Payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۹۱۲
چهارشنبه / ۱۰ دی / ۱۴۰۴
۱۰ / رجب / ۱۴۴۷
31 / December / 2025

صاحب امتیاز: موسسه هنگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری، سردبیر: بافره حیدری
نشانی: کرج، بلوار کاوه، خیابان فرهنگ، جنب کانون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۴۴۴۳-۳۲۵۳۳۸۳۸-۰۲۶، فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۶۷۱۸
چاپ: کارگر

خط ۲۰۸۰۰۰ امروز با حافظ

خستگان را چو طلب باشد و قوّت نبود
گر تو بیداد کنی شرطِ مُروّت نبود
ما جفا از تو ندیدیم و تو خود تَبسّندی
آنچه در مذهبِ اربابِ طریقت نبود

خواندنی

کسی با شوق روحانی نخواهد ذوق جسمانی
برای گلبن وصلش رها کن من و سلوی

عطار

اوقات شرعی

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۵:۴۶	۰۷:۱۶	۱۲:۰۹	۱۷:۰۳	۱۷:۲۳

برگه

زندگی یک معجزه است، پس هر روز به عنوان یک هدیه زندگی کن...

لئوناردو داوینچی

گزارش روز

وقتی اعداد حرف می‌زنند

هجمه‌ها علیه نتایج نظرسنجی‌های صداوسیما همواره ادامه دارد؛ حمله‌هایی که بیش از آن‌که ضربتی و ناگهانی باشد، ماهیتی فرسایشی دارد. گویی هر از گاهی، با بیرون کشیدن نام یک سریال قدیمی، پیکره مرکز تحقیقات صداوسیما آماج این یورش قرار می‌گیرد؛ روزی با سریال‌های مهران مدیری، روزی با «هایتخت» و روزی دیگر با «یوسف پیامبر». این موج مخالفت نه از جنس نقد روشمند که بیشتر شبیه تلاش برای زیر سؤال بردن اصل سنجش مخاطب و اعتبار اعداد و آمار است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از جام‌جم آنلاین، در این میان اما یک واقعیت را نمی‌توان نادیده گرفت: تلویزیون با تغییر ریل حرکتی خود، با ساخت آثار متنوع، با باز گذاشتن درها به روی هنرمندان و چهره‌ها و با احترام به سلیقه و خاطره جمعی مخاطبان، توانسته نه‌تنها جلوی روند کاهشی مخاطبان را بگیرد، بلکه نشانه‌هایی روشن از افزایش اقبال را هم به ثبت برساند. این همان نکته‌ای است که محسن شاکری‌نژاد، رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما بارها بر آن تأکید کرده است؛ این‌که سیاست‌های جدید، به‌جای انکار ریزش مخاطب، به‌دنبال مهار و معکوس کردن آن بوده‌است.

بازگشت پایتخت نمونه‌ای روشن از این تغییر رویکرد است؛ سریالی که بار دیگر توانست مخاطب را پای تلویزیون و تلویزیون بنشاند. این روزها نیز «شیش‌ماهه» مهران مدیری با استقبال قابل توجهی همراه شده است. در کنار اینها، سریال‌هایی چون «طوبی»، «مهیار عیار» و «مادر سوجان» نیز دیده شدند، مخاطب پیدا کردند و حتی مطالبه برای ساخت فصل‌های بعدی آنها شکل گرفت. اینها همه نشانه‌هایی است از این‌که تلویزیون، برخلاف تصویر سیاهی که برخی ترسیم می‌کنند، هنوز توان ارتباط با مخاطب را دارد.

نکته مهم دیگر، صراحت در تصمیم‌گیری است. شاکری‌نژاد به‌عنوان رئیس مرکزی که هم مسئول نظرسنجی و تأثیرسنجی است و هم پژوهش و ارزیابی، بدون تعارف اعلام کرده برنامه‌هایی که درصد مخاطب پایینی داشته یا بینندهٔ نداشته باشد، از کنداکتور حذف می‌شود. این حرف پیش‌تر هم از زبان مدیران دیگر شنیده شده بود؛ چنان‌که رئیس مرکز سیمرغ نیز رسما اعلام کرد اقبال مردم، معیار اصلی ادامه یا توقف یک سریال است. این یعنی اعداد و آمار، صرفاً تزیینی یا تبلیغاتی نیستند، بلکه در تصمیم‌سازی نقش واقعی دارند.

اگر به جلسه اخیر شاکری‌نژاد با خبرنگاران برگردیم، قضای جلسه بیش از هر چیز کارشناسانه و شفاف بود. برخلاف سال‌های گذشته که شاید کمتر شاهد باز شدن جزئیات روش‌های سنجش مخاطب بودیم، این‌بار رئیس مرکز تحقیقات، خبرنگاران را به دل فرآیند برد؛ به مرکز تحقیقات، به اتاق‌های سنجش، به داده‌ها و قرمول‌ها و تلاش کرد به ابهام‌ها و شائبه‌هایی که معمولا در فضای رسانه‌ای مطرح می‌شود، پاسخ دهد؛ پاسخ‌هایی علمی، مستدل و مبتنی بر تجربه جهانی.

البته طبیعی است که این توضیحات همگان را راضی نکند؛ چرا که گروهی از منتقدان، نه تمایلی به حضور در چنین جلساتی دارند و نه پرسش‌های خود را در فضای کارشناسی طرح می‌کنند. مسأله اصلی این گروه، به‌نظر می‌رسد نه روش نظرسنجی، بلکه اصل اعلام عدد ۷۰ درصد مخاطب تلویزیون است؛ عددی که با تصویر ذهنی آنها از وضعیت رسانه‌ملی همخوانی ندارد. پرسش اینجاست: این افراد تلویزیون را چگونه رصد می‌کنند؟ با چه ابزار و معیاری؟ آیا هدف، فهم واقعیت است یا صرفا مچ‌گیری و تخریب؟

به‌نظر می‌رسد مسأله برخی، شفافیت نیست، بلکه مقاومت در برابر تحول است؛ تحولی که حالا به «پهنت قصل دوم‌سازی» آثار موفق رسیده؛ تحولی که به نوستالژی و خاطره‌سازی احترام می‌گذارد، به مطالبه مخاطب برای بازگشت چهره‌ها توجه می‌کند و آن را نه ضعف، که سرمایه می‌داند. این رویکرد را می‌توان هم روی آنتن دید و هم در برنامه‌ریزی برای مناسبت‌هایی چون نوروز و رمضان انتظارش را کشید.

یکی از محورهای اصلی انتقادها نوع و نحوه نظرسنجی در صداوسیماست. شاکری‌نژاد در این‌باره صریح و روشن توضیح داد که روش‌های مورد استفاده در مرکز تحقیقات، مبتنی بر استانداردهای جهانی است. او یادآوری کرد که مؤسساتی چون تیلسن در آمریکا و بارب در انگلستان، سال‌هاست به‌صورت علمی مخاطبان رسانه‌ها را رصد می‌کنند و صداوسیما نیز از همان الگوها و شیوه‌ها در سنجش شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی استفاده می‌کند. این مقایسه، بیش از آن‌که دفاعی باشد، تلاشی برای قرار دادن بحث در چارچوب حرفه‌ای و بین‌المللی است.

بحث دیگر، به تعریف «مخاطب» بازمی‌گردد؛ همان عدد ۷۰ درصدی که محل مناقشه شده است. شاکری‌نژاد یک‌بار دیگر توضیح داد که مؤسسات معتبر جهانی، استانداردهایی مشخص برای تعریف مخاطب دارند. برای مثال، آفکام در بریتانیا، کسی را مخاطب تلویزیون می‌داند که دست‌کم ۱۵ دقیقه در هفته تماشاگر باشد. مرکز تحقیقات صداوسیما اما معیار سختگیرانه‌تری را انتخاب کرده و ۱۵ دقیقه تماشای روزانه را ملاک قرار داده است. افزون بر این، قرمول مشخصی برای محاسبه میزان مخاطب وجود دارد که در آن، از افراد پرسیده می‌شود در شبانه‌روز چند دقیقه برنامه‌های صداوسیما را می‌بینند. این شفاف‌سازی، دست‌کم نشان می‌دهد عددها از دل پرسش‌های مشخص بیرون می‌آیند، نه از حدس و گمان.

حتی پای بودجه صداوسیما هم به این بحث‌ها باز شد. شاکری‌نژاد با مقایسه‌ای قابل تأمل، به بودجه بی‌بی‌سی اشاره کرد که بخش عمده آن از مردم تأمین می‌شود و رقمی بالای هزار میلیارد تومان دارد. در حالی که بودجه سال آینده رسانه‌ملی ایران ۳۵ هزار میلیارد تومان برای ۱۶۰ شبکه رادیویی و تلویزیونی است؛ بودجه‌ای که حدود ۹۰ درصد آن صرف حقوق و دستمزد می‌شود. این مقایسه، بیش از آن‌که توجیه‌گر باشد، ابعاد پیچیده اداره یک رسانه‌ملی گسترده را نشان می‌دهد.

بحث برود کست و بروبندبند، یا همان رقابت تلویزیون سنتی با قضای مجازی، یکی دیگر از محورهای جدی این نشست بود. شاکری‌نژاد با استناد به آمارهای مؤسسات معتبر جهانی گفت که کاهش مخاطب تلویزیون، پدیده‌ای جهانی است. حتی در آمریکا، برنامه‌هایی که بیش از ۱۰ درصد مخاطب داشته باشند، به‌ندرت دیده می‌شوند. بخشی از این افت، نتیجه رقابت شدید قضای مجازی با تلویزیون است. با این حال وقتی این آمار در کنار عدد ۶۵/۷ درصد مخاطب تلویزیون ایران قرار می‌گیرد، تصویر متفاوتی به‌وجود می‌آید؛ تصویری که نشان می‌دهد با وجود همه فشارها و تغییرات رسانه‌ای، میانگین مخاطب صداوسیما هنوز از بسیاری از تلویزیون‌های جهان بالاتر است.

او همچنین به روند تاریخی مخاطب اشاره کرد؛ به سال‌های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ میزان مخاطبان به ۸۸ درصد رسیده بود و سال ۱۳۹۴ که روند کاهشی آغاز شد، روندی که تا ۱۴۰۲ ادامه داشت و همسو با جریان جهانی بود. نکته کلیدی اما اینجاست که به گفته شاکری‌نژاد، از سال ۱۴۰۳ این روند متوقف شده و نشانه‌های تثبیت و حتی بازگشت مخاطب دیده می‌شود.

نکته جالب‌توجه دیگر، اشاره به مخاطبان خردسال، کودک و نوجوان بود؛ گروهی که معمولا در بحث‌های رسانه‌ای کمتر به آنها پرداخته می‌شود. شاکری‌نژاد اعلام کرد که میزان مخاطب در این گروه سنی، نزدیک به ۸۰ درصد است؛ عددی که اگر درست تحلیل شود، می‌تواند آینده رسانه‌ملی را روشن‌تر نشان دهد.

آنچه از این نشست بر جای ماند، نه فقط مجموعه‌ای از عدد و نمودار بلکه یک مواجهه مستقیم و بی‌واسطه با خبرنگاران بود. شاکری‌نژاد با سابقه دانشگاهی و آشنایی با قضای پرسش و پاسخ، به سؤالات بدون طعنه و کنایه پاسخ داد. چیزی را ناگفته نگذاشت و تلاش کرد ابهامی بی‌پاسخ نماند. دست‌کم در میان خبرنگاران حاضر، این احساس شکل گرفت که با روایتی شفاف و مستدل روبه‌رو هستند؛ روایتی که شاید همه را قانع نکند؛ اما نمی‌توان آن را نشنیده گرفت.

در جمع‌بندی، این روایت، می‌توان گفت آنچه امروز بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد، نه دعوا بر سر عددها بلکه پذیرش منطق عدد و روش است. نظرسنجی، اگر بر پایه استانداردهای علمی و شفاف انجام شود، نه ابزار تبلیغاتی است و نه عصای معجزه؛ بلکه چراغی است برای تصمیم‌گیری. آنچه شاکری‌نژاد و مرکز تحقیقات صداوسیما بر آن تأکید کردند، دقیقا همین جایگاه است: آمار برای فهم واقعیت، نه پنهان‌سازی آن.

واقعیت این است که رسانه‌ملی، مانند همه تلویزیون‌های جهان، در میانه یک گذار تاریخی قرار دارد؛ گذاری از انحصار برود کست به رقابت سنگین با برودبند و قضای مجازی. در چنین شرایطی، حفظ مخاطب خود یک موفقیت است و متوقف کردن روند ریزش، دستاوردی قابل توجه محسوب می‌شود. وقتی این توقف، با نشانه‌هایی از بازگشت مخاطب همراه می‌شود، دیگر نمی‌توان آن را صرفا حاصل «بازی با اعداد» دانست؛ بلکه باید آن را نتیجه تغییر سیاست‌ها و توجه به تائفه مخاطب تلقی کرد.

از سوی دیگر، احترام به خاطره جمعی، بازگرداندن برندهای موفق تلویزیونی و میدان دادن دوباره به چهره‌هایی که با مردم پیوند عاطفی دارند، نشان می‌دهد تحول الزاما به معنای بریدن از گذشته نیست. اتفاقا تجربه اخیر صداوسیما نشان می‌دهد پیوند هوشمندانه گذشته و حال، می‌تواند پلی برای عبور از بحران مخاطب باشد. این همان مسیری است که امروز در قالب فصل دوم‌سازی، احیای سریال‌های محبوب و تنوع ژانرها در حال طی شدن است.

درنهایت، اگر نقدی قرار است به صداوسیما وارد شود، این نقد زمانی اثرگذار خواهد بود که بر پایه گفت‌وگو، داده و حضور در میدان باشد؛ نه بر اساس پیش‌قرض‌ها و تصویرسازی‌های ذهنی. نشست اخیر مرکز تحقیقات، دست‌کم یک پیام روشن داشت: درهای گفت‌وگو باز است و آمار، قابل توضیح و دفاع. شاید وقت آن رسیده باشد که به‌جای ترسایش رسانه‌ملی با هجمه‌های تکراری، نقد را به ابزاری برای اصلاح و پیشرفت تبدیل کنیم؛ مسیری که هم به نفع رسانه است و هم به سود مخاطب.

برش

گسترش وابستگی سالمندان و بازنشستگان به اینترنت و فضای مجازی

«همیشه از مادرم می‌خواهم گوشی را کنار بگذارد، هر بار که او را می‌بینم فقط مشغول اسکرول کردن‌های بی‌هدف است. او کاملا تمرکزش را از دست داده است.»

به گزارش پیام آشنا به نقل از اقتصاد نیوز، درحالی که در گذشته عمده نگرانی‌ها معطوف به استفاده بیش از حد کودکان از فضای مجازی و اینترنت بود، اکنون معادله تغییر کرده است. در حقیقت، امروز این فرزندان هستند که نگران اعتیاد والدین خود به شبکه‌های اجتماعی مجازی، به خصوص درایام بازنشستگی هستند. مطالعات نشان می‌دهد که بزرگسالان مسن زمان بیشتری را در فضای آنلاین سپری می‌کنند.

بعضی سالمندان در چرخه‌ای معیوب از اسکرول کردن بیش از حد گیر کرده‌اند و محتوای بی‌کیفیت مصرف می‌کنند. برخی نیز محتوای ضد مهاجرت، تئوری‌های توطئه و پارانوئید نسبت به کارآمدی رشته پزشکی نگاه می‌کنند.

مرکز تحقیقات پیو در سال ۲۰۱۹ گزارش کرد که افراد بالای ۶۰ سال، بیش از نیمی از اوقات فراغت روزانه خود، یعنی حدود ۴ ساعت و ۱۶ دقیقه را مشغول صفحه‌نمایش می‌گذرانند.

نگرانی‌ها رو به افزایش است

معمولا نگرانی‌ها درباره استفاده از صفحه‌نمایش، بر کودکان متمرکز است، اما این مشکل در سمت دیگر طیف سنی هم وجود دارد؛ یعنی به جای دوران کودکی مبتنی بر تلفن، بازنشستگی مبتنی بر گوشی هوشمند فراگیر شده است.

در سال‌های اخیر، گزارشات مشابهی مبتنی بر نگرانی بزرگسالان در مورد اعتیاد والدین خود به گوشی و اینترنت، در شبکه‌های اجتماعی دیده شده است. این نگرانی‌ها شباهت زیادی به دغدغه‌هایی دارد که روزی والدین درباره کودکان خود داشتند؛ نگرانی‌هایی که عمده آن‌ها تأثیر و تغییر رفتار به‌خاطر اعتیاد به دستگاه‌های هوشمند بود.

در سال گذشته، افراد زیادی نگرانی‌های خود را با من به اشتراک گذاشته‌اند:

«همیشه از مادرم می‌خواهم گوشی را کنار بگذارد، هر بار که او را می‌بینم فقط مشغول اسکرول کردن‌های بی‌هدف است. او کاملا تمرکزش را از دست داده است.»

یکی دیگر از دوستانم گفت: «مادرم درحالی ساعت‌ها با گوشی کندی کراش بازی می‌کند که نوه‌ها برای یک لحظه حضور روی پای او، با یکدیگر رقابت می‌کنند.»

فرد دیگری گفت: «وقتی به والدیتم سر می‌زنم، دو تلویزیون همزمان در خانه روشن است و همه با آی‌پد و گوشی مشغول هستند.»

برخی والدین حتی گرفتار کلاهبرداری‌های اینترنتی شده‌اند: «هر بار که به خانه می‌روم باید آیفون پدرم را بردارم و اشتراک‌های جعلی و ویروسی را که نصب کرده لغو کنم.»

یکی دیگر از دوستانم گفت که والدیتش زمان زیادی را در اینستاگرام صرف می‌کنند و به طور تصادفی ویدئوهای نامناسب را بازنشر می‌کنند. آن‌ها خود را با محتوای بی‌هدف و غیرمفید سرگرم می‌کنند.

محققان پیشنهاد می‌کنند که عادات آنلایتی که برای جوان‌ترها نگران‌کننده است، برای سالمندان باید به صورت متفاوتی ارزیابی شود.

اشاره

معدل ۸ دانش‌آموزان چطور جبران می‌شود؟

سال گذشته میانگین نمرات امتحانات نهایی دانش‌آموزان پایه‌های یازدهم و دوازدهم به‌ترتیب در رشته‌های انسانی، ریاضی و تجربی ۸، ۱۰ و ۱۱ اعلام شد؛ آماری که نگرانی‌هایی جدی درباره وضعیت تحصیلی دانش‌آموزان در پی داشته است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایران، آموزش و پرورش برای جبران افت معدل در امتحانات نهایی، برنامه جدیدی راه‌اندازی کرده است.

ابراهیم رفیعی، مدیر کل دفتر آموزش دوره دوم متوسطه نظری وزارت آموزش و پرورش درباره راهکارهای این وزارتخانه برای جبران کاهش معدل‌ها و بهبود کیفیت آموزش می‌گوید: «ما چند برنامه مهم در راستای افزایش کیفیت آموزش کشور پیگیری می‌کنیم؛ یکی از این طرح‌های مهم ما انطباق روش معلمان با روش سنجش بر اساس امتحانات نهایی است. یعنی معلمان ما باید به گونه‌ای به دانش‌آموزان آموزش بدهند که متناسب با سؤالات امتحان نهایی باشد. ممکن است برخی از معلمان در این زمینه اطلاع دقیقی نداشته باشند، به همین دلیل ضرورت دیدیم برای همه معلمان دوره‌های آموزشی برگزار کنیم تا آموزش‌های حین سال تحصیلی را متناسب با سطح امتحانات نهایی اجرا کنند. این دوره‌ها با عنوان «سفر یادگیری» است که امتحانات نهایی را برای دانش‌آموزان ساده‌تر می‌کند. سفر یادگیری مخفف (سنجش فناوری‌های نوین یادگیری است)، سواد سنجش برای معلمان دبیرستان دوره متوسطه یا دبیران مدارس خیلی اهمیت دارد».

اقدام بعدی که آموزش و پرورش برای افزایش رشد معدل انجام می‌دهد، برگزاری شبه آزمون‌های نهایی است. رفیعی در اینباره می‌گوید: «برنامه‌هایی در نظر گرفته‌ایم تا دانش‌آموزان در مدرسه برای مواجهه با امتحانات نهایی آمادگی بیشتری پیدا کنند. هدف این است که دانش‌آموزان بیش از شرکت در امتحان اصلی، با شیوه و ساختار آن آشنا شوند و شرایط آزمون برایشان غافلگیرکننده نباشد. این مشکل به‌ویژه در مدارس مناطق محروم کشور بیشتر دیده شده؛ جایی که بسیاری از دانش‌آموزان در زمان برگزاری امتحان نهایی، برای نخستین بار با چنین شکل و سطحی از آزمون روبه‌رو می‌شوند. در حال حاضر تلاش ما این است که این وضعیت دیگر تکرار نشود و همه دانش‌آموزان، حتی در مناطق محروم، پیش از امتحان نهایی با شیوه این آزمون‌ها آشنا شوند».

او درباره تجربه برگزاری شبه آزمون‌ها در مدارس می‌گوید: «در سال‌های گذشته، برخی از استان‌ها امتحانات تمدیدی از دروس را به‌صورت «شبه‌نهایی» برگزار می‌کردند؛ اقدامی که میان فرهنگیان مخالفان و موافقان زیادی داشت. اما امسال بیشتر استان‌ها برنامه‌ای با محور «ارتقای کیفیت آموزش» اجرا کرده‌اند. بر اساس این برنامه، چند «آزمون نمونه» در مدارس برگزار می‌شود تا دانش‌آموزان ضمن کاهش اضطراب، با نوع و سطح سؤالات امتحانات نهایی آشنا شوند و آمادگی لازم برای شرکت در آزمون اصلی را به‌دست آورند».

او درباره تدابیر آموزش و پرورش برای تعطیلی مقاطع متوسطه دوم در شرایط خاص مانند آلودگی هوا می‌گوید: «باید نظم و انضباطی در زمان آموزش مدارس ایجاد شود تا ساعات آموزش به‌طور مؤثر مدیریت شوند و دانش‌آموزان فرصت یادگیری بیشتری داشته باشند. در برخی استان‌ها، از جمله خراسان و خوزستان، تعطیلات ناشی از آلودگی هوا، برودت زمستانی یا شیوع آنفلوانزا موجب شد علاوه بر مقاطع ابتدایی، دوره متوسطه نیز مدتی تعطیل شود. نتیجه این وضعیت این بود که دانش‌آموزان متوسطه دوم، به‌ویژه دو پایه‌ای که امتحانات‌شان امسال به‌صورت نهایی برگزار می‌شود، بخشی از زمان آموزشی خود را از دست بدهند. اما اجرای برنامه‌های جدید نشان می‌دهد که امسال می‌توانیم شاهد حرکتی مثبت و روبه جلو در مسیر ارتقای کیفیت آموزش باشیم. امتحانات نهایی از اهمیت بالایی برخوردار هستند و نمی‌توان از زمان آموزش برای محصلانی که در پایه یازدهم و دوازدهم هستند، کم کرد».

مدیر کل دفتر آموزش دوره دوم متوسطه نظری وزارت آموزش و پرورش درباره شروع این طرح می‌گوید: «اجرای این طرح را تقریباً از میانه سال تحصیلی گذشته آغاز کردیم و برنامه «سفر یادگیری» به تمامی استان‌ها ابلاغ شده است. هر درس دارای دبیرخانه مجزای خود و گروه‌های آموزشی کشوری است. به همین دلیل آموزش‌های تخصصی به‌ویژه برای سرگروه‌های درسی کشوری، از تابستان شروع شد. تقریباً در ماه مهر، اکثر استان‌ها دوره‌های آموزشی استانی و کشوری را برگزار کردند. در حال حاضر در فاز دوم طرح «سفر یادگیری» قرار داریم که تمرکز آن بر نفوذ و اجرای طرح در سطح مدرسه است. استان‌هایی مانند تهران و البرز فاز دوم را شروع کرده‌اند. همچنین، به هر یک از استان‌ها این آزادی عمل را دادیم تا بر اساس توانمندی‌ها و ظرفیت‌های محلی خود اقدامات لازم را انجام بدهند. به‌نظر می‌رسد، تحلیل نمرات دانش‌آموزان بعد از امتحانات نوبت اول در اختیار مدارس قرار بگیرد، چون با تحلیل این نمرات، ما می‌توانیم برای طرح مذکور برنامه‌ریزی دقیق‌تری کنیم».

طبق اعلام سازمان سنجش آموزش کشور ممکن است در سال‌های آینده پایه دهم نیز با امتحان نهایی برگزار شود. رفیعی در پاسخ به این سؤال که طبق این مصوبه چه برنامه‌ای برای پایه دهم در نظر گرفته شده، می‌گوید: «مصوبه‌ای که تکلیف می‌کند چه درس‌هایی نهایی است و چه درس‌هایی نهایی نیست در اختیار شورای عالی انقلاب فرهنگی است. امسال نیز پایه دهم هیچ امتحان نهایی نداشته و فقط پایه دوازدهم و تعدادی از دروس پایه یازدهم در سطح نهایی و به شکل تأثیر قطعی خواهد بود».