

- [برای هدایت به صفحه راهکارهای مؤثر برای موفقیت در المپیاد: از برنامه‌ریزی تا مدیریت زمان بر روی این متن کلیک کنید](#)

- [برای هدایت به صفحه امتیاز و تسهیلات کسب مدال در المپیادهای علمی دانش آموزی چیست؟ بر روی این متن کلیک کنید](#)

- [برای هدایت به صفحه نمره کف قبولی المپیاد چیست؟ بر روی این متن کلیک کنید](#)

سایر مطالب مرتبط:

- [منابع و مراجع المپیاد سواد رسانه‌ای](#)
- [آزمون‌های آنلاین مرحله اول المپیاد سواد رسانه‌ای](#)



باسمه تعالی
جمهوری اسلامی ایران
وزارت آموزش و پرورش
باشگاه دانش پژوهان جوان

مبارزه علمی برای جوانان، زنده کردن روح جست و جو و کشف واقعیت هاست. «امام خمینی (ره)»

دفترچه سؤالات مرحله اول سال ۱۴۰۳

نهمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

مدت آزمون	تعداد سؤالات
۱۸۰ دقیقه	۵۰ سؤال

نام:	نام خانوادگی:	شماره سندلی:
------	---------------	--------------

استفاده از هر نوع ماشین حساب ممنوع است.

توضیحات مهم

- ۱- بلافاصله پس از آغاز آزمون، تعداد سؤالات داخل دفترچه و همه برگه‌های دفترچه سؤالات را بررسی نمایید، در صورت هرگونه نقصی در دفترچه، در اسرع وقت مسئول جلسه را مطلع کنید.
- ۲- یک برگ پاسخ‌برگ در اختیار شما قرار گرفته که مشخصات شما بر روی آن نوشته شده است. در صورت نادرست بودن آن، در اسرع وقت مسئول جلسه را مطلع کنید. ضمناً مشخصات خواسته شده در پایین پاسخ‌برگ را با مداد مشکی بنویسید.
- ۳- برگه پاسخ‌برگ را دستگاه تصحیح می‌کند، پس آن را تا نکنید و تمیز نگه دارید و به علاوه، پاسخ هر پرسش را با مداد مشکی نرم در محل مربوط علامت بزنید. لطفاً خانه مورد نظر را کاملاً سیاه کنید.
- ۴- دفترچه سوال باید همراه پاسخ‌برگ تحویل داده شود.
- ۵- پاسخ درست به هر سوال ۳ نمره مثبت و پاسخ نادرست ۱ نمره منفی دارد.
- ۶- شرکت‌کنندگان در دوره تابستانی از بین دانش‌آموزان پایه دهم و یازدهم انتخاب می‌شوند.

کلیه حقوق این سؤالات برای باشگاه دانش پژوهان جوان محفوظ است.
آدرس سایت اینترنتی: ysc.medu.gov.ir

نوجوان عزیز سلام!

ورود به دنیای تلاش برای مواجهه هوشمندانه و خلاقانه در مواجهه به رسانه‌ها را به تو تبریک می‌گوییم! چه به مرحله دوم المپیاد سواد رسانه‌ای راه پیدا کنی چه نه تا همین جا قدر تلاش تو را می‌دانیم و امیدواریم این آزمون در کنار سنجش دانش تو، بهانه‌ای باشد برای یادگیری هرچه بیشتر انتخاب هوشمندانه در عصر رسانه‌های نوین. فقط یک نکته مهم! ۲۰ سؤال ابتدایی آزمون به صورت «تک سؤال» و از سؤال ۲۱ به بعد به صورت «بسته سؤال» ارائه شده‌اند. یعنی از سؤال ۲۱ به بعد به ازای هر متن باید ۲ سؤال یا بیشتر را پاسخ بدهید. با توجه به اینکه سؤالات بسته‌ای و متن‌هایشان زمان‌گیرتر هستند، به شما توصیه می‌کنیم در مدیریت زمان حداکثر دقت را داشته باشید. بی‌صبرانه منتظر دیدن شما در مراحل بعدی آزمون هستیم.

۱. با ظهور هوش مصنوعی، نگرانی‌ها از بابت انتشار بیش از پیش اخبار جعلی و فیک نیوزها شدت گرفته است. به همین علت، گروهی از جوانان خوش فکر به این ایده رسیدند که با استفاده از هوش مصنوعی، اخبار جعلی را در رسانه‌ها تشخیص دهند. آن‌ها برای این کار، نیاز به الگوریتمی داشتند که ویژگی مشترک اخبار جعلی را استخراج کند. این الگوریتم به چهار ویژگی کلی در خصوص اخبار جعلی رسید که اگر یک پیام هم‌زمان واجد آن‌ها باشد، توسط این الگوریتم جعلیابی شناسایی می‌شود: بزرگ‌نمایی، دوقطبی‌سازی، احساسی کردن بحث، ایجاد هیاهو و شگفتی. با توجه به این چهار ویژگی، این الگوریتم، کدام یک از اخبار جعلی زیر را می‌تواند تشخیص دهد؟
 - ۱) انسولین از این پس برای تمامی مبتلایان به دیابت رایگان می‌شود.
 - ۲) در تصویری که از یکی از زندانیان زندان صیدنایا (در سوریه) منتشر شده است، مردی مشاهده می‌شود که از دیدن چهره یک انسان دیگر متعجب است؛ زیرا سال‌هاست کسی را ندیده و در سلولی به حال خود رها شده است.
 - ۳) سایت ویکی‌لیکس مدعی شد هیلاری کلینتون، نامزد انتخابات آمریکا، به داعش سلاح می‌فروخته و همچنان از داعش حمایت می‌کند.
 - ۴) در قانون عفاف و حجاب که حواشی زیادی را برانگیخته است، ذکر شده که اتباع (مهاجران) می‌توانند به زنان ایرانی تذکر حجاب دهند و قانون تماماً از آن‌ها حمایت خواهد کرد.

۲. صادق بیت سیاح، ملی‌پوش کشورمان، در جریان رقابت پرتاب نیزه پارالمپیک پاریس، با شکستن رکورد به مدال طلا دست یافت؛ اما به دلیل نحوه ابراز خوشحالی، سلب صلاحیت (دیسکالیفه) شد و مدال طلا از وی پس گرفته شد. وقتی بیت سیاح دست خود را زیر گردنش گذاشت، مسئولان برگزاری بازی از آن، برداشت «بریدن سر» کردند که طبعاً کنشی خشن و غیرانسانی است. لکن ملی‌پوش کشورمان در مصاحبه‌ای اظهار داشت این حرکت در بین خودشان، نماد شکستن رکورد است. این اتفاق نقش کدام یک از لایه‌های پیام را نشان می‌دهد؟
 - ۱) زیرمتن پیام
 - ۲) متن پیام
 - ۳) فرامتن پیام
 - ۴) بافت پیام

۳. هر یک از سه گزاره زیر، به ترتیب دارای بیشترین ارتباط با ارزش اخلاقی در فضای رسانه است؟

- تا زمانی که گفتاری را بر زبان نرانده‌ای آن کلام و گفتار در اختیار تو است؛ ولی زمانی که آن را اظهار کردی

از آن پس ضامن عواقب و پیامدهای آن خواهی بود (امام علی علیه‌السلام)

- ای اهل ایمان! اگر فاسقی خبری برایتان آورد، درباره آن بررسی و تحقیق کنید... (آیه ۶ سوره حجرات)

- هر شخصی حق دارد از انتشار یا پخش اطلاعاتی جلوگیری کند که به وسیله او تهیه شده ولی در جریان

آماده‌سازی آن برای انتشار، تغییر یافته است... (ماده ۳ قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات)

(۱) خودداری از تحریف پیام، توجه به پیامدهای تولید و انتشار پیام، توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام

(۲) توجه به پیامدهای تولید و انتشار پیام، توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام، خودداری از تحریف پیام

(۳) توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام، توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام، توجه به پیامدهای تولید و انتشار پیام

(۴) توجه به پیامدهای تولید و انتشار پیام، خودداری از تحریف پیام، توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام

۴. ارتباط کدام آیه با مفهوم سواد رسانه‌ای مقابل آن به درستی مشخص نشده است؟

(۱) ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اگر شخص فاسقی خبری برای شما بیاورد، درباره آن تحقیق کنید؛ مبدا به

گروهی از روی نادانی آسیب برسانید و از کرده خود پشیمان شوید! (حجرات/۶) - توجه به فرستنده پیام

(۲) و منافقان) چون امری به آنان برسد که باعث ایمنی یا ترس (مسلمین) است (و باید پنهان داشت). آن را

منتشر می‌سازند، در صورتی که اگر آن را به رسول و به صاحبان حکم که از خودشان هستند گزارش می‌دادند،

همانا آنان که اهل بصیرت‌اند در آن واقعه صلاح‌اندیشی می‌کردند. (نساء/۸۳) - حق امنیت روانی

(۳) و در این حال مردی مؤمن از دورترین نقاط شهر (مصر) شتابان آمد و گفت: ای موسی! مردان دربار فرعون در

کار تو شورا می‌کنند که تو را به قتل رسانند. به زودی از شهر بیرون گریز که من درباره تو بسیار مشفق و

مهربانم (قصص/۲۰) - ارزش خبری تازگی

(۴) البته (بعد از این) اگر منافقان و آنان که در دل‌هایشان مرض (و ناپاکی) است و هم آن‌ها که در مدینه (بر ضد

اسلام) تبلیغات سوء می‌کنند (و دل اهل ایمان را مضطرب و هراسان می‌سازند)، دست (از این زشتی و بدکاری)

نکشند، ما هم تو را بر (قتال) آن‌ها برمی‌انگیزیم (و بر جان و مال آنها مسلط گردانیم) که از آن پس، فقط مدت

کوتاهی در کنار تو (زنده) خواهند ماند. (احزاب/۶۰) - فن اربابه

۵. مطابق ماده ۱۶ قانون جرایم رایانه‌ای، «هر کس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی، فیلم یا صوت یا

تصویر دیگری را تغییر دهد یا تحریف کند و آن را منتشر یا با علم به تغییر یا تحریف منتشر کند،

به نحوی که عرفاً موجب هتک حیثیت او شود...»، به حبس یا جزای نقدی یا هر دو آنها به میزان مقرر در

ماده محکوم خواهد شد. با فرض وقوع جرم فوق، کدام ارزش اخلاقی رسانه‌ای نقض نشده است؟

(۱) پرهیز از هر گونه عمل خارج از چارچوب ارزش‌های دینی و انسانی

(۲) حفظ حریم خصوصی فرد و حرمت جامعه

(۳) توجه به حق مردم در دستیابی آزاد به اطلاعات

(۴) خودداری از تحریف پیام



۶. کدام یک از گزاره‌ها، ارتباط معنایی بیشتری با عکس روبرو دارد؟

- (۱) کثرت داده، فقر توجه را به دنبال دارد.
- (۲) مصرف بی حساب و کتاب داده‌ها، گرسنگی معنا را در پی دارد.
- (۳) فلینظر الانسان الی طعامه (بنابراین انسان باید به خوراک خود بنگرد)
- (۴) هیچ پیامی در شبکه‌های اجتماعی به صورت اتفاقی در برابر شما قرار نمی‌گیرد.

راهنمای تصویر: یک گوشی موبایل که سطح آن شبیه یک نان تست است درون یک بشقاب سفید

۷. کدام گزینه درباره‌ی جملات زیر که به ترتیب از امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری است؛ صحیح است؟

- «دستگاه رادیو تلویزیون چنان که من کراراً گفته‌ام، دستگاهی است که حساس‌ترین دستگاه‌های تبلیغاتی هر کشوری است که هم از طریق بصر و هم از طریق سمع از آن مردم استفاده می‌کنند و آن طوری که به رادیو و تلویزیون توجه می‌کنند مردم، به هیچ دستگاهی آن طور توجه نمی‌کنند.»
- «امروز اینترنت و ماهواره و وسایل ارتباطی بسیار متنوع وجود دارد و حرف، آسان به همه جای دنیا می‌رسد. میدان افکار مردم و مؤمنین، عرصه کارزار تفکرات گوناگون است.»
- (۱) وجه مشترکی ندارند؛ زیرا هم فرستنده پیام، هم گیرنده پیام و هم خود پیام و نیز زمان تولید آنها متفاوت است.
- (۲) رمزنگاری در محتوای پیام در هر دو جمله یکسان است؛ زیرا بادقت در رمزگان پیام متوجه می‌شویم هر دو معتقدند رسانه خطر بزرگی برای جامعه اسلامی است.
- (۳) بستر فرهنگی انتشار پیام مشابه در دو جمله بالا یکسان است؛ زیرا هر دو پیام برای مخاطبان ایرانی با زمینه اجتماعی یکسان تولید شده است.
- (۴) هدف فرستنده در دو جمله بالا یکسان است؛ زیرا مقصود هر دو جمله تأکید بر اهمیت و ظرفیت رسانه‌ها در اثرگذاری بر افکار عمومی است.

۸. جمله‌ی «هوش مصنوعی در محاسبات بسیار بهتر از انسان عمل می‌کند پس هوش مصنوعی از انسان بهتر است» شبیه کدام یک از استدلال‌های زیر نیست؟

- (۱) هوش مصنوعی ساخته‌ی انسان است پس انسان از هوش مصنوعی بهتر است.
- (۲) هوش مصنوعی مانند هوش انسانی ساخته شده پس هوش مصنوعی مانند انسان عمل می‌کند.
- (۳) هوش مصنوعی امکان ارتقای خود را دارد پس می‌تواند مدل‌های جدیدی از هوش را توسعه دهد.
- (۴) هوش مصنوعی به همه‌ی متون تولیدی انسان دسترسی دارد پس متن تولیدی هوش مصنوعی از متن تولیدی انسان بهتر است.

۹. کدام یک از گزینه‌ها، بند زیر را به بهترین شکل کامل می‌کند؟

بازی‌ها با سایر رسانه‌ها تفاوتی بنیادی دارند. بازی به فرد فرصت می‌دهد با تلاش خودش بر نتایج اثر بگذارد. جز در مواردی نادر، این موضوع درباره فیلم، رمان یا تلویزیون صادق نیست. خوانندگان یا بینندگان سایر رسانه‌ها داستان‌ها را به دقت دنبال می‌کنند، نسبت به داستان و تغییر و تحولات آن واکنش نشان می‌دهند، بدون اینکه بر چیزی که می‌بینند تأثیر خاصی بگذارند. در دنیای بازی، افراد این قدرت منحصر به فرد را دارند که رویدادها را کنترل کنند. به درستی می‌توان گفت: ...

۱) یک بازی (خوب) مجموعه‌ای است از انتخاب‌های جالب.

۲) یک بازی (خوب) از فیلم و رمان و تلویزیون بهتر است.

۳) یک بازی (خوب) یک رسانه منحصر به فرد است.

۴) یک بازی (خوب) رسانه‌ای تأثیرگذار است.

۱۰. «استیون موفات»، تهیه‌کننده و فیلمنامه‌نویس با دو جایزه «امی»، پنج جایزه «بفتا» و چهار جایزه

«هیوگو» به تولیدکنندگان هشدار می‌دهد که برای فیلمنامه‌نویسی از هوش مصنوعی استفاده نکنند. او

اعتقاد دارد هرچه بیشتر از هوش مصنوعی مولد استفاده شود، کیفیت خروجی آن در درازمدت کمتر

خواهد شد. او اظهار می‌دارد: «انسان‌ها به طرز شگفت‌انگیزی بی‌ارزش شده‌اند؛ ما هر روز نقش آن‌ها را از

بین می‌بریم». با توجه به موارد فوق، کدام جمله نادرست است؟

۱) موفات نگران محتوا و پیام تولید شده توسط هوش مصنوعی است؛ زیرا این محتواها، از سرهم‌بندی متون انسانی تولید می‌شوند و به مرور زمان تهی از ایده‌های جدید می‌شوند.

۲) موفات نسبت به ماشینی‌شدن جامعه و جایگزینی شیوه‌های تولید نگران است. در واقع او از نحوه تولید و فرستادن پیام‌ها شکایت دارد.

۳) دغدغه موفات، گیرندگان پیام‌هایی است که توسط هوش مصنوعی تولید می‌شوند؛ چون این گیرندگان، «انسان‌زدایی» شده‌اند.

۴) به نظر موفات، بستر انتقال پیام روی محتوا اثر می‌گذارد و به همین دلیل، هوش مصنوعی موجب کاهش کیفیت فیلم‌نامه‌ها می‌شود.

۱۱. مفهوم «غرقگی» (Flow) به حالتی روانی اشاره دارد که در آن فرد به طور کامل در یک فعالیت غوطه‌ور می‌شود. در این حالت، فرد حس عمیقی از تمرکز، انگیزش درونی، و لذت را تجربه می‌کند و از گذر زمان یا محیط پیرامون خود آگاه نیست. این وضعیت زمانی رخ می‌دهد که بین سطح مهارت فرد و میزان چالش موجود در فعالیت، تعادلی مطلوب برقرار باشد؛ به طوری که فعالیت نه بیش از حد سخت باشد که منجر به اضطراب شود و نه بیش از حد آسان که باعث خستگی یا بی‌حوصلگی گردد. با توجه به این تعریف، کدام یک از بازی‌های توضیح داده شده‌ی زیر امکان ایجاد حالت غرقگی را دارد؟

- ۱) شما در این بازی می‌توانید به گشت‌وگذار بپردازید و در یک جهان باز رانندگی کنید.
- ۲) شما در این بازی باید با گشت‌وگذار در محیط بازی، منابع مختلف را به دست بیاورید و مسیرهای مخفی را پیدا کنید.
- ۳) شما در این بازی باید با تکرار چندباره‌ی یک مرحله، منابع موردنیاز را تأمین کنید تا منابع شما به اندازه موردنیاز عبور از مرحله برسد.
- ۴) شما در این بازی باید با طی مراحل دقت خود در تیراندازی و اختفا را بالا ببرید تا نفرت بیشتری را بدون دیده‌شدن مورد هدف قرار دهید.

۱۲. متنی که پیش روی شماست، بخشی از مصاحبه‌ای با دکتر ملانی میچل، استاد روان‌شناسی است. «نگرانی‌هایی مبنی بر تأثیر نامحسوس سیستم‌های هوش مصنوعی، بر فرایند تصمیم‌گیری ما وجود دارد. ما برای راحتی بیشتر عاملیت‌مان را معامله می‌کنیم. مثلاً، من دوست دارم در ماشین برای جهت‌یابی از جی‌پی‌اس استفاده کنم. خیلی راحت است و اطمینان دارم که کار می‌کند. ولی نتیجه این می‌شود که من نقشه ذهنی درستی از مکان‌هایی که می‌روم ایجاد نمی‌کنم. این سیستم‌ها کارها را بسیار ساده می‌کنند، ولی این سادگی هزینه‌ای دارد که ما درست متوجه آن نیستیم. مثلاً اگر گوشی هوشمند داشته باشید، می‌توانید همه چیز را جست‌وجو کنید، عوض آنکه از دیگران بپرسید یا به دانشنامه‌ها مراجعه کنید. تفویض تصمیم‌گیری‌ها به الگوریتم‌های هوش مصنوعی آسیب‌هایی به ما رسانده و اکنون نتیجه آن را در اوضاع جاری جهان مشاهده می‌کنیم.»

کدام موقعیت، ارتباطی با ایده اصلی متن ندارد؟

- ۱) مریم در دیالوگ با هوش مصنوعی: انشایی با موضوع «علم بهتر است یا ثروت» بنویس. از لغات خلاقانه استفاده کن و طوری بنویس که معلم متوجه نشود هوش مصنوعی این انشا را نوشته است.
- ۲) مینا در کلاس سواد رسانه‌ای: «ما فکر می‌کنیم توی انتخاب‌هامون آزادی داریم، اما به نظر میاد هوش مصنوعی بیشتر از خودمون درباره خواسته‌هامون می‌دونه! مثلاً چرا تبلیغات توی وب، حول چیزی می‌چرخه که به بار دربارهاش جست‌وجو کردی؟!»
- ۳) گفت‌وگوی میلاد و فرهاد: «- نمی‌خوای زبانتو تقویت کنی؟ - چه لزومی داره این همه لغت رو حفظ کنی وقتی هوش مصنوعی همه چیز رو تشخیص میده و درجا برات ترجمه می‌کنه؟!»
- ۴) پیامک رضا با ناراحتی: «اصلاح خودکار (Autocorrect) صفحه کلید گوشیم خاموش بود و ایمیلی که به استاد زدم پر از غلطه! واقعاً یادم نبود سپاس‌گذار یا سپاس‌گزار؟! //»

۱۳. جملات زیر، تیتر اخباری است که خبرگزاری «اعتبار» در یک ماه اخیر در مورد مسائل سوریه منتشر کرده است:

- جولان جولانی - تروریست‌ها در حماه

- تعرض تروریست‌ها به سفارت ایران در دمشق - سقوط اسد، سقوط سوریه

اکنون خبرگزاری «اعتبار» قصد دارد تا خبر صفحه بعد را منتشر کند:

نتانیا هو که سه‌شنبه به منطقه جبل الشیخ در سوریه رفت به سران ارتش گرفته اسرائیل دست‌کم تا پایان سال ۲۰۲۵ در اراضی سوریه باقی می‌ماند. وزیر جنگ چند روز پیش گفته بود این ارتفاعات بعد از چند دهه تحت کنترل آن‌ها درآمده.

در بیانیه نخست‌وزیری رژیم صهیونیستی آمده «نتانیا هو آمادگی ارتش اسرائیل در میدان را مورد بررسی قرار داد.» در روزهای پس از سقوط حکومت اسد ارتش اسرائیل بیش از ۴۰۰ نقطه در سوریه را هدف قرار داده و طبق گزارش ناظران تقریباً تمام قدرت نظامی این کشور از بین رفته. جولانی دوشنبه در مصاحبه با یک رسانه انگلیسی گفته بود آن‌ها قصدی برای جنگ با اسرائیل ندارند.

باتوجه به مطالب بالا کدام گزینه تیتر بهتری برای خبر تشریح شده خبرگزاری اعتبار است؟

(۱) هیس! جنگی در کار نیست! (۲) سوریه در مسیر آرامش

(۳) پرچم سفید جولانی (۴) چشم‌اندازهای جدید در روابط

۱۴. در ارتباطات به اثری که برای نخستین بار بر ذهن مخاطب نقش می‌بندد، اثر تکیه‌گاهی می‌گویند. اثر تکیه‌گاهی مؤثرترین و بزرگ‌ترین شناخت را از یک واقعه در ذهن مخاطب رقم می‌زند و به راحتی قابل تغییر یا دست‌کاری نیست؛ یعنی اگر برساخت اثر تکیه‌گاهی در ذهن مخاطب اثر شکل بگیرد، می‌شود ادعا کرد که آن اثر به صورت درازمدت با آن فرد همراه است و اگر هم تغییر کند اثراتش را بر ذهن و روان فرد می‌گذارد. مهم‌ترین آثار تکیه‌گاهی ما در دوران کودکی مان اتفاق می‌افتد.

باتوجه به متن فوق درباره اثر تکیه‌گاهی، کدام یک از گزینه‌های زیر نمونه‌ای از استفاده از این مفهوم نیست؟

(۱) یکی از دلایل این که رسانه‌های خبری به دنبال اولین شدن در انتشار اخبار هستند این هست که اثر تکیه‌گاهی خود را درباره پدیده رخ داده در ذهن مخاطب بگذارند.

(۲) شایعات فضای مجازی، با این هدف که اثر تکیه‌گاهی خود را در ذهن مخاطبان بگذارند، تولید می‌شوند. تکذیب این شایعات این اثر را نمی‌تواند به کلی از بین ببرد.

(۳) در برنامه‌های تلویزیونی مخصوص کودکان، استفاده از خشونت ممنوع است؛ زیرا اثر تکیه‌گاهی مشاهده محتوای خشونت‌آمیز توسط آنان، می‌تواند بر رفتار آنان در بزرگسالی اثر بگذارد.

(۴) مهم‌ترین هدف برنامه‌های ترکیبی صبحگاهی تلویزیون این است که بتوانند در طول روز روی تحلیل‌ها و نگرش‌های مخاطبان خود در موضوعات مختلف اثر تکیه‌گاهی ایجاد کنند.

۱۵. باتوجه به سیاق نگارش متن، کدام گزینه، به منطقی ترین شکل ممکن، جای خالی در متن بالا را پر می کند؟
در زندگی روزمره، فراموشی های کوچک و مقطعی، باعث نگرانی می شوند. خیلی از ما آدم ها، در تعاملات روزمره خود، از واژه هایی مثل آلازایمر زودرس و فراموشی، در توصیف حال خودمان استفاده می کنیم. استفاده از این کلمات، اگرچه به شوخی بین ما رواج پیدا کرده است، اما در حقیقت می تواند ما را نگران هم بکند. غرق شدن در سبک زندگی جدید و استفاده بیش از حد از شبکه های اجتماعی و تکنولوژی های نوین ارتباطی،

(۱) راه حلی مناسب برای فراموش کردن نگرانی هایی از این نوع است

(۲) دلیل مهم بروز بیماری های مزمن عصر جدید است

(۳) به فراموشی هایی از این دست دامن می زند

(۴) چون شمشیری دودم است، ولی بیش از آن که مشکل آفرین باشد، برطرف کننده مشکلات بشر است

۱۶. سکوت به طور کلی به معنای عدم وجود هر نوع سر و صدایی است. اما در ارتباطات، سکوت به معنای فقدان گفتار است. فقدان گفتار به این معنی نیست که فرد با شخص دیگر ارتباط برقرار نمی کند بلکه سکوت نوعی ارتباط بسیار قدرتمند است. بسته به شرایط، معنای سکوت در هر موقعیتی متفاوت است. سکوت گاهی نشانه رضاست و گاهی پاسخ ابلهان! سکوت می تواند دارای و استراتژی موثری برای رشد فردی و ارتقای تفکر باشد. گاهی اوقات بهترین راه برای شنیده شدن سکوت است. افرادی که عجله دارند تا سکوت را با پیچ پیچ پر کنند، کمتر اهل تفکرند و به ابعاد گوناگون ماجرا کمتر توجه می کنند و احتمال وقوع خطا در قضاوت هایشان بیشتر است. سکوت همچنین می تواند از ما محافظت کند. در سخنی از امام علی می خوانیم: هیچ نگهبانی، حفظ کننده تر از خاموشی نیست.

کدام یک از ابیات زیر، با متن بالا قرابت معنایی کمتری دارد؟

(۱) کثرت و تفرقه در عالم گفتار بود / که جهانی همه یک تن شود از خاموشی

(۲) عاقلان را پیشه خاموشی بود / پیشه جاهل فراموشی بود

(۳) چو گفتار بیهوده بسیار گشت / سخنگوی در مردمان خوار گشت

(۴) ز دانش چو جان تو را مایه نیست / به از خامشی، هیچ پیرایه نیست

۱۷. در نظام های رده بندی سنی بازی های رایانه ای، متناسب با فرهنگ هر کشور، معیارهایی نظیر بازنمایی خشونت، نکات غیراخلاقی، ترس، اضطراب و ناامیدی، استعمال سیگار، مواد مخدر و مشروبات الکلی، نقض هنجارهای اجتماعی و نقض ارزش های دینی در ارزیابی محتوای بازی های رایانه ای مدنظر قرار می گیرند. مبنای کار نظام های رده بندی سنی بازی های رایانه ای بر اساس مبانی آموزه های سواد رسانه ای با کدام گزینه انطباق دارد؟

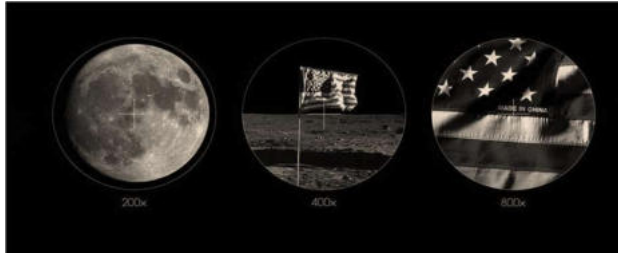
(۱) بررسی کیفیت و شدت تعارض میان ویژگی های متن و زیرمتن بازی ها با ارزش های فرامتنی مرتبط با استفاده از آنها.

(۲) بررسی کیفیت و شدت تعارض میان ویژگی های زیرمتن بازی ها با ارزش های فرامتنی مرتبط با استفاده از آنها.

(۳) بررسی کیفیت و شدت تعارض میان ویژگی های متن و فرامتن بازی ها با ارزش های زیرمتنی مرتبط با استفاده از آنها.

(۴) بررسی کیفیت و شدت تعارض میان ویژگی های متن بازی ها با ارزش های زیرمتنی مرتبط با استفاده از آنها.

۱۸. کدام گزینه فن اقناع به کار رفته در دو تبلیغ زیر را به درستی نشان می‌دهد؟



راهنمای تصویر: یک بنر تبلیغاتی برای شرکت اورپون است که جزو برند های مطرح تلسکوپ و ابزارهای ستاره شناسی است. و قدرت زوم ابزار خود را در سه تصویر در کنار هم نشان می‌دهد.



راهنمای تصویر: فردی در حال موج‌سواری به همراه شعار «خوشبختی در موج‌ها می‌آید»

- (۱) شدت، گرم و صمیمی
- (۲) ادعای آشکار، تداعی معانی
- (۳) شدت، نماد
- (۴) ادعای آشکار، حسن تعبیر

۱۹. کدام گزینه با عبارت "خواهی نشوی رسوا هم‌رنگ جماعت شو" بیانگر فن اقناع یکسانی هستند؟

- (۱) ای مفتخر به طالع مسعود خویشتن/ تاثیر اختران شما نیز بگذرد
- (۲) و در نیکوکاری و تقوا بایکدیگر همکاری کنید و در گناه و تعدی همکاری نکنید، از خدا بپرهیزید(مائده/ ۲)
- (۳) باهم به سوی باغ، دمام روان شویم/ که هر که تنها رود ز گل جدا ماند
- (۴) همه چیز را همگان دانند و همگان هنوز از مادر زاده نشده اند

۲۰. کدام گزینه ارزش خبری مشمول اخبار زیر را به درستی نشان می‌دهد؟

- کریستین رونالدو با امضای سنگین ترین قرارداد تاریخ فوتبال راهی النصر عربستان شد. او طی دو سال ۴۰۰ میلیون یورو دریافت خواهد کرد. یعنی بیش از ۱۸ هزار میلیارد تومان.
- شهر کرمان در سالگرد شهادت سردار قاسم سلیمانی تعطیل شد. این تعطیلی مختص شهر کرمان بوده و هیچ شهرستانی از استان مشمول این تعطیلی نمی باشد.
- تحقیقات جدید نشان می‌دهد که خنگی قابل سرایت است و می تواند از دوستانتان به شما سرایت کند.

- (۱) شهرت، مجاورت، دربرگیری
- (۲) فراوانی و مقدار، مجاورت، تازگی
- (۳) شهرت، استثنا، شگفتی
- (۴) فراوانی و مقدار، استثنا، مجاورت

خوب به انتهای بخش سؤالات تکی رسیدیم. تا به اینجای کار خسته نباشید! در ادامه ۳۰ سؤال در قالب بسته سؤالات در اختیار شماست که ما به ازای هر متن یا شرایط تشریح شده دو سؤال یا بیشتر از شما پرسیده شده است. متن‌های هر بسته را بخوانید و به سؤالات متناسب با آن پاسخ دهید. بسته سؤالات یا از لحاظ موضوعی و یا از لحاظ نحوه طراحی سؤال به هم وابسته هستند.

*** بسته سؤالات خود موازی ***

- AlterEgo، یکی از ابزارهای جدید هوش مصنوعی است که اولین بار توسط یکی از دانشجویان دانشگاه MIT، طراحی و ارزیابی شد. توضیحات زیر را که گزارشی درباره این دستیار هوش مصنوعی است بخوانید و به سؤالات ۲۱ و ۲۲ پاسخ دهید.

AlterEgo یک همدست پوشیدنی است که به کاربران امکان می‌دهد حتی بدون بر زبان آوردن حتی یک کلمه، با فناوری ارتباط برقرار کنند. پوشیدن این دستگاه مانند داشتن گوگل در سرتان است. به هر چیزی در اینترنت دسترسی دارید و می‌توانید به انواع سؤالاتی که در ذهن شما ایجاد می‌شود پاسخ دهید. شما فقط باید به چیزی فکر کنید و دستگاه برای شما در اینترنت جست‌وجو می‌کند و سپس پاسخ را از طریق ارتعاشات مجمله از طریق گوش داخلی شما به مغز شما برمی‌گرداند. پاسخ، صدایی شبیه به صدای درونی شخص است.

ایده‌ی AlterEgo این است که کل اینترنت در ذهن شما باشد. این سیستم، پتانسیل ادغام یکپارچه‌ی انسان‌ها و رایانه‌ها را دارد به طوری که محاسبات، اینترنت و هوش مصنوعی، به‌عنوان «خود موازی» وارد زندگی روزمره ما می‌شوند و توانایی‌های ما را تقویت می‌کنند. این دستگاه نشان می‌دهد چگونه رایانه‌ها به تدریج بخشی از ما می‌شوند؛ اما این سؤال را نیز ایجاد می‌کند که اگر افکار ما بتوانند به اینترنت دسترسی داشته باشند، آیا این امکان برای اینترنت وجود خواهد داشت که به مغز دسترسی پیدا کند؟

طبق گزارش CNBC، مشخص شد که AlterEgo دارای میانگین دقت ۹۲٪ است. در حال حاضر، AlterEgo قادر به حل مسائل ریاضی، بازی شطرنج و حتی کنترل رابط کاربری استریم Roku بوده است و پیش‌بینی می‌شود بتواند در آینده، گسترش پیدا کند و در حوزه‌های مختلف، اثرگذار باشد.

۲۱. کدام گزینه، پیش‌بینی درستی از همه‌گیری این فناوری در آینده ارائه نمی‌کند؟

(۱) «خود مجازی»، ما را کارآمدتر می‌کند؛ بنابراین «خود واقعی» ما آزاد است تا روی کارهای خلاقانه تمرکز کند. همچنین به ما امکان می‌دهد واقعیت‌های متعددی را تجربه کنیم و خطوط بین دنیای فیزیکی و دیجیتال را محو کنیم. البته احتمال نقض حریم شخصی و نیز نقض حقوق کاربران وجود دارد.

(۲) باوجود قابلیت‌های مختلف این ابزار، «خود مجازی»، تصور ما از معنای انسان بودن را به چالش می‌کشد و ممکن است در موقعیت‌هایی مثل تصمیم‌گیری، تفکر، خیال و عاطفه، نتوانیم عملکرد مستقلی را از خود بروز دهیم.

(۳) در عرصه‌ی آموزشی، «خود مجازی» تجربیات یادگیری شخصی شده و بر اساس تقاضای کاربر را فراهم می‌کند و سیستم آموزشی را بهبود می‌دهد. علاوه‌برآن، عدالت آموزشی (خصوصاً برای افراد دارای اختلالات گفتاری) گسترش می‌یابد. البته ممکن است کاهش تعامل چهره‌به‌چهره به علت وجود این ابزار، منجر به انزوای اجتماعی شود.

(۴) این فناوری، به لحاظ ارتباطی می‌تواند دنیای جدیدی از ارتباطات میان‌فردی را ایجاد کند که تا کنون نبوده است. ارتباط انسان‌ها محدود به «زبان» و «واژگان» نخواهد بود و دنیای صفر و یک‌ها تعیین می‌کند به چه زبانی باید با یکدیگر صحبت کنیم.

۲۲. فرض کنید شما وزیر آموزش و پرورش در سال ۱۴۳۰ هستید. با گسترش ابزارهایی نظیر AlterEgo، چه برنامه‌هایی در جهت تقویت مهارت‌های نوجوانان برای استفاده بهینه‌تر از این امکانات، حائز اولویت نیست؟
- ۱) برنامه‌هایی در راستای تقویت هوش ریاضی و حفظ فرمول‌های ریاضی به منظور جلوگیری از تنبلی ذهنی و افزایش خلاقیت.
 - ۲) برنامه‌هایی در راستای تقویت توانایی مدیریت سرریز اطلاعاتی و رژیم مصرف و استفاده هدفمند دانش آموزان.
 - ۳) برنامه‌هایی در راستای تقویت مهارت استفاده از سرگرمی‌های AlterEgo در راستای مدیریت اوقات فراغت.
 - ۴) برنامه‌هایی در راستای تقویت تمرکز در برابر حواس‌پرتی‌های مداوم دنیای دیجیتال در راستای بهره‌وری بالاتر و ذهن پویاتر.

*** بسته سؤالات یحیی السنوار ***

- متن زیر را بخوانید و به سؤالات ۲۳ تا ۲۵ پاسخ دهید.

پس از شهادت یحیی السنوار رهبر حماس (نیروهای مقاومت غزه)، روابط عمومی ارتش اسرائیل فیلمی از لحظات آخر پیش از شهادت او که با هلی‌شات ضبط شده بود، منتشر کرد. در این فیلم، یحیی السنوار درحالی که به شدت مجروح است بر روی مبلی در یک‌خانه نیمه‌ویران در شمال غزه نشسته است و با دیدن هلی‌شات، یک شیء را به سمت آن پرتاب می‌کند و بعدازاین اتفاق، تانک‌های اسرائیلی خانه را به طور کامل تخریب می‌کنند و یحیی السنوار به شهادت می‌رسد. انتشار این فیلم در فضای مجازی واکنش گسترده کاربران را به همراه داشت.

۲۳. کدام گزینه با توجه به لایه‌های پیام ویدئوی منتشر شده از لحظات آخر یحیی السنوار صحیح نیست؟

- ۱) دختر آمریکایی با توجه به فرامتن خود بعد از دیدن این فیلم، ویدئویی ضبط می‌کند که در آن یحیی السنوار را مردی شجاع خطاب کرده و آرزو دارد کاش می‌توانست او را از نزدیک ببیند.
- ۲) رسانه‌های اسرائیلی با توجه به زیرمتن، ویدئوهایی با موسیقی‌های حماسی منتشر کرده و با نمایش تصاویری از عملیات موفقیت‌آمیز به دام انداختن رهبر حماس، گزارش‌هایی را به صورت تکمیلی منتشر کردند.
- ۳) کاربری در توئیتر با تأکید بر متن پیامی که به او رسیده بود، نوشت: «مردم آمریکا این صحنه‌ها را فقط روی پرده سینما و در فیلم‌های ابرقهرمانی دیده بودند؛ اما مردم فلسطین همان فیلم‌ها را زندگی می‌کنند.»
- ۴) پس از انتشار این فیلم، کودکان زیادی در کشورهای مختلف دنیا، تحت تأثیر فرامتن پیام و به نشانه‌ی ادامه‌دادن راه السنوار، بر روی مبلی‌هایی مشابه مبلی السنوار نشسته و صحنه شهادت او را بازسازی کردند.

۲۴. به فاصله کمی از شهادت یحیی السنوار، در رسانه اورشلیم پست تصویری منتشر شد که ادعا می‌شد تصویر زن یحیی السنوار در یکی از تونل‌های زیرزمینی به همراه یک کیف ۳۲ هزار دلاری است. گرچه جعلی بودن این خبر خیلی زود از طرف خبرگزاری‌های مختلف اعلام شد؛ اما بحث‌های زیادی در فضای مجازی و رسانه‌ها به همراه داشت.

علیرضا معتقد است که انتشار این عکس، اشتباه بزرگی از طرف رسانه اسرائیلی بود؛ چراکه مردم را بیش از پیش نسبت به آن‌ها بدبین کرد. اما حمید فکر می‌کند رسانه اسرائیلی حتی با این وجود که می‌دانست خیلی زود جعلی بودن این تصویر مشخص می‌شود، موفق شد به هدف اصلی خود برسد و در واقع حواس مخاطب را از ماجرای اصلی، یعنی شهادت و شخصیت یحیی السنوار، منحرف کند. ارتباط کدام گزاره با نظر هر یک از این دو نفر به درستی مشخص نشده است؟

- ۱) رسانه‌ها به شما نمی‌گویند چگونه فکر کنید؛ بلکه می‌گویند به چه چیز فکر کنید. (مرتبط با نظر حمید)
- ۲) یک دروغ ممکن است دنیا را دور بزند و به جای اولش برگردد، اما در همین مدت، یک حقیقت هنوز دارد بند کفش‌های خود را می‌بندد تا حرکت کند. (مرتبط با نظر علیرضا)
- ۳) تازگی مهم‌ترین ارزش خبری است؛ همیشه تأثیری که اولین خبر بر ذهن افراد می‌گذارد، از بین نمی‌رود؛ حتی وقتی مشخص شود که جعلی بوده. (مرتبط با نظر حمید)
- ۴) اعتماد به تدریج می‌آید و یک‌جا می‌رود. (مرتبط با نظر علیرضا)

۲۵. دو تصویر زیر مربوط به پیش از شهادت یحیی السنوار و پس از آن است. تصویر اول توسط خبرگزاری‌های اسرائیلی منتشر شده و در آن به پنهان شدن وی در تونل‌های زیرزمینی اشاره کرده است. تصویر دوم مربوط به وسایل همراه سنوار بعد از شهادت است که توسط یکی از سربازان اسرائیلی منتشر شده است. کدام گزینه در خصوص بازنمایی هر یک از این تصاویر صحیح نیست؟

تصویر ۲: محتویات جیب‌های یحیی السنوار در حین شهادت



تصویر ۱: یحیی السنوار در تونل زیرزمینی



- ۱) تصویر اول سعی دارد یحیی السنوار را فردی ترسو بازنمایی کند که در تونل‌ها پناه گرفته است.
- ۲) در تصویر دوم نمادهای مذهبی مانند تسبیح و ادعیه، هویت دینی یحیی السنوار را بازنمایی می‌کند.
- ۳) تصویر اول نشان‌دهنده نفوذ رهبران حماس تا تونل‌های زیرزمینی و تسلط همه‌جانبه آن‌ها بر منطقه است.
- ۴) تصویر دوم با داشتن عناصری مانند عطر و آدامس نشان می‌دهد که علی‌رغم شرایط جنگی در غزه، زندگی همچنان در جریان است.

*****بسته سؤالات فستیوال عربستان*****

- عربستان سعودی در سال ۲۰۲۴ در پایتخت خود مراسمی با عنوان «موسم‌الریاض» برگزار کرد که حضور سلبریتی‌هایی نظیر جنیفر لوپز در آن، واکنش‌های زیادی را به همراه داشت. با توجه به این رویداد به سؤالات ۲۶ و ۲۷ پاسخ دهید.

۲۶. آن‌طور که در اهداف این جشنواره از سوی مسئولان عربستانی بیان شده، قرار است این جشنواره عربستان را در افق ۲۰۳۰ به یک مقصد تفریحی - گردشگری در مقیاس جهانی مبدل کند. کدام یک از مفاهیم زیر، به اهداف و تکنیک‌های رسانه‌ای مورداستفاده این جشنواره نزدیک‌تر است؟

- (۱) فن اقناع مقایسه
(۲) بازنمایی
(۳) دروازه‌بانی خبر
(۴) زندگی دوم

۲۷. پس از برگزاری کنسرت جنیفر لوپز، خواننده آمریکایی، در این جشنواره در ریاض، تصاویری منتشر شد که خواننده‌ای را بر روی استیجی مکعبی شکل و سیاه‌رنگ نشان می‌داد. کاربران، این تصویر را متعلق به جنیفر لوپز دانسته و اجرای او را نوعی توهین به نماد کعبه تلقی کردند. همچنین پوشش نامناسب و غیراسلامی حاضرین در این رویداد، نارضایتی مسلمانان زیادی را برانگیخت. البته که چندی بعد مشخص شد این تصویر متعلق به اجرای خواننده دیگری در شهر استکهلم سوئد بوده است. با توجه به توضیحات، کدام گزینه درباره اتفاق پیش‌آمده صحیح نیست؟

- (۱) بی‌توجهی برگزارکنندگان این رویداد به فرامتن مخاطبین مسلمان، سبب شد تا اخبار جعلی و همسو با جریان اعتراضی به این رویداد، راحت‌تر پذیرفته شود.
- (۲) پایین‌بودن سطح سواد رسانه‌ای مخاطبین و برخی خبرگزاری‌ها سبب شد تا بدون چک‌کردن منبع خبر و جزئیات ویدیو، محتوای آن را بازنشر کنند.
- (۳) تقارن زمانی اجرای این خواننده در عربستان و انتشار ویدئو، سبب شد تا در ذهن مخاطبین، ارتباطی میان نمادهای موجود در ویدئو و خانه کعبه شکل بگیرد.
- (۴) انتشار فیلم و اخبار جعلی در خصوص این اجرا سبب شد تا با جلب توجه مردم، میزان بازدید از ویدئوی این خواننده افزایش یابد و محبوبیت او بیشتر شود.

*****بسته سؤالات معلولیت در سینما*****

- یادداشت زیر با موضوع تصویر ارائه شده از معلولیت در سینما را مطالعه کنید و سپس با توجه به متن به سؤالات ۲۸ تا ۳۰ پاسخ دهید.

وقتی درباره تصاویر ارائه شده از معلولیت در سینما صحبت می‌کنیم، معمولاً با نمایشی مواجه هستیم که معلولیت به‌عنوان نشانه‌ای از ضعف یا ناتوانی معرفی می‌شود. شخصیت‌های معلول معمولاً به‌عنوان قربانیان شرایط اجتماعی یا افرادی وابسته و ناتوان به تصویر کشیده می‌شوند. در مقابل، برخی از فیلم‌ها تلاش کرده‌اند تا با نمایش شخصیت‌های معلول به‌عنوان افرادی قوی و مستقل، تصویری مثبت و الهام‌بخش از آن‌ها ارائه دهند.

اما مسئله مهمی که کمتر به آن پرداخته می‌شود، این است که چرا سینما هرگز تصویری واقع‌بینانه از معلولیت نشان نمی‌دهد. آیا وجود معلولیت ذهنی و جسمی به قدری افراد را متفاوت می‌کند که همیشه در حاشیه داستان‌ها قرار بگیرند، یا این تفاوت‌ها آن قدر قابل چشم‌پوشی است که فرایند زندگی عادی و حتی بهتر از دیگران پیش برود؟

فکر می‌کنم مخاطب فیلم‌هایی با موضوع معلولیت بعد از خروج از سالن سینما نه تنها درک بهتری نسبت به زندگی این افراد پیدا نمی‌کنند؛ بلکه حتی فاصله آن‌ها با اتفاقات جهان واقعی بیشتر نیز می‌شود. به نظرم وقت آن رسیده که اهالی سینما نقطه تعادل را در مسئله معلولیت پیدا کنند تا شاید شاهد آثاری باشیم که اندکی فضای ذهنی مخاطب به سمت واقعیت‌های معلولیت نزدیک کند.

۲۸. با توجه به مفاهیم کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای، کدام عنوان برای یادداشت بالا مناسب‌تر است؟

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| (۱) اخلاق در سینما | (۲) سینما از کلیشه تا واقعیت |
| (۳) بازی‌گردانان سینما | (۴) فرامتن‌های سینمایی |

۲۹. با توجه به متن کدام گزینه در مورد دیدگاه نویسنده نسبت به مسئله معلولیت نادرست است؟

- (۱) نویسنده معلولیت را موضوعی باارزش برای خلق آثار سینمایی می‌داند.
- (۲) نویسنده معلولیت را باعث ایجاد برخی از محدودیت‌ها می‌داند.
- (۳) نویسنده فکر می‌کند باید در آثار سینمایی بازنمایی مثبتی از مسئله معلولیت ارائه داد.
- (۴) نویسنده معتقد است معلولیت قابل چشم‌پوشی نیست.

۳۰. کدام یک از گزینه‌های زیر (با فرض صحیح بودن) کمک بیشتری به اثبات حرف نویسنده می‌کند؟

- (۱) با توجه به تعداد آثار موجود که در آن شخصیت اصلی دارای معلولیت است مشخص می‌شود که اهالی سینما به معلولیت توجه نمی‌کنند.
- (۲) ساخت فیلم‌هایی با شخصیت‌های معلول که موفقیت‌های بیشتری از باقی افراد کسب کرده‌اند نشان می‌دهد که سینما به سمت درستی حرکت کرده است.
- (۳) اکثر افراد هیچ فیلمی با موضوع معلولیت ندیده‌اند و به این دلیل با زندگی روزمره یک فرد معلول آشنا نیستند.
- (۴) اگر از مردم بخواهیم که یک روز از زندگی یک فرد معلول را توصیف کنند خیلی از آن‌ها موفق به انجام این کار نمی‌شوند.

*** بسته سؤالات هیپنوتیزم مجازی ***

- متن زیر که قسمتی از مقاله‌ی «پرسه‌زدن در اینترنت؛ چیزی فراتر از اعتیاد» است را بخوانید و به سؤالات ۳۱ تا ۳۳ پاسخ دهید.

مطمئنم که شما با حالت «هیپنوتیزم مجازی» آشنا هستید؛ شروع می‌کنید به کلیک کردن روی عکس‌های دوستانِ دوستانتان و بعد ناگهان متوجه می‌شوید که یک ساعت گذشته است. این کار به طرز عجیبی آرامش‌بخش است، ولی هم‌زمان از خودتان ناراضی هستید. وقتی طلسم نگاه کردن به عکس‌ها شکسته می‌شود، احساس می‌کنیم که فقط وقتمان را تلف کرده‌ایم. ولی وقتی مشغول نگاه کردن هستیم، درون این ماشین - که یک گیف متحرک از انسان‌هاست - اسیر می‌شویم؛ من، اصلاً نمی‌توانم دست بردارم!

یا شاید شبها قبل از خواب که در حال اسکرول کردن توییتها هستیم این اتفاق بیفتد. حتی روی پیوندها کلیک هم نمی‌کنم یا به دیگران جواب هم نمی‌دهم. فقط به سمت پایین اسکرول می‌کنم یا بدتر از این، فقط با شستم صفحه را پایین می‌کشم که مطالب جدید بارگیری شوند، بارگیری مجدد، بارگیری مجدد.

دنیاى تکنولوژى معمولاً برای اینکه بفهمد شما چقدر یک سرویس را دوست دارید به این نگاه می‌کند که چقدر زمان صرف آن می‌کنید. پس وقتی زمانی که صرف یک سرویس می‌کنید خیلی زیاد باشد لابد عاشق آن هستید.

چیکسنت‌میهای در مصاحبه‌ای در سال ۱۹۹۶ این حالت را این‌طور توصیف می‌کند: «کاملاً درگیر یک فعالیت شدن، بدون داشتن هرگونه هدف خارجی، 'خود' را از میان می‌برد. زمان ناپدید می‌شود و بسیاری از افراد، به جای اینکه احساس خودشکوفایی و خوشبختی کنند، احساس خالی شدن دارند و از زمانی که صرف کرده‌اند، ناراضی‌اند.»

۳۱. کدام یک از موقعیت‌های زیر، مصداق بند آخر متن بالا نیست؟

۱) بر اساس نظرسنجی شرکت داو در سال ۲۰۰۴ که نشان می‌داد تنها ۲ درصد از زنان خود را زیبا می‌دانند، کمپین

تبلیغاتی «real beauty» (زیبایی واقعی) توسط داو طراحی شد. هدف اجرای این کمپین، به چالش کشیدن کلیشه‌های زیبایی و تقویت دیدگاه‌های انتقادی درباره معیارهای زیبایی در شبکه‌های اجتماعی بود.

۲) اخیراً وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی اعلام کرده است پیامش‌ها نشان می‌دهد ۳۴ میلیون ایرانی گیمر هستند و میانگین سنی گیمرها ۲۳ سال است و از این عدد ۴ میلیون گیمر حرفه‌ای داریم که هفته‌ای بیش از ۲۱ ساعت بازی می‌کنند.

۳) رولف دوبلی از جمله مخالفان پیگیری اخبار، می‌گوید: اخبار را می‌توان مادر همه‌ی خطاهای شناختی دانست. از هزاران خبری که طی یک سال «مصرف» می‌کنید، موارد معدودی ممکن است بر روی تصمیم‌های شما تأثیر بگذارند. پیگیری اخبار، اعتیادآور است و مانع فکر کردن می‌شود.

۴) طبق آمار دانشگاه McMaster کانادا، ۲۰ درصد از مردم به طور منظم از اپلیکیشن‌های مدیریت مصرف فضای مجازی استفاده می‌کنند. این عدد در انگلستان در میان نوجوانان به ۳۸ درصد می‌رسد. این به این معنی است که بخش عمده‌ای از کاربران فضای مجازی مدیریتی بر ساعات مصرف خود ندارند.

۳۲. کدام یک از جملات زیر، بیشترین شباهت را به لحاظ معنایی با مفهوم کلی متن دارد؟

۱) امروز در مواجهه با بار اضافی اطلاعات به همان جایی رسیده‌ایم که ۲۰ سال پیش در رابطه با مصرف غذا با آن روبه‌رو شده بودیم. داریم متوجه می‌شویم که اطلاعات بیهوده تا چه حد می‌تواند خطرناک باشد و یاد می‌گیریم که اولین گام‌ها را به سمت نوعی رژیم اطلاعاتی برداریم.

۲) هر چه بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنیم، به مدارهای عصبی مورد استفاده برای تفکر عمیق، بی‌اعتنایی بیشتری می‌کنیم. آشفتگی بعد از هر کار عمیقی، دلیلش این نیست که مشغله‌ی بیشتری نسبت به گذشته داریم؛ بلکه دلیلش این است که «سیستم عصبی مغزهایمان را آموزش داده‌ایم تا به مزخرفات توجه کند».

۳) شبکه‌های اجتماعی، هر بار به وسوسه‌ای دامن می‌زنند: «هرطور شده از ملال و خستگی دوری کن و نسخه‌ی نمایی رویدادها را به نسخه‌ی واقعی‌شان ترجیح بده.» زندگی کردن در متاورس معنی‌اش این است که توقع داشته باشیم زندگی همان‌طوری پیش برود که در نمایشگرهایمان پیش می‌رود.

۴) ترستان هریس، منتقد حوزه فناوری معتقد است هر بار که یکی از اپلیکیشن‌های رسانه‌های اجتماعی را باز می‌کنید، «هزاران نفر آن سوی صفحه‌نمایش» هستند که پول می‌گیرند تا شما را آنجا نگه دارند. اما باید با خودمان روراست باشیم: ما، بیشتر وقت‌ها، به میل خودمان تن به حواس‌پرتی می‌دهیم.

۳۳. کدام یک از تصاویر، ارتباط کمتری با مفهوم هیپنوتیزم مجازی دارد؟



(۲)



(۱)



(۴)



(۳)

بسته سؤالات نظریه بازی‌ها در روزنامه‌نگاری

- متن زیر را در رابطه با نظریه بازی‌ها بخوانید، سپس با کمک قواعد مطرح شده به سؤالات ۳۴ تا ۳۶ پاسخ دهید.

نظریه بازی‌ها زیرمجموعه‌ای از علم ریاضیات است که می‌کوشد با استفاده از طراحی و تحلیل سناریو، رفتارها و نتایج تصمیم‌گیری موجوداتی که حق انتخاب دارند را در تعامل با یکدیگر پیش‌بینی کند. نظریه بازی‌ها می‌کوشد که با تحلیل قواعد و منابع موجود گزینه‌های قابل وقوع را بررسی کند. از نظریه بازی‌ها می‌توان برای کشف حالت بهینه در شرایط مختلف استفاده کرد.

محوریت نظریه بازی این است که نتیجه بازی یک بازیکن مشروط به استراتژی اجرا شده توسط بازیکن دیگر خواهد بود. نظریه بازی‌ها تلاش می‌کند تا رفتارهای حاکم بر یک موقعیت استراتژیک را مدل‌سازی کند. این موقعیت، زمانی به وجود می‌آید که موفقیت یک فرد وابسته به راهبردهایی باشد که دیگران انتخاب می‌کنند. هدف این دانش، پیدا کردن بهترین استراتژی برای بازیکنان است.

در نظریه بازی مفهومی به نام "تعادل نش" وجود دارد. تعادل نش یک مجموعه از انتخاب‌های بازیکنان یک بازی هست که هر تغییر در استراتژی توسط بازیکنان دیگر خروجی آن بازی را برای آنان بدتر خواهد کرد. در این تعادل دو طرف انتخابی نه‌چندان مناسب و کارا را نسبت به دیگری انجام می‌دهند. در این صورت اگر یکی از طرفین تصمیم بگیرد که به سمت انتخاب دیگری جز انتخاب مرتبط با تعادل نش حرکت کند نتیجه بدتری در انتظارش خواهد بود.

در واقع تعادل نش حالتی است که در آن هیچ یک از بازیکنان، با فرض این که سایر بازیکنان استراتژی‌های خود را ثابت نگه دارند نمی‌توانند با تغییر استراتژی خود، وضعیت بهتری برای خود به دست آورند. به عبارت دیگر، در این نقطه، هر بازیکن بهترین پاسخ به انتخاب‌های سایرین را اتخاذ کرده است.

دو روزنامه‌ی آفتاب و مهتاب وجود دارند. امروز اتفاق مهمی رخ داده است و حالا این دو روزنامه که با یکدیگر رقیب هستند باید تصمیم بگیرند که این خبر را فردا در صفحه اول خود قرار بدهند یا خیر؟

می‌دانیم:

- اگر هر دو روزنامه خبر این اتفاق را در صفحه اول چاپ کنند، همه‌ی مخاطبان روزنامه‌ها به این اتفاق توجه می‌کنند؛ اما مخاطبان این اتفاق را نزاعی بین دو روزنامه فهم می‌کنند و سه‌چهارم از مخاطبان روایت هیچ‌کدام از این دو روزنامه را نمی‌پذیرند، دیگر مخاطبان نیز به‌صورت مساوی روایت هر روزنامه را می‌پذیرند.

- اگر هر دو روزنامه خبر این اتفاق را در صفحه دوم چاپ کنند تنها یک‌چهارم از تمام مخاطبان روزنامه‌ها به این اتفاق توجه می‌کنند و از بین این جمعیت هر روزنامه به‌صورت مساوی می‌تواند باور مخاطب را با روایت خود از این اتفاق همراه کند.

- اگر یکی از روزنامه‌ها خبر این اتفاق را در صفحه اول کار کند و دیگری در صفحه دوم، یک‌سوم از تمام مخاطبان روزنامه‌ها به این اتفاق توجه می‌کنند که از بین این جمعیت روزنامه‌ای که در صفحه دوم خود به خبر پرداخته باتوجه به وجود امکان پرداخت بهتر در صفحه‌ی دوم، نسبت به روزنامه دیگر، جمعیت دوبرابری را با روایت خود از این اتفاق همراه ساخته است.

کیارش که کارمند خبرگزاری آفتاب است وظیفه دارد برای تحلیل بهتر شرایط از نظریه بازی‌ها کمک بگیرد. او برای این کار روزنامه‌ها را به‌عنوان بازیکنانی برای بازی خودش در نظر گرفته و جدول امتیازدهی را متناسب به سیاست‌های ابلاغی سردبیر روزنامه آفتاب تنظیم کرده است.

۳۴. اگر سیاست سردبیر نشریه آفتاب نسبت به این اتفاق آن باشد که تعداد بیشتری از مخاطبان روزنامه‌ها،

به این اتفاق توجه نمایند، کدام یک از گزینه‌های زیر وضعیت تعادل نش است؟

- ۱) پوشش خبر در صفحه اول روزنامه آفتاب و روزنامه مهتاب
- ۲) پوشش خبر در صفحه دوم روزنامه آفتاب و روزنامه مهتاب
- ۳) پوشش خبر در صفحه اول روزنامه آفتاب و صفحه دوم روزنامه مهتاب
- ۴) پوشش خبر در صفحه دوم روزنامه آفتاب و صفحه اول روزنامه مهتاب

۳۵. بعد از محاسبه تعادل نش توسط کیارش و پیشنهاد به سردبیر، سردبیر بیان داشت اگر روایت ما نتواند

قالب بشود، توجه مخاطبان چندان کارایی ندارد، این بار باتوجه به اولویت پذیرش روایت روزنامه آفتاب

نسبت به مهتاب، کدام یک از گزینه‌های زیر وضعیت تعادل نش جدید است؟

- ۱) پوشش خبر در صفحه اول روزنامه آفتاب و روزنامه مهتاب
- ۲) پوشش خبر در صفحه دوم روزنامه آفتاب و روزنامه مهتاب
- ۳) پوشش خبر در صفحه اول روزنامه آفتاب و صفحه دوم روزنامه مهتاب
- ۴) پوشش خبر در صفحه دوم روزنامه آفتاب و صفحه اول روزنامه مهتاب

۳۶. سردبیر نشریه آفتاب برای سومین بار به کیارش مراجعه کرده و به او می‌گوید، ما خبر موثق داریم که

اولویت روزنامه مهتاب، پذیرفته‌شدن روایت آنها از این اتفاق نسبت به روزنامه ما است. باتوجه به این

اطلاعات و لزوم مقابله نشریه آفتاب با آن، کدام یک از گزینه‌های زیر وضعیت تعادل نش جدید است؟

- ۱) پوشش خبر در صفحه اول روزنامه آفتاب و روزنامه مهتاب
- ۲) پوشش خبر در صفحه دوم روزنامه آفتاب و روزنامه مهتاب
- ۳) پوشش خبر در صفحه اول روزنامه آفتاب و صفحه دوم روزنامه مهتاب
- ۴) پوشش خبر در صفحه دوم روزنامه آفتاب و صفحه اول روزنامه مهتاب

*** بسته سؤالات نسل آپدیت و مرحله بعد***

- متن زیر را بخوانید و با توجه به آن به سؤالات ۳۷ تا ۴۰

بند ۱- وقتی یک تکنولوژی نوین ارتباطی وارد جامعه ما می‌شود، آدم‌ها رفتار یکسانی با آن ندارند. مردم در مواجهه با پدیده‌های نو، طیفی را تشکیل می‌دهند که موضوع مطالعه «پورت راجرز» در کتاب «اشاعه نوآوری» در سال ۱۹۶۲ بود. او در این نظریه افراد را در مواجهه با پدیده‌های نو به پنج دسته تقسیم کرد و بر اساس مطالعاتش درصدهایی را به آنان اختصاص داد:

- ۱) پیشروها (۲,۵ درصد از جامعه) که با خطرپذیری بالا به سرعت نوآوری‌ها را تجربه می‌کنند.
- ۲) زودپذیرندگان (۱۳,۵ درصد) که سریع و آگاهانه سازگار می‌شوند و دیرتر از پیشروها ولی زودتر از دیگران به سراغ تجربه پدیده‌های نو می‌روند و مصرف نوآوری را رهبری می‌کنند.
- ۳) اکثریت متقدم (۳۴ درصد) که اهل تفکر و دقت در پدیده‌های نو هستند و نه می‌خواهند رهبری اشاعه نوآوری را بر عهده بگیرند و نه می‌خواهند جزء متأخرین باشند.
- ۴) اکثریت متأخر (۳۴ درصد) که بسیار مردد و شکاک هستند و با افزایش فشارهای محیطی و اجتماعی و به ضرورت‌های اقتصادی و فرهنگی، با تأخیر بسیار به پدیده‌های نو روی می‌آورند.
- ۵) عقب‌ماندگان (۱۶ درصد): افراد سنتی که بر باورهای دیرین خود هستند و هیچ علاقه‌ای به تغییر در زندگی پیرامون خود ندارند و گاهی ممکن است هرگز به سراغ نوآوری‌ها نروند.

بند ۲- نوآورانه‌ترین پدیده‌ای که مردمان نسل راجرز تجربه کرده بودند، تلویزیون بود، آن روزها نه خبری از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بود و نه روند تحولات تکنولوژی‌های ارتباطی به این میزان رسیده بود. مردم برای دریافت خبر باید منتظر می‌ماندند تا صبح به صبح روزنامه‌ها منتشر شوند و یا اخبار تلویزیونی و رادیویی را در ساعات مشخصی از روز دنبال کنند. ساعاتی که این منابع خبری ساکت بودند، روند توزیع خبر نیز متوقف بود. گاهی اوقات یک خانواده ۳۰ سال از یک دستگاه رادیو، یخچال یا تلفن استفاده می‌کرد و نه خبری از نوگرایی در محصولات بود نه آدم‌ها چندان ضرورتی برای تغییر حس می‌کردند. نیمه‌عمر نظریه‌ها هم طولانی بود و گاهی یک دهه باید می‌گذشت تا نظری در مقابل نظرات یک اندیشمند وارد میدان شود.

بند ۳- اما ظهور تکنولوژی‌های نوین و به‌ویژه اقسام ارتباطی آن، انسان را وارد مرحله‌ای تازه کرده است. مرحله‌ای که هر برند تلفن همراه، در یک سال فقط در سری گوشی‌های جدیدش بیش از ۲۰ نوع تلفن همراه می‌زند و سال بعد سری جدید آنها را پیش روی طرفداران خود می‌گذارد و سری قبلی را از چرخه تولید خارج می‌کند. اپلیکیشن‌ها هر هفته نسخه‌های جدید می‌دهند و اگر آنها را update نکنی از بخش مهمی از ویژگی‌های آنها بی بهره‌ای. بازی‌های رایانه‌ای دائماً تو را وارد next level می‌کنند و به تو می‌آموزند که باید از مرحله فعلی به سمت مرحله بعدی فرار کرد. هر لحظه online هستی و اگر فقط ۲ ساعت اینترنت را چک نکنی نگرانی که از همه اتفاقات دنیا عقب بیفتی. وقتی هوادار یک سلبریتی می‌شوی با تحولات آن متحول می‌شوی و یک روز به فلان کانیدا رأی می‌دهی و فردا به او بدوبیراه می‌گویی.

بند ۴- در این میان ما هم تغییر کرده‌ایم؛ آن قدر روند تحولات سریع شده است که مقاومت نسل‌مان در مقابل نوآوری‌ها خیلی کمتر از نسل‌های قبل شده است. اگر نسل قبل گاهی اوقات کل زندگی‌اش در یک مرحله می‌گذشت، نسل ما گاهی هر روز وارد مرحله بعد می‌شود! اگر نسل قبل گاهی اوقات حتی «به سال رسانی» هم نمی‌شد، ما گاهی هر ساعت چندین بار «به روزرسانی» می‌شویم. اگر راجرز در روزگار ما زندگی می‌کرد و نسل update و next-level را می‌دید، مطمئناً در اعداد و درصدهایی که به پیشروان و عقب‌ماندگان نسبت می‌داد، تجدیدنظری اساسی می‌کرد.

۳۷. متن بالا، به کدام یک از عناصر مربوط به پنج‌گانه سواد رسانه‌ای اشاره ندارد؟

- (۱) پیام (۲) فرهنگ (۳) مخاطب (۴) قالب رسانه‌ای

۳۸. کدام یک از گزینه‌های زیر، عنوان مناسب‌تری برای متن بالا است؟

- (۱) گونه‌شناسی انسان‌ها در مواجهه با نوآوری
(۲) سیر تحول تکنولوژی در زمان
(۳) مقدمه‌ای بر نظریه «اشاعه نوآوری»
(۴) سیر تحول مواجهه انسان با نوآوری

۳۹. کدام گزینه درباره ارتباط بین بندهای متن بالا، نادرست است؟

- (۱) نویسنده در بند ۲، شرایط زمینه‌ای نظریه مطرح شده در بند ۱ را تشریح می‌کند.
(۲) نویسنده در بند ۳ با آوردن مثال‌های نقض، نظریه مطرح شده در بند ۱ را رد می‌کند.
(۳) نویسنده در بند ۴، شرایط تشریح شده در بندهای ۲ و ۳ را با هم مقایسه می‌کند.
(۴) نویسنده در بند ۴، ادعای جدیدی مطرح می‌کند و نظریه مطرح شده در بند ۱ را نیازمند به تصحیح می‌داند.

۴۰. کدام یک از گزینه‌های زیر دیدگاه نویسنده درباره نظریه راجرز را به درستی بیان می‌کند؟

- (۱) دسته‌بندی ارائه شده توسط اورت راجرز، در عصر حاضر معتبر نیست.
(۲) به دلیل کند بودن سیر تحول نوآوری، هم‌نسلان راجرز مقاومت کمتری در برابر پذیرش نوآوری داشته‌اند.
(۳) نسبت جمعیتی هر یک از دسته‌های مختلف ارائه شده توسط راجرز، در عصر حاضر معتبر نیست.
(۴) آخرین دسته پذیرندگان نوآوری (عقب‌ماندگان) در عصر حاضر، به کل حذف شده‌اند.

*** انگیزه مصرف رسانه‌ها ***

- متن زیر را بخوانید و به سؤالات ۴۱ و ۴۲ پاسخ دهید.

مواجهه با رسانه‌ها ممکن است ناشی از انگیزه‌های بسیار خاص (مانند تمایل به شنیدن جدیدترین موسیقی خواننده محبوبمان) تا انگیزه‌های بسیار کلی (مانند سرگرم‌شدن صرف) باشد.

پژوهش‌ها نشان داده است که مخاطبان برای مواجهه با تلویزیون دو انگیزه کلی دارند: انگیزه تشریفاتی و انگیزه ابزاری. انگیزه تشریفاتی مربوط به زمانی است که مواجهه با رسانه‌ها از روی عادت انجام می‌شود. در چنین حالتی رسانه، ابزار انتقال پیام، زمان و موقعیت همگی در کنترل عادت هستند. برای نمونه، فردی که هر روز هفته در ساعت ۱۱ صبح تلویزیون را روشن می‌کند و به تماشای برنامه موردعلاقه خود می‌نشیند، مشخصاً از سر عادت این کار را می‌کند. انگیزه ابزاری مربوط به زمانی است که مخاطب با هدفی مشخص و به طور آگاهانه، صرفاً برای استفاده از یک محتوای خاص از تلویزیون استفاده می‌کند و تلویزیون را تنها، ابزاری برای دستیابی به محتوای موردنظرش می‌داند.

کسب رضایت و خشنودی فوری، انگیزه مخاطبان در تقریباً هر نوع استفاده از رسانه‌ها است. مخاطبان محتوایی را انتخاب می‌کنند که نیازهای فوری آنان را برای لذت و خرسندی برآورده سازد. رسیدن به رضایت آنی مبنای تصمیم‌گیری مخاطبان رسانه‌های جمعی در انتخاب پیام‌ها و مصرف آنهاست، و بیشتر این فعالیت‌ها ناشیانه و از روی ناخودآگاه است.

۴۱. باتوجه به متن بالا، کدام یک از موارد زیر صحیح نیست؟

- ۱) استفاده از تلویزیون بانگیزه ابزاری، نوعی از اعتیاد به رسانه‌هاست که باید درمان شود.
- ۲) رژیم مصرف رسانه‌ای به ما در کنترل میزان استفاده تشریفاتی از رسانه‌ها کمک می‌کند.
- ۳) چرخه عادت سبب می‌شود تا مصرف‌کنندگان برای دریافت لذت بیشتر، زمان بیشتری صرف شبکه‌های اجتماعی کنند.
- ۴) انگیزه افراد برای استفاده از رسانه‌های جمعی تابعی از وضعیت خودآگاه و ناخودآگاه آنهاست.

۴۲. کدام گزینه درباره پیش‌فرض‌های نویسنده متن فوق، درست است؟

- ۱) از نظر نویسنده، علت استفاده افراد از رسانه‌ها، انگیزه‌های خاص است.
- ۲) نویسنده استفاده ابزاری را سودمندتر از استفاده تشریفاتی ارزیابی می‌کند.
- ۳) کسب رضایت و خشنودی فوری، از ویژگی‌های استفاده آگاهانه از رسانه‌هاست.
- ۴) از نظر نویسنده، استفاده تشریفاتی از رسانه‌ها به‌خاطر نداشتن سواد رسانه‌ای است.

***** بسته سؤالات اقتصاد رسانه *****

- متن زیر را بخوانید و به سؤالات ۴۳ تا ۴۶ پاسخ دهید.

بند ۱ - نظریه اقتصاد رسانه به این موضوع می‌پردازد که آنچه در رسانه‌ها منتشر می‌شود، به‌شدت به منابع مالی آن‌ها وابسته است. تأمین‌کنندگان مالی، اعم از سرمایه‌گذاران خصوصی، دولت‌ها یا تبلیغ‌کنندگان، نقش اصلی را در تعیین محتوای رسانه‌ها ایفا می‌کنند. در واقع، اهداف و منافع این تأمین‌کنندگان مشخص می‌کند که چه نوع مطالبی منتشر شود و چه موضوعاتی در دستور کار رسانه قرار گیرد. این نظریه بر این نکته تأکید دارد که رسانه‌ها به‌عنوان بنگاه‌های اقتصادی عمل می‌کنند و به همین دلیل منافع مالی و تبلیغاتی در اولویت قرار می‌گیرند.

بند ۲ - رسانه‌ها به دو روش عمده تأمین مالی می‌شوند. نوع اول، رسانه‌هایی هستند که از سوی دولت‌ها یا نهادهای خاص با اهداف مشخص تأمین مالی می‌شوند. این نوع رسانه‌ها معمولاً در راستای منافع سیاسی یا اجتماعی مشخصی فعالیت می‌کنند. نوع دوم، رسانه‌هایی هستند که از طریق مخاطبان و بازار تأمین مالی می‌شوند. این تأمین مالی یا از طریق دریافت آبونمان از مخاطبین است یا از طریق جذب تبلیغات که در واقع به میزان توجه مخاطبان وابسته است. هر دو نوع تأمین مالی بر محتوای رسانه تأثیر مستقیم دارند.

بند ۳ - بر اساس نظریه اقتصاد رسانه، رسانه‌هایی که از سوی دولت یا نهادهای خاص تأمین مالی می‌شوند، محتوایی را ارائه می‌دهند که در راستای ترویج یک ایدئولوژی یا طرز فکر مشخص است. این امر به معنای آن است که نیت و اهداف این رسانه‌ها بر چگونگی بازنمایی پدیده‌ها تأثیر می‌گذارد. در چنین شرایطی، مخاطب باید به منابع مختلف با دیدگاه‌های متفاوت مراجعه کند تا بتواند تصویری واقعی و جامع از رخدادها به دست آورد. استفاده از رسانه‌های گوناگون با ایدئولوژی‌های متنوع می‌تواند به درک بهتر واقعیت کمک کند و از ایجاد سوگیری ذهنی جلوگیری کند.

بند ۴ - در مقابل، رسانه‌هایی که از طریق بازار و جذب مخاطب تأمین مالی می‌شوند، مجبورند محتوایی تولید کنند که بیشترین توجه را به خود جلب کند. این نوع رسانه‌ها به دلیل وابستگی به درآمد حاصل از آبونمان یا تبلیغات، به سمت انتشار اخبار جنجالی، سرگرم‌کننده و اغلب سطحی سوق پیدا می‌کنند. در چنین رسانه‌هایی، کیفیت محتوا ممکن است قربانی جلب توجه بیشتر شود و در نتیجه، مخاطب در معرض محتوایی قرار می‌گیرد که لزوماً به درک عمیق مسائل کمک نمی‌کند.

بند ۵ - مقاله «ژورنالیسم زرد، رئیس‌جمهور نارنجی» به قلم ویکتور پیکارد نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌های وابسته به تأمین مالی از طریق تبلیغات و مخاطبان، با پوشش گسترده و جنجالی شخصیت‌هایی مانند دونالد ترامپ، به مشروعیت‌بخشی و تقویت موقعیت آن‌ها کمک کرده‌اند. به‌عنوان مثال، در سال ۲۰۱۵ ترامپ بیش از ۳۲۷ دقیقه از زمان اخبار شبانه را به خود اختصاص داده بود، درحالی‌که هیلاری کلینتون تنها ۱۲۱ دقیقه و برنی سندرز ۲۰ دقیقه پوشش خبری داشتند. این میزان پوشش رسانه‌ای معادل میلیاردها دلار تبلیغات رایگان برای ترامپ بوده است و نقش مهمی در موفقیت او ایفا کرده است.

بند ۶ - در رسانه‌هایی با تأمین مالی از طریق بازار، به دلیل آنکه محتوای موردعلاقه مخاطب به او ارائه می‌شود، رویکرد انتقادی کمتری نسبت به این رسانه‌ها وجود دارد. با این حال، باید به تأثیر این نوع رسانه‌ها بر تصمیمات و درک ما از جهان توجه بیشتری داشت. هرچند سواد رسانه‌ای در ابتدا برای مقابله با تأثیرات رسانه‌های نوع اول ایجاد شد، اما امروزه با گسترش رسانه‌های نوع دوم، داشتن نگاه انتقادی و افزایش سواد رسانه‌ای بیش از هر زمان دیگری ضروری است. تنها از این طریق می‌توان از تأثیرات منفی این رسانه‌ها بر جامعه و تصمیم‌گیری‌های فردی جلوگیری کرد.

۴۳. کدام یک از گزینه‌های زیر بهترین عنوان برای متن بالا است؟

- (۱) ژورنالیسم زرد و رئیس‌جمهور نارنجی
- (۲) اقتصاد رسانه: انواع تأمین مالی در رسانه‌ها
- (۳) از تأمین مالی تا محتوا: منابع مالی تعیین‌کننده مسیر رسانه‌ها
- (۴) سواد رسانه‌ای در عصر رسانه‌های تجاری

۴۴. کدام یک از گزینه‌های زیر به بهترین شکل نقش بند ۵ را در سیر منطقی این متن تعیین می‌کند؟

- (۱) مثالی از نحوه کار رسانه‌های معرفی شده در بند ۴ است.
- (۲) با معرفی یک مقاله به نگاه‌های متفاوت موجود در حوزه اقتصاد رسانه اشاره می‌کند.
- (۳) با ارائه اطلاعات و آمار، نحوه کارکرد انواع رسانه را در حوزه اقتصاد سیاسی روشن می‌کند.
- (۴) یک جمع‌بندی از بندهای قبلی ارائه می‌کند تا مقدمه‌ای باشد تا در بند ۶ توصیه‌هایی ارائه دهد.

۴۵. کدام یک از گزینه‌های زیر مصداق مناسبی برای رسانه‌های توصیف شده در بند ۴ است؟

- (۱) شبکه‌ی تلویزیونی CNN که با دریافت حق اشتراک از بستر پخشش تأمین مالی می‌شود.
- (۲) مجموعه شبکه‌های تلویزیونی BBC که با دریافت مالیات از مردم انگلستان تأمین مالی می‌شود.
- (۳) مجموعه شبکه‌های تلویزیونی IRIB که با بودجه دولتی جمهوری اسلامی ایران تأمین مالی می‌شود.
- (۴) شبکه‌ی تلویزیونی IRANInt که با بودجه دولتی عربستان سعودی تأمین مالی می‌شود.

۴۶. با توجه به مفاهیم و رویکردهای سواد رسانه‌ای، کدام یک از گزینه‌های زیر راه حل مناسبی برای بهره‌مندی

و تعامل با رسانه‌هایی با تأمین مالی نوع دوم نیست؟

- ۱) با انتخاب آگاهانه رسانه‌ها و مدیریت زمان مصرف آن‌ها، می‌توان از تأثیرات منفی و اطلاعات نادرست جلوگیری کرد و به بهره‌وری بیشتری دست یافت.
- ۲) با تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی، و آگاهی از روش‌های اقناعی و تبلیغاتی به این دقت کنید که آیا اطلاعات منتشر شده در این رسانه‌ها واقعاً صحیح، مهم و برای من کاربردی هستند.
- ۳) با مطالعه و مقایسه گزارش‌های رسانه‌های گوناگون درباره یک موضوع، می‌توان به درک جامع‌تری از واقعیت دست یافت و از سوگیری‌های احتمالی جلوگیری کرد.
- ۴) با تولید محتوای رسانه‌ای و اشتراک‌گذاری دیدگاه‌های خود در چنین رسانه‌هایی، به گسترش اطلاعات واقعاً مهم، صحیح و متنوع کمک کنید.

*** بسته سؤالات حوزه‌های تأثیر رسانه بر شناخت ***

- متن زیر را بخوانید و به سؤالات ۴۷ تا ۵۰ پاسخ دهید.

بند ۱- علم شناختی و رسانه ارتباط پیچیده‌ای دارند و رسانه‌ها نقشی اساسی در شکل‌دادن به شناخت انسان ایفا می‌کنند. رسانه‌ها، در همه اشکال آن - از چاپ سنتی گرفته تا پلتفرم‌های دیجیتال - به بخشی جدایی‌ناپذیر از نحوه دریافت، پردازش و درک اطلاعات تبدیل شده‌اند. این قرار گرفتن مداوم در معرض محتوای رسانه‌ای عمیقاً بر عملکردهای شناختی ما تأثیر می‌گذارد و نحوه درک، تفسیر و تعامل ما با جهان اطراف را تغییر می‌دهد.

بند ۲- اول آنکه رسانه‌ها به‌عنوان مجرای اصلی برای انتشار اطلاعات عمل می‌کنند. اطلاعات سنگ بنای شناخت است. بدون آن، توانایی ما برای یادگیری، استدلال، و تصمیم‌گیری به‌شدت سلب می‌شود. رسانه‌ها مخزن وسیعی از داده‌ها و دانش را فراهم می‌کنند و افراد را قادر می‌سازد تا به دیدگاه‌ها و حقایق بی‌شماری دسترسی داشته باشند. این هجوم اطلاعات، فرایندهای شناختی را تحریک می‌کند و به ما امکان می‌دهد ایده‌های جدیدی شکل دهیم و بینش عمیق‌تری در مورد موضوعات مختلف به دست آوریم.

بند ۳- علاوه بر این، زبان و گفتمان مورد استفاده در رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی بر توانایی‌های شناختی ما دارد. رسانه‌ها سیستم واژگانی ما را شکل می‌دهند. واژگان و عباراتی که ما استفاده می‌کنیم و می‌فهمیم. این به نوبه خود بر فرایندهای فکری و سبک‌های ارتباطی ما تأثیر می‌گذارد. به‌عنوان مثال، رواج برخی از کلمات یا عبارات در رسانه‌ها می‌تواند گفتمان عمومی را شکل دهد، الگوهای فکری جمعی را هدایت کند و در نهایت بر نحوه درک و تعامل ما با مفاهیم مختلف تأثیر بگذارد.

بند ۴- علاوه بر این، رسانه‌ها نقش مهمی در تعریف هنجارها و ارزش‌های اجتماعی، از جمله مفاهیم خوب و بد، درست و غلط ایفا می‌کنند. رسانه‌ها با ارائه مداوم دیدگاه‌ها یا معیارهای اخلاقی خاص می‌توانند بر نظام ارزشی ما تأثیر بگذارند. شناخت ما از جهان از طریق این ارزش‌های آموخته شده فیلتر می‌شود و بر قضاوت‌ها و تصمیمات ما تأثیر می‌گذارد. برای مثال، قرار گرفتن مکرر در معرض تصاویر رسانه‌ای خاص می‌تواند درک ما از مسائل اجتماعی را تغییر دهد و چارچوب‌های اخلاقی ما را شکل دهد.

بند ۵- علاوه بر این، قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها می‌تواند ساختار مغز ما را به دلیل انعطاف‌پذیری عصبی - توانایی مغز برای سازماندهی مجدد خود با ایجاد اتصالات عصبی جدید، از نظر فیزیکی تغییر دهد. درگیری مداوم با انواع خاصی از محتوای رسانه می‌تواند مسیرهای عصبی خاصی را تقویت کند و در نتیجه نحوه پردازش اطلاعات را در مغز شکل دهد. این سازگاری ساختاری بر عملکردهای شناختی؛ مانند حافظه، توجه و توانایی‌های حل مسئله تأثیر می‌گذارد و در نهایت بر نحوه درک و فهم ما از پدیده‌های مختلف تأثیر می‌گذارد.

بند ۶- در نتیجه، تأثیر رسانه‌ها بر شناخت انسان عمیق و چندوجهی است. این بر نحوه دریافت و پردازش اطلاعات تأثیر می‌گذارد، زبان و الگوهای فکری ما را شکل می‌دهد، سیستم‌های ارزشی ما را تعریف می‌کند و حتی مسیرهای عصبی در مغز ما را تغییر می‌دهد. به این ترتیب، رسانه‌ها نقش مهمی در شکل‌دادن به شناخت ما از جهان دارند و بر اهمیت مصرف آگاهانه و ارزیابی انتقادی محتوای رسانه تأکید می‌کنند. درک این تأثیرات برای ایجاد دیدگاهی دقیق‌تر در مورد تعامل بین رسانه و شناخت ضروری است.

۴۷. کدام یک از گزینه‌های زیر نمونه درستی از تأثیر رسانه مبتنی بر بند ۴ است؟

- ۱) در بازی‌های رایانه‌ای اینکه بازیکن چه شخصیتی دارد و با چه کسانی مبارزه می‌کند بر فهم او نسبت به خوب و بد تأثیر می‌گذارد.
- ۲) در فیلم سینمایی اینکه شخصیت اصلی کیست که مخاطب با او هم‌ذات‌پنداری می‌کند و شخصیت‌های مقابل او چه کسانی هستند بر فهم مخاطب از خوب و بد تأثیر می‌گذارد.
- ۳) در اخبار تلویزیونی اینکه از چه واژه‌ها و عنوان‌هایی برای نام‌بردن از شخصیت‌های موجود در متن خبر استفاده می‌شود بر فهم مخاطب از خوب و بد تأثیرگذار است.
- ۴) در یک رمان، شخصیت اصلی و باورهای او و دریافت‌های او در کشوقوس‌های داستانی به دلیل همراهی مخاطب با این شخصیت، خوب و باورهای محدودکننده و موانع آن بد شناخته می‌شوند.

۴۸. کدام یک از گزینه‌های زیر به فرض صحت، استدلال بند ۳ را تقویت نمی‌کند؟

- ۱) واژه‌ها بر مصادیق بیرونی اشاره دارند و بر معنای خود و مصادیق بیرونی دلالت دارند.
- ۲) واژه‌ها جهان واقعی را به روشی خاص، تکه‌تکه می‌کنند و به جهان ذهنی وارد می‌کنند.
- ۳) واژه‌ها پدیده‌های جهان واقعی را بازنمایی می‌کنند و هیچ بازنمایی بدون سوگیری نیست.
- ۴) واژه‌ها برساخته‌ی فرهنگ‌ها هستند و ارزش‌های آن فرهنگ‌ها را با خود همراه دارند.

۴۹. کدام یک از گزینه‌های زیر نمونه‌ی صحیحی از «انعطاف‌پذیری عصبی» نیست؟

- ۱) بالا رفتن مهارت‌های بازیکن در تکرار چندین و چندباره‌ی مراحل در یک بازی رایانه‌ای
- ۲) بالا رفتن وابستگی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی با مصرف هر چه بیشتر آنها
- ۳) بالا رفتن سرعت پردازش گفتار در اثر دیدن یا شنیدن فایل‌های صوتی و تصویری با دور تند
- ۴) کاهش قدرت جهت‌یابی و نقشه‌خوانی شهری بر اثر استفاده مکرر از نقشه‌های برخط

۵۰. کدام یک از گزینه‌های زیر بیشترین نسبت را با نتیجه‌ی منطقی برآمده از بند ۲ دارد؟

- ۱) رسانه‌ها به انتقال سریع اطلاعات کمک می‌کنند و آگاهی عمومی را افزایش می‌دهند.
- ۲) رسانه‌ها با ارائه دیدگاه‌های مختلف، افق‌های فکری افراد را گسترش می‌دهند.
- ۳) تعامل با رسانه‌ها می‌تواند مهارت‌های تحلیلی و انتقادی را تقویت کند.
- ۴) رسانه‌ها نمی‌توانند بگویند مردم چگونه فکر کنند اما می‌توانند بگویند به چه فکر کنند.

تاریخ آزمون: ۱۴۰۳/۱۱/۱۱

المپیاد سواد رسانه‌ای



کد ملی: _____
 نام و نام خانوادگی: _____
 منطقه حوزه: _____
 کد استان: _____
 جنسیت داوطلب: _____
 کد حوزه: _____
 کد داوطلبی: _____

مهر حفاظت آزمون

لطفاً داخل کادر چیزی ننویسید و گزینه‌ها را با مداد مشکی نرم و به طور کامل پر کنید.

۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۲	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۸	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۹	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۱۲	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۳	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۱۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۷	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۸	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۱۹	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۰	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۲۲	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۲۴	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۶	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۲۸	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۲۹	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

۳۱	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۲	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۳	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۴	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۳۶	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۷	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۳۸	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۳۹	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۱	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۲	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۴	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۵	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۸	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۴۹	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
۵۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۲	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۸	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۵۹	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

۶۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۲	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۸	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۶۹	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۲	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۸	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۷۹	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۱	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۲	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۴	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۵	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۷	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۸	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۸۹	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
۹۰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

امضا و اثر انگشت:

اینجانب به کد ملی دفترچه‌ی سوالات المپیاد سواد رسانه‌ای شامل ۵۰ سوال را به طور کامل دریافت نمودم.



باسمه تعالی
جمهوری اسلامی ایران
وزارت آموزش و پرورش



مبارزه علمی برای جوانان، زنده کردن روح جست و جو و کشف واقعیت هاست. «لام نین (رو)»

دفترچه سؤالات مرحله اول سال ۱۴۰۲

هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

کد دفترچه: ۱

مدت آزمون	تعداد سؤالات
۱۸۰ دقیقه	۵۰ سؤال

نام:

نام خانوادگی:

شماره صندلی:

توضیحات مهم

استفاده از هر نوع ماشین حساب ممنوع است.

- ۱- کد دفترچه سؤالات شما یک است. این کد را در محل مربوط روی پاسخنامه با مداد پر کنید، در غیر این صورت پاسخنامه شما تصحیح نخواهد شد.
- ۲- بلافاصله پس از آغاز آزمون، تعداد سؤالات داخل دفترچه و همه برگه‌های دفترچه سؤالات را بررسی نمایید، در صورت هرگونه نقصی در دفترچه، در اسرع وقت مسؤول جلسه را مطلع کنید.
- ۳- یک برگ پاسخنامه در اختیار شما قرار گرفته که مشخصات شما بر روی آن نوشته شده است، در صورت نادرست بودن آن، در اسرع وقت مسؤول جلسه را مطلع کنید. ضمناً مشخصات خواسته شده در پایین پاسخنامه را با مداد مشکی بنویسید.
- ۴- برگه پاسخنامه را دستگاه تصحیح می‌کند، پس آن را تا نکنید و تمیز نگه دارید و به علاوه، پاسخ هر پرسش را با مداد مشکی نرم در محل مربوط علامت بزنید. لطفاً خانه مورد نظر را کاملاً سیاه کنید.
- ۵- دفترچه باید همراه پاسخنامه تحویل داده شود.
- ۶- پاسخ درست به هر سوال ۳ نمره مثبت و پاسخ نادرست ۱ نمره منفی دارد.
- ۷- شرکت کنندگان در دوره تابستانی از بین دانش‌آموزان پایه دهم و یازدهم انتخاب می‌شوند.

کلیه حقوق این سؤالات برای باشگاه دانش پژوهان جوان محفوظ است.

آدرس سایت اینترنتی: ysc.medu.ir

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

نوجوان عزیز سلام! ورود به دنیای تلاش برای مواجهه هوشمندانه و خلاقانه در مواجهه با رسانه‌ها را به تو تبریک می‌گوییم! چه به مرحله دوم المپیاد سواد رسانه‌ای راه پیدا کنی چه نه، تا همینجا قدر تلاش تو را می‌دانیم و امیدواریم این آزمون در کنار سنجش دانش تو، بهانه‌ای باشد برای یادگیری هرچه بیشتر انتخاب هوشمندانه در عصر رسانه‌های نوین.

فقط یک نکته مهم! ۲۰ سوال ابتدایی آزمون به صورت «تک سوال» و از سوال ۲۱ به بعد به صورت «بسته سوال» ارائه شده‌اند. یعنی از سوال ۲۱ به بعد به‌زای هر متن باید ۲ سوال یا بیشتر را پاسخ بدهید. با توجه به اینکه سوالات بسته‌ای و متن‌هایشان زمان‌گیرتر هستند، به شما توصیه می‌کنیم در مدیریت زمان حداکثر دقت را داشته باشید.

امروزه سواد رسانه‌ای در عصر دیجیتال، به یک مهارت بسیار حیاتی تبدیل شده است. با رشد تصاعدی منابع اطلاعاتی آنلاین و سکوهای (Platform) رسانه‌های اجتماعی، افراد باید در منظره‌ای پر از اخبار، نظرات و تبلیغات فعالیت کنند. درک چگونگی ارزیابی انتقادی منابع، تشخیص اطلاعات واقعی از اطلاعات نادرست و شناسایی محتوای مغرضانه بسیار مهم شده است. علاوه بر این، توانایی تجزیه و تحلیل مخاطبان مورد نظر، هدف و اعتبار پیام‌های رسانه‌ای برای تصمیم‌گیری آگاهانه و اجتناب از دستکاری اطلاعات ضروری است.

۱. با توجه به متن بالا کدام یک از گزینه‌های زیر صحیح است؟

- ۱) اعتبار اطلاعات آنلاین به دلیل تکنولوژی پیشرفته تضمین شده است.
- ۲) ارزیابی محتوای رسانه از نظر اعتبار و سوگیری ضرورت معاصر است.
- ۳) عصر دیجیتال نیاز به ارزیابی انتقادی اطلاعات را کاهش داده است.
- ۴) پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، شناسایی منابع قابل اعتماد را آسان‌تر کرده‌اند.

سریع‌ترین راهی که می‌توانید شخصیت خودتان را زیر سؤال ببرید این است که بدون گوش دادن به چیزهایی که در جریان بوده، ذهن خود را باز کنید و شروع به حرف زدن کنید. مهم‌ترین بخش حرف، آخر از همه گفته می‌شود. بعد از این که به وی اجازه دادید تا افکارش را جمع‌وجور کند و بر اضطرابش غلبه کند، آن لحظه است که شما واقعاً دارید گوش می‌دهید. گوش ندادن واقعاً تو و روابطت را به‌عنوان یک انسان فقیر می‌کند.

۲. کدام گزینه، مرتب‌ترین پایان‌بندی برای پاراگراف بالاست؟

- ۱) فقر، انسان قدرتمند و شجاع را به انسانی ناتوان و بی‌جرزه تبدیل می‌کند.
- ۲) در روابط انسانی گوش دادن همه چیز است!
- ۳) ظاهراً گوش ندادن بخشی از فرهنگ ما شده است.
- ۴) تا وقتی با پیش‌داوری به حرف‌های دیگران گوش می‌دهید، نمی‌توانید حرفشان را بشنوید.

«گی دوبور» در کتاب «جامعه‌نمایشی» نشان می‌دهد که ایدئولوژی سرمایه‌داری، یک ایدئولوژی نمایشی است؛ یعنی روی صوت و تصویر کار می‌کند. به این ترتیب، بیش از واقعیت، نوعی تأثیر حسی، عاطفی و هیجانی در مخاطبین خود ایجاد می‌کند و به‌جای واقعیت، توهم واقعیت برایشان ایجاد می‌کند. برای نمونه، می‌توان به تصویر لشکرکشی‌های مکرر آمریکا به منطقه خاورمیانه اشاره کرد. نمونه آخرش این بود که پس از حمله حماس به رژیم صهیونیستی، آمریکا ناو هواپیمابر «یواس اس دوایت آیزنهاور» را وارد خلیج فارس کرد. این اقدام بیش از نفس درگیری، بر نمود یا به‌نمایش گذاشتن قدرت متکی است. کمالین که چند هفته بعد، تحت نظارت ارتش ایران، این ناو از خلیج فارس خارج شد.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۳. با توجه به متن بالا، کدام شعر وصف حال «جامعه نمایشی» نیست؟

- ۱) دائماً، محبوس، عقلش در صور / از قفس اندر قفس دارد گذر
- ۲) ذوق آزادی ندیده جان او / هست صندوق صور میدان او
- ۳) حال دلم چو خال تو، هست در آتشش وطن / جسمم از آن، چو چشم تو، خسته شده‌ست و ناتوان
- ۴) چو بی‌صورت، تو جان باشی، چه نقصان گر نهان باشی / چرا در بند آن باشی که واگویی پیامی را

لوگوی شرکت FedEx، شرکت خدمات پستی در آمریکا ساخته شده از کلمه‌های Fed با رنگ سرمه‌ای و Ex با رنگ نارنجی در زیر آمده است.



۴. کدام گزاره در رابطه با لوگوی فوق و ارتباط آن با شرکت صاحب این لوگو صحیح است؟

- ۱) ذهن انسان، تمایل دارد تا دنبال واژه‌های کامل بگردد. مثلاً دوست دارد بداند Fed و Ex مخفف چه واژه‌هایی هستند. همین کنجکاوی برانگیز است.
- ۲) این شرکت، از دو زیرمجموعه بزرگ تشکیل شده است؛ از آنجاکه این لوگو از دو رنگ و دو واژه تشکیل شده، پس این شرکت دو زیرمجموعه بزرگ دارد.
- ۳) ذهن انسان در نگاه نخست، آن کلماتی را می‌بیند که بزرگتر است. لذا اگر در جایی F و E را کنار هم دیدید، بدانید که پای شرکت FedEx در میان است.
- ۴) واژه E و X جوری کنار هم قرار گرفته‌اند که تصویر یک فلش (->) را تداعی می‌کنند؛ به این معنا که کار این مجموعه جابه‌جایی اقلام پستی است.

موسسه دفاع از سلامت غذایی (HFDI)، برای کاهش مصرف فست‌فود در بین جوانان و نوجوانان، با لحنی کنایه‌آمیز به برند مک‌دونالد اقدام به نصب پوستری تبلیغی، در یک ایستگاه اتوبوس کرد که تصویر آن را در صفحه بعد می‌بینید. ترجمه متن این پوستر را در زیر می‌بینید:

غذای سریع؛ زندگی کوتاه.

غذاهای ناسالم حاوی مواد مغذی مورد نیاز بدن شما برای سالم ماندن نیستند.

با دوری از فست فودها سالم بمانید.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای



۵. با توجه به تصویر بالا بگویید، از چه تکنیک‌هایی برای اقناع مخاطبان در این پوستر استفاده نشده است؟

- ۱) استفاده از کاراکتر آشنای مرگ در فیلم‌های هالیوودی نشان‌دهنده استفاده از تکنیک اقناعی ترس است.
- ۲) در این پوستر با استفاده از تکنیک ادعای آشکار، به مضرات فست‌فود برای سلامتی اشاره شده است.
- ۳) از لوگوی مک‌دونالد، به‌عنوان نمادی برای فست‌فود استفاده شده است؛ زیرا این برند، شهرت جهانی دارد.
- ۴) در این پوستر با فن اقناع مقایسه بین مواد غذایی سالم و ناسالم، تلاش شده تا نشان داده شود، مک‌دونالد غذایی ناسالم است.

مدتی پیش، دیداری بین آیتا... جوادی آملی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی صورت گرفت. از این دیدار، خبری منتشر شد و فضای مجازی را پر کرد با این عنوان: «آیتا... جوادی آملی: این که هم فضای مجازی بسته شود و هم فیلترشکن فروخته شود، با اخلاق سازگار نیست».

۶. صحبت حضرت آیتا... جوادی آملی به کدام اصل اخلاقی اشاره دارد؟

- ۱) فیلترکردن و در عین حال، رایج‌بودن خریدوفروش فیلترشکن، خلاف صداقت و روراستی است.
- ۲) براساس اصل شفافیت باید مشخص باشد که دلیل فیلترینگ چیست.
- ۳) نباید با فیلترکردن فضای مجازی بار و هزینه گزاف بر مردم تحمیل کرد.
- ۴) فیلترکردن فضای مجازی، حریم خصوصی کاربران این فضا را نقض می‌کند.

چندی پیش خبری اعلام شد مبنی بر این که «میانگین نمرات در امتحانات نهایی رشته علوم انسانی، ۸.۷۵ بوده است» (به نقل از خبرگزاری تسنیم). پس از آن کاربری در شبکه اجتماعی ایکس (توییتر سابق)، پست زیر را منتشر کرد و با کنایه، آگاهی و سواد نسل زد را مورد تردید قرار داد.

(عکس‌نوشت، بخشی از پیام منتشر شده در توییتر است که متن پیام را کامل کرده است.)

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای



۷. با توجه به تصویر، بگویید کدام گزینه از نظر منطقی، درباره پست منتشرشده صحیح نیست؟

- ۱) کسی که با محتوای موجود در این پست مخالف بود، نوشته بود: همه نسل زد را فقط دانش‌آموزان رشته علوم انسانی تشکیل نمی‌دهند. برخی افراد نسل زد، در رشته‌های ریاضی و تجربی و معارف تحصیل می‌کنند.
- ۲) پیش‌فرض پنهان نویسنده این پست، این است که نمره امتحانات نهایی، تنها ملاک، برای سنجش سواد و آگاهی در میان همه نسل‌ها و جنسیت‌هاست. با مقایسه آنها می‌توان فهمید کدام نسل آگاه‌تر و باسوادترند.
- ۳) آقای حق‌پناه معلم سواد رسانه‌ای در مخالفت به این پست نوشته بود که سواد مفهومی متغیر است و سواد برای این نسل، دیگر خواندن و نوشتن نیست. این نسل سواد خود را ممکن است از یوتیوب بگیرد نه مدرسه!
- ۴) هدف نویسنده این توییت، انتقاد از نسل زد است و این نکته را دنبال می‌کند که نباید بیش از اندازه نسل زد را رویایی و دست‌نیافتنی تلقی کرد. در سال‌های اخیر بیش از اندازه به نسل زد بها داده شده بود.

متن زیر بخشی از یادداشت «شما طوطی نیستید، چت‌جی‌پی‌تی هم انسان نیست» برداشته شده است: «ما دائماً فرض را بر این می‌گذاریم که دنیای ما جایی است که وقتی کسی حرفی می‌زند (افراد، سازندگان کالاها، خود کالاها) قصد دارد چیزی بگوید و مسئولیت تأثیر حرفش را می‌پذیرد. چیزی که دنیل دنت فیلسوف آن را «وضع التفاتی» می‌نامد. در همین راستا امیلی بندر جامعه‌شناس گفت «ما دنیا را تغییر داده‌ایم. ما یاد گرفته‌ایم ماشین‌هایی بسازیم که به‌طور مکانیکی متن تولید کنند. اما هنوز یاد نگرفته‌ایم که چطور بین ماشین و ذهن انسان تمایز قائل شویم».

۸. با توجه به مفهوم «وضع التفاتی»، حاکمیت ماشین‌های یادگیرنده‌ای مثل چت‌جی‌پی‌تی در روابط انسانی، چگونه می‌تواند ناقض مفهوم وضع التفاتی باشد؟

- ۱) برخی کاربران، به‌عنوان کاربران هتاک، با تحقیر کاربران دیگر، وضعیت ذهنی آنان را متأثر می‌کنند.
- ۲) چت‌جی‌پی‌تی به‌راحتی می‌تواند با ارائه اطلاعات جامع و به‌روز خود، سریع‌تر از همیشه کاربران را به پاسخ سوالات برساند.
- ۳) چت‌جی‌پی‌تی با ارائه اطلاعات شخصی‌سازی شده، از بین حجم انبوه اطلاعات تنها اطلاعات دلخواه هر فرد را ارائه می‌دهد.
- ۴) مدیران اجرایی شرکت گوگل، با به‌کارگیری چت‌جی‌پی‌تی، سریع‌ترین پاسخ را در خروجی خود به کاربر ارائه می‌دهند.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

بخش قابل توجهی از پژوهش‌گران رسانه‌ای، توصیه می‌کنند که افراد اخبار را دنبال نکنند. در جدول زیر برخی از استدلال‌های آنها در ستون توضیح آورده شده است.

کد	عنوان	کد	توضیح
الف	اخبار درک را محدود می‌کند	ه	اخبار بازدهی شما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فقط کافی است مدت زمانی را حساب کنید که مصرف‌کننده از شما می‌گیرد. این مدت را در واقع دارید برای خواندن، شنیدن یا تماشای اخبار هدر می‌دهید.
ب	اخبار پرهزینه است	و	مصرف اخبار به عواملی که واقعاً برای زندگی شما مهم‌اند، ربط چندانی ندارد. در بهترین حالت سرگرمی است، اما همچنان بی‌ربط به شمار می‌رود.
ج	اخبار برای بدنتان سمی است	ز	اخبار هیچ‌گونه قدرت تبیینی‌ای ندارد. مطالب خبری حباب‌های کوچکی هستند که روی سطح دنیای عمیق‌تر می‌ترکد.
د	اخبار بی‌ربط است	ح	داستان‌های وحشت‌آفرین موجب آزادسازی موج‌هایی از کورتیزول می‌شوند. این اتفاق سیستم ایمنی بدنتان را از کنترل خارج می‌کند و جلوی انتشار هورمون‌های رشد را می‌گیرد.

۹. در جدول بالا کدام عنوان با هر یک از استدلال‌های پژوهش‌گران رسانه‌ای مطابقت دارد؟

- ۱) «ب» و «ح» - «د» و «ه» - «الف» و «ز» - «د» و «و»
- ۲) «الف» و «ز» - «ج» و «و» - «د» و «ه» - «ب» و «ح»
- ۳) «ب» و «ح» - «ج» و «و» - «الف» و «ز» - «د» و «ه»
- ۴) «الف» و «ز» - «ج» و «ح» - «ب» و «ه» - «د» و «و»

پس از جنگ شش‌روزه ۱۹۶۷، رژیم صهیونیستی استفاده از پرچم فلسطین را در غزه و کرانه باختری ممنوع کرد. از زمانی که استفاده از پرچم فلسطین جرم تلقی شد، فلسطینیان در تظاهرات و اعتراضات به جای پرچم از برش‌های هندوانه استفاده کردند (الف) برش‌های هندوانه به رنگ سرخ، سیاه، سفید و سبز است و به دلیل شباهت به رنگ‌های پرچم فلسطین (ب)، معترضان تصویر هندوانه را در دست خود می‌گیرند و در شبکه‌های اجتماعی از آن استفاده می‌کنند. امروزه هندوانه نه تنها یک میوه فوق العاده محبوب در منطقه است، بلکه یک نماد قدرتمند برای نسل‌های فلسطینی و همه کسانی است که از مبارزات آنها حمایت می‌کنند (ج).

۱۰. براساس لایه‌های سه‌گانه پیام، بگویید کدام گزینه درباره عبارت‌هایی که درباره‌ی کنش رسانه‌ای

«آوردن برش هندوانه به اعتراضات» که زیر آنها خط کشیده شده است، درست است؟

- ۱) الف: زیرمتن، ب: فرامتن، ج: زیرمتن
- ۲) الف: زیرمتن، ب: متن، ج: فرامتن
- ۳) الف: متن، ب: زیرمتن، ج: فرامتن
- ۴) الف: متن، ب: فرامتن، ج: زیرمتن

در زیر، شعار تبلیغاتی پنج شرکت بازرگانی آورده شده است.

شرکت دوپونت، شرکت صنایع شیمیایی آمریکایی: «معجزه دانش»

شرکت وال‌مارت، فروشگاه زنجیره‌ای بین‌المللی: «پول بیشتری ذخیره کنید، زندگی بهتری داشته باشید»

آستون مارتین؛ شرکت خودروسازی بریتانیایی: «قدرت، زیبایی و روح»

لورنال؛ شرکت لوازم بهداشتی و آرایشی: «چون شما ارزشش را دارید»

سان؛ برند مرتبط با تنقلاتی مثل چیپس: «خوشمزه‌ترین تنقلاتی که تا به حال خورده‌اید»

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۱۱. بگوئید کدام گزینه به فنون اقناعی به کاررفته در این شعارها اشاره دارد؟

- ۱) ادعای آشکار، تطمیع، کلمات پرزرق و برق، تملق، شدت
- ۲) ادعای آشکار، تملق، کلمات پرزرق و برق، تطمیع، شیب لغزان
- ۳) شواهد علمی، تطمیع، حسن تعبیر، راه حل ساده، شیب لغزان
- ۴) شواهد علمی، شیب لغزان، حسن تعبیر، راه حل ساده، شدت

مارک زاکربرگ، مدیرعامل شرکت متا که صاحب شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و اینستاگرام است، گفته شبکه اجتماعی جدیدش با نام «تردز»، در نخستین روز از فعالیت خود ۳۰ میلیون کاربر جذب کرده است. از تردز به عنوان رقیب توییتر نام برده می‌شود که می‌تواند نزد کاربران جای آن را بگیرد. آقای زاکربرگ گفته که اپلیکیشن تردز قصد دارد در تعداد کاربران از توییتر پیشی بگیرد و آن را یک رقیب «دوستانه» برای توییتر معرفی کرده. کارشناسان می‌گویند تردز می‌تواند کاربران توییتر را که از تغییرات اخیر در این پلتفرم ناراضی هستند، جذب کند.

۱۲. رقابت بین دو شبکه اجتماعی تردز و توییتر را رقابت در کدام سطح می‌توان تلقی کرد؟

- ۱) مخاطبان منفعل
- ۲) دروازه‌بانان خبر
- ۳) رقابت دو کارآفرین
- ۴) بازی‌گردانان بزرگ

متن زیر بخشی از یادداشت «فلسفه خبر: رسانه‌ها مقصرند یا خوانندگان؟» است که از سایت ترجمان برداشته شده است: «اخبار چیست؟ چیزی که جدید باشد. اما هر چیزی جدید است: گلی شکوفه می‌دهد، پدري دخترش را در آغوش می‌کشد، نه برای اولین بار، بلکه این بار برای باری دیگر... پس، [اخبار] چیزی [است] که جدید و نیز مهم باشد. مهم به چه معنا؟ به این معنا که نتیجه‌ای داشته باشد. و ملاک سنجش چیست؟ رابطه آنچه در اخبار پوشش می‌دهند و چیزی که نتیجه‌ای دارد. پس نمی‌توان سنجید. چرا؟ چون نتیجه‌بخش بودنش حتمی است. چرا حتمی است؟ چون خود آن چیز در خبرها آمده. چه کسی آن را در خبرها آورده؟ سردبیرها. پس نتیجه‌ها را سردبیرها تعیین می‌کنند؟ نه کاملاً. نه کاملاً؟ مهم این است که مردم چه چیزی می‌خوانند و می‌بینند؛ نباید آن‌ها را ملالت‌زده کنید. پس ملالت تعیین می‌کند؟ ملالت و این حس که چه چیزی مهم است. خب چه چیزی مهم است؟ چیزی که در اخبار می‌آید.

۱۳. متن بالا با کدام یک از جملات کتاب درسی «تفکر و سواد رسانه‌ای»، هم‌خوانی ندارد؟

- ۱) هر رسانه‌ای ارتباط جمعی، اعم از روزنامه، رادیو، تلویزیون و... باید در بین حوزه‌ی گسترده‌ای از داده‌های خبری و اطلاعاتی که دنیای امروز درگیر آن است، دست به گزینش بزند.
- ۲) استخراج یک پیام از میان دیگر پیامها یا از میان عبارتهای یک پیام، درحالی که موضوعات دیگر مطرح‌شده از سوی رسانه، کوچک و کم‌اهمیت جلوه کند، برجسته‌سازی نام دارد.
- ۳) فرایند انتشار هر نوع نوآوری و تصمیم فرد برای این که از آن نوآوری استفاده کند، مبتنی بر دریافت‌های فرد از آن فناوری، ایده و خدمات جدید و پاسخگویی به برخی ابهامات است.
- ۴) انتخاب [از میان اخبار گوناگون] بازتابی از ارزش‌ها و دیدگاه‌های تولیدکنندگان رسانه‌ای است و فقط به اخبار منحصر نیست و در مورد همه‌ی تولیدات رسانه‌ای مصداق دارد.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

علی پلامب منتقد سینما در برنامه‌ای سینمایی گفته است:

تبلیغات فیلم باربی همه‌جا را پر کرده است. دلیلش این است که شرکت متل -صاحب برند باربی- در این لحظه حتی بیشتر از خود فیلم در حال فروختن کالاهاى دیگر است. آنچه می‌بینید فقط تبلیغات برای یک فیلم نیست. این کارزاری برای تبلیغ برند باربی است و هر چیزی که صورتی و از رنگ‌های معمول باربی باشد.

ممکن است با خودتان فکر کنید این فیلم عجب بازاریابی خوبی دارد که همه‌جا تبلیغاتش هست. خیلی خوب کار کرده‌اند. همه‌جا می‌بینمش. کارزار تبلیغاتی فیلم باربی کاملاً با فیلم اوپنهايم، فیلم جدید کریستوفر نولان که قرار است در یک روز با باربی به پرده سینماها بیاید، به شدت در تضاد است. هر چند خیلی از مردم تصمیم گرفته‌اند هر دو فیلم را با هم و در روز نمایش ببینند و اسمش را گذاشته‌اند باربیهایم!

اوپنهايم خیلی روش سنتی‌ای برای تبلیغاتش پیش گرفته است. اوپنهايم در مورد مردی است که کمک کرد پروژه منهنش شکل بگیرد و بمب اتم ساخته شود. این موضوعی نیست که بخواهید برایش اسباب‌بازی تبلیغاتی بفروشید. نمی‌توانید قلاب ماهیگیری، بلوز و کلاه و چیزهای دیگر بفروشید. اوپنهايم فقط یک فیلم است.

۱۴. متن فوق با کدام یک از مفاهیم سواد رسانه‌ای کم‌ترین قرابت را دارد؟

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| (۱) زندگی دوم | (۲) مد و الگوی مصرف |
| (۳) بازی‌گردانان بزرگ | (۴) اقتصاد توجه |

بی‌اخلاقی‌های رسانه‌ای گاهی جنبه‌ی مجرمانه پیدا می‌کنند و از نمونه‌های محتوای مجرمانه به شمار می‌آیند. در ادامه به دو رویداد رسانه‌ای اینچنینی اشاره شده است:

- در تاریخ ۱۲ آذر ۱۴۰۱، خبری مثل بمب فضای مجازی را ترکاند: «تتلو بازداشت شد». پایگاه خبری شهرآرانیوز در توضیح این دستگیری نوشت: «تتلو طی سال‌های اخیر اقدامات گسترده‌ای را در جهت گسترش فساد و فحشا در بین جوانان و نوجوانان داشته است... تتلو به همین علت در حال حاضر شاکیان زیادی در داخل ایران دارد که شکایت علیه وی ثبت کرده‌اند».

- سروش لشکری، خواننده رپ معروف به هیچ‌کس، در توییتری با دعوت به استفاده از سلاح‌های جنگی، نوشت: «اگر تصمیمتون رو برای ادامه مبارزه گرفتید، گروه‌های ۴-۵ نفره از افراد قابل اطمینان تشکیل بدید، عملیات انجام بدید، و به مرور با بیشتر شدن تجربه دست به عملیات پیچیده‌تر / خطرناک‌تر بزنید... تعداد بیشتر افراد در گروه امکان لو رفتن رو بیشتر می‌کنه».

۱۵. با توجه به دو رویداد بالا، عمل این دو خواننده‌ی رپ را، به دلیل انتشار کدام نوع از محتوا، می‌توان

مصادق رفتار مجرمانه دانست؟

- (۱) محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی / محتوا علیه مقامات و نهادهای عمومی
- (۲) محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی / محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی
- (۳) محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی / محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی
- (۴) محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی / محتوا علیه مقامات و نهادهای عمومی

در ویژه برنامه‌های شب یلدای صداوسیما، تعدادی از افراد شناخته شده از طریق فضای مجازی به این برنامه‌ها دعوت شدند. این اتفاق با واکنش‌های مختلفی از سوی کاربران فضای مجازی روبرو شد که بخشی از آنها در گزینه‌های این سؤال آمده است.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۱۶. کدام یک از گزینه‌های زیر از نظر نحوه استدلال، با دیگر گزینه‌ها متفاوت است؟

- ۱) اگر جای مدیر صداوسیما بودم، یک نوجوان یا جوان مستعد و موفق به برنامه دعوت می‌کردم تا از کارهای بزرگش برای الگوسازی دیگر جوانان بگوید. نه شخصی که با جمله «واگعیه یا کیکه» مشهور شده، با احترام به این شخص، صداوسیما جای افراد موفق هست که حتی برای ما بزرگ‌ترها بتوانند الگو باشند.
- ۲) دعوت از این نوجوان به صداوسیما ملی مرزشکنی مثبت از یک مرزبندی غیر لازم موجود بین فعالین در تلویزیون و فضای آزاد رسانه‌ای بوده. این کار نشان دهنده‌ی سیاست صحیح صداوسیما، در قبال اینفلوئنسرها با محتوای غیرمخرب و غیرآسیب‌زا برای جامعه است که قابل تقدیره.
- ۳) کاش میشد یه تافت بزنی تلویزیون یلداطور باقی بمونه، پر از برنامه‌های شاد و جذاب که گذر ساعت رو حس نکنی. با همین فرمون برو جلو آقای صداوسیما.
- ۴) یه جوری می‌گید صداوسیما چرا «واگعیه یا کیکه رو آورده»، انگار یادتون رفته امیرعباس کچلیکو آورده بودن برنامه‌ی علی ضیا کلی هم بهش افتخار کردند.

در حکمرانی مجازی به ۴ لایه فضای سایبر توجه می‌شود. لایه زیرساخت (فیبر نوری، پهنای باند و...)، لایه خدمات پایه (سیستم‌های عامل، مکان‌یاب‌ها و...)، لایه سکوها (پیام‌رسان‌ها، شبکه‌های اجتماعی و...) و لایه محتوا (متن، صوت، تصویر و...). در این مدل، محتوا سوار بر سکوها می‌شود، سکوها بر بستر خدمات پایه عرضه می‌شوند و خدمات پایه نیز تنها مبتنی بر زیرساخت امکان خدمات‌دهی دارد. آنچه به صورت مستقیم کاربران با آن در ارتباط هستند و از آن تأثیر می‌پذیرند، لایه محتوا است و لایه‌ی زیرساخت پنهانی‌ترین لایه فضای مجازی است.

۱۷. کدام یک از گزینه‌های زیر از لحاظ منطقی راهبردی صحیح برای حکمرانی سایبری نیست؟

- ۱) توسعه‌ی خدمات پایه بومی با مزیت‌های رقابتی نسبت به نمونه‌های خارجی امکان مهاجرت کاربران به سکوهای بومی را فراهم می‌کند. به عنوان نمونه خدمت پایه‌ی مسیریابی بومی توانست کاربران را به سمت خود متمایل کند.
- ۲) مسدودسازی سکوهای غیرضروری خارجی که تن به قوانین کشور نمی‌دهند و کمک به فراهم آمدن سکوهای مشابه بومی محیطی ایمن برای کاربران را فراهم می‌کند. به عنوان نمونه مسدودسازی سکوهای ویدئو به درخواست خارجی (مانند نتفلیکس، آمازون پرایم، دیزنی پلاس و...) در سالیان گذشته فرصت توسعه‌ی نمونه‌های داخلی ایمن بومی (مانند فیلیمو، نماوا، فیلمنت و...) انجام گرفت.
- ۳) افزایش سواد رسانه‌ای کاربران جهت مدیریت مصرف محتوای خود، و دنبال نکردن و گزارش دادن محتواهای ناسالم و آسیب‌زا نقش مهمی در نحوه‌ی شکل‌گیری فرهنگ مصرف و به تبع آن نحوه تولید محتوا توسط تولیدکنندگان دارد.
- ۴) با توجه به مقدم بودن زیرساخت بر خدمات پایه، سکوها و محتوا، در صورت عدم توسعه‌ی زیرساخت در کشور، توسعه‌ی خدمات پایه، سکوها و محتوا نباید در دستور کار قرار گیرند. به همین دلیل در سالیان گذشته با وجود کمبود تولید محتوای مناسب بومی تلاش بسیاری برای افزایش پهنای باند و پوشش اینترنت در سراسر کشور انجام شد.

۱۸. در کدام یک از سوالات مرحله اول هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای، بدون نیاز به شناخت «مفهوم

خبر و کارکردهای آن» می‌توان به پاسخ صحیح دست یافت؟

۴) سؤال ۲۳

۳) سؤال ۱۳

۲) سؤال ۹

۱) سؤال ۷

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۱۹. گزینه‌های زیر حاوی بخشی از نظرات کاربران فضای مجازی در حمایت از فلسطین است. در کدام گزینه از استدلال قیاسی برای حمایت از فلسطین استفاده شده است؟

- (۱) دیدن مسلمانان در حال تعطیلات در دبی بعد از هر کاری که با فلسطین انجام می‌دهند دیوانه کننده است. من متاسفم.
- (۲) شما همه از فلسطین حمایت می‌کنید تا زمانی که بازی‌های مورد علاقه‌تان، برنامه‌های تلویزیونی، یا آیدل‌های کی‌پاپ برای حمایت آشکار از صهیونیسم فراخوانده شوند.
- (۳) شما ممکن است «هیچ چیزی به فلسطین مدیون نباشید» اما حداقل به خود «انسانیت» مدیون هستید. وقتی از اعتراف به انسانیت دیگران امتناع می‌کنید، در واقع آن را در نظر نمی‌گیرید.
- (۴) من به شوهر: خیلی متاسفم که دوستت را از دست دادی. در حال حاضر چگونه به غزه تسلیت می‌گویید؟ شوهر: هیچکس در خانواده باقی نمانده که به او تسلیت بگویم.

هونگ اون می، نایب‌رئیس انجمن فیلمنامه‌نویسان کره جنوبی در گفتگویی خبری درباره صنعت سریال‌سازی کره گفته است: در دهه ۱۹۹۰ درام‌های کره‌ای بیشتر درباره چپول‌ها یا وارثان ثروتمند کره‌ای بود که عاشق زنان فقیر می‌شدند. فیلم‌هایی مانند «پسران فراتر از گل‌ها» که در آن بچه‌پولدار نازپرورده‌ای عاشق دختر با شهامتی از طبقه فقیر می‌شود، مرسوم بود. به این ژانر «کندی گرل» می‌گویند که به دلیل انیمه ژاپنی به همین نام است که درباره دختر یتیم سخت‌کوش و سرخوشی است که در انتظار شاهزاده‌ای است که عاشقش شود.

اکنون دیگر موضوع این نیست. نقش قهرمان زن عوض شده است، او کاملاً مستقل است و کار و حرفه‌ای تخصصی دارد و هیچ دغدغه ازدواج ندارد. هرچند هنوز در فیلم‌ها شخصیت‌های ثروتمند و قدرتمند حضور دارند اما حالا این شخصیت‌ها می‌توانند زن باشند مانند فیلم «سقوط روی تو» که فیلم جهانی موفق‌تری درباره ماجرای باورنکردنی بین مرزی عاشقانه است. زنان کره تحصیل کرده و فرهیخته هستند و بیش از ازدواج و فرزندآوری به فکر موفقیت‌های اجتماعی هستند اما مشکلات و موانعی در این مسیر وجود دارد. کره جنوبی اکنون کمترین میزان فرزندآوری را در جهان دارد و در زمینه معیارهای برابری حقوق زنان در رتبه نازلی قرار دارد. زنان کره‌ای به طور متوسط یک‌سوم کمتر از هم‌تایان مرد خود دستمزد دریافت می‌کنند. اما حداقل بر صفحه‌های نمایش، زنان بیشترین حضور را دارند.

۲۰. با توجه به متن بالا کدام یک از گزینه‌های زیر را می‌توان دریافت کرد؟

- (۱) آثار رسانه‌ای بازتاب‌دهنده‌ی ایده‌آل‌ها و آرمان‌های سازندگان خود است که به ایده‌آل‌های جامعه شکل می‌دهند.
- (۲) آثار رسانه‌ای و وضعیت اجتماعی جامعه به صورت متقابل همدیگر را کامل می‌کنند.
- (۳) آثار رسانه‌ای بازتاب‌دهنده‌ی ایده‌آل‌ها و آرمان‌های یک جامعه هستند.
- (۴) آثار رسانه‌ای بازتاب‌دهنده‌ی وضعیت اجتماعی جامعه خود هستند.

تا اینجا خسته نباشید!

بلاخره رسیدیم به سوالات بسته ای. از سوال ۲۱ تا پایان آزمون، در ابتدای هر سوال یک متن آمده و باید متناسب با آن به دو سوال یا بیشتر پاسخ بدهید. پس در تنظیم زمان خود برای پاسخ به این سوالات دقت کنید تا وقت کم نیاید!

بی‌صبرانه منتظر دیدن شما در مراحل بعدی المپیاد هستیم!

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

نظارت خانوادگی

متن زیر را بخوانید و به ۲ سؤال بعدی پاسخ دهید.

در تلاش برای ارتقای کیفیت تعاملات در خانه، بایستی از نظارت الکترونیکی برای استفاده از اینترنت توسط اعضای خانواده استفاده کرد. اگر بخواهیم تعداد ساعات استفاده از فضای مجازی را که افراد خانواده، برای فعالیت‌های شخصی یا تفریحی، مانند چت کردن یا بازی کردن صرف می‌کنند، کاهش دهیم، باید افرادی از خانواده را که از اینترنت به صورت نامناسب استفاده می‌کنند، شناسایی و به نوعی تنبیه کنیم. نصب نوعی نرم‌افزار نظارتی بر روی لب‌تاب یا تلفن همراه برای تشخیص نحوه استفاده افراد خانواده از اینترنت، بهترین راه برای جلوگیری از اتلاف وقت اعضای خانواده در خانه است.

۲۱. کدام گزینه، در صورتی که صحیح فرض شود، روش پیشنهادی متن برای برخورد با معضلی که توصیف شده است را به بهترین وجه، تقویت می‌کند؟

- ۱) نرم‌افزارهای نظارتی قابل نصب روی تلفن همراه و لب‌تاب را نمی‌توان دور زد.
- ۲) هیچ کدام از اعضای خانواده، سواد رسانه‌ای لازم را برای استفاده از ابزارهای فن‌آوری ندارند.
- ۳) تجربه نشان داده است که وقتی تشویق همراه با تنبیه نباشد، نتیجه مطلوب حاصل نمی‌شود.
- ۴) ارتقای کیفیت تعاملات نه فقط به صمیمیت کل خانواده کمک می‌کند بلکه به نفع تک‌تک اعضای خانواده نیز هست.

۲۲. کدام گزینه، از پیش‌فرض‌های پنهان در متن بالا نیست؟

- ۱) استفاده شخصی از اینترنت، زمانی آسیب‌زا است که بر تعاملات خانوادگی اثر منفی بگذارد.
- ۲) نصب نرم‌افزارهای نظارتی روی تلفن همراه، بهترین راه برای شناسایی افرادی است که استفاده نامناسب از اینترنت دارند.
- ۳) شناسایی فردی که از اینترنت استفاده آسیب‌زا می‌کند، مقدم بر تعیین نوع تنبیه اوست.
- ۴) نصب نرم‌افزارهای نظارتی، نوعی تنبیه برای افرادی است که استفاده نامناسب از اینترنت دارند.

ارزش‌ها و عناصر خبر

خبرهای زیر را بخوانید و به ۲ سؤال بعدی با دقت پاسخ دهید.

- در تاریخ ۱۳ تیر ۱۴۰۲، ساکنان بخش‌های مختلف کره زمین در نیم‌کره شمالی، شاهد پدیده آبرماه بودند.
- آتش‌زدن قرآن در کشور نروژ، موجی از اعتراضات را در میان مسلمانان جهان، ایجاد کرد.
- رشد قابل توجه روابط ایران و ترکمنستان، به‌ویژه در زمینه‌های تجاری، از سوی رئیس‌جمهور مورد تأکید قرار گرفت.
- شرکت چای دیش با فروش ارزهایی که به قیمت نیمایی خریداری شده بود، در بازار آزاد، حدود ۶ هزار میلیارد تومان تخلف کرده است.
- پیراهن ارزشمند مارادونای فوتبالیست که با آن گل انتقام‌گیرنده «دست خدا» را به انگلیس زده بود، ۹ میلیون و ۲۸۰ هزار دلار به فروش رفت.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۲۳. کدام گزینه بهترین توصیف را درباره ارزش‌های خبری موجود در خبرهای زیر بیان کرده است؟

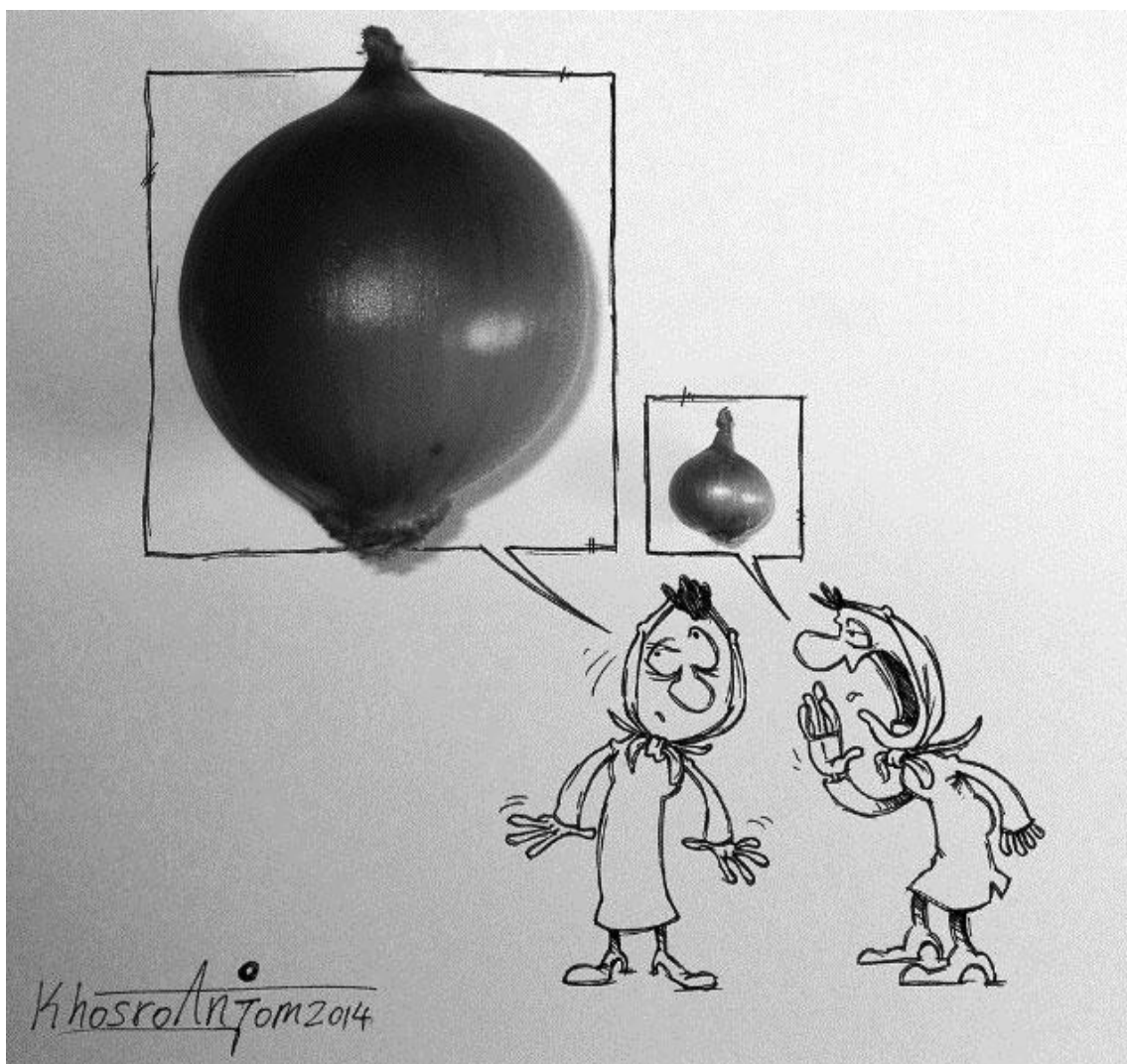
- (۱) دربرگیری، شگفتی، شهرت، فراوانی، مجاورت
 (۲) شگفتی، دربرگیری، مجاورت، فراوانی، شهرت
 (۳) شگفتی، فراوانی، شهرت، مجاورت، دربرگیری
 (۴) دربرگیری، شگفتی، شهرت، مجاورت، فراوانی

۲۴. با توجه به بخش‌هایی از خبرهای بالا که زیر آنها خط کشیده شده است، بگویید که هر کدام از آنها به کدام یک از عناصر خبری پاسخ داده است؟

- (۱) کی، چه، چه کسی، چگونه، چرا
 (۲) کی، چه، چگونه، چرا، چه کسی
 (۳) کجا، چرا، چه، چگونه، چه کسی
 (۴) کجا، چه، چگونه، چه کسی، چرا

*** یک پیام پیازی ***

تصویر زیر را ببینید و سپس به ۳ سوال بعدی پاسخ دهید.



مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۲۵. با توجه به تصویر و با توجه به مبحث لایه‌های پیام، برداشت کدام ضرب المثل از لایه‌های پیام موجود

در این تصویر صحیح است؟

- (۱) تا نباشد چیزی که مردم نگویند چیزها
 (۲) پیاز هم داخل میوه‌ها شد!
 (۳) معلوم نیست طرف سر پیازه یا ته پیازه!
 (۴) یک کلاغ، چهل کلاغ کردن

۲۶. با توجه به تصویر بالا و مبحث پنجگانه سواد رسانه‌ای، کدام گزینه درست نیست؟

- (۱) فرستنده اولیه پیام، در تصویر حضور دارد. گاهی کسی با زدن حرفی، ذهن بقیه را خراب می‌کند و سایرین نیز در فرآیند تحریف پیام مشارکت خواهند کرد.
 (۲) مجرای انتقال پیام، تحول یافته است. اگر در گذشته ارتباط به صورت شفاهی بود، ما امروزه از پشت پیام‌رسان‌ها درباره هم حرف می‌زنیم.
 (۳) در بستر ارتباطی ما، زنان بیشتر به جابه‌جا کردن حرف شناخته می‌شوند. این کلیشه است و ممکن است برخی مردان نیز اینگونه باشند.
 (۴) گیرنده پیام، معلوم نیست چه کسی است. حرفی که از دهان انسان خارج می‌شود، مانند تیری است که دیگر اختیارش در دست خود انسان نیست.

۲۷. اگر قرار باشد شما به عنوان مسئول فرهنگی شهرداری شهرتان، این تصویر را با کلامی از معصومین

کامل کنید، کدام گزینه بهترین مکمل برای عکس بالاست؟

- (۱) امام علی (ع): اگر فرد بدون آگاهی، ساکت می‌شد، مردم هیچ گاه به اختلاف نمی‌خوردند.
 (۲) امام باقر (ع): سزاوار است که مومن بر زبان خود مهر زند، آنچنان‌که بر گنجینه‌های طلا و نقره‌اش مهر می‌زند.
 (۳) حضرت رسول (ص): هر کس کار زشتی را بشنود و آن را افشا سازد، همانند کسی است که آن را مرتکب شده.
 (۴) امام سجاد (ع): سخن نیکو ثروت را زیاد می‌کند و روزی را با برکت و افزون می‌سازد.

*** فن آموزی نقد سینما ***

متن صفحه بعد بخشی از نقد فیلم «برادران لیلا» محمدرضا مقدسیان منتقد سینما است که در نقد فیلم «برادران لیلا» در بخش فیلم‌موشات سایت فیلمو منتشر شده است. این متن را بخوانید و به ۳ سوال بعدی پاسخ دهید. توجه کنید که برای پاسخ به سوالات حتماً لازم نیست که فیلم برادران لیلا را دیده باشید!

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سوادسازانه‌ای

«در سینما فرم و شکل همزمان در کنار محتوا دارای اهمیت است؛ نه مضمون به تنهایی. نمی‌شود فیلمساز بهترین حرف‌ها را به شکلی الکن و بدقواره و غیر سینمایی بزند و ما قربان مضمونش برویم و فرم را نادیده بگیریم... ماجرای جدل‌های اطراف فیلم برادران لیلا ساخته سعید روستایی را هم باید در همین زمین ببینیم. سعید روستایی فیلمساز با استعدادی است و «ابد و یک روز» و «متری شیش و نیم»ش فیلم‌های خوش‌ساخت و قابل‌اعتنایی است. فیلم‌هایی که اتفاقاً در کنار کیفیت فرمی و روایتگری‌اش، لایه‌هایی از مضامین و رویکردهای معنایی و انتقادی را هم مطرح می‌کند... اما «برادران لیلا»ی او فیلم بدی است. چرا؟... به این دلیل که فیلم بیش از آن که به دنبال طرح موضوع و مضمون انتقادی‌اش به زبان سینما باشد، درگیر گفتن، زیادگفتن، مستقیم‌گفتن، درشت‌گفتن و عصبانی‌گفتن شده است. روستایی بیش از آن که زمانش را صرف سروشکل‌دادن به موقعیت‌های داستانی، معماری و ارائه شخصیت‌ها و دغدغه‌ها و شیوه تفکراتشان، چیدمان ارتباط و تعامل میان آن‌ها و جهان اطرافشان کند، دلبسته همه‌چیزگویی شده است. او به جای آن که شخصیت‌هایش را ترسیم کند و به در و دیوار نکوبدشان، به جای آن که موقعیت‌هایش را ترسیم کند، برای تحول و تغییر شخصیت‌ها گره‌افکنی و گره‌گشایی را در پیش بگیرد، به جای آن که شخصیت‌ها و جهانشان را از حد مانکن و عروسک و آدمک‌هایی که فقط در صحنه گرد خودشان می‌چرخند، از تیپ بودن دور کند و به شخصیت‌های چندلایه و دغدغه‌مند و کنشگر بدل کند، به جای آن که مثل بچه آدم حرفش را شفاف و در قالب یک درام چفت‌وپیست‌دار بزند و به خط سیری که تبیین کرده، پایبند بماند و در انتها بر مبنای منطقی که خودش وضع کرده تحول را رقم خورده ببیند، سراغ همه‌چیزگویی و لغزیدن روی مضامین مختلف و از همه‌جا و همه‌چیز گفتن رفته و شخصیت‌هایش را به مثابه توریست‌های در مقابل دوربین در نظر گرفته و به تبع آن بازیگران نامی‌اش را از گوشه‌ای به گوشه دیگر پرتاب کرده بی‌آنکه مشخص باشد که مثلاً این پسران بی‌خاصیت اصولاً چرا باید راهی به سوی موفقیت داشته باشند؟...».

۲۸. بهترین عنوان و تیتر برای این یادداشت چیست؟

- ۱) شتر سواری دولا دولا نمی‌شود!
- ۲) مزن بی‌تأمل به گفتار دم!
- ۳) قربان صدقه‌رفتن برای فرم؛ ممنوع!
- ۴) آشفته‌گی‌های یک کارگردان پرادعا!

۲۹. کدام گزاره از متن بالا استخراج نمی‌شود؟

- ۱) هنر سینما هنری قصه‌گو و متوازن است که دو بال اصلی آن را، همزمان، تکنیک و فرم هنری در کنار محتوا تشکیل می‌دهد.
- ۲) کارگردان، منتقدی تخریب‌گر و در عین حال، سازنده است. او نسبت به معضلات اطرافش خشمگین است؛ خشمی مقدس.
- ۳) نزدیک‌شدن به جهان ذهنی شخصیت‌ها و موقعیت‌های کنش در فیلم، از عناصر اصلی ساخت درام در هنر سینما است.
- ۴) در فیلم‌های پیشین این کارگردان، نسبت بین فرم و محتوا بهتر رعایت شده است و از او در این اثر هم این انتظار می‌رفت.

۳۰. کدام گزینه به بهترین شکل ممکن، موضع نویسنده درباره فیلم برادران لیلا را بیان می‌کند؟

- ۱) نویسنده با لحنی موشکافانه، به شرط نادیده‌گرفتن معایب فرمی و شکلی فیلم برادران لیلا، از مضمون اصلی فیلم دفاع می‌کند.
- ۲) نویسنده با لحنی کنایی و طنزآلود، کارگردان این فیلم را کارگردانی سینمانابلد معرفی می‌کند که می‌خواهد حرف‌های گنده بزند.
- ۳) نویسنده با لحنی عصبانی، با اشاره به هدررفت استعدادهای سینمایی کارگردان و بازیگران مطرح فیلم، از این فیلم انتقاد می‌کند.
- ۴) نویسنده با لحنی توضیحی، از کم‌وکاست‌های فرمی و مضمونی فیلم انتقاد می‌کند و موضعی درباره تماشای آن نمی‌گیرد.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

مصرف رسانه‌ای

متن زیر را به دقت مطالعه کنید و پس از آن به ۴ سؤال بعدی پاسخ دهید.

در پژوهشی در سال ۱۳۹۶، نحوه مصرف یک پیام‌رسان خارجی توسط نوجوانان شهر تهران مورد مطالعه قرار گرفت. در این مطالعه انگیزه‌های استفاده از این پیام‌رسان و نحوه مصرف آن مورد توجه بود. نتیجه‌ی این پژوهش آن بود که نوجوانان استفاده کننده از این پیام‌رسان به ۶ دسته تقسیم می‌شوند.

- پناه‌جویان: نوجوانانی که از زندگی روزمره خود در دنیای واقعی خسته شده‌اند و برای فرار از دنیای واقعی به فضای مجازی پناه جسته‌اند. مصرف این نوجوانان اغلب در ساعات متمادی و بی‌هدف است و کمتر با کسی در ارتباط هستند.
- منفعت‌جویان: نوجوانانی که در زندگی روزمره اهداف مشخصی دارند و جهت به دست آوردن اطلاعات یا آموزشی مشخص به سراغ پیام‌رسان خود می‌روند و محتوای سودمند برای خود را جستجو می‌کنند. مصرف این نوجوانان اغلب در ساعات کوتاه و با هدف مشخص است و کمتر با کسی در ارتباط هستند.
- ارتباط‌گران: نوجوانانی که از پیام‌رسان جهت حفظ مسیر ارتباطی خود با دوستان و آشنایان خود در دنیای واقعی استفاده می‌کنند و با ارسال پیام‌های مختلف به مخاطبان خود در این پیام‌رسان، امکان تعامل و گفتگو با دیگران را به وجود می‌آورند. مصرف این نوجوانان اغلب در ساعات‌های متمادی است و هدف خاصی برای انتخاب محتوا ندارند و تنها با دوستان و آشنایان خود در ارتباط هستند.
- تأییدگران: نوجوانانی که پیام‌های حاوی محتوای مورد علاقه دوستان و آشنایان خود در دنیای واقعی را برای آنها ارسال می‌کنند. ارسال یک پیام از طرف این نوجوانان برای دیگران به معنی شناخت سلیقه آنها و تأیید تطابق محتوا با آن سلیقه است. مصرف این نوجوانان اغلب در ساعات‌های متمادی است و هدف خاصی برای انتخاب محتوا ندارند و تنها با دوستان و آشنایان خود در ارتباط هستند.
- هواخواهان: نوجوانانی که به یک فرد، گروه و یا اثر رسانه‌ای شناخته شده علاقه‌مند هستند و برای نشان دادن عضویت خود در گروه علاقه‌مندان آن فرد، گروه و یا اثر رسانه‌ای، پیام‌های مرتبط با آنها را دنبال می‌کنند و به انتشار انبوه این نوع پیام‌ها در سطح عمومی اقدام می‌کنند. مصرف این نوجوانان اغلب در ساعات‌های متمادی و با هدف حفظ ارتباط با دیگران علاقه‌مندان و انتشار انبوه و خلاقانه پیام‌های مربوط به حوزه علاقه آنهاست و نه تنها با دوستان خود در ارتباط هستند بلکه در سطح عمومی نیز فعالیت دارند.
- آرمان‌خواهان: نوجوانانی که به یک ایده یا آرمان باور دارند و محتوای تأییدکننده‌ی ایده و آرمان خود را دنبال می‌کنند و در سطح عمومی در حال گفتگو و دفاع از ایده و آرمان خود هستند. مصرف این نوجوانان اغلب در ساعات‌های متمادی و با هدف حفظ ایده و باور خود و اثبات آن به دیگران است به همین دلیل تعامل آنها هم با گروه‌های همفکر خود و هم در یک سطح عمومی‌تر است.

۳۱. کدام یک از گروه‌های معرفی شده را می‌توان مخاطب فعال نامید؟

- (۱) منفعت‌جویان (۲) تأییدگران (۳) هواخواهان (۴) ارتباط‌گران

۳۲. کدام یک از دسته‌های مخاطبی معرفی شده از منظر معیار مقاومت در برابر پیام دارای امتیاز بالایی هستند؟

- (۱) پناه‌جویان (۲) تأییدگران (۳) ارتباط‌گران (۴) آرمان‌خواهان

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۳۳. اگر بخواهیم این ۶ گروه نوجوانان را از نظر وسعت و گستره‌ی ارتباطی به ۳ دسته‌ی گستره‌ی فردی، گروهی و اجتماعی تقسیم کنیم، کدام یک از گزینه‌ها نشان‌دهنده‌ی مخاطبانی با گستره‌ی ارتباطی مشابه است؟

- (۱) تأییدگران - پناه‌جویان
(۲) پناه‌جویان - هواخواهان
(۳) پناه‌جویان - منفعت‌جویان
(۴) آرمان‌خواهان - منفعت‌جویان

۳۴. اگر بخواهیم این ۶ گروه نوجوانان را از نظر هدف‌مندی در نحوه انتخاب محتوای مصرفی دسته بندی کنیم، کدام یک از گزینه‌های زیر نشان‌دهنده مخاطبانی با هدف‌مندی بالا در نحوه انتخاب محتوای مصرفی است؟

- (۱) تأییدگران - منفعت‌جویان
(۲) تأییدگران - ارتباط‌گران
(۳) هواخواهان - ارتباط‌گران
(۴) آرمان‌خواهان - منفعت‌جویان

کنش رسانه‌ای

متن زیر را به دقت مطالعه کنید و با توجه به متن قبلی و این متن به ۳ سؤال بعدی پاسخ دهید.

در عصر نوین رسانه‌ها، دیگر تنها شاهد رسانه‌های یک‌سویه‌ای همچون، کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون و... نیستیم. امروزه رسانه‌های دوسویه ترکیب سپهر رسانه‌ای را تغییر داده‌اند و به تبع آن تعریف مخاطب نیز تغییر کرده است و مفهوم کاربر پررنگ‌تر شده است. اگر مخاطب تنها کنشی که می‌توانست نسبت به رسانه‌های یک‌سویه داشته باشد، کنش مصرف بود، کاربر امکان انجام ۴ کنش رسانه‌ای را در رسانه‌های دوسویه دارد:

- تولید: کاربر خود می‌تواند در مقام تولیدکننده پیام رسانه‌ای ظاهر شود و در فرآیند ارتباطی نقش فرستنده پیام را داشته باشد.
- بازتولید: کاربر می‌تواند از محتواهایی که در رسانه‌های دوسویه می‌بیند الهام گرفته و به بازتولید پیام رسانه‌ای بپردازد. در بازتولید نسبت مشخصی بین پیام اصلی و پیام بازتولیدشده وجود دارد اما با بیانی جدید و خلاقانه از پیام اصلی.
- بازنشر: کاربر می‌تواند محتواهای مورد نظر خود را که توسط فرد دیگری تولید شده است، از مسیرهای ارتباطی خود مجدد منتشر کند.
- مصرف: کاربر می‌تواند محتواهای مورد علاقه خود را از مسیرهایی مشخص در مدت زمان مشخص استفاده کند.

۳۵. اخیراً سکوهای مختلف رسانه‌های دوسویه همچون تیک‌تاک و اینستاگرام این امکان را برای کاربران فراهم می‌کنند تا با استفاده از صدای یک پیام رسانه‌ای، پیام‌های جدیدی تولید و منتشر شوند. این عمل این سکوها جهت تسهیل کدام یک از کنش‌های رسانه‌ای انجام شده است؟

- (۱) مصرف (۲) بازنشر (۳) تولید (۴) بازتولید

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۳۶. کدام یک از کنش‌های رسانه‌ای با گروه‌های نام‌برده در هر گزینه کمترین نزدیکی را دارند؟

- (۱) پناه‌جویان / منفعت‌جویان - تولید
(۲) ارتباط‌گران / تأیید‌گران - بازنشر
(۳) هواخواهان / آرمان‌خواهان - بازتولید
(۴) پناه‌جویان / ارتباط‌گران - مصرف

۳۷. شما در نقش یک تولیدکننده محتوا در رسانه‌های دوسویه، برای «دیده‌شدن بیشتر اثر خود» باید کدام یک از کنش‌های رسانه‌ای را در طراحی پیام خود در نظر داشته باشید؟

- (۱) تسهیل مصرف برای منفعت‌جویان با انتشار محتوای خود در سکوه‌های مختلف و متنوع
(۲) تسهیل بازنشر برای تأیید‌گران با بیان مخاطبان اصلی و منفعت پیام در محتوای تولید شده
(۳) تسهیل مصرف برای پناه‌جویان با اضافه کردن زیرنویس به پیام‌های تصویری دارای کلام
(۴) تسهیل بازنشر برای ارتباط‌گران با ایجاد نسبتی بین بازنشر پیام و ابراز کردن ایده و باور اولین دریافت‌کنندگان پیام

آواتارها ما را می‌سازند

متن زیر را به دقت بخوانید و به ۴ سؤال بعدی پاسخ دهید.

(پاراگراف ۱) کاراکترهای بازی‌های ویدیویی، موجودات پیچیده‌ای هستند: آنها در آن واحد هم نماینده تعاملی بازیکن (Gamer) در دنیای بازی، هم موجودات خیالی در خدمت پیشبرد داستان دنیای بازی و هم نماد اختصاصی و شناخته‌شده شرکت سازنده بازی هستند. در جهان بازی، بازیکنان، نقش دوگانه‌ای را، هم به‌عنوان بازیکن و هم به‌عنوان شخصیت داستانی، ایفا می‌کنند. از همین رو، بازیکن به طور همزمان، به دو سیستم آگاهی تعلق دارد: سیستم بازی و سیستم بازنمایی و این دو در کنار هم جهان بازی را تشکیل می‌دهند. هر تحلیلی درباره رابطه بین بازیکن و کاراکتر بازی‌های ویدیویی باید این دوگانگی را لحاظ کند.

(پاراگراف ۲) این رابطه بین دوگانه «یکی دانستن کاراکتر به‌عنوان بخش تعمیم‌یافته خود» و «کاراکتر به‌عنوان موجودی مجزا و خیالی» در نوسان است. این نوسان را می‌توان «آگاهی دوگانه» بازی نامید. این که بازیکنان دقیقاً چگونه این آگاهی دوگانه را تجربه می‌کنند، بستگی به ماهیت خاص کاراکتر بازی دارد. از آن جایی که بازی‌های ویدیویی، در حال رشدند، کاراکترهای بازی که توسط بازیکنان کنترل می‌شوند، نیز، روبه‌رشدند. این رشد براساس عواملی مانند پیشرفت امکانات فنی و نمایشی و همچنین ویژگی‌های منحصر به فرد نسل‌های جدید کنسول‌های بازی و رایانه‌های شخصی اتفاق می‌افتد. کاراکترهایی که توسط بازیکن کنترل می‌شوند، اغلب هم به‌عنوان «کاراکتر» و هم به‌عنوان «آواتار» شناخته می‌شوند.

(پاراگراف ۳) درحالی که توافق بر سر این موضوع است که آواتارها به‌عنوان جایگاه فعالیت‌های بازیکن در فضای بازی عمل می‌کنند، بحث‌های گسترده‌ای درباره نوع خاص تعامل با بازی و شکل‌گیری هویت‌های جدید وجود دارد. آواتار، ریشه در کلمه سانسکریت «آواتار» به معنای «تبار» دارد و هندوها در نگاه شرک‌آلود خود برای توصیف اشکال قابل مشاهده خدایان هندو در دنیای کوچک‌تر و فانی استفاده می‌کنند. در سال ۱۹۸۵ بود که برای اولین بار از اصطلاح «آواتار» برای توصیف شخصیت‌های مجازی در دنیای دیجیتال استفاده شد. اصطلاح آواتار، به معنی حرکت از دنیای مجازی به دنیای واقعی است که این حرکت در جهانهای آنلاین اتفاق می‌افتد. در اساطیر هند، آواتار نماینده خدا بر روی زمین است. بنابراین، منطقی به نظر می‌رسد که این اصطلاح را برای روابط بازیکن-کاراکتر که در آن کاراکتر به‌عنوان بازنمایی و نماینده بازیکن در بازی فعالیت می‌کند، استفاده کرد.

(پاراگراف ۴) آواتارهای واقعی به جای این که صرفاً جایگاه یا وسیله‌ای دیجیتالی را در فضای بازی برای کاربران خود فراهم کنند، انتخاب‌هایی را در اختیار آنها قرار می‌دهند که برای همزادپنداری بازیکن با کاراکترش در بازی بسیار مهم است. برای نظریه‌پردازان هویت در دیدگاه پست‌مدرن، هویت‌سازی، مکانیزم روانی است که شناخت خود و در نتیجه، شکل‌گیری هویت را موجب می‌شود. آواتار می‌تواند دقیقاً چنین مسیری را با هم‌آفرینی، اصلاح و تحول آواتار به‌عنوان هویت مجازی که امکان تبدیل کاربر و تأیید خود را فراهم می‌کند، برای کاربر خود ایجاد کند.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۳۸. کدام یک از گزینه‌های زیر توضیح بهتری برای چرایی نوشته شدن متن بالا است؟

- ۱) هدف نویسنده بیان برساخت هویت بازیکن در تعامل با تحول آواتار است به همین دلیل به رابطه دوگانه بین بازیکن و آواتار اشاره می‌کند.
- ۲) هدف نویسنده اشاره به ریشه‌های شرک‌آلود بازی‌های ویدیویی است به همین دلیل به ریشه‌شناسی کلمه آواتار در آیین هندو پرداخته است.
- ۳) هدف نویسنده بیان پیچیدگی کاراکترهای بازی‌های ویدیویی است به همین دلیل به بیان کارکردهای مختلف کاراکترهای بازی‌های ویدیویی اشاره می‌کند.
- ۴) هدف نویسنده بیان پیچیدگی رابطه بازیکن با کاراکترهای بازی است به همین دلیل به مفهوم «آگاهی دوگانه» در دنیای بازی اشاره می‌کند.

۳۹. بر اساس متن بالا کدام یک از گزینه‌های زیر به معنای «آواتار» نیست؟

- ۱) اشکال قابل مشاهده خدایان هندو
- ۲) نماینده تعاملی بازیکن در دنیای بازی
- ۳) نماد اختصاصی و شناخته شده بازیکن در دنیای بازی
- ۴) شخصیت‌های خیالی در راستای پیشبرد داستان دنیای بازی

۴۰. طراح بازی ویدیویی با استفاده از چه ابزاری ارتباط هویتی بازیکن و آواتار را به عنوان «خود

تعمیم یافته» تقویت می‌کند؟

- ۱) تغییر چهره، آرایش مو، لباس و ابزارهای آواتار توسط بازیکن
- ۲) کشته شدن آواتار در بخشی از فرآیند بازی کردن و شروع مجدد بازی
- ۳) گفتگوی آواتار بازیکن با دیگر کاراکترهای بازی جهت پیشبرد داستان بازی
- ۴) نقش بستن تصویر آواتار بر روی مجلات و نقدهای منتشر شده از یک بازی

۴۱. با توجه به روند استدلالی متن بالا اگر قرار باشد جمله‌ی «در نتیجه، رابطه‌ای دائماً در حال تغییر در

جهان بازی وجود دارد که بازیکنان با کاراکترهای‌شان تجربه می‌کنند.» را به یکی از ۴ پاراگراف اضافه

کنیم، کدام یک از گزینه‌های زیر جایگاه مناسب‌تری برای این جمله است؟

- | | |
|----------------------|----------------------|
| ۱) انتهای پاراگراف ۱ | ۲) ابتدای پاراگراف ۳ |
| ۳) انتهای پاراگراف ۲ | ۴) ابتدای پاراگراف ۴ |

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

انسان و رسانه

متن زیر را به دقت بخوانید و به ۵ سؤال بعدی پاسخ دهید.

(پاراگراف ۱) کلیشه‌سازی به تکرار مداوم نحوه خاصی از بازنمایی از یک پدیده یا گروه اجتماعی در طول زمان توسط رسانه‌ها اشاره می‌کند که نحوه شناخت مخاطبان از آن پدیده یا گروه اجتماعی را در یک قالب محدود می‌کند. کلیشه تأثیر مهمی در قضاوت و تصمیم‌گیری ما نسبت به افراد و اتفاقات پیرامونمان دارد.

(پاراگراف ۲) کلیشه‌سازی در رسانه به کمک ابزارهای برانگیختن احساسات و تکرار انجام می‌شود. وقتی بارها و بارها به شکل خاصی یک پدیده یا گروه اجتماعی بازنمایی می‌شود که احساسات مشخصی را برمی‌انگیزد، به مرور در مخاطب این رویکرد شکل می‌گیرد که این پدیده یا گروه اجتماعی، مترادف و همسان با این شکل خاص از بازنمایی و این احساس درونی است. این تکرار مداوم منجر به تعمیم می‌شود به این معنا که آن شکل خاص از بازنمایی و احساسات ناشی از آن به تعامل افراد با پدیده‌ها یا گروه‌های اجتماعی کلیشه‌سازی شده در دنیای واقعی شکل می‌دهد.

(پاراگراف ۳) اما باید در نظر داشته باشیم که کلیشه امری منفی یا مثبت نیست بلکه یک ابزار مورد نیاز برای مغز است. رسانه‌ها می‌توانند از کلیشه‌سازی استفاده کنند چون این قابلیت در مغز انسان وجود دارد و این قابلیت ابزاری کاربردی برای کارکرد بهتر مغز است. مغز برای انجام امور خود به انرژی بالایی نیاز دارد و همواره به دنبال راهی برای کاهش انرژی مورد نیاز خود است. وقتی یک پدیده بارها و بارها به یک شکل تکرار شود و نتایج خاصی را به دنبال دارد، مغز این را به یک مدل تبدیل می‌کند و روی دادن آن پدیده را با حصول نتیجه پیوند می‌زند. به این طریق انرژی مورد نیاز برای فکر کردن به شیوه‌های مختلف روی دادن پدیده و یا نتایج مختلف حاصل از آن ذخیره می‌شود. و مغز برای انجام امور دیگر انرژی خواهد داشت.

(پاراگراف ۴) هر بار در مواجهه با یک پدیده و یا فرد، اطلاعات دریافتی از طریق حواس به حافظه حسی منتقل می‌شوند و در صورتی که به آنها توجه کنیم، این اطلاعات به حافظه کاری یا همان حافظه کوتاه مدت ما وارد می‌شوند. حافظه کاری حجم اندکی دارد و به صورت همزمان امکان توجه به اطلاعات زیادی وجود ندارد و همینطور به راحتی اطلاعات دریافتی بعدی که توجه ما را به خود جلب می‌کنند جایگزین اطلاعات قبلی می‌شوند. اگر اطلاعات وارد شده به حافظه کاری مهم باشند و در تصمیم‌گیری و قضاوت بعدی باید مورد استفاده قرار گیرند باید در حافظه بلند مدت ذخیره شوند.

(پاراگراف ۵) وقتی در حال قضاوت بین چند گزینه هستیم و باید تصمیم‌گیری کنیم، اطلاعات بسیاری درباره‌ی هر گزینه باید مورد توجه باشد اما با توجه به محدودیت حافظه کاری ما نمی‌توانیم اطلاعات زیادی از هر گزینه را همزمان مورد توجه قرار دهیم. به همین خاطر اغلب در تصمیم‌گیری‌های ذهنی، ما نیازمند آن هستیم تا کل اطلاعات متنوع هر گزینه را در مغز خود با یک حس یا مفهوم جایگزین کنیم. در واقع ما در زمان تصمیم‌گیری تنها به یک مفهوم یا حس خود در مورد گزینه‌ها توجه می‌کنیم. به تعبیری ما برای تصمیم‌گیری به یک قالب برای خلاصه کردن اطلاعات نیازمندیم و رسانه‌ها یکی از منابع ایجاد ناخودآگاه این قالب‌ها به روش کلیشه‌سازی هستند.

۴۲. کدام یک از گزینه‌ها بهترین عنوان برای متن فوق است؟

- (۱) حافظه کاری و حافظه بلند مدت
 (۲) کلیشه‌سازی با نگاه به کارکردهای مغز
 (۳) کلیشه‌سازی در رسانه‌ها
 (۴) تصمیم‌گیری و قدرت انتخاب

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۴۳. کارکرد پاراگراف ۳ در نسبت به کل متن چیست؟

- ۱) مثالی از کلیشه‌سازی درباره‌ی کارکردهای مغز انسان را بیان می‌کند.
- ۲) رویکرد جدیدی به کلیشه‌سازی را بیان می‌کند تا به وجوه کارکردی مغز در این فرآیند توجه کنیم.
- ۳) با یک مثال نقض کلیشه‌سازی را نه یک امر رسانه‌ای بلکه یکی از کارکردهای مغز بیان می‌کند.
- ۴) رسانه را عامل خستگی مغز بیان می‌کند که در نتیجه آن مغز نیازمند ذخیره‌سازی انرژی خواهد بود.

۴۴. کدام یک از گزینه‌های زیر ادعاهای موجود در پاراگراف ۵ را تقویت نمی‌کند؟

- ۱) حافظه کاری از دو بخش حافظه تصویری و حافظه کلامی تشکیل شده است. در حافظه تصویری یک صفحه کامل در مغز نقش می‌بندد و در حافظه کلامی می‌توانیم تعدادی کلمه یا عدد را به خاطر بسپاریم.
- ۲) یکی از روش‌های ذخیره اطلاعات در حافظه بلند مدت، برانگیخته شدن یک احساس در زمان توجه به اطلاعات در حافظه کاری است. مثلا وقتی با دیدن یک مکان هیجان زده می‌شویم، اطلاعات آن مکان با حس هیجان در حافظه بلند مدت ذخیره می‌شوند.
- ۳) یکی از روش‌های ذخیره اطلاعات در حافظه بلند مدت قرار گرفتن آن اطلاعات ذیل یک مفهوم بزرگ‌تر است که قبلا در حافظه بلند مدت ذخیره شده است. مثلا وقتی یک مکان جدید را می‌خواهیم به خاطر بسپاریم، و با کلاس، راهرو، حیاط و... مواجه می‌شویم کل آن را با مفهوم مدرسه یادآوری می‌کنیم.
- ۴) حافظه کاری در افراد مختلف ظرفیت‌های متفاوتی دارد اما این ظرفیت محدود است. حافظه کاری تنها امکان ذخیره‌سازی ۵ تا ۹ مؤلفه را در خود دارد.

۴۵. کدام یک از گزینه‌های زیر به صراحت از متن فوق برداشت نمی‌شود؟

- ۱) کلیشه یکی از کارکردهای مغز است که رسانه‌ها از آن برای تأثیرگذاری بر نحوه تفکر و تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند.
- ۲) کلیشه یک قالب تفکر درباره‌ی پدیده‌ها و افراد است که به مرور در حافظه بلند مدت ذخیره شده است.
- ۳) کلیشه یک نوع محدودیت ذهنی است که تصمیم‌گیری ذهنی بدون آن ممکن نمی‌شود.
- ۴) کلیشه راه‌حل مغز برای ذخیره انرژی است که طی آن از تکرار پدیده‌ها، حکم صادر و تعمیم داده می‌شود.

۴۶. با توجه به تعریف کلیشه‌سازی در متن بالا، کدام یک از گزینه‌های زیر یک کلیشه‌سازی نیست؟

- ۱) به تصویر کشیدن تیراندازی‌های چندباره در مدارس آمریکا در اخبار داخلی ایران
- ۲) به تصویر کشیدن حوادث طبیعی گاه و بی‌گاه و ویرانی‌های ناشی از آن در آمریکا در اخبار داخلی ایران
- ۳) به تصویر کشیدن نجات معجزه آسای یک نفر از یک حادثه رانندگی در آمریکا در اخبار داخلی ایران
- ۴) به تصویر کشیدن مکرر سوزاندن پرچم آمریکا و سر دادن شعار «مرگ بر آمریکا» در ایران در اخبار کشور آمریکا

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

*** یک پیشنهاد خوب ***

موقعیت زیر را درک کنید و به ۴ سؤال بعدی پاسخ دهید.

در صنعت «ویدئو به درخواست» (VOD) یکی از مهم‌ترین مسائل، حفظ مشتریان و مخاطبان برای ماه‌های متمادی است. در صورت حفظ مشتریان و مخاطبان، هزینه آبونمان ماهیانه تمدید می‌شود و سود اقتصادی این سکوها حفظ می‌شود. به همین دلیل در این صنعت از هوش مصنوعی استفاده می‌شود تا نحوه مصرف مشتریان و علاقه‌مندی آنها کشف شود و در لایه‌ی تولید آثار ویدئویی و همینطور پیشنهاددهی محتواهای متناسب با علایق و سلیق، بهترین خروجی حاصل شود. یافتن محصول جدید اما مورد پسند در هر بار مراجعه شانس تمدید اشتراک آبونمان را افزایش می‌دهد. وجود یک استخر از محتوا که شامل میلیون‌ها اثر ویدئویی است و ردیابی کنش مخاطب در صفحات یک سکوی ویدئو به درخواست این امر را برای هوش مصنوعی ممکن می‌کند.

یکی از ابزارهای پیشنهاددهی در این صنایع صفحه اول شخصی‌سازی شده است. یعنی با وارد کردن نشانی وبگاه و ورود به صفحه اول این سکو، به کمک هوش مصنوعی یک صفحه‌ی منحصر به فرد برای ایشان طراحی و نمایش داده می‌شود. چینش‌های مختلفی برای صفحه یک وجود دارد اما یکی از انواع چینش صفحه اول چینش ۱۲ خانه‌ای است. در این چینش کل صفحه ورود، شامل پوستر ۱۲ اثر است که در سه سطر چیده می‌شوند. هر سطر یک طبقه‌بندی ارائه می‌دهد و ۴ اثر شاخص در آن طبقه در آن سطر نمایش داده می‌شوند. طبقه‌بندی‌ها از قاعده‌ی خاصی پیروی نمی‌کنند و تنها با توجه به سلیقه مخاطب تغییر می‌کنند.

با توجه به خروجی تحلیل‌های هوش مصنوعی، اولویت حرکت چشم در این نوع چینش ابتدا مشاهده ستون اول است و در صورتی که توجه مخاطب به اولین ستون یک سطر جلب شد، دیگر آثار موجود در آن سطر از راست به چپ (در فرهنگ شرقی) مشاهده می‌شود. با توجه به محدود بودن گزینه‌های صفحه نمایش، هوش مصنوعی سعی می‌کند اگر اثری می‌تواند در دو طبقه‌بندی قرار بگیرد، تنها آن را در یکی از طبقه‌ها نشان دهد اما در اولویت بالاتری قرار دهد.

نحوه چینش فیلم‌ها در صفحه ورود یک سکوی ویدئو به درخواست

عنوان طبقه ۱ (سطر ۱)			
سطر ۱، ستون ۱	سطر ۱، ستون ۲	سطر ۱، ستون ۳	سطر ۱، ستون ۴
عنوان طبقه ۲ (سطر ۲)			
سطر ۲، ستون ۱	سطر ۲، ستون ۲	سطر ۲، ستون ۳	سطر ۲، ستون ۴
عنوان طبقه ۳ (سطر ۳)			
سطر ۳، ستون ۱	سطر ۳، ستون ۲	سطر ۳، ستون ۳	سطر ۳، ستون ۴

مهرداد به عنوان یکی از مخاطبان این سکو توسط هوش مصنوعی با این ویژگی‌ها شناخته می‌شود:

- او به فیلم‌های قدیمی علاقه چندانی ندارد و آنها را برای مشاهده کمتر انتخاب می‌کند. اولویت اول مهرداد فیلم‌های جدید هستند.
- او برای انتخاب فیلم‌ها به امتیاز آنها توجه می‌کند.
- او همواره به آثاری که شهاب حسینی در آنها حضور داشته است علاقه نشان داده و امتیاز بالایی می‌دهد.
- او اخیراً «به وقت شام» از ابراهیم حاتمی‌کیا را دیده است و در کامنتی که درباره آن درج کرده است از موضوع فیلم و بازی بابک حمیدیان تمجید کرده است. او امتیاز بالای ۹۵ از ۱۰۰ را برای این اثر ثبت کرده است.
- مهرداد بعد از مشاهده‌ی «به وقت شام» کلمه «فروشنده» را جستجو کرده است. اما چند لحظه بعد از آمدن نتیجه جستجو، صفحه را بسته و از سکو خارج شده است.

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سوادسنانه‌ای

در یک سکوی ویدئو به درخواست فرضی ایرانی ۱۲ اثر در صفحه اول چیده شده است. این ۱۲ اثر از لیست زیر انتخاب شده‌اند:

نام اثر	سال	ژانر	امتیاز	نقش اول	دیگر بازیگران	کارگردان
موقعیت مهدی	۱۴۰۱	درام/اکشن	۹۳	هادی حجازی‌فر	وحید آقاپور ژیلا شاهی	هادی حجازی‌فر
غریب	۱۴۰۱	درام/اکشن	۹۵	بابک حمیدیان	رحیم نوروزی حسام محمودی	محمدحسین لطیفی
بخارست	۱۴۰۱	کمدی/ خانوادگی	۸۸	حسین یاری	پژمان جمشیدی امیرحسین آرمان	سید مسعود اطمیابی
طلاخون	۱۳۹۹	رازآلود/ درام	۸۲	بهار قاسمی	شهاب حسینی حسام منظور	ابراهیم شیبانی
خروج	۱۳۹۸	درام	۹۰	فرامرز قریبیان	جهانگیر الماسی مهدی فقیه	ابراهیم حاتمی‌کیا
سرو زیر آب	۱۳۹۷	درام/ اکشن	۸۶	بابک حمیدیان	مینا ساداتی شهرام حقیقت‌دوست	محمدعلی باشه‌آهنگر
به وقت شام	۱۳۹۶	درام/ اکشن	۹۰	بابک حمیدیان	هادی حجازی‌فر لاله مرزبان	ابراهیم حاتمی‌کیا
حوض نقاشی	۱۳۹۴	درام/ عاشقانه	۹۷	شهاب حسینی	نگار جوهریان فرشته صدرعرفایی	مازیار میری
فروشنده	۱۳۹۴	درام/ رازآلود	۸۹	شهاب حسینی	ترانه علیدوستی بابک کریمی	اصغر فرهادی
بادیگارد	۱۳۹۴	درام/ اکشن	۹۳	پرویز پرستویی	مریلا زارعی بابک حمیدیان	ابراهیم حاتمی‌کیا
هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند.	۱۳۹۲	رازآلود/ درام	۹۳	بابک حمیدیان	مریلا زارعی شهاب حسینی	پوران درخشنده
جدایی نادر از سیمین	۱۳۸۹	درام/ خانوادگی	۹۰	لیلا حاتمی	پیمان معادی شهاب حسینی	اصغر فرهادی
درباره الی	۱۳۸۷	درام/ رازآلود	۹۰	ترانه علیدوستی	شهاب حسینی مریلا زارعی	اصغر فرهادی
چهارشنبه‌سوری	۱۳۸۴	درام/ رازآلود	۸۷	هدیه تهرانی	ترانه علیدوستی پانته‌آ بهرام	اصغر فرهادی
ارتفاع پست	۱۳۸۰	اکشن/ ماجراجویی	۹۰	لیلا حاتمی	گوهر خیراندیش رضا شفیعی‌جم	ابراهیم حاتمی‌کیا

مرحله اول - هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

۴۷. با توجه به علایق مهرداد، کدام یک از گزینه‌های زیر می‌تواند به عنوان طبقه‌های اصلی صفحه یک سکو قرار داده شود؟

- ۱) آثار ابراهیم حاتمی‌کیا - آثار اصغر فرهادی - جدیدترین‌های اکران
- ۲) چون «به وقت شام» را پسندیده‌اید - آثار اصغر فرهادی - فیلم‌های شهاب حسینی
- ۳) جدیدترین‌های اکران - ژانر اکشن - فیلم‌های شهاب حسینی
- ۴) چون «به وقت شام» را پسندیده‌اید - جدیدترین‌های اکران - فیلم‌های شهاب حسینی

۴۸. اگر در صفحه یک شخصی‌سازی شده برای مهرداد طبقه‌ای با عنوان «فیلم‌های بابک حمیدیان» قرار داشته باشد کدام یک از گزینه‌های زیر بر اساس قواعد هوش مصنوعی و علاقه‌مندی مهرداد چینش بهتری برای این طبقه است؟

- ۱) غریب - سرو زیر آب - هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند - بادیگارد
- ۲) سرو زیر آب - هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند - بادیگارد - غریب
- ۳) غریب - بادیگارد - هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند - سرو زیر آب
- ۴) بادیگارد - سرو زیر آب - غریب - هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند

۴۹. اگر در صفحه یک شخصی‌سازی شده برای مهرداد طبقه‌ای با عنوان «چون «به وقت شام» را پسندیده‌اید» وجود داشته باشد، کدام گزینه به شکل صحیحی این طبقه را نمایندگی می‌کند؟

- ۱) خروج - سرو زیر آب - بادیگارد - ارتفاع پست
- ۲) غریب - سرو زیر آب - هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند - بادیگارد
- ۳) فروشنده - هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند - طلاخون - درباره‌الی
- ۴) موقعیت مهدی - غریب - بادیگارد - ارتفاع پست


۵۰. بهترین گزینه هوش مصنوعی برای یادآوری جستجوی کلمه «فروشنده» توسط مهرداد کدام گزینه است؟

- ۱) ایجاد یک طبقه با عنوان «چون فروشنده را جستجو کرده‌اید» و قرار دادن «فروشنده» در این طبقه
- ۲) ایجاد یک طبقه با عنوان «فیلم‌های شهاب حسینی» و قرار دادن «فروشنده» در اولویت اول این طبقه
- ۳) ایجاد یک طبقه با عنوان «آثار اصغر فرهادی» و قرار دادن «فروشنده» در اولویت اول این طبقه
- ۴) قرار دادن «فروشنده» در ابتدای لیست بازشونده‌ی نوار جستجوی سکو به عنوان تاریخچه جستجو

خداقوت! در مواجهه با دنیای پررمزوراز رسانه‌های نوین برای شما آرزوی موفقیت می‌کنیم!

پاسخنامه المپیاد سواد رسانه ای 1402

لطفاً در این کادر چیزی ننویسید.



کتاب هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه ای
کتاب هشتمین دوره المپیاد سواد رسانه ای
المپیاد سواد رسانه ای

مطابق توضیحات دفترچه تکمیل شود.

کد دفترچه

لطفاً گزینه را به صورت کامل و فقط با مداد مشکی نرم پر کنید. ● صحیح: ✘ غلط:

<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۸</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۰</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۱	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۱۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۲۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۴</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۶</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۸</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۰</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۲۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۲۳	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۴	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۲۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۸	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۹	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۴۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۴</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۶</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۸</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۰</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۴۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۲	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۴	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۴۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۵۰	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۶۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۴</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۶</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۸</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۰</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۶۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۳	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۴	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۸	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۹	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۲	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۴	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۰	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۱۱</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۴</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۶</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۸</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۱۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۲۰</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۱۱	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۱۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۴	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۵	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۱۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۱۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۱۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۲۰	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۳۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۴</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۶</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۸</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۳۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۴۰</td><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۳۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۳۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۳۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	۳۶	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۸	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۳۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۴۰	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۵۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۴</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۶</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۸</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۵۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۶۰</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۵۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۵۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۶۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>۷۱</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۲</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۳</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۴</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۵</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۶</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۷</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۸</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۷۹</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>۸۰</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	۷۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۷۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	۸۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۱	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۴	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۵	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۱۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۲۰	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۶	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۸	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۳۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۴۰	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۵۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۶۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۷۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							
۸۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																																																																																																																																																																							



باسمه تعالی
جمهوری اسلامی ایران
وزارت آموزش و پرورش



مبارزه علمی برای جوانان، زنده کردن روح جست و جو و کشف واقعیت هاست. «امام خمینی (ره)»

دفترچه سؤالات مرحله اول سال ۱۴۰۱

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

کد دفترچه: ۱

مدت آزمون	تعداد سؤالات
۱۷۵ دقیقه	۵۰ سؤال

نام:

نام خانوادگی:

شماره صندلی:

توضیحات مهم

استفاده از هر نوع ماشین حساب ممنوع است.

- ۱- کد دفترچه سؤالات شما یک است. این کد را در محل مربوط روی پاسخنامه با مداد پر کنید، در غیر این صورت پاسخنامه شما تصحیح نخواهد شد.
- ۲- بلافاصله پس از آغاز آزمون، تعداد سؤالات داخل دفترچه و همه برگه‌های دفترچه سؤالات را بررسی نمایید، در صورت هر گونه نقصی در دفترچه، در اسرع وقت مسؤول جلسه را مطلع کنید.
- ۳- یک برگ پاسخنامه در اختیار شما قرار گرفته که مشخصات شما بر روی آن نوشته شده است، در صورت نادرست بودن آن، در اسرع وقت مسؤول جلسه را مطلع کنید. ضمناً مشخصات خواسته شده در پایین پاسخنامه را با مداد مشکی بنویسید.
- ۴- برگه پاسخنامه را دستگاه تصحیح می‌کند، پس آن را تا نکنید و تمیز نگه دارید و به علاوه، پاسخ هر پرسش را با مداد مشکی نرم در محل مربوط علامت بزنید. لطفاً خانه مورد نظر را کاملاً سیاه کنید.
- ۵- دفترچه باید همراه پاسخنامه تحویل داده شود.
- ۶- پاسخ درست به هر سوال ۳ نمره مثبت و پاسخ نادرست ۱ نمره منفی دارد.

کلیه حقوق این سؤالات برای سازمان ملی پرورش استعدادهای درخشان محفوظ است.

آدرس سایت اینترنتی: sampad.medu.ir

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

نوجوان عزیز سلام!

ورود به دنیای تلاش برای مواجهه هوشمندانه و خلاقانه در مواجهه به رسانه‌ها را به تو تبریک می‌گوییم! چه به مرحله دوم المپیاد سواد رسانه‌ای راه پیدا کنی چه نه، تا همینجا قدر تلاش تو را می‌دانیم و امیدواریم این آزمون در کنار سنجش دانش تو، بهانه‌ای باشد برای یادگیری هرچه بیشتر انتخاب هوشمندانه در عصر رسانه‌های نوین. فقط یک نکته مهم! ۲۱ سوال ابتدایی آزمون به صورت «تک سوال» و از سوال ۲۲ به بعد به صورت «بسته سوال» ارائه شده‌اند. یعنی از سوال ۲۲ به بعد به‌زای هر متن باید ۲ سوال یا بیشتر را پاسخ بدهید. با توجه به اینکه سوالات بسته‌ای و متن‌هایشان زمان‌گیرتر هستند، به شما توصیه می‌کنیم در مدیریت زمان حداکثر دقت را داشته باشید. بی‌صبرانه منتظر دیدن شما در مراحل بعدی آزمون هستیم!

۱. فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی حاصل تعامل سه عرصه رایانه، ارتباطات دوربرد و دانش انفورماتیک هستند که توان بشر را در تولید، ذخیره و بازیابی انواع داده‌ها و اطلاعات، به‌طرز شگفت‌انگیزی، افزایش داده‌اند. برای مثال، گوشی تلفن همراه همزمان برای کاربران خود امکانات تلویزیون، رادیو و مجله مکتوب را فراهم می‌کند. انقلاب فن‌آوری، نوعی هم‌گرایی را در فن‌آوری‌ها شکل داده است و این هم‌گرایی به وجوه گوناگون زندگی اعم از فضاها و نقش‌های اجتماعی بشر نیز کشیده شده است. بر اساس این تعریف، بگویید کدام یک از موارد زیر از نتایج هم‌گرایی در زندگی اجتماعی جدید ما به شمار می‌رود؟

- (۱) ما فقط هنگام استفاده از گوشی تلفن همراه می‌توانیم هم‌گرایی را تجربه کنیم.
- (۲) فن‌آوری فضاها شهری را دگرگون کرده است. مثلاً، شما برای پول‌درآوردن الزاماً نباید در اداره خود باشید.
- (۳) باید بین نقش‌هایمان تفاوت قائل باشیم. پدری که معلم است، در خانه باید فقط به‌عنوان پدر حضور داشته باشد نه معلم.
- (۴) اقتصاد مفهومی ملی است و در درون مرزها تعریف می‌شود. معنی استقلال اقتصادی همین است.

۲. این تصویر، با کدام یک از مفاهیم زیر، تطابق دارد؟



- (۱) فضای مجازی امروزه بهترین سرگرمی برای نوجوانان است.
- (۲) رسانه‌ها از زبان اقناع استفاده می‌کنند.
- (۳) انسان‌ها در انبوهی از اطلاعات و سرگرمی‌های مجازی زندگی می‌کنند.
- (۴) رسانه‌ها می‌خواهند تمام اوقات انسان را در برگیرند حتی زمان‌های فراغت.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۳. در کدام یک از اخبار زیر به ترتیب از راست به چپ ارزش‌های خبری «شهرت، برخورد، شگفتی، تازگی، فراوانی» استفاده شده است؟

- (الف) پیداشدن گونه‌ای از گربه‌سانان در حوالی آفریقا که ویژگی‌های خزندگان را دارند.
 (ب) ازدواج بهنام بانی، خواننده جوان، حواشی جالبی در پی داشت.
 (ج) بر اساس آمار رسمی سازمان بهداشت جهانی، بیش از ۱۰ درصد جمعیت دنیا از سلامت بهداشت برخوردار نیستند.
 (د) در پی سیلاب گسترده در لرستان حدود ۱۰۰۰۰ خانوار سرپناه خود را از دست دادند.
 (ه) صبح امروز رئیس فدراسیون فوتبال آخرین وضعیت پرونده ویلموتس را برای خبرنگاران تشریح کرد.

- (۱) ب، د، الف، ه، ج
 (۲) ب، ه، الف، ج، د
 (۳) ب، ه، ج، الف، د
 (۴) ب، د، ه، ج، الف

۴. کدام یک از فنون اقناع در متن زیر به کار برده نشده‌اند؟

دوست دارید یه آینده درخشان منتظر تون باشه؟ دوست دارید در آینده با افتخار از موفقیت‌هاتون حرف بزنید؟ پیشنهاد من بهتون بسته تدریس خصوصی گلابیه! حتما واستون سوال پیش اومده که این بسته چه امکاناتی داره؟ بذارید از همین اول بهتون بگم که هرکسی از این بسته استفاده کرده راضی بود و موفق شده... این بسته شامل ۳۰ ساعت آموزش با مثاله که مطلب رو کامل براتون جا میندازه. حتی اگر احساس می‌کنید سطح درسی شما ضعیف‌تر از بقیه دوستاتونه بازم این بسته رو از دست ندید! موفقیت حس قشنگیه که منتظر تو وایستاده... اینم بدون که اگر جزو ۱۵ نفر اولی باشی که این بسته رو سفارش میدن ۵۰ درصد تخفیف می‌گیری! پس بجنب!

- (۱) تطمیع، تملق
 (۲) طنز، گواهی‌دادن مردم عادی
 (۳) شدت، گرم و صمیمی
 (۴) پرسش‌های معلوم‌الجواب، تداعی معانی

۵. سال‌ها قبل یکی از روزنامه‌های رسمی کشور اقدام به انتشار داستانی از زندگی چند نفر از سلبریتی‌های کشورمان کرد، این اخبار و حواشی در مدت بسیار کوتاهی به شدت، دست‌به‌دست شد و همه راجع به افشاگری انجام شده راجع به زندگی این افراد مشهور سخن می‌گفتند. تا این که یک هفته بعد روزنامه دیگری مطلبی بر علیه روزنامه مذکور و حواشی آن منتشر کرد و در بیانیه‌ای از مردم خواست تا به دلایل حقوقی از روزنامه فوق شکایت کنند و مطالب منتشرشده را باز نشر ندهند. دلایل حقوقی مطرح شده توسط روزنامه دوم کدام می‌تواند باشد؟

- (۱) رعایت بهداشت روانی، احترام به عقاید دینی و مقدسات
 (۲) رعایت بهداشت روانی، حق دسترسی به اطلاعات
 (۳) رعایت حقوق مخاطبان آسیب‌پذیرتر، رعایت انصاف و بی‌طرفی در رسانه‌ها
 (۴) حق محرمانگی، رعایت انصاف و بی‌طرفی در رسانه‌ها

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۶. در تصویر زیر سهیل مشغول یک کنش اجتماعی است. کدام یک از جملات زیر بهترین توصیف برای کار سهیل است؟



- ۱) سهیل به شدت تشنه توجه و مشتاق دیده شدن است.
- ۲) سهیل از تلفن همراه برای برهم زدن نظم عمومی استفاده می کند.
- ۳) سهیل از رسانه‌ها منفعلانه تأثیر می پذیرد.
- ۴) سهیل بدون توجه صحت خبر، هر خبری را که در رسانه‌ها به دست می آورد، با دیگران به اشتراک می گذارد.

۷. متن زیر از مقاله‌ای با عنوان «آیا راهی برای برون رفت از اختلاف نظرهای بی پایان وجود دارد؟» انتخاب شده است. کدام عبارت بهترین جمله برای تکمیل پاراگراف زیر است؟

در یک حکایت مشهور هندی، عده‌ای نابینا که پیشتر شناختی از فیل نداشتند با یک فیل رودررو می شوند. بسته به این که چه قسمتی از فیل را لمس کرده‌اند، هریک از آن‌ها درباره چستی آن حیوان به نتایج متفاوتی می‌رسند و دیگران را به عدم صداقت متهم می‌کنند و اختلاف‌ها بالا می‌گیرد. این افسانه به فرهنگ‌های دیگر نیز راه پیدا کرده است و در جمله مشهور جان استوارت میل بازتاب یافته است: «هرکسی که فقط روایت خودش از موضوع را می‌داند چیز زیادی نمی‌داند».....

۱) لذا، برای جستجوی حقیقت لازم است با نظرها‌های گوناگون گفتگو کنیم تا تجارب ناقص ما منجر به گمراهی در مواجهه با حقیقت نشود.

۲) چنین چیزی، نقش مهم روایت‌سازی را در دنیای امروز نشان می‌دهد و بیان می‌کند که جنگ روایت‌ها می‌تواند اذهان مردم را درگیر خود کند.

۳) افسانه‌ها می‌توانند با رویکردی تطبیقی و میان‌فرهنگی، به وجود آمده باشند.

۴) برای بیشتر شدن دایره آگاهی انسان، باید فرد به صورت عینی از زاویه نگاه خود به مسائل تجربی بیشتری بپردازد و از نفوذ یا شنیدن دیگر روایت‌ها جلوگیری کند.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۸. در کدام گزینه، بین آیه، شعر مطرح شده و مفهوم سواد رسانه‌ای ذکر شده، قرابت وجود ندارد؟

(۱) آنها فقط از گمان‌های بی‌اساس و هوای نفس پیروی می‌کنند (نجم؛ ۲۳)، تو در هوای نفسی و آگاه نیستی / که اجزاء خفتگان است همه ذره در هوا، مخاطب منفعل

(۲) آنان سخنان را از مفهوم اصلی آن تحریف می‌کنند (مائده؛ ۱۳)، آن مهندس که این بنا پرداخت / کس نداند که از برای چه ساخت، مهندسین پیام

(۳) و به خدا مطلبی نسبت ندهید که نمی‌دانید (کهف؛ ۵)، چنین کردند اینجا پاکبازان / ره تحقیق جسته کارسازان، لزوم تحقیق در مطلب

(۴) و هنگامی که به آنها گفته شود: «از آنچه خدا نازل کرده است، پیروی کنید» می‌گویند: «نه، ما از آنچه پدران خود را بر آن یافتیم، پیروی می‌کنیم» (بقره؛ ۱۷۰)، مردان زمانه این خبر را / از مخبر صادقی شنیدند، اعتبار منبع

۹. وقتی می‌گوییم «استدلال»، معمولاً به استدلال‌های گفتاری یا نوشتاری فکر می‌کنیم. با این حال، استدلال می‌تواند در همه اشکال، از جمله استدلال‌های بصری به کار رود. استدلال‌های بصری بر تصاویر متکی هستند تا بیننده را متقاعد کنند که کاری را باور کند یا انجام دهد. با توجه به این مقدمه، کدام عبارت درباره استدلال به کاررفته در تصویر زیر، درست است؟ (در تصویر زیر، کره زمین را می‌بینیم که روی نان یک بستنی قیفی در حال آب شدن است)



(۱) طراح این تصویر، از استقرای تعمیمی استفاده کرده است؛ به این معنا که تلاش دارد نشان دهد، بستنی یکی از محبوب‌ترین خوراکی‌ها در جهان است.

(۲) طراح این تصویر، از استقرای تمثیلی استفاده کرده است؛ به این معنا که با نشان دادن شرایط بحرانی بستنی، تلاش دارد نشان دهد گرمایش زمین، خطری است که همه جهان را تهدید می‌کند.

(۳) طراح این تصویر، از استقرای تجربی استفاده کرده است؛ به این معنا که می‌خواهد نشان دهد، فرقی نمی‌کند در کجای زمین! هر جا هوا گرم باشد، بستنی آب می‌شود.

(۴) طراح این تصویر از قضیه کلی استفاده کرده است؛ به این معنا که تلاش دارد تا استدلال کند، شادی مواجهه با بستنی یک حس مشترک جهانی است و همه با خوردن بستنی شاد می‌شوند.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۱۰. دو رویداد رسانه‌ای زیر به کدام یک از مفاهیم سواد رسانه‌ای بیشترین ارتباط را دارند؟
 - پس از اینکه مسی عباى اهدایى امیر قطر را بر تن کرد، فروش یک فروشگاه عبا ۱۴۰۰ درصد افزایش داشته است. در حالی که شرکت آدیداس از پوشانده شدن لوگوی این شرکت در زمان بالا بردن جام توسط مسی اعلام نارضایتی کرد.

- پس از اینکه گروه بی‌تی‌اس کره جنوبی اعلام کرد آلبوم جدید خود را مبتنی بر کتاب روانشناسی «نقشه یونگ از روح» منتشر خواهد کرد، این کتاب در یک شب در صدر کتاب‌های پرفروش کره جنوبی قرار گرفت.

(۱) فنون اقناع (۲) اقتصاد توجه (۳) عناصر ارتباط (۴) شهرت

۱۱. نقش رسانه‌های تصویری و رابطه آن با مخاطب، مسئله مهمی در جهان معاصر به شمار می‌آید. یکی از مهم‌ترین رویکردهایی که به‌واسطه آن می‌توان نظر مخاطب را به خود جلب کرد، «آشنایی‌زدایی» است. این رویکرد با تغییر عادات دیداری و ادراکات بصری در مخاطب احساس شگفتی ایجاد کرده و وی را به مشارکت می‌طلبد. با توجه به تعریف «آشنایی‌زدایی»، بگویید در کدام تبلیغ زیر، از فن آشنایی‌زدایی استفاده نشده است؟



(۲)



(۱)



(۴)



(۳)

۱۲. با توجه به گفتگوی زیر و با توجه به لایه‌های پیام، کدام گزینه در مورد نحوه نقد کردن این سه نفر صحیح است؟
 زهرا، سارا و ناهید با هم به سینما رفتند تا انیمیشن «پسر دلفینی» را تماشا کنند. پس از خروج از سالن سینما شروع به صحبت با یکدیگر کردند:

- زهرا: به نظر من این انیمیشن از انیمیشن قبلی تیم سازنده اش بهتر بود. انگار سازندگان به درک درستتری از مخاطب رسیده‌اند و تلاش کرده‌اند کاری تولید کنند که مخاطب اصلی آن کودک باشد. نه اینکه مثل اثر قبلی شان «فهرست مقدس» انیمیشنی بسازند که بیشتر مخاطبان بزرگسالان هستند و بزرگسالان هم که اساساً برای دیدن انیمیشن به سینما نمی‌آیند و همین باعث شکست خوردن فیلمشان به لحاظ اقتصادی بشود.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

- سارا: بین شخصیت‌های فیلم شخصیت ناخدا مروارید را بیش از همه پسندیدم. شخصیت متفاوت و دوست داشتنی از آب درآمده بود. از یک طرف خیلی بامزه و شیرین بود و به خوبی یک پدر مهربان جنوبی را تداعی می‌کرد. از سوی دیگر کاملاً خیرخواه پسر دلفینی بود و در انتها که جزیره به خطر افتاده بود خیلی مردانه به کمک پسر دلفینی آمد تا بتواند دریا را از سیاه شدن نجات دهند.

- ناهید: فیلمنامه فیلم پر بود از خلاءهای دراماتیک. فیلم زمان کوتاهی داشت ولی آنقدر شخصیت‌های مختلف و موقعیت‌های گوناگون در فیلم وجود داشت که فیلمساز نتوانسته بود همه اجزاء داستانش را به خوبی کنار هم قرار دهد و باعث گیجی مخاطب در فهم خط داستان می‌شد. اما کیفیت بسیار بالای طراحی کاراکترها، استفاده از قدرت رنگ و همچنین رندر فوق العاده انیمیشن باعث می‌شد تا چشمان مخاطب از تماشای اثری خوش رنگ و لعاب و پرریتیم سیراب شود.

(۱) زهرا در نقدش به فیلم بیشتر متمرکز بر فرامتن فیلم بوده است و سارا متمرکز بر زیرمتن فیلم.

(۲) سارا و ناهید نقدهایشان ناظر به متن فیلم بوده است.

(۳) ناهید در نقدش متمرکز بر زیرمتن فیلم بوده است و سارا متمرکز بر متن فیلم.

(۴) هیچکدام از این سه نفر در نقدهای خود به زیرمتن فیلم کاری نداشته‌اند.

۱۳. «ج.ج» تهیه‌کننده معروف سینما از دو سال پیش شروع کرد به ساخت فیلمی به نام «پایان تلخ» که قرار بود طی ۳ ماه تصویربرداری به پایان برسد. اما این فیلم به دلیل شیوع ویروس کرونا با مشکلات فراوانی در مسیر تولید مواجه شد. «م.م» یکی از بازیگران معروف فیلم پس از طولانی‌شدن روند تولید و نگرفتن دستمزد خود از ادامه همکاری با این پروژه خداحافظی کرد و در پستی طعنه‌آمیز در صفحه مجازی خود نوشت: «واقعاً متأسفم برای تیمی که توان مدیریت پروژه را ندارد و بدون وجود بودجه لازم، دست به کارهایی بیشتر از توان خود می‌زند. به من گفته بودند نام فیلمی که بازی می‌کنم پایان تلخ است. شاید اگر می‌دانستم نام اصلی این فیلم «تلخی بی‌پایان» است همان دو سال پیش از پذیرفتن این نقش کناره‌گیری می‌کردم!». بعضی از نزدیکان ج.ج. به او پیشنهاد دادند که به خاطر این پست از م.م شکایت کند. ج.ج. بر اساس کدام یک از اصول حقوق رسانه می‌تواند از م.م شکایت کند؟

(۱) ج.ج. بر اساس حق حفظ محرمانگی و حق پاسخگویی می‌تواند از م.م شکایت کند.

(۲) ج.ج. بر اساس حق حفظ تصحیح و حق حفظ محرمانگی می‌تواند از م.م شکایت کند.

(۳) ج.ج. بر اساس حق حفظ حرمت اشخاص و منع افترا و توهین می‌تواند از م.م شکایت کند.

(۴) کار م.م صرفاً با اخلاق رسانه سازگار نبود و به لحاظ حقوقی این پست نمی‌تواند منجر به شکایت حقوقی شود.

۱۴. «مارشال مک لوهان» به عنوان کسی که برای اولین بار عبارت «سواد رسانه‌ای» را به کار برد، نظریه‌ای دارد به نام «رسانه‌های گرم و سرد». به طور خلاصه مک لوهان در این نظریه مفهومی را مطرح می‌کند به نام «حرارت رسانه». به این معنا که رسانه‌هایی که مخاطب را در شکل‌گیری پیام، بیشتر مشارکت می‌دهند، حرارت کمتری از خود بروز می‌دهند و «رسانه‌های سرد» نامیده می‌شوند و رسانه‌هایی که در آنها بخش غالب پیام از خورشید فرستنده به زمین ادراک مخاطب ساطع می‌شود و مخاطب در شکل‌گیری پیام مشارکت داده نمی‌شود، رسانه‌های پر حرارت‌تری هستند و «رسانه‌های گرم» نامیده می‌شوند. با توجه به تجربه زیسته‌تان در تعامل با رسانه‌ها کدامیک از گزینه‌های زیر غلط است؟

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۱) شبکه‌های اجتماعی تاجایی که فضا را برای تولید محتوا توسط مخاطب مهیا می‌کنند، رسانه‌های سرد هستند ولی آنجایی که با هوش مصنوعی و الگوریتم‌های پیشنهاددهی تلاش می‌کنند توجه مخاطب را به سمت ایده‌آل‌های خود معطوف کنند، رسانه گرم می‌شوند.

۲) بازی‌های رایانه‌ای ابتدا مانند یک رسانه گرم حس تعاملی فراوانی را به مخاطب می‌دهند ولی هرچه روند بازی بیشتر پیش می‌رود، سردتر از هر رسانه دیگری مخاطب را در میان قواعد و اهداف جهان خود غوطه‌ور می‌کنند.

۳) کتاب، رسانه‌ای سرد است چراکه صرفاً واژه‌های ایستا را بر کاغذ می‌نشانند و تصویربخشیدن و حرکت دادن به واژه‌ها را به خیال مخاطباننش واگذار می‌کند.

۴) مارشال مک لوهان معتقد بود رادیو از تلویزیون رسانه گرم‌تری است اما برخی منتقدان با این حرف او مخالفند؛ چراکه رادیو، برعکس تلویزیون، ساختن تصویر را بر عهده مخاطب می‌گذارد و از او مشارکت بیشتری در شکل‌گیری پیام طلب می‌کند.

۱۵. شرکت‌های مشهور جهان، تلاش می‌کنند تا با انتخاب شعارهایی، نام برند خود را در ذهن مشتریان ثبت کنند. در زیر، شما ۴ شعار معروف از شرکت‌های مشهور جهان را مشاهده می‌کنید. در هر یک از این شعارها، به ترتیب، از کدام یک از فنون اقناع استفاده شده است؟

الف- شادترین نقطه روی زمین (دیزنی‌لند)

ب- سلامت زندگی کنید. از روغن شیل استفاده کنید. (روغن شیل)

ج- معجزه دانش (دوپونت؛ شرکت صنایع شیمیایی)

د- کابینت‌های ارزان اما در حد کابینت‌های قصر پادشاهی (کابینت کینگر)

۱) شدت، ادعای آشکار، اغراق، مقایسه

۲) اغراق، راه حل ساده، گواهی نخبگان، کلمات پرزرق‌وبرق

۳) شدت، راه حل ساده، گواهی نخبگان، کلمات پرزرق‌وبرق

۴) اغراق، کلمات پرزرق‌وبرق، اغراق، مقایسه

۱۶. با توجه به پاراگراف زیر، کدام یک از گزینه‌ها مصداق دزدی توجه است؟

گاهی بهای چیزها را به روش‌هایی به‌جز به‌کارگیری پول پرداخت می‌کنیم. مثلاً در عوض چیزی «رایگان»، نظیر ایمیل، فیس‌بوک یا تماشای مسابقات فوتبال، دسترسی به اطلاعاتمان را به دیگران می‌سپاریم یا بهای چیزها را با «وقت و توجه» پرداخت می‌کنیم. اما شرکت‌هایی هم هستند که توجه ما را قبضه می‌کنند بدون آن که در عوض آن مطلقاً چیزی بپردازند. در واقع کاری که شرکت‌های تبلیغاتی و صفحه‌نمایش‌های عمومی با بینندگان اجباری می‌کنند، تفاوت زیادی با آن ندارد که کسی پول شما را از جیب‌تان بردارد.

۱) استفاده از تبلیغات در نیمه پایینی صفحات روزنامه‌ها

۲) وجود تبلیغات در حال پخش در صف یا اتاق انتظار پمپ بنزین و بیمارستان

۳) تبلیغ کردن صفحات پر مخاطب مجازی به صورت استوری و پست

۴) قرارگرفتن مجلات تفریحی تبلیغاتی در اماکن خدماتی مثل آرایشگاه، بانک و...

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۱۷. متن زیر بخشی از کتاب کم عمق‌ها نوشته نیکلاس کار است. با توجه به این پاراگراف بگویید کدام گزینه روش هایپرلینک‌ها برای هل دادن ما به آثار تکمیلی و مرتبط با متن در حال مطالعه نیست؟

هایپرلینک‌ها هم‌چنین باعث تغییر تجربه ما از رسانه‌ها می‌شوند. لینک‌ها از یک جهت نوعی اشارات متنی، نقل قول و پانوشت هستند که از مدت‌ها پیش از عناصر رایج در متن تلقی می‌شدند. اما تأثیر آن‌ها بر ذهن ما در هنگام مطالعه اساساً عین قبلی نیست. لینک‌ها فقط ما را به آثار تکمیلی یا مرتبط ارجاع نمی‌دهند بلکه ما را به سمت آن‌ها هل می‌دهند. آن‌ها ما را ترغیب می‌کنند تا به جای این‌که توجهی پایدار را صرف هر متن کنیم، غرق در مجموعه‌ای از متن‌ها شویم و بیرون بیاییم. هایپرلینک‌ها با هدف جلب توجه ما طراحی شده‌اند. و نمی‌توان ارزش‌شان را در کمک به ما برای جهت‌یابی، از حواس‌پرتی و عدم تمرکزی که ایجاد می‌کنند جدا کرد.

(۱) هایپرلینک‌ها با متفاوت بودن رنگ و زیرخط‌دار شدن، نسبت به باقی متن از بخش‌های دیگر متن مهم‌تر جلوه می‌کنند و در ما حس نیاز به آگاهی بیشتر را ایجاد می‌کنند.

(۲) هایپرلینک‌ها را می‌توان در صفحات مجزا باز کرد و در ما این حس را به وجود می‌آورند که امکان جابجا شدن در صفحات بدون از دست رفتن مطلب اصلی وجود دارد.

(۳) هایپرلینک‌ها در طول خواندن متن‌ها اسکرول می‌شوند و دیگر در دایره دید نیستند و به ما حس از دست رفتن می‌دهند.

(۴) هایپرلینک‌ها در داخل متن‌ها هستند و مرتبط با موضوع جلوه می‌کنند و با تبلیغات که در کنار متن‌ها هستند و نامربوط جلوه می‌کنند در ذهن ما متفاوت برداشت می‌شوند.

۱۸. کدام گزینه پیوند صحیح بین جملات اندیشمندان رسانه را با سرفصل‌ها و دروس کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای به خوبی نشان می‌دهد؟

(۱) نیل پستمن: رسانه‌ها در نمایشی کردن و ارزش‌دادن به وقایع، مهارت خاص دارد. / تصاویر بی طرف نیستند

(۲) آلبرت انیشتین: پیشرفت تکنولوژیکی مثل یک تبر در دستان جنایتکاری روان پریش است. / مخاطب بی مخاطب!

(۳) مارک تواین: فریب‌دادن مردم، آسان‌تر از این است که آنها را متقاعد کنی که فریب خورده‌اند. / اعتیاد رسانه‌ای

(۴) ارنست کاسیرر: اسطوره‌های امروزی، مصنوعاتی هستند که به دست صنعت‌گرانی ماهر و زیرک ساخته شده‌اند. / هر چیز که در جستن آنی، آنی!

۱۹. کدام گزینه به بهترین شکل، جمله پایانی پاراگراف زیر را تکمیل می‌کند؟

رسانه‌های نوین، توانایی ما در دانستن به یک شیوه خاص را ارتقاء بخشیده اما در عین حال، توانایی ما برای دانستن از شیوه‌های پیچیده‌تر دیگر را تضعیف کرده است. در واقع دانش به دست آمده از رسانه‌های نوین از یک سو استحکام باورهای ما را کاهش داده است و از سوی دیگر باعث شده است که برای کسب اطلاعات و هماهنگ کردن آنها با یکدیگر خلاقیت به خرج ندهیم. به بیان دیگر، رسانه‌های نوین با همه کاربری‌های هیجان‌انگیزشان، این حقیقت ساده اما مهم را پنهان می‌کنند که

(۱) اینترنت دارد زندگی‌هایمان را تغییر می‌دهد.

(۲) تجربه‌های دیجیتالی ما روزبه‌روز با زندگی‌مان آمیخته‌تر می‌شود.

(۳) اینترنت، به تغییرات کلان در نحوه تعامل انسان‌ها در سرتاسر جهان سرعت بخشیده است.

(۴) دانش بیشتر لزوماً، به فهم عمیق‌تر منجر نمی‌شود.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۲۰. چند وقتی خبری در رسانه‌ها پیچیده بود مبنی بر این که ایلان ماسک قرار است تویتر را بخرد. او چند وقت بعد توییتی منتشر کرد که ترجمه آن می‌شود «پرنده آزاد شده است». سامان از این جمله، به این نتیجه رسید که ایلان ماسک بالاخره تویتر را خریداری کرده است. با توجه به برداشت سامان، بگویید که او با توجه به کدام یک از مفاهیم زیر به معنای این توییت پی برده؟

- (۱) متن پیام (۲) فرامتن پیام (۳) زیرمتن پیام (۴) ارزش‌های خبری

۲۱. این جمله را در نظر بگیرید: «یکی از شروط موفقیت در بازیگری و ستاره‌شدن در آن، داشتن بدنی ورزیده و اندامی مناسب است.» مفهوم این جمله از کدام گزینه دورتر است؟

- (۱) کلیشه بدن (۲) تعمیم ناروا (۳) دوقطبی‌سازی (۴) علت گرفتن امر همزمان

خسته نباشید! بالاخره رسیدیم به سوالات بسته‌ای. از سوال ۲۲ تا پایان آزمون، در ابتدای هر سوال یک متن آمده و باید متناسب با آن به دو سوال یا بیشتر پاسخ بدهید. پس در تنظیم زمان خود برای پاسخ به این سوالات دقت کنید تا وقت کم نیایید!

*** انگیزه مصرف رسانه‌ها ***

متن زیر را بخوانید و به سوالات ۲۲ و ۲۳ پاسخ دهید.

مواجهه با رسانه‌ها ممکن است ناشی از انگیزه‌های بسیار خاص (مانند تمایل به شنیدن جدیدترین موسیقی خواننده محبوبمان) تا انگیزه‌های بسیار کلی (مانند سرگرم‌شدن صرف) باشد.

پژوهش‌ها نشان داده است که مخاطبان برای مواجهه با تلویزیون دو انگیزه کلی دارند: انگیزه تشریفاتی و انگیزه ابزاری. انگیزه تشریفاتی مربوط به زمانی است که مواجهه با رسانه‌ها از روی عادت انجام می‌شود. در چنین حالتی رسانه، ابزار انتقال پیام، زمان و موقعیت همگی در کنترل عادت هستند. برای نمونه، فردی که هر روز هفته در ساعت ۱۱ صبح تلویزیون را روشن می‌کند و به تماشا برنامه موردعلاقه خود می‌نشیند، مشخصاً از سر عادت این کار را می‌کند. انگیزه ابزاری مربوط به زمانی است که مخاطب با هدفی مشخص و به‌طور آگاهانه، صرفاً برای استفاده از یک محتوای خاص از تلویزیون استفاده می‌کند و تلویزیون را تنها، ابزاری برای دستیابی به محتوای مورد نظرش می‌داند.

کسب رضایت و خشنودی فوری، انگیزه مخاطبان در تقریباً هر نوع استفاده از رسانه‌ها است. مخاطبان محتوایی را انتخاب می‌کنند که نیازهای فوری آنان را برای لذت و خرسندی برآورده سازد. رسیدن به رضایت آنی مبنای تصمیم‌گیری مخاطبان رسانه‌های جمعی در انتخاب پیام‌ها و مصرف آنهاست، و بیشتر این فعالیت‌ها ناشیانه و از روی ناخودآگاه است.

۲۲. با توجه به متن بالا، کدام یک از موارد زیر صحیح نیست؟

- (۱) استفاده از تلویزیون با انگیزه ابزاری، نوعی از اعتیاد به رسانه‌هاست که باید درمان شود.
 (۲) رژیم مصرف رسانه‌ای به ما در کنترل میزان استفاده تشریفاتی از رسانه‌ها کمک می‌کند.
 (۳) چرخه عادت سبب می‌شود تا مصرف‌کنندگان برای دریافت لذت بیشتر، زمان بیشتری صرف شبکه‌های اجتماعی کنند.
 (۴) انگیزه افراد برای استفاده از رسانه‌های جمعی تابعی از وضعیت خودآگاه و ناخودآگاه آنهاست.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۲۳. کدام گزینه درباره پیش‌فرض‌های نویسنده متن فوق، درست است؟

- (۱) از نظر نویسنده، علت استفاده افراد از رسانه‌ها، انگیزه‌های خاص است.
- (۲) نویسنده استفاده ابزاری را سودمندتر از استفاده تشریفاتی ارزیابی می‌کند.
- (۳) کسب رضایت و خشنودی فوری، از ویژگی‌های استفاده آگاهانه از رسانه‌هاست.
- (۴) از نظر نویسنده، استفاده تشریفاتی از رسانه‌ها به خاطر نداشتن سواد رسانه‌ای است.

*** انتخاب‌های از قلم‌افتاده ***

متن زیر از کتاب اصل‌گرایی نوشته گریگ مک‌کیون با اندکی تصرف، برداشته شده است. این متن را بخوانید و به سوالات ۲۴ تا ۲۶ پاسخ دهید.

(پاراگراف ۱) همه ما شاهد بوده‌ایم که طی دهه گذشته، گزینه‌های در دسترس به شکل فزاینده‌ای بیشتر شده‌اند. با این حال، در خلال این افزایش و شاید به دلیل این افزایش، انتخاب‌های مهمی را از قلم انداخته‌ایم.

(پاراگراف ۲) همان‌طور که پیتر دراگر، بنیان‌گذار مدیریت نوین گفته است: «ظرف چند صد سال، وقتی تاریخ دورانمان، از چشم‌اندازی دور نوشته شود، احتمالاً، مهمترین رویدادی که مورخان متوجهش خواهند شد نه فناوری، نه اینترنت و نه تجارت الکترونیک بلکه تغییری بی‌سابقه در اوضاع بشر خواهد بود. برای اولین بار، به معنای واقعی کلمه، افراد زیادی که تعدادشان هم هر روز رو به افزایش است، گزینه‌های زیادی در اختیار دارند. برای اولین بار، مجبور می‌شوند خودشان را مدیریت کنند و جامعه اصلاً آمادگی این کار را ندارد.»

(پاراگراف ۳) عدم آمادگی ما تا حدی به این دلیل است که برای اولین بار، تعدد انتخاب بر توانایی مان برای مدیریت‌کردنش چیره شده است. توانایی پالایش چیزهای مهم از غیرمهم را از دست داده‌ایم. روان‌شناسان این وضعیت را «خستگی تصمیم‌گیری» می‌نامند: هر چه مجبور به گرفتن تصمیم‌های بیشتری باشیم، کیفیت تصمیم‌هایمان بدتر می‌شود.

(پاراگراف ۴) فقط تعداد گزینه‌ها نیست که به شکل فزاینده‌ای افزایش یافته، بلکه قدرت و تعداد عوامل بیرونی تأثیرگذار بر تصمیم‌هایمان هم افزایش یافته است. درباره این که در حال حاضر چقدر بیش از حد به هم وصل شده‌ایم و این اضافه‌بار اطلاعاتی چقدر مایه حواس‌پرتی است، بسیار گفته و نوشته شده است ولی مشکل بزرگ‌تر، آن است که این ارتباط چقدر قدرت فشار اجتماعی را افزایش داده است. امروزه فناوری باعث شده مردم با اعلام نظرشان راحت‌تر برایمان تعیین تکلیف کنند. مشکل فقط اضافه‌بار اطلاعاتی نیست، بلکه اضافه‌بار نظرها هم هست.

۲۴. براساس متن بالا، کدام گزینه در تعامل با رسانه‌ها نتیجه مفهوم خستگی تصمیم‌گیری نیست؟

- (۱) خاموش کردن اعلان هشدار (نوتیفیکیشن) در رسانه‌های اجتماعی
- (۲) روشن کردن بی‌هدف تلویزیون و تغییر دائم شبکه‌های تلویزیونی بدون قصدمندی قبلی
- (۳) استفاده از پیشنهاد ویدئوهای مشابه (similar posts) در اینستاگرام
- (۴) استفاده از دکمه پسندیدن (لایک) برای همه فرسته(پست)های دوستان و آشنایان فارغ از محتوای آنها

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۲۵. با توجه به مفهوم «انتخاب‌های از قلم‌افتاده» در متن بالا، کدام یک از گزینه‌های زیر، بیانگر نقش رسانه‌ها در سخت‌شدن تصمیم‌گیری‌ها در دوران حاضر نیست؟

- (۱) به تصویر کشیدن گزینه‌های مختلف در هر تصمیم‌گیری در قالب تبلیغات
- (۲) متصل کردن افراد بیشتر به ما و اضافه شدن نظر (کامنت) آنها به عامل تصمیم‌گیری
- (۳) اضافه کردن قابلیت امتیاز رضایت مشتریان (ستاره) در کنار کالا و خدمات
- (۴) ایجاد تمایل داشتن همه گزینه‌ها با هم به جای تصمیم در انتخاب یک گزینه با بازنمایی کردن زندگی ستاره‌های رسانه‌ای

۲۶. پاراگراف ۴ چه نسبتی با کل متن دارد؟

- (۱) از زاویه‌ای جدید به یک پدیده عصر حاضر توجه می‌کند و آن را به عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر بر توجیه هدف کلی متن عنوان می‌کند.
- (۲) یکی از پدیده‌های عصر حاضر را به کمک مفهوم هدف کلی متن، توجیه می‌کند.
- (۳) یک پدیده عصر حاضر را که به ظاهر متناقض با هدف کلی متن است را توجیه می‌کند.
- (۴) به تأثیرات یک پدیده عصر حاضر بر مفهوم هدف کلی متن از دو جنبه می‌پردازد.

راز بقای غزال و غزاله

متن زیر را بخوانید و به سوالات ۲۷ تا ۳۳ پاسخ دهید.

(پاراگراف ۱) «تق!» توجه غزال نوجوان از چمن‌های سبز و تازه بهاری به صدا جلب می‌شود. آیا صدای شکسته شدن یک تکه چوب بود؟ سر را بالا می‌آورد، گوش را می‌چرخاند و چشم به هر سو می‌گرداند. ترس وجود او را فراگرفته است و بدن، آماده یک فرار سریع می‌شود. نکند شکارچی تیزرویی در کمین است؟ فوری باید اطلاعات بیشتری به دست آورد و اگر این خطر احتمالی، یک خطر واقعی باشد، بقای غزال در خطر است!

(پاراگراف ۲) «دینگ!» توجه غزاله نوجوان از کتاب منطقی که در دست دارد به صدا جلب می‌شود. صدای «اعلان» پیام‌رسان من بود؟ گوشی هوشمند را به دست می‌گیرد و صفحه را چک می‌کند. اضطراب او را فراگرفته است و آماده مواجهه با یک خبر جدید می‌شود. نکند اتفاقی افتاده است که او از آن بی‌خبر است و ممکن است به جدا افتادن او از گروه دوستان یا هم‌مدرسه‌ای‌ها منجر شود؟ فوری باید اطلاعات جدید را به دست آورد و گرنه ممکن است این یک خطر واقعی برای بقای غزاله باشد!

(پاراگراف ۳) هر لحظه داده‌های دیداری و شنیداری بسیاری وارد سیستم حواس ما می‌شوند. یکی از سامانه‌های عمقی مغز انسان که از لحاظ عملکردی مشابه مغز خزندگان و پستانداران است، این وظیفه را برعهده دارد تا همه این داده‌ها را به سرعت و بدون توجه به جزئیات، پردازش کند تا اگر پدیده‌ای در اطراف ما اتفاق می‌افتد که برای ادامه بقا به آن احتیاج داریم و یا ممکن است تهدیدی برای بقای ما باشد، آن را تشخیص دهد و توجه ما را به آن پدیده جلب کند. به این نوع از توجه، توجه غیرارادی گفته می‌شود و این عوامل بیرونی هستند که بدون دخالت خودآگاه ما، آن را به کار می‌اندازند. توجه غیرارادی بسیار قوی، سریع و محتاط است؛ یعنی این سامانه خیلی سریع و آنی تمام حواس را به صورت کامل به هر پدیده‌ای که احتمال اندکی دارد که بقا را تهدید کند، جلب می‌کند.

(پاراگراف ۴) از طرف دیگر یکی از سامانه‌های سطحی و بیرونی مغز انسان که از لحاظ عملکردی، تنها در پستانداران نزدیک به انسان سطحی‌مقدماتی از آن دیده شده است، این وظیفه را برعهده دارد که به صورت ارادی و خودآگاه از بین همه داده‌هایی

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

که وارد حواس ما می‌شوند، تنها به بخش خاصی از اطلاعات مورد نیاز و خودخواسته توجه کند. به این نوع از توجه، «توجه ارادی» و یا «توجه انتخابی» گفته می‌شود. توجه ارادی در اغلب انسان‌ها ضعیف، کند و پریشان است؛ یعنی این سیستم به سختی می‌تواند تنها بخشی از حواس را آرام آرام به موضوع انتخاب شده متمرکز کند و بعد از مدتی خسته شده و از تمرکز خارج می‌شود.

(پاراگراف ۵) تنها بعضی انسان‌ها که توجه ارادی خود را منطبق بر اصل انعطاف پذیری نوروئی - استفاده بیشتر از یک مسیر عصبی منجر به تقویت آن مسیر عصبی می‌شود- پرورش داده باشند و از طرفی خود را نسبت به پدیده‌های بیرونی حفاظت کنند، می‌توانند برای ساعت‌ها بر یک موضوع انتخابی متمرکز باشند و به حالت «غرقگی» برسند. غرقگی حالتی است که ما انتخاب کرده‌ایم به موضوعی خاص توجه کنیم و حتی متوجه علائم مهم توجه غیرارادی مثل گرسنگی، تشنگی و یا حتی خواب‌آلودگی نشویم.

(پاراگراف ۶) بله! غزال درست تشخیص داده بود؛ یک ببر آرام آرام خود را به غزال نزدیک کرده بود و در کمین بود تا به سوی او حمله‌ور شود. نباید وقت را در چمن‌زار تلف می‌کرد، مهم‌ترین کار دور شدن از موقعیت با بیشترین سرعت بود. درست است که آن چمن‌زار زیبا مواد غذایی مناسبی برای ادامه زندگی در خود داشت، اما شاید ۲۰ دقیقه بعد دیگر غزال نبود که از آن استفاده کند؛ پس باید از چمن‌زار می‌گریخت.

(پاراگراف ۷) بله! غزاله درست تشخیص داده بود؛ یک خبر جدید در بین دوستان می‌چرخید و ممکن بود او دیر با آن مواجه شود. نباید وقت را پای کتاب تلف می‌کرد. مهم‌ترین کار ورود به بحث بود تا از آن، جا نماند. درست است که کتابی که در دست داشت دانش و مهارت مفیدی برای ادامه زندگی او در آینده در خود داشت اما شاید ۲۰ دقیقه بعد دیگر غزاله‌ای نبود که بخواهد از آنها استفاده کند پس باید از کتاب می‌گریخت.

۲۷) کدام یک از گزینه‌های زیر نمونه‌ای از غرقگی در استفاده از رسانه‌ها نیست؟

- ۱) مشاهده فیلم در سالن تاریک سینما
- ۲) خواندن یک رمان برای ساعت‌های متمادی
- ۳) زیارت امام رضا (ع) از طریق عینک واقعیت مجازی
- ۴) مشاهده تلویزیون در خانه در کنار امور روزمره

۲۸) کدام یک از گزینه‌های زیر نمونه‌ای از رسانه‌های مبتنی بر توجه ارادی است؟

- ۱) دسترس پذیری محتوای رسانه مبتنی بر دسته‌بندی موضوعی و جستجو
- ۲) دسترس پذیری محتوای رسانه مبتنی بر جریان پخش اطلاعات (مثل رادیو، تلویزیون، استریم و...)
- ۳) دسترس پذیری محتوای رسانه مبتنی بر شخصی‌سازی و پیشنهاددهی
- ۴) دسترس پذیری محتوای رسانه مبتنی بر اعلان هشدار (نوتیفیکیشن)

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۲۹. کدام گزاره پیش‌فرض مورد نیاز برای صحت استقرای تمثیلی بین پاراگراف ۱ و ۲ نیست؟

- (۱) صدای کوتاه ضربه‌ای، در انسان مشابه پستانداران توجه غیرارادی را جلب می‌کند.
- (۲) محتویات کتاب منطق مشابه محتویات چمن‌زار برای بقا مهم است.
- (۳) صدای کوتاه ضربه‌ای، در انسان مشابه پستانداران تغییراتی در سوخت‌وساز بدن ایجاد می‌کند تا به دنبال اطلاعات بیشتر باشیم.
- (۴) احتمال عقب‌افتادن از گروه، مشابه احتمال تحت تعقیب‌بودن توسط یک شکارچی برای بخش عمقی مغز تهدید بقا تشخیص داده می‌شود.

۳۰. در ادامه مثال‌های مختلفی از زندگی غزاله آمده است. کدام ادعای مطرح‌شده توسط غزاله، مفهوم بیان شده در پاراگراف ۳ را تقویت می‌کند؟

- (۱) وقتی گرسنه هستم، خیلی سخت می‌تونم به چیز دیگه‌ای فکر کنم. انگار حتی در اینستاگرام هم تصاویر غذا و آشپزی بیشتری می‌بینم.
- (۲) من خیلی سخت خوابم می‌بره. اغلب اوقات از گشتن در اینستاگرام استفاده می‌کنم تا خوابم ببره.
- (۳) من بیشتر اوقات تنها هستم اما خوشحالم که با گوشی همراه می‌تونم با دوستانم گپ بزنم.
- (۴) وقتی مدرسه به خاطر کرونا تعطیل بود، تونستم صفحات مجازی مرتبط با رشته‌ای که دوست دارم رو پیدا کنم. وقتی توی این صفحات می‌گردم، انگار توی یه جهان دیگه هستم. متوجه هیچ چیز نمی‌شم.

۳۱. در پاراگراف‌های ۶ و ۷ یک استدلال تمثیلی رخ داده است. کدام گزینه زیر این تمثیل را نقض نمی‌کند؟

- (۱) توجه غیرارادی غزال و غزاله مشابه هم رفتار کردند اما در مصداق غزال، تهدید بقا واقعی و در مصداق غزاله تهدید بقا غیرواقعی بود.
- (۲) غزال راه دیگری نداشت و گریز از ببر بدون انتخاب غزال اتفاق افتاد در حالی که غزاله راه دیگری داشت و گریز از کتاب با انتخاب خود او بود.
- (۳) غزال ۲۰ دقیقه دیگر و بعد از رفع تهدید بقا می‌تواند به چمن‌زار برگردد. غزاله ۲۰ دقیقه دیگر و بعد از گفتگو با دوستانش می‌تواند به مطالعه کتاب منطق برگردد.
- (۴) درست است که مطالعه کتاب منطق به فوریت تغذیه از چمن‌زار در ادامه بقا مهم نیست ولی عدم شرکت در بحث دوستانه هم به اندازه فرار از ببر تهدید فوری بقا نیست. امکان به تعویق انداختن شرکت در بحث دوستانه توسط غزاله وجود داشت.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۳۲. در ادامه تعدادی از تجربه‌های غزاله آمده است. کدام یک از این تجربه‌ها، ادعاهای موجود در پاراگراف ۴ را تایید نمی‌کند؟

- (۱) وقتی مطالعه درس‌ها رو شروع می‌کنم، انگار یک بخشی از مغزم می‌خواد به کار دیگه بکنه. اگر موسیقی نگذارم، کلی فکر تو سرم میاد و میره.
- (۲) خیلی فرصتش پیش نمی‌یاد ولی هر موقع شروع میکنم و زمان می‌خونم، متوجه گذر زمان نمی‌شم. وقتی یک زمان خوب و گیرا پیدا کنم اغلب تا تموم نشه، زمین نمی‌گذارمش.
- (۳) وقتی توی کلاس به حرف‌های معلم گوش می‌کنم، بعد چند دقیقه خسته میشم، اونوقته که دوست دارم بدونم بقیه بچه‌ها دارن چیکار می‌کنند. به همین خاطر خیلی وقت‌ها خانم معلم که برمیگرده می‌بینه من رو به تخته نیستم و فکر میکنه از اول هم به حرف‌هاش گوش نمیدادم.
- (۴) همیشه شروع به کاری برام سخته، باید به زور خودم رو بکشونم پای اون کار، ولی یه مدت که میگذره، آروم آروم انگار همه چی روی دور میفته!

۳۳. در دوران فراوانی اطلاعات و کمبود توجه، رسانه‌ها برای برپا و زنده نگه‌داشتن خود به دنبال جلب توجه ما هستند. چه را که مدل اقتصادی حاکم بر دوران ما «اقتصاد توجه» است. توجه بیشتر برای رسانه‌ها یعنی حق اشتراک و یا تبلیغات بیشتر. به همین دلیل رسانه‌ها از انواع روش‌های مؤثر بر توجه غیرارادی استفاده می‌کنند. از طرفی خیلی از انسان‌ها برنامه خود را برای آینده طراحی کرده‌اند و این یعنی با توجه ارادی خود به دنبال موضوع به خصوصی در رسانه‌ها هستند. کدام یک از روش‌های زیر روش مناسبی برای غلبه دادن توجه ارادی بر توجه غیرارادی نیست؟

- (۱) تعیین مدت زمان محدود در طول روز برای استفاده از رسانه‌ها و کنار گذاشتن رسانه پس از پر شدن ظرفیت روزانه
- (۲) قطع کردن اعلان رسانه‌های اجتماعی و تعیین بازه زمانی مشخصی در طول روز برای استفاده از آنها
- (۳) استفاده از ابزارهای تخصصی تک کاره به جای گوشی همراه همه‌کاره مثل استفاده از ساعت مچی به جای استفاده از ساعت موبایل
- (۴) دنبال کردن محتوای انتخابی در رسانه تخصصی نه در بستر رسانه‌های چندموضوعی مثل دنبال کردن سایت تخصصی آموزش تخصصی به جای دنبال کردن یک صفحه اینستاگرامی آن موضوع

*** TV vs VOD ***

متن زیر را بخوانید و به سوالات ۳۴ تا ۳۶ پاسخ دهید.

(پاراگراف ۱) همزمانی ظهور رادیو و تلویزیون به عنوان رسانه‌های جمعی (توده‌ای) که عموم افراد فارغ از سن، جنسیت، سواد و... می‌توانستند مخاطب آن باشند، و جنگ جهانی اول و دوم نقش بسزایی در شکل‌گیری نظریه‌های تأثیر نامحدود در تاریخ نظریه‌های ارتباطات داشتند. محققان تا مدت‌ها رادیو و تلویزیون را ابزار تبلیغاتی به شدت مؤثر در راستای به سلطه گرفتن جوامع قلمداد می‌کردند.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

(پاراگراف ۲) اما با گذشت زمان از دوران جنینی رادیو و تلویزیون و فراگیر شدن این رسانه‌ها و شناخت بیشتر مخاطبان از نحوه کار آنها، مطالعات حاکی از آن بود که دیگر مخاطبان، تأثیر دلخواه فرستندگان را به راحتی پذیرا نمی‌شوند. در این دوره زمانی، نظریه‌ها در گردشی کامل، از تأثیر محدود رسانه‌ها و نقش فعال مخاطبان در تعامل با رسانه‌ها صحبت می‌کردند.

(پاراگراف ۳) هرچند سال‌ها نظریه‌های تأثیر مشروط رسانه‌ها به دنبال پیدا کردن مؤلفه‌های مهم و گزاره‌های شرطی برای تأثیر یا عدم تأثیر رسانه‌ها بودند، با ظهور رسانه‌های تعاملی همچون رسانه‌های اجتماعی و بسترهای پخش ویدئو به درخواست (VOD)، بار دیگر نظریه‌های تأثیر محدود و نقش مخاطب فعال در مطالعات ارتباطی قوت گرفت.

(پاراگراف ۴) بخش عمده‌ای از محققان، اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و بسترهای پخش ویدئو به درخواست را رسانه‌های مخاطب‌محور و ابزار آگاهی و آزادی از سلطه قلمداد می‌کردند. اما باز هم گذشت زمان از دوران جنینی این رسانه و فراگیر شدن آنها نظرات محققان را از نگاهی یک‌جانبه خارج کرد.

(پاراگراف ۵) رسانه‌های جدید با ایجاد امکان تکرار در تولید محتوا و قابلیت جستجو برای یافتن محتوای مورد نظر، امکان گزینشگری و نفع‌گرایی را برای مخاطبان بیش از پیش محقق کردند اما حجم انبوه اطلاعات و سیستم شخصی‌سازی و پیشنهاددهی در رسانه‌های جدید هدفمندی را کاهش می‌دهند. همچنین وجود اعلان در رسانه‌های جدید و نامتمرکز بودن تولید محتوا امکان مقاومت در برابر پیام‌ها را کاهش می‌دهد.

۳۴. از بین گزینه‌های زیر کدام عنوان مناسب‌تری برای متن بالا است؟

- ۱) نظریه‌های ارتباطات و رسانه در گذر زمان
- ۲) رسانه‌های تأثیر محدود و رسانه‌های تأثیر نامحدود
- ۳) تأثیرات بستر تاریخی و اجتماعی در مطالعات رسانه‌ای
- ۴) خطای تقلیل‌گرایی در نظریه‌سازی رسانه‌های نوین

۳۵. از نظر نگارنده متن بالا، کدام یک از گزینه‌های زیر غلط است؟

- ۱) نظریه‌های ارتباطی با تحول رسانه‌ها، دچار تغییر شده‌اند.
- ۲) بسترهای تاریخی و اجتماعی ظهور یک رسانه در فهم کارکردهای آن رسانه تأثیر گذاشته است.
- ۳) رسانه‌های تعاملی مثل اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و بسترهای پخش ویدئو به درخواست، ابزار سلطه و تأثیر بر مخاطبان هستند.
- ۴) نظریه‌های تأثیر محدود و تأثیر نامحدود رسانه‌ای، هرکدام در دوره‌های زمانی به خصوصی مورد توجه محققان بوده‌اند.

۳۶. کدام یک از گزینه‌های زیر را می‌توان به‌عنوان یک مثال صحیح در پاراگراف ۵ گنجانند؟

- ۱) زمان‌بندی پخش (کنداکتور)، در تلویزیون به گزینش‌گری، هدفمندی و سودمندی مخاطبان کمک می‌کند.
- ۲) امکان ارسال نظر (کامنت) در رسانه‌های جدید، منجر به افزایش امکان مشارکت و درگیری در مخاطبان می‌شود.
- ۳) تماشای جمعی تلویزیون امکان گفت‌وگو درباره محتوای تلویزیون و در نتیجه امکان مشارکت در مخاطبان را بالا می‌برد.
- ۴) امکان مصرف رادیو و تلویزیون به همراه انجام امور روزمره، جلوی غرق‌شدگی در پیام رسانه‌ای را گرفته و در نتیجه امکان مقاومت را در مخاطبان بالا می‌برد.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

*** ویژه‌نامه اولین سال قرن ۱۵ شمسی ***

براساس متن زیر، به سوالات ۳۷ تا ۴۲ پاسخ دهید.

شما قرار است به‌عنوان سردبیر ویژه‌نامه «اولین سال قرن ۱۵ شمسی»، ۹ رویداد مهم سال ۱۴۰۱ را به نحوی در صفحه اول روزنامه قرار دهید که همه فضاهای آن پر شود. این ۹ رویداد از این قرار است:

احتمال وقوع بحران غذا در جهان، قهرمانی آرژانتین در جام جهانی ۲۰۲۲، برپایی رزمایش ارتش ایران در مرز با آذربایجان، آغاز فصل تازه‌ای از ویروس کرونا، حمله روسیه به اوکراین، ترور در حرم شاهچراغ (ع)، بحران خشکسالی در ایران، ترور نخست‌وزیر سابق ژاپن

این خبرها، به ترتیب از کوچک به بزرگ با اندازه فونت‌های ۱، ۲ و ۳ نوشته شده و در صفحه اول که از سه ستون و چهار ردیف تشکیل شده است، قرار می‌گیرند. بر اساس قواعد چینش صفحه اول و همچنین اولویت‌بندی‌های روزنامه، شما به چیدمانی که در ادامه آمده است، رسیده‌اید. بر اساس این موارد، صفحه نخست روزنامه را طراحی کنید و در ادامه به سوالات پاسخ دهید.

- عنوان ویژه‌نامه با سایز ۲، در ردیف ۱ ستون ۲ و اطلاعات ویژه‌نامه با سایز ۱ در ردیف چهارم و ستون اول قرار می‌گیرند.
- خبر مربوط به «ترور در حرم شاهچراغ (ع)»، بزرگ‌ترین سایز در بین خبرها را دارد و در ردیف دوم قرار گرفته است.
- خبر «فصل تازه کرونا»، با سایز ۱ دقیقاً، در زیر خبر «حمایت اینترنت‌نشال از تجزیه‌طلبان» قرار می‌گیرد. همچنین، خبرهای خارجی‌ای که در آن ارزش خبری تعارض به کار رفته است، با سایز ۲ در ردیف آخر قرار می‌گیرند.
- عنوان ویژه‌نامه بین خبرهایی درباره «احتمال وقوع بحران غذا در جهان» و «قهرمانی آرژانتین در جام جهانی ۲۰۲۲» قرار دارد که هر دو با سایز ۲ نوشته شده، قرار گرفته است.
- خبر «ترور نخست‌وزیر سابق ژاپن» در ستون سوم است و تصویر ویژه‌نامه درست زیر عنوان ویژه‌نامه قرار گرفته است.
- خبر «بحران خشکسالی در ایران» در ردیف سوم است و همچنین با خبرهای «احتمال وقوع بحران غذا در جهان» و «قهرمانی آرژانتین در جام جهانی ۲۰۲۲» در یک ستون قرار نگرفته است.
- خبر «بحران جهانی غذا» با خبر «برگزاری رزمایش ارتش در مرز ایران با آذربایجان» در یک ستون قرار نگرفته است.

صفحه اول روزنامه

ستون سوم	ستون دوم	ستون اول	
	عنوان ویژه‌نامه با سایز ۲		ردیف اول
	تصویر		ردیف دوم
			ردیف سوم
		اطلاعات ویژه‌نامه با سایز ۱	ردیف چهارم

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۳۷. در کدام دسته همه اخبار نمی‌توانند در ستون دوم قرار گیرند؟

- ۱) فصل تازه کرونا، قهرمانی آرژانتین، حمله روسیه به اوکراین
- ۲) بحران جهانی غذا، ترور نخست وزیر ژاپن، رزمایش ارتش
- ۳) ترور نخست‌وزیر ژاپن، رزمایش ارتش، بحران خشکسالی در ایران
- ۴) بحران خشکسالی در ایران، ترور در حرم شاهچراغ (ع)، فصل تازه کرونا

۳۸. کدام خبرها مطمئناً در مجاورت (چپ، راست، بالا یا پایین) تصویر ویژه‌نامه قرار می‌گیرند؟

- ۱) بحران جهانی غذا، حمایت اینترنت‌نشال از تجزیه‌طلبان
- ۲) بحران خشکسالی در ایران، ترور در حرم شاهچراغ (ع)
- ۳) بحران جهانی غذا، ترور در حرم شاهچراغ (ع)
- ۴) بحران خشکسالی در ایران، قهرمانی آرژانتین

۳۹. کدام عبارت زیر نا درست است؟

- ۱) خبر «حمله روسیه به اوکراین» با اولویت کمتری نسبت به خبر «بحران جهانی غذا» در ویژه‌نامه قرار گرفته است.
- ۲) برجسته‌ترین خبر، به «ترور در حرم شاهچراغ (ع)» تعلق دارد.
- ۳) خبر «قهرمانی آرژانتین»، قطعا از خبر «فصل تازه کرونا» برجسته‌تر است.
- ۴) خبر «ترور نخست‌وزیر سابق ژاپن» با «اطلاعات ویژه‌نامه» اهمیت یکسانی دارد.

۴۰. اگر خبر مربوط به «بحران جهانی غذا» در ردیف اول و ستون اول قرار گیرد، کدام گزینه الزاماً درست است؟

- ۱) خبر «ترور در حرم شاهچراغ (ع)»، حتما در مجاورت خبر «قهرمانی آرژانتین در جام جهانی ۲۰۲۲» قرار می‌گیرد.
- ۲) خبر «فصل تازه کرونا» می‌تواند، در مجاورت با «تصویر ویژه‌نامه» قرار می‌گیرد.
- ۳) خبر «ترور نخست‌وزیر سابق ژاپن»، الزاماً، با خبر «فصل تازه کرونا»، در یک ستون قرار می‌گیرند.
- ۴) خبر «برگزاری رزمایش ارتش در مرز ایران با آذربایجان» الزاماً، در ردیف سوم و ستون سوم قرار می‌گیرد.

۴۱. کدام گزینه درباره ترتیب هر ردیف ویژه‌نامه از راست به چپ، نمی‌تواند درست باشد؟

- ۱) ردیف ۱: بحران جهانی غذا، عنوان ویژه‌نامه، قهرمانی آرژانتین
- ۲) ردیف ۲: ترور در حرم شاهچراغ (ع)، تصویر ویژه‌نامه، حمایت اینترنت‌نشال از تجزیه‌طلبان
- ۳) ردیف ۳: فصل تازه کرونا، رزمایش ارتش، بحران خشکسالی در ایران
- ۴) ردیف ۴: اطلاعات ویژه‌نامه، حمله به اوکراین، ترور نخست‌وزیر سابق ژاپن

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای - مرحله اول

۴۲. فرض کنید شما سردبیر این ویژه نامه هستید. با توجه به متن «راز بقای غزال و غزاله» که در سوالات قبل آن را مطالعه کردید، بگویید کدام گزینه درباره صفحه اول ویژه نامه «اولین سال قرن ۱۵ شمسی»، درست نیست؟
- ۱) شما به عنوان سردبیر از ابزارهای صفحه‌آرایی برای جلب توجه غیرارادی مخاطبان استفاده می‌کنید.
 - ۲) شما به عنوان سردبیر با قراردادن اخبار متنوع در صفحه اول، توجه ارادی مخاطبان را برای مطالعه ادامه متن‌ها در نظر می‌گیرید.
 - ۳) شما به عنوان سردبیر با استفاده از اخبار با ارزش خبری برخورد، توجه غیرارادی معطوف به بقای مخاطبان را جلب می‌کنید.
 - ۴) شما به عنوان سردبیر با استفاده از تنوعی از ارزش‌های خبری در صفحه اول، توجه ارادی مخاطبان در مشاهده ویژه‌نامه‌تان را در نظر گرفته‌اید.

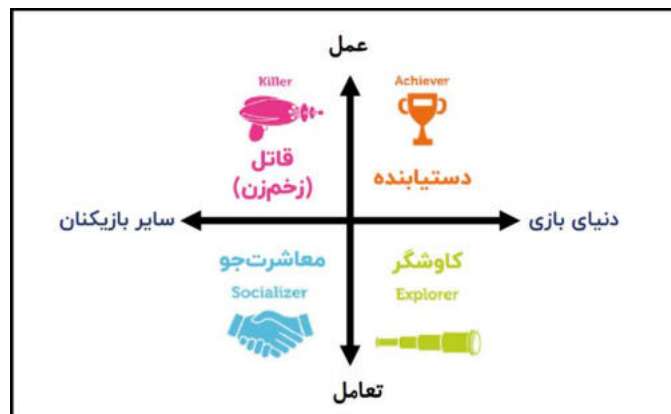
*** بازی و بازیکن ***

براساس متن زیر به سوالات ۴۳ تا ۴۵ پاسخ دهید.

ریچارد بارتل، بازی‌ساز و استاد دانشگاه در مصاحبه با بازیکنان بازی طراحی شده توسط خودش (MJD - سیاهچاله چندکاربره) به یک مدل مفهومی دو طیفی در بین بازیکنان رسید. در این مدل دو طیف متقاطع برای تعیین جایگاه هر بازیکن مورد استفاده قرار می‌گرفت. طیف اول درباره نحوه کنش بازیکنان در بازی بود که یک سر آن عمل و سر دیگر آن تعامل است. عمل یا اقدام به کنشی یک سوپه از طرف بازیکن اشاره دارد که در راستای تحقق اهداف خود در بازی انجام می‌دهد. در حالی که تعامل به کنشی دو سوپه بین بازیکن و طرف دوم تعامل برمی‌گردد که این کنش نه فقط در راستای تحقق اهداف خود بلکه در راستای ابراز طرفین تعامل انجام می‌شود. طیف دوم درباره طرف مقابل کنش بازیکنان در بازی است. در این طیف، بازیکن یا با دنیای بازی کنش خود را برقرار می‌کند یا با سایر بازیکنان. با ترسیم این دو طیف به صورت متقاطع، به ۴ نوع شخصیت بازیکن در بازی می‌رسیم:

- **دست‌یابنده:** عمل بر دنیای بازی؛ با هدف ابراز خود در دنیای بازی و رسیدن به موفقیت‌های طراحی شده در بازی
- **کاوشر:** تعامل با دنیای بازی؛ با هدف جستجو در دنیای بازی و کشف ظرفیت‌های موجود در دنیای بازی
- **قاتل:** عمل بر بازیکنان دیگر؛ با هدف رقابت با دیگر بازیکنان و اثبات جایگاه خود در بین بازیکنان
- **معاشرت‌جو:** تعامل با بازیکنان دیگر؛ با هدف همکاری با دیگر بازیکنان و کشف ظرفیت‌های ارتباطی با دیگر بازیکنان

هرچند این مدل مفهومی برای بازی سیاهچاله چندکاربره استخراج شده است اما می‌تواند مدل کارآمدی برای تحلیل بازی‌ها و بازیکنان هوادار آنها باشد.



هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۴۳. با توجه به تعریف ۴ نوع شخصیت بازیکن در مدل مفهومی بارتل، کدام گزینه نمایانگر مدل فعالیت‌های شخصیت مورد نظر نیست؟

- (۱) دست‌یابنده: مقایسه کردن، سهیم شدن، رای دادن، برنده شدن، جمع کردن
- (۲) قاتل: مبارزه کردن، دزدیدن، خودنمایی کردن، مسخره کردن
- (۳) کاوشگر: پیدا کردن، گشتن، دیدن، سازماندهی کردن
- (۴) معاشرت‌جو: احوالپرسی کردن، کمک کردن، به اشتراک گذاشتن، نظر دادن، پسندیدن

۴۴. در هر یک از گزینه‌های زیر داستان و قابلیت‌های یک بازی بیان شده است. در ادامه نوع شخصیت بازیکنی که احتمالاً این نوع از بازی را می‌پسندد بیان شده است. کدام گزینه نسبت بین بازی و شخصیت بازیکن به شکل صحیحی کنار هم قرار گرفته است؟

- (۱) کلش رویال: یک بازی جنگ تن به تن است که در یک میدان نبرد دو نفر باید با استراتژی و کارت‌های قدرتمند خود شروع به رقابت کنند و هر کسی استراتژی برتر را استفاده کند در میدان جنگ پیروز می‌شود. / دستیابنده
- (۲) تاون شپ: یک مزرعه به شما داده می‌شود که مدیریت آن را بر عهده می‌گیرید و برای گسترش و توسعه آن تلاش می‌کنید. شما باید با کاشت و برداشت محصولات و فروش آنها به کسب ثروت بپردازید و یا در انواع معدن‌های مختلف آثارهای باستانی را کشف کنید و رویای خود را بسازید. / قاتل
- (۳) سیمز: یک بازی ویدئویی در سبک شبیه‌سازی زندگی است که بازیکن رفتار خود را در پویایی‌های گوناگون کنترل می‌کند و می‌تواند روابط را تشکیل دهد و با مردم دوست شود و سر کار رود. / معاشرتی
- (۴) گیاهان در مقابل زامبی‌ها: یک بازی در سبک دفاع از قلعه است که در آن شما به کمک گیاهان مهاجم، جلوی زامبی‌هایی که قصد رسیدن به منزل شما را دارند می‌گیرید. / کاوشگر

۴۵. علی، زیاد اهل بازی نیست اما تنها نوع خاصی از بازی‌ها را می‌پسندد و انجام می‌دهد. بازی‌هایی که چالش‌های نسبتاً ساده‌ای دارد اما از طرفی برای شناخت کل دنیای بازی و پویایی‌های آن نیاز به گذر زمان و ادامه دادن به بازی است. علی زمانی که متوجه شود با گذر زمان در بازی، دیگر پدیده جدیدی در بازی نیست و یا سطح چالش‌ها برای ادامه بازی خیلی افزایش یافته است، آن بازی را کنار می‌گذارد. با توجه به چارچوب مفهوم بارتل، علی جزو کدام دسته از بازیکنان است؟

- (۱) دست‌یابنده
- (۲) قاتل
- (۳) کاوشگر
- (۴) معاشرتی

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

*** هورمون شادی ***

بر اساس متن زیر به سوالات ۴۶ تا ۴۸ پاسخ دهید.

در یکی از مدل‌های علمی تحلیل عوامل شادی و لذت در انسان، نقش چهار ماده زیست-شیمیایی در مغز را بر می‌شمارند. «اندورفین» هورمون انگیزه، «دوپامین» هورمون پاداش، «سروتونین» هورمون منزلت و «آکسیتوسین» هورمون عشق. اندورفین زمانی در مغز ترشح می‌شود که نیاز به انجام ادامه مسیر برای رسیدن به نتیجه احتمالی داریم. به طور مثال فعالیت شدید جسمانی منجر به رسیدن حس درد از عضلات به مغز می‌شود اما ما نیاز به ادامه مسیر برای رسیدن به منزل داریم، در این زمان برای داشتن انگیزه ادامه فعالیت برای رسیدن به نتیجه احتمالی اندورفین ترشح می‌شود. از طرف دیگر دوپامین زمانی در مغز ترشح می‌شود که فعالیت ذهنی و یا جسمانی فرد منجر به حصول نتیجه و موفقیت شده باشد. مغز برای خوشایند کردن موفقیت و ایجاد تمایل به تکرار آن، یک سرخوشی و لذت را در صورت کسب موفقیت به مغز پاداش می‌دهد. اندورفین و دوپامین دو هورمون خودخواه شناخته می‌شوند یعنی منجر به یک چرخه انگیزه و پاداش فردی می‌شوند.

سروتونین و آکسیتوسین اما به عنوان دو هورمون دگرخواه شناخته می‌شوند یعنی زمانی در مغز به جریان می‌افتند که در تعامل با دیگران هستیم. سروتونین زمانی در مغز ترشح می‌شود که شما در نسبت با دنیای پیرامون خود احساس منزلت اجتماعی بالاتری دارید. یعنی در جامعه‌ای هستید که به جایگاه اجتماعی شما احترام می‌گذارند. لذت ناشی از کسب مدال طلا از این هورمون ناشی می‌شود. از طرفی زمانی که در رده‌های میانی اجتماعی هستید، امنیت اجتماعی برای شما مهم است به طور مثال وقتی می‌بینید حتی ضعیف‌ترین اقدار جامعه مورد حمایت قرار می‌گیرند شما نیز احساس امنیت می‌کنید که حتی در صورت نزول به پایین‌ترین درجه اجتماعی، باز جایی در جامعه خواهید داشت. در آخر هورمون آکسیتوسین زمانی ترشح می‌شود که با کسی یا چیزی غیر از خودتان احساس یکی شدن و یکپارچگی می‌کنید. همه ما تعریف مشخصی از خود داریم و باقی دیگران را غیر خودی می‌دانیم اما همواره احتیاج داریم، جایی داشته باشیم تا سلاح خود را زمین بگذاریم و در زمان بودن با عده‌ای احساس امنیت داشته باشیم تا این حد که نیاز نباشد برای حفظ امنیت‌مان پرده‌ای میان خود و این جمع بنا کنیم. این یکی شدن با دیگری همان عشق است و زمانی که با کسی یا چیزی این حس را داریم، هورمون آکسیتوسین در مغز ترشح می‌شود. این تعریف از عشق به تعبیر دیگر همان احساس هویت هست. شما با هر چیزی که خود را یکی بدانید و هویت‌تان را با آن تعریف کنید در واقع عاشق آن هستید.

۴۶. طبق مدل تحلیل عوامل حس شادی، بین کدام یک از رفتارهای بازیکنان بازی‌های رایانه‌ای و هورمون اشاره

شده در مقابل آن تناسب چندانی برقرار نیست؟

(۱) تشکیل گروه‌های هواداری بازی‌های رایانه‌ای/آکسیتوسین

(۲) مراجعه حجم زیادی از بازیکنان برای یاد گرفتن نحوه عبور از مراحل بازی به صفحه شخصی یک بازیکن/سروتونین

(۳) ساعت‌ها ادامه دادن به بازی برای دستیابی به موفقیت دلخواه در یک مرحله خاص/اندورفین

(۴) اشتراک‌گذاری روش عبور از یک مرحله سخت در بازی با دیگر بازیکنان/دوپامین

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

۴۷. با توجه به چارچوب مفهومی بارتل در تحلیل بازیکن‌های بازی‌های رایانه‌ای و نقش ۴ هورمون حس شادی، کدام یک از گزینه‌های زیر صحیح نیست؟

- (۱) در بین بازیکنان با مدل کنش عمل، احتمالاً نقش هورمون‌های خودخواه در احساس لذت از بازی نقش بیشتری است.
- (۲) احتمالاً نقش اندورفین در احساس لذت از بازی در بازیکنان کوشگر بیشتر از بازیکنان معاشرت‌جو است.
- (۳) در بین بازیکنان کوشگر، احساس لذت از بازی در بازیکنان به هورمون سروتونین مربوط است.
- (۴) احتمالاً نقش سروتونین در احساس لذت از بازی در بازیکنان قاتل بیشتر از بازیکنان معاشرت‌جو است.

۴۸. با توجه به نقش‌ها و کارکردهای دوپامین، کدام یک صحیح نیست؟

- تقریباً تمام تجربیات لذت‌بخش، از خوردن یک غذای خوب و لذت بوییدن یک عطر خوش و... به علت انتشار پیام‌رسان عصبی دوپامین است. این انتشار دوپامین بخشی از آن چیزی است که باعث می‌شود که انسان به برخی از کارها معتاد شود؛ مانند مواد مخدر، قمار، خرید کردن و... با گذشت زمان، سیستم دوپامین شما ممکن است واکنش کمتری نسبت به ماده یا فعالیتی داشته باشد که برای ایجاد ترشح بیشتر از آن استفاده می‌شود. به‌عنوان مثال، ممکن است با گذشت زمان فرد به مصرف مواد مخدر بیشتری نیاز داشته باشد تا اثرات مشابهی را که پیش از این مقدار کمی از این مواد ایجاد می‌کرده است، به دست آورد.
- (۱) احساس لذت پیاپی ما بعد از دیدن پشت سر هم محتوای کوتاه در فضای مجازی به دلیل ترشح پیاپی دوپامین در مغز بعد از مصرف محتواست.
 - (۲) مدت زمان استفاده از محتوای کوتاه فضای مجازی در دفعات پیاپی به مرور بیشتر می‌شود تا بتواند حس لذت قبلی را برای فرد ایجاد کند.
 - (۳) استفاده مکرر از محتوای کوتاه فضای مجازی می‌تواند بر تجربه لذت افراد نسبت به خرید، خوردن و... تأثیر بگذارد.
 - (۴) افراد دارای افسردگی می‌توانند با افزایش مصرف محتوای کوتاه فضای مجازی و افزایش ترشح دوپامین در مغز خود، به مرور از افسردگی رهایی یابند.

*** فرانسیس بیکن و بت‌های ذهن ***

بر اساس متن زیر، به سوالات ۴۹ و ۵۰ پاسخ دهید.

از نظر فرانسیس بیکن، فیلسوف انگلیسی، ذهن ما بنا بر طبع خود به سمت خطا گرایش دارد. ما همیشه تمایل داریم با سطحی‌ترین مشاهدات به عمیق‌ترین نتایج برسیم و این چیزی نیست جز غرور و تکبر انسان در عصر مدرن. راه حل این خطا از نظر وی «فروتنی» است و این که باید بدانیم فهم مسائل جهان بسیار دشوار است. از دید او، ذهن ما به جای بررسی پدیده‌هایی که جلوی چشم ما هستند، سراغ چیزی می‌رود که او «بت‌های ذهن» می‌نامد. این بت‌ها دست‌پرورده خود بشر است. از منظر او، چهار نوع بت وجود دارد:

- بت‌های قبیله‌ای: بت‌های قبیله‌ای همان جامعه پیرامون بشر هستند که آن را به سمت رفتار توده‌ای هدایت می‌کنند. انسانها به طرز عجولانه به نظم‌بخشیدن و کلی‌نگری تمایل دارند. بسیاری از افراد از تجربیات تصادفی تأثیر می‌پذیرند و نه مشاهداتی همراه با صبر و حوصله. حواس انسان فریب‌دهنده و بر پایه احساسات و عواطف بنا شده است.

هفتمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای – مرحله اول

- بت‌های شخصی: دومین بت‌ها، بت‌های شخصی هستند. همان تعصبات و نگرش خالی از بی‌طرفی. تمایلات فیزیولوژیک و روانی که حاصل آموزش و پرورش انسان هستند. راه حل جلوگیری از این خطاها، همکاری جمعی و انتقاد از یکدیگر برای سنجش حقایق است.

- بت‌های عامیانه: بت‌های سوم، بت‌های عامیانه هستند. بت‌هایی که در علوم گوناگون با آنها مواجه می‌شویم. آنها ابهاماتی هستند که محصول عدم وضوح در گفتار هستند. بیکن معتقد است در علوم گوناگون، واژه‌هایی به کار می‌رود که معانی مختلف دارند که براساس همان‌ها نتایج حاصل می‌شود. در صورتی که واژه‌ها باید طوری به کار روند که بتوان آنها را برای مشاهدات نظام‌مند به خدمت گرفت.

- بت‌های پیروی از سنت: این بت همان پیروی کردن از سنت است. سال‌های طولانی از ارسطو، به‌عنوان یک مرجع، پیروی کورکورانه می‌شد و بیکن معتقد است به جای این پیروی، باید در کتاب طبیعت موشکافی کرد. خطاهایی که از تعلیمات و استدلال‌های غلط اندیشمندان حاصل می‌شود.

۴۹. براساس متن بالا، در کدام گزینه تناسب بین انواع بت‌ها و مصداق آن درست نیست؟

(۱) طرفداران علی کریمی، به یکی از کاربران فضای مجازی که نسبت به انتشار برخی از اخبار جعلی از طرف او انتقاد کرده بود، حمله کردند. / بت قبیله‌ای

(۲) حمید فرخ‌نژاد در مصاحبه‌ای گفت: می‌خواهم ۸۰ میلیون ایرانی نباشند، اگر خم به چشم بچاهم بیاید! / بت شخصی

(۳) اینترنشنال تیترا زد: مردم با حمله به یکی از ماموران حاکمیتی، در جاده کرج او را به قتل رساندند. / بت عامیانه

(۴) آلن تورن پژوهشگر جنبش‌های اجتماعی می‌گوید: «اکثر جنبش‌های اجتماعی، پس از مدتی، به سکوت می‌رسند و در این سکوت، خود را بازتعریف می‌کنند.» / بت پیروی از سنت

۵۰. کدام بیت، با راه‌کارهایی که بیکن برای شکستن بت‌ها در متن فوق، نام می‌برد، قرابت ندارد؟

(۱) آنچه بینی، دلت همان خواهد / وانچه خواهد دلت، همان بینی (هاتف اصفهانی)

(۲) به هر کار بهتر درنگ از شتاب / بمان تا برآید بلند آفتاب (فردوسی)

(۳) چون زلف بُتان، شکستگی عادت کن / تا صید کنی هزار دل در نفسی (ابوسعید ابوالخیر)

(۴) میان عاشق و معشوق هیچ حائل نیست / تو خود حجاب خودی حافظ از میان برخیز (حافظ)

در مواجهه با دنیای پررمزوراز رسانه های نوین برای شما آرزوی موفقیت می‌کنیم!

1	2	2
2	3	3
3	1	4
4	2	5
5	4	6
6	4	7
7	1	8
8	4	9
9	2	10
10	2	11
11	3	12
12	3	13
13	4	14
14	2	15
15	1	16
16	2	17
17	3	18
18	1	19
19	4	20
20	2	21
21	3	22
22	1	23
23	2	24
24	1	25
25	3	26
26	1	27
27	4	28
28	1	29
29	2	30
30	1	31
31	3	32
32	2	33
33	1	34
34	4	35
35	3	36
36	2	37
37	2	38
38	2	39
39	4	40
40	4	41
41	3	42
42	4	43
43	1	44
44	3	45
45	3	46
46	4	47
47	3	48
48	4	49
49	4	50
50	1	51