تلویزیونی اعلام کردند. به طوری که صداوسیما با طراحی هفت سوال تستی، زمینه اولین انتقادها نسبت به برگزاری این برنامه را رقم زد. براساس بررسی صورت‌گرفته از مجموع ۵۶ پاسخ مطرح‌شده از سوی کاندیداها، ۱۹ پاسخ با این عبارت که «سوال ایراد دارد» همراه شد، هفت سوال از سوی محمدرضا عارف پاسخ داده نشد و ۱۳ سوال نیز به شکلی جدا از طراحی صداوسیما به صورت تشریحی پاسخ داده شد. بر این اساس، علاوه بر مخاطبان، نامزدهای حاضر در این برنامه و ستادهای آنها، استادان ارتباطات نیز انتقادات فراوانی نسبت به نحوه برگزاری این مناظره دارند. دکتر مهدی محسنیان‌راد، استاد و از چهره‌های مطرح علم ارتباطات در کشور، نحوه برگزاری این مناظره‌ها را طنزآلود می‌داند. دکتر حسام الدین آشنا عضو هیات‌علمی دانشگاه امام صادق(ع) نیز این برنامه را شبه‌مناظره و مخدوش می‌خواند و دکتر حسین افخمی استاد و عضو هیات‌علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی این برنامه را مناظره نمی‌داند و فاقد ارزش‌ها و استانداردهای ارتباطی می‌داند. همچنین اعظم راوردراد، استاد ارتباطات دانشگاه تهران نیز معتقد است، این برنامه به جای نشان‌دادن تفاوت سعی در تحمیل تفاهم‌ها داشته است. با این حال مسوولان سازمان صداوسیما روایتی دیگر نسبت به همه این انتقادات از سوی مخاطبان، استادان مطرح ارتباطات و نامزدهای حاضر در این برنامه دارند، به طوری که حسین فردرو مشاور هنری و کارگردان مناظره‌های یازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری درباره برنامه جمعه‌شب ۱۰ خرداد به خبرنگار مهر می‌گوید: جمع اعتراض به برنامه دو دقیقه بود اما تمام رسانه‌های بیگانه به همین زمان توجه و تجلی اهدافشان را در این زمینه پیدا کردند. بهتر است به عنوان یک ایرانی به انگیزه برنامه‌ساز و نیازی که دارد توجه کنیم. ما حتی یک هفته قبل از کار تعداد صندلی‌هایمان را نمی‌دانستیم چون هنوز نتیجه تایید صلاحیت‌ها نیامده بود.»

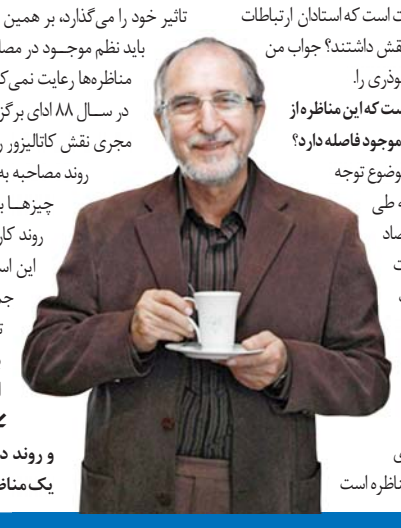
محسنیان راد: درست تقلید کنید!

آقای دکتر، به عنوان استاد ارتباطات دور اول مناظره انتخاباتی میان هشت کاندیدا را چگونه دیدید و از منظر رسانه‌ای چه ایرادهایی به مساله وارد است؟

امروز صبح، وقتی طبق معمول به دانشگاه رفتم، در باغ دانشکده دو نفر از استادان عزیزی که در رشته‌های غیراز ارتباطات تدریس می‌کنند را دیدم و من را در معرض این سوال قرار دادند و گفتند: آیا این ادعا درست است که استادان ارتباطات در طراحی این مناظره صداوسیما نقش داشتند؟ جواب من این بود که خدا رحمت کند، آقای نوذری را.

این نکته نشان‌دهنده این است که این مناظره از منظر رسانه‌ای با استانداردهای موجود فاصله دارد؟

بله، به نظر من الان باید به این موضوع توجه کنیم و مراقب باشیم که بلایی که طی چند سال اخیر بر سر استادان اقتصاد در کشور آمد، سر استادان ارتباطات نیاید. آنچه قرار است در انتخابات به عنوان یک مناظره تلویزیونی برگزار شود، یک معادلی است از آنچه در کشورهای دیگر در جمهوری‌ها اتفاق می‌افتد. همان‌طور که ما از بیرون جمهوری را تقلید کرده‌ایم ابزار آن را هم که مناظره است را باید با استانداردهای دقیق آن از منظر رسانه‌ای تقلید کنیم، از طرف دیگر این یک نوع مصاحبه زنده است و مصاحبه شونده با اطلاعاتی دقیق و حساب شده که پس از ماه‌ها در ستادهای انتخاباتی چکش‌کاری شده است در مناظره شرکت می‌کند و مصاحبه‌کننده نقش کاتالیزور را دارد. در علم شیمی کاتالیزورها در فرآیند آزمایش‌های شیمیایی در نتیجه کلی نقش ندارد اما تاثیر خود را می‌گذارد، بر همین اساس برگزارکننده مصاحبه باید نظم موجود در مصاحبه را برقرار کند که در این مناظره‌ها رعایت نمی‌کند. از طرف دیگر صداوسیما در سال ۸۸ ادای برگزاری مناظره را درآورد و وقتی مجری نقش کاتالیزور را نداشته باشد، باعث شد روند مصاحبه به سمت بگم بگم‌ها و چیز چیزها برود و نظم و عدالتی را در روند کاری خود نداشت. نکته مهم این است که ما وقتی در نظام‌های جمهوری برگزاری مناظره را تقلید می‌کنیم باید درست و براساس استانداردهای علم ارتباطات آن را برگزار کنیم.



به نظر شما استاندارد و روند درست و منطقی برگزاری یک مناظره انتخاباتی چیست؟

ببینید معادل فارسی مناظره، به معنای کشمکش و نزاع است. مناظره گفت‌وگویی عاشقانه نیست یا گفت‌وگوی علمی نیست. کشمکش و نزاع و مناظره حتی در ادبیات کهن ما هم وجود دارد. به‌طوری‌که در «قابوس‌نامه» که کتابی است برای نصیحت به سیاستمداران و مقامات اشاره شده است که «با هیچ نادانی مناظره نکن» نتیجه این می‌شود که در مناظره، دانایی شرط است و در فرهنگ ما به آن اشاره شده است و روند برگزاری آن نباید به شکلی باشد که مانع تمییز حق و باطل در صحبت‌های نامزدها شود.

با این تفاصیل، به نظر شما مخاطبان تا چه اندازه توانستند با دیدگاه‌های کاندیداها آشنا شوند؟

مناظره در اولین کارکرد خود باید حق و ناحق و سره و ناسره را از هم جدا کند و باعث آشکارشدن مسایل شود تا مردم بتوانند قدرت انتخاب داشته باشند. اما آنچه گذشت به نظر من طنزآمیز بود. به عنوان مثال، من حکایتی را مد نظر دارم که بسیار شبیه است به این نوع برگزاری مناظره. همه ما زمانی که در دوران کودکی خود بودیم، مادربزرگان ما داستان دختر شاه پریون را به ما گفتند. دختر شاه پریون، وجناتی داشته است و شاه پریون برای خواستگارهای بسیار زیاد دختر خود مسابقات و سوال‌هایی را آماده داشت و هر خواستگار که به همه سوال‌های شاه پریون پاسخ می‌داد، می‌توانست به دختر شاه پریون نزدیک‌تر شود. بر همین اساس این نمایشنامه که آن را در صداوسیما مناظره می‌خوانند، نمی‌تواند مخاطب رسانه‌ای همچون صداوسیمای ایران را اقناع کند تا بتواند تصمیم درست و روشنی بگیرد.

یکی از شروط برنامه‌های موفق، به‌خصوص مناظره‌ها، نظم و عدالت حاکم بر آن است، این موارد چقدر در برگزاری این مناظره‌ها رعایت شده بود؟

ما در علم ارتباطات، مبحثی تحت عنوان ارتباطات غیرکلامی را داریم، هم‌اکنون اگر هرکدام از استادان و دانشجویان این رشته و شاید علاقه‌مندان فیلم این شبه‌مناظره را دریافت کنند و صدای آن را قطع کنند و بدون صدا ببینند، خواهند دید که از فرم حرکات و چهره‌ها چقدر این برنامه یک امر غیرجدی و طنزآمیز است.

در پایان به نظر شما چقدر این برنامه توانست برای مخاطب انتقال پیام داشته باشد؟

در زمینه انتقال پیام ما در طول روز از صبح که بیدار می‌شویم، وقتی به خانواده خود صبح به خیر می‌گوییم، وقتی در مسیر با مردم برخورد داریم و گپ می‌زنیم، یا وقتی که می‌خواهیم برای ابراز همدردی پیش دوستی برویم، مکانیسم ارتباطی خاصی را انتخاب می‌کنیم، اگر برای همدردی با دوست خود مکانیسم ارتباطی متفاوتی را انتخاب کنیم، نتیجه منطقی نمی‌گیریم. به همین دلیل مکانیسم ارتباطی نادرست در این مناظره نتوانست زمینه انتقال پیام را فراهم کند.

حسام‌الدین آشنا: مناظره مخدوش

آقای دکتر، مناظره‌ای که صداوسیما عصر جمعه با هشت کاندیدای ریاست‌جمهوری برگزار کرد انتقادات زیادی را برانگیخت، به نظر شما در اصل می‌توان این برنامه پخش‌شده را بر اساس استانداردهای رسانه‌ای مناظره خواند؟

نه، به نظر من این برنامه تنها شبه‌مناظره برگزارشده‌ای در سیمای جمهوری اسلامی بود که بیشتر از هر چیز یک پژوهش آزمایشگاهی برای سنجش توانش ذهنی و سرعت انتقال، هوش هیجانی و هوش تصویری چند آزمودنی در مقابل میلیون‌ها بیننده بود.

چطور؟

ببینید اصولا در آزمون‌هایی اینچنین، اخلاق پژوهش، کسب رضایت آگاهانه آزمودنی‌ها را ضروری می‌شمارد و رضایت آگاهانه یک فرآیند ارتباطی بین پژوهشگر و شرکت‌کننده در پژوهش است که قبل از شروع مطالعه آغاز شده و در طول دوره انجام پژوهش نیز ادامه می‌یابد. بر مبنای راهنمای GCP «رضایت آگاهانه، فرآیندی است که در آن آزمودنی پس از دریافت اطلاعاتی پیرامون تمامی جنبه‌های مطالعه که می‌توانند در تصمیم او برای شرکت در آن موثر باشند، داوطلبانه رضایت خود را برای شرکت اعلام می‌کند. رضایت آگاهانه به وسیله فرم رضایت آگاهانه به صورت مکتوب و با امضا و تاریخ، ثبت و مستند می‌شود.» توجهات صورت‌گرفته به مقوله رضایت و اصول اخلاقی در پژوهش باعث شده است که فرد شرکت‌کننده در مطالعه، به جای سوژه پژوهش (research subject)، شرکت‌کننده در کارآزمایی (trial participant) نامیده شود و نقش او از یک فرد منفعل (passive subject) به فعال (active participant) تغییر یابد.

در نظر نگرفتن دیدگاه‌های کاندیداها و تکروی صداوسیما نیز یکی از نکات مورد انتقاد این مناظره بود، به نظر شما ضرورتی برای آگاهی کاندیداها از روند برگزاری و اجرای این مناظره وجود داشت؟

در حال حاضر یکی از ارکان اصلی اخلاق در پژوهش، اخذ رضایت آگاهانه (Informed Consent) در کارآزمایی‌های بالینی و سایر پژوهش‌های دارای سوژه‌های انسانی است. احترام به اختیار فرد، رعایت حقوق او، محافظت از شرکت‌کننده در پژوهش و اطمینان از اینکه از فواید و خطرات شرکت در پژوهش کاملا آگاه است، مستلزم اخذ رضایت آگاهانه در ابتدای پژوهش است. به‌طور کلی، هر مناظره واقعی یا رسانه‌ای نیز مستلزم آگاهی و رضایت شرکت‌کنندگان از نحوه اداره و قواعد حاکم بر مناظره است.

پس به نظر شما می‌توان گفت برگزاری این مناظره، نتوانست انتظارات مخاطبان و کاندیداها را برآورده کند؟

به نظر من این شبه‌مناظره‌ها تا کسب توافق داوطلبان در مورد نحوه اداره مناظره مخدوش است.

این اولین جلسه مناظره با حضور هشت کاندیدا بود و قرار است دو جلسه دیگر نیز با حضور کاندیداها برگزار شود، پیشنهاد شما برای نحوه برگزاری دو مناظره دیگر چیست؟

پیشنهاد می‌شود سوالات مناظره قبل از برگزاری، در اختیار افکار عمومی قرار گیرد.

سوال	ولایتی	عارف	روحانی	حداد عادل	غرضی	قالیباف	رضایی	جلیلی
در شرایط فعلی آیا با کاهش سهم از بیمه تامین اجتماعی موافقید؟	سوال ایراد دارد	نظری ندارم	پاسخ‌تشریحی	پاسخ به سوال	پاسخ به سوال	پاسخ به سوال	سوال ایراد دارد	سوال ایراد دارد
با کدام سیاست مالیاتی موافقید؛ کاهش و افزایش مالیات شرکت‌ها؟	پاسخ به سوال	نظری ندارم	سوال ایراد دارد	پاسخ به سوال	پاسخ‌تشریحی	سوال ایراد دارد	پاسخ به سوال	سوال ایراد دارد
برای تنظیم لایحه بودجه ۹۳ کدام مورد را اولویت قرار می‌دهید؟	پاسخ به سوال	نظری ندارم	پاسخ به سوال	پاسخ به سوال	پاسخ‌تشریحی	پاسخ‌تشریحی	پاسخ به سوال	پاسخ به سوال
با توجه به شرایط امروز بین توسعه و اشتغال کدام را انتخاب می‌کنید؟	پاسخ به سوال	نظری ندارم	پاسخ به سوال	سوال ایراد دارد	پاسخ‌تشریحی	پاسخ‌تشریحی	سوال ایراد دارد	پاسخ به سوال
در انتخاب وزرا و مدیران ارشد دولت کدام ویژگی اولویت شماست؟	سوال ایراد دارد	نظری ندارم	سوال ایراد دارد	پاسخ‌تشریحی	پاسخ‌تشریحی	سوال ایراد دارد	پاسخ‌تشریحی	سوال ایراد دارد
با توجه به درآمد محدود حاصل از هدفمندی کدام تصمیم را اتخاذ می‌کنید؟	سوال ایراد دارد	نظری ندارم	سوال ایراد دارد	سوال ایراد دارد	پاسخ‌تشریحی	سوال ایراد دارد	سوال ایراد دارد	سوال ایراد دارد
شب عید که تقاضای میوه افزایش می‌یابد، برخی واردات میوه برای تنظیم بازار و حمایت از مصرف کنندگان را توصیه می‌کنند، تصمیم شما چیست؟	پاسخ‌تشریحی	نظری ندارم	سوال ایراد دارد	سوال ایراد دارد	پاسخ‌تشریحی	سوال ایراد دارد	پاسخ‌تشریحی	پاسخ به سوال

دریچه

نمایش «تفاهم» به جای «تفاوت»

اعظم راورد راد
استاد ارتباطات دانشگاه تهران

● بحث مناظره‌های تلویزیونی به حوزه ارتباطات سیاسی مربوط می‌شود که حوزه تخصصی بنده در ارتباطات محسوب نمی‌شود اما از آنجایی که مجری برنامه استادان علوم ارتباطات را مشاور طراحی برنامه مناظره روز جمعه اعلام کرد، نظرات کلی خود را در این مورد ارایه می‌کنم. مناظره انتخاباتی یک مبارزه زبانی است که در آن، قدرت کنترل محیط، استدلال، منطق و نقد مناظره‌کننده به نمایش گذاشته می‌شود. این منازعه زبانی با استفاده از شیوه‌های شناخته شده یا نوآورانه تبلیغات انتخاباتی صورت می‌گیرد. همان‌طور که از نام تبلیغ هویداست هدف آن اقناع مخاطب است به شکلی که توانایی‌های نامزد انتخاباتی در موارد فوق برای او محرز شود. هدف از مناظره فقط ارایه توضیح و تشریح برنامه‌های نامزدهای انتخاباتی نیست چرا که به این موارد در برنامه‌های دیگر شامل تبلیغات مکتوب و توضیحات انفرادی مربوط به هر کاندیدا پرداخته شده است. پس اگر این مقدمه را بپذیریم، اولا مناظره نمی‌تواند همزمان بین هشت‌نفر صورت گیرد. ثانیا نمی‌تواند به صورت پرسش و پاسخ و کنترل زیاد از سوی مجری برگزار شود. ثالثا نمی‌تواند کاندیداها را مجبور به دادن پاسخ‌هایی کند که از نظر تبلیغاتی تمایلی به آن ندارند. در زیر خلاصه‌ای از مشکلات اولین مناظره بیان می‌شود:

۱. مشکل این دوره تعداد زیاد کاندیداها بود که برای اینکه بتوانند دوبه‌دو مناظره کنند وقت زیادی نیاز داشتند. این مساله می‌توانست به شکل دیگری حل شود در حالی که روش اتخاذ شده کمکی به حل مشکل نکرده است. وقت‌های بسیار کوتاه نامزدها برای سخن‌گفتن باعث شد نتوانند هیچ مطلبی را بپرورانند و بنابراین به ذکر کلیات بسنده کنند. در سطح کلی‌گویی همه کاندیداها یک چیز می‌گویند و هیچ انتخابی نمی‌تواند صورت بگیرد.

۲. وقتی همه در حد کلیات متوقف می‌ماندند و حداکثر کاری که می‌کردند در جواب هر سوالی پاسخ کلی رقیب را کامل می‌کردند، تفاوت دیدگاه‌ها، خود را نشان نمی‌داد. در نهایت مجری به نامزدی که پشت تریبون ایستاده بود و دیگران پاسخش را داده بودند می‌گفت شما جمع‌بندی کنید! این با ذات مناظره تناقض دارد. مناظره باید تفاوت‌ها را نشان دهد و قدرتمندترها را برجسته کند.

۳. مناظره‌کنندگان باید در برابر هم، به گفته‌ها و حرکات یکدیگر پاسخ دهند در حالی که رابطه مناظره‌کنندگان در اینجا مستقیم نبود و با واسطه مجری تعدیل می‌شد. در واقع آنها به مجری پاسخ می‌دادند نه به یکدیگر. ویژگی ارتباط رودررو و چالشی به دلیل این شکل برگزاری در این مناظره محقق نشد.

۴. در این روش برگزاری مناظره، نکته‌ای فراموش شد و آن اینکه کاندیدای ریاست‌جمهوری با یک تیم کار می‌کند. پیش از شروع مناظره رسانه‌ای، آن تیم با او همکاری کرده و موارد را به او گوشزد می‌کنند. با ذهنی آماده سر مناظره حاضر می‌شود و همه مطلب مال خودش به تنهایی نیست. اما سوال‌های مخفی فرصت مشورت را از کاندیداها می‌گرفت در حالی که آنها قرار نیست به تنهایی تصمیم بگیرند ما در جریان شناخت نامزدها می‌خواهیم تیم کاندیدا را هم بشناسیم، اما این‌جور پرسش‌ها این امکان را سلب کرد.

۵. وقتی می‌گوییم مناظره یک منازعه زبانی است که باید بین دو طرف اتفاق بیفتد، زبان از همه ابعادش مدنظر است؛ چه زبان حرکتی، چه بیان شیوا و چه لحن و شیوه بیان. خونسردی، عصبانی‌شدن، تاکید روی بعضی موضوعات و مانند آن نیز مهم است. اینها در رفت‌وبرگشت‌های بدون واسطه بین گفته‌های کاندیداها به وجود می‌آید. ویژگی‌های شخصیتی یکی از چیزهایی است که مناظره برای مخاطب روشن می‌کند. به دلیل کنترل شدید وقت و وساطت مجری در این مناظره احساسات کاندیداها در بحث‌هایشان درگیر نشد و شخصیت آنها اجازه بروز و ظهور پیدا نکرد.

۶. سوال‌های مطرح شده در این مناظره اگر سر جای خودش (مثلا در برنامه‌های انفرادی کاندیداها که فرصت توضیح و تشریح پاسخ را داشتند) مطرح می‌شد می‌توانست سوال‌های بدی نباشد، اما این سوالات هدف مناظره را تامین نمی‌کردند. در پرسیدن سوال‌های تستی برای تبلیغات انتخاباتی تناقض وجود دارد. نمی‌شود نامزد را مجبور به انتخاب یک اولویت کرد در حالی که با یک انتخاب می‌تواند رای عده‌ای را از دست بدهد. بسیاری از مردم به کسی رای می‌دهند که شرایط آنها را در نظر بگیرد. بنابراین پاسخ بله و خیر و اولویت‌بندی‌هایی که مطرح شد با سیاست‌های تبلیغات نامزدها در تعارض بود و آنها تمایل به این شکل پاسخگویی نداشتند.

۷- عکس‌ها نیز بیشتر سواد رسانه‌ای نامزدها را می‌سنجید و مثل یک امتحان ارتباطات بود. در حالی که ارزشی در رابطه با شناخت مخاطب از نامزدها نداشت. کما اینکه در عمل منجر به واکنش‌های احساسی از جانب کاندیداها شد.

در مجموع می‌توان گفت این مناظره تلویزیونی بیشتر شبیه برگزاری یک همایش میان نامزدهای ریاست‌جمهوری بود تا به کمک هم به مخاطبان بگویند که مشکل اساسی جامعه ما اقتصاد بیمار و رو به احتضار آن است و باید برای رفع این مشکل تلاش کرد. جزییات دیگر که شامل راهکارهای پیشنهادی هر نامزد و نقد آن توسط نامزدهای دیگر می‌شد به کلی به فراموشی سپرده شد.

سازمان آگهی‌های روزنامه شرق
۸۸۹۸۶۸۲۲
۸۸۹۸۶۸۲۱
۸۸۹۸۶۸۲۰

م/الف ۱۰۱۵
وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران (سهامی خاص)
آگهی دعوت به ارزیابی کیفی
فراخوان عمومی نخست مناقصه شماره ۱-۲۰-۹۲
شرکت راه آهن ج.ا.ا در نظر دارد بنابر آئین نامه اجرائی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی پیمانکاران واجد شرایط و دارای صلاحیت جهت دعوت به مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.
۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: پشتیبانی سرویسهای حوزه آمار و فناوری اطلاعات.
۲- مدت اجرای قرارداد ۱۲ ماه میباشد.
۳- مهلت و محل دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: متقاضیان میتوانند حداکثر تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۹۲/۳/۲۰ با در دست داشتن معرفی نامه کتبی جهت دریافت اسناد ارزیابی به نشانی: تهران میدان آرژانتین، بلوار آفریقا، ساختمان مرکزی راه آهن، طبقه دوم، اداره کل تدارکات، اداره امور قراردادها مراجعه نمایند.
۴- مهلت و محل تحویل اسناد تکمیل شده: پایان وقت اداری روز سه‌شنبه مورخ ۹۲/۴/۴ اداره کل تدارکات به نشانی فوق اداره امور اداری.
۵- ارائه گواهی نامه صلاحیت شورای عالی انفورماتیک کشور رتبه بین ۱ تا ۵ در زمینه خدمات پشتیبانی و یا رتبه بین ۱ تا ۴ در زمینه ارائه و پشتیبانی بسته های نرم افزاری و نرم افزارهای حامل محتوا الزامی می باشد.
۶- متقاضیان می توانند جهت دریافت اسناد ارزیابی کیفی مبلغ سیصدهزار (۳۰۰۰۰۰) ریال به حساب ۶۷- ۵۷۴ نزد خزانه بانک مرکزی به نام راه آهن قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملی واریز و به اداره امور قراردادهای این اداره کل به نشانی فوق مراجعه نمایند.
۷- هزینه چاپ و نشر آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.
۸- دریافت اسناد ارزیابی از طریق سایت http://iets.mporg.ir امکان پذیر میباشد.
پس از ارزیابی کیفی، از پیمانکاران دارای صلاحیت که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند جهت دریافت اسناد مناقصه دعوت به عمل خواهد آمد.
اداره کل تدارکات راه آهن ج.ا.ا

م/الف ۹۵۵
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان تهران (سهامی خاص)
مناقصه عمومی
نوبت دوم
شرکت گاز استان تهران در نظر دارد پروژه نصب اتصال عایقی، باند باکس، ارتینگ ایستگاههای تقلیل فشار، نمایان سازی و ترمیم اتصالات عایقی شبکه های شهرستانهای رباط کریم و بهارستان را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.
۱- شرح مختصر کار:
* تهیه مصالح، نصب اتصال عایقی، باند باکس، ارتینگ ایستگاههای تقلیل فشار، نمایان سازی و ترمیم اتصالات عایقی خطوط تغذیه و شبکه های گازدار
۲- مدت اجراء پروژه: مدت اجراء پروژه ۳۶۵ (سیصد و شصت و پنج) روز تقویمی می باشد.
۳- محل اجرا پروژه: در محدوده شهرستانهای رباط کریم و بهارستان می باشد.
۴- میزان تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۲۱/۵۰۰/۰۰۰ (بیست و یک میلیون و پانصد هزار) ریال می باشد.
۵- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ضمانت نامه بانکی معتبر براساس آئین نامه تضامین معاملات دولتی مصوبه هیات وزیران به شماره ۴۲۹۵۶/ت ۲۸۴۹۳ ه مورخه ۱۱ آبان ۱۳۸۲ و اصلاحات بعد از آن درخصوص کارهای پیمانکاری.
۶- مهلت اعلام آمادگی: تا آخر وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۲/۰۴/۱۰ می باشد.
۷- زمان توزیع اسناد مناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۲/۰۴/۱۹می باشد.
۸- زمان ارسال پیشنهادات: روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۲/۰۴/۳۰ می باشد.
۹- زمان گشایش پیشنهادات: روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۲/۰۴/۳۱ می باشد.
۱۰- شرایط متقاضی
✓ داشتن شخصیت حقوقی
✓ داشتن امکانات ، ماشین آلات و نیروی متخصص
✓ داشتن تجربه کافی و مرتبط با موضوع مناقصه
✓ داشتن رتبه تاسیسات و تجهیزات یا نفت و گاز از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری
✓ داشتن توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی شرکت در مناقصه و حسن انجام تعهدات طبق ضوابط کارفرما
✓ داشتن کد اقتصادی از وزارت اقتصادی و دارایی
✓ ثبت نام و اخذ کد اطلاع رسانی مناقصات از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری
متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند ۱۰ فوق بوده و آمادگی اجرای پروژه را دارند،می توانند در مهلت تعیین شده فوق الذکر،نسبت به ارائه تقاضای کتبی خود و دریافت فرم مشخصات پیمانکاران و ارائه فرم های تکمیل شده مذکور بصورت الکترونیکی از سایت شرکت گاز استان تهران www.nigc-tpgc-ir به آدرس تهران، خیابان ایرانشهر شمالی،نبش خیابان اراک،ساختمان شماره ۱۶۰، طبقه چهارم، بلوک ۷، امور قراردادها مراجعه نمایند.
روابط عمومی شرکت گاز استان تهران

www.sharghdaily.ir