



دفترچه سوال رسمی آزمون  
واحد سنجش و ارزیابی باشگاه دانش‌پژوهان جوان

بسمه تعالی  
جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
باشگاه دانش‌پژوهان جوان



مبارزه علمی برای جوانان، زنده کردن روح جست‌وجو و کشف واقعیت‌هاست. «امام خمینی (ره)»

دفترچه سؤالات مرحله اول سال ۱۴۰۴

## دهمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای

مدت آزمون	تعداد سؤالات
۱۸۰ دقیقه	۵۰ سؤال

نام:	نام خانوادگی:	شماره صندلی:
------	---------------	--------------

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 هر گونه 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 دانش‌پژوهان جوان محفوظ است.  
آدرس سایت اینترنتی: [ysc.medu.gov.ir](http://ysc.medu.gov.ir)



این صفحه جهت استفاده به عنوان چرک نویس در نظر گرفته شده است

---

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! ۲۲ سؤال ابتدایی آزمون به صورت «تک سؤال» و از سؤال ۲۳ به بعد به صورت «بسته سؤال» ارائه شده‌اند. یعنی از سؤال ۲۳ 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. شما سردبیر یک شبکه خبری هستید و یک زلزله ۶/۶ ریشتری در یک شهر کوچک رخ داده است. تیم شما سه مجموعه گزارش و تصویر جمع‌آوری کرده است:
  - صحنه ویرانی: ساختمان‌های خراب و مردم مضطرب.
  - کمک‌های داوطلبانه: امدادگران و مردم محلی در حال کمک به آسیب‌دیدگان.
  - واکنش‌های سیاسی: مسئولان محلی در حال بازدید از مناطق آسیب‌دیده و سخنرانی رسمی.

شما باید برای پوشش خبری ساعت ۸ شب شبکه، یک گزارش ۲ دقیقه‌ای آماده کنید. شما تصمیم می‌گیرید ابتدا صحنه‌های ویرانی را نشان داده و توجه مخاطب را به گزارش خود جلب کنید و در ادامه با نشان دادن کمک‌های داوطلبانه از مخاطبان خود بخواهید که به زلزله‌زدگان کمک برسانند. کدام یک از مفاهیم سواد رسانه‌ای در اقدامات شما کمترین ظهور را دارد؟

- |                 |                     |
|-----------------|---------------------|
| (۱) بازنمایی    | (۲) دروازه‌بانی خبر |
| (۳) مهندسی پیام | (۴) کلیشه‌سازی      |

۲. به یک مغازه برای خرید ساعت هوشمند رفته‌اید و بر اساس نیازتان دقیقاً می‌دانید که دنبال چه محصول و برندی هستید. اما مغازه‌دار در کنار محصولی که خواسته‌اید، ساعت دیگری را هم قرار می‌دهد و از دوام بالاتر و ویژگی‌های برتر آن ساعت می‌گوید. مغازه‌دار درباره ساعت مد نظرش می‌گوید، این ساعت دقیق‌ترین ساعت دنیاست و هر کسی آن را برده گفته راضی بوده و تا حالا کسی این ساعت را بعد از خرید، پس نیاورده است. مغازه‌دار برای قانع کردن شما در خرید ساعت مد نظرش از چه فنون اقناعی استفاده کرده است؟

- (۱) گواهی دادن مردم، تطمیع، ترس
- (۲) شدت، مقایسه، شیب لغزان
- (۳) گواهی دادن مردم، مقایسه، شدت
- (۴) شواهد علمی، مقایسه، کلمات پرزرق و برق

مرحله اول دهمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای - یکشنبه - ۵ بهمن ماه ۱۴۰۴

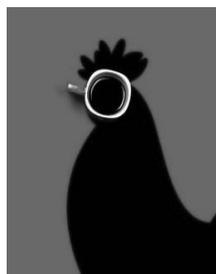
۳. در ادامه چهار تصویر برای تبلیغ قهوه مشاهده می‌کنید. بر این اساس توضیحات مربوط به کدام تصویر از جهت درک تصویر و فن اقناع به کار رفته در آن نادرست است؟



د



ج



ب



الف

- ۱) تصویر «الف» با استفاده از فن اقناع «تداعی معانی» اشاره به زمانی دارد که مخاطب برای استراحت نیاز به خوردن قهوه دارد و این معنا را با پیوند برقرار کردن بین ساعت و قهوه نشان داده است.
- ۲) تصویر «ب» با استفاده از فن اقناع «کاریزما» می‌خواهد از ابهت خروس استفاده کند تا نشان دهد خوردن قهوه شما را قوی‌تر می‌کند.
- ۳) تصویر «ج» با استفاده از فن اقناع «استفاده از نمادها» به دنبال بیان این است که خوردن قهوه باعث می‌شود که خلاقیت در شما فعال شود.
- ۴) تصویر «د» با استفاده از فن اقناع «راه حل‌های ساده» این را بیان می‌کند که اگر خسته یا خاموش شده‌اید می‌توانید با خوردن یک فنجان قهوه، خود را روشن نمایید.

۴. «رولان بارت» می‌گوید پیام‌های رسانه‌ای چندلایه هستند. ما معمولاً فقط لایه ساده و جذاب پیام را می‌بینیم اما پشت این لایه، معناهای عمیق‌تر فرهنگی و تاریخی پنهان شده‌اند. برای فهم کامل پیام باید آن را هم «در لحظه نمایش» (تحلیل هم‌زمانی) و هم «در مسیر تاریخی معنا» (تحلیل در زمانی) بررسی کرد. نسبت درست لایه‌های پیام با نظریه تحلیل هم‌زمانی و درزمانی، در کدام گزینه آمده است؟

- ۱) هم‌زمانی → فرامتن / درزمانی → متن
- ۲) هم‌زمانی → متن و زیرمتن / درزمانی → فرامتن
- ۳) هم‌زمانی → فرامتن / درزمانی → متن و زیرمتن
- ۴) هم‌زمانی و درزمانی هر دو فقط به متن مربوط‌اند.

۵. کدام گزینه از تصویر زیر دریافت نمی‌شود؟ (در میانه تصویر یک لیوان نیمه پر قرار دارد)



(۱) من در میان جمع و دلم جای دیگر است.

(۲) مشکل از فرستنده نیست، به گیرنده های خود دست بزنید.

(۳) به تعداد آدم‌های روی کره خاکی، تفاوت فکر و نگرش وجود دارد.

(۴) کسی که تفکرش با تو متفاوت است، دشمن نیست، انسان دیگری است.

۶. ارنست یونگر، سرباز و نویسنده‌ی آلمانی که خاطرات جنگی‌اش را با عنوان «طوفان فولاد / Storm of Steel» منتشر کرده جایی در کتابش از قول یکی از کارکنان بیمارستان می‌گوید: «کتاب‌ها و گلوله‌ها سرنوشت خود را دارند.» سایت بامتمم (bamotamem.ir) تفسیری از این جمله ارائه کرده است که در ادامه می‌خوانید:

ما معمولاً گلوله را «کالا / commodity» می‌دانیم. گلوله‌ها همه مثل هم‌اند. و تنها چیزی که در آن‌ها تفاوت ایجاد می‌کند، سرنوشت‌شان است. این که در کجا و به کجا شلیک می‌شوند؟ این که بر تن چه کسی می‌نشینند؟ و این که آیا به هدف می‌خورند و یا این که بر زمین می‌افتند و سرگردان می‌مانند.

برخلاف گلوله‌ها، ما از کتاب‌ها چنین تصویری نداریم. کتاب‌ها را موجودات مستقلی می‌بینیم. هر کتاب با کتاب دیگر فرق دارد. ظاهرشان، محتوایشان، نویسنده‌شان. کتاب‌ها، هویت دارند؛ برخلاف گلوله‌ها.

جمله‌ی یونگر یاد ما می‌اندازد که هویت کتاب‌ها صرفاً در ذات‌شان نیست. آن‌ها هم مثل گلوله‌اند. بخشی از هویت‌شان در سرنوشت‌شان است. این که کجا می‌روند؟ چه کسی آن‌ها را می‌خواند؟ چه اثری می‌گذارند؟ و این که آیا اصلاً بر قلب و مغزی می‌نشینند؟ یا گوشه‌ای می‌افتند و به فراموشی سپرده می‌شوند؟

- تفسیر سایت «بامتمم» از این جمله به کدام یک از نظریه‌های تأثیر رسانه‌ها بر مخاطب اشاره دارد؟

(۱) قدرت نامحدود رسانه‌ها

(۲) قدرت مشروط رسانه‌ها

(۳) قدرت محدود رسانه‌ها

(۴) قدرت مخاطب در برابر رسانه‌ها

۷. در سال ۲۰۲۵ برخی پلتفرم‌های بزرگ شبکه‌های اجتماعی، به جای استفاده از «نهادهای حرفه‌ای راستی‌آزمایی خبر»، به سازوکاری به نام «یادداشت جمعی کاربران» روی آوردند. در این سازوکار، کاربران می‌توانند زیر یک پست توضیح یا هشدار بنویسند (مثلاً درباره نادرست بودن یک ادعا) و در صورت رأی دادن تعداد کافی از کاربران، این یادداشت برای دیگران نمایش داده می‌شود.

- با توجه به این توضیح، کدام تصمیم این پلتفرم‌ها بیشترین انطباق را با رعایت مسئولیت اخلاقی رسانه‌ای دارد؟  
(۱) واگذاری کامل تشخیص درستی یا نادرستی محتوا به کاربران و حذف هرگونه نقش نظارتی پلتفرم، چون «اکثریت کاربران خطا را اصلاح می‌کنند».

(۲) استفاده از یادداشت‌های جمعی کاربران در کنار اعلام شفاف معیارها (مثلاً اینکه چه یادداشتی نمایش داده می‌شود، چه کسی رأی داده، و چگونه امکان اعتراض به تصمیم وجود دارد).

(۳) حذف کامل برچسب‌ها و توضیحات، چون هر نوع هشدار ممکن است بر برداشت مخاطب تأثیر بگذارد و «بی‌طرفی» را نقض کند.

(۴) اولویت دادن به پست‌هایی که واکنش و بازدید بیشتری دارند، حتی اگر صحت آن‌ها محل تردید باشد، چون جذب توجه برای پلتفرم حیاتی است.

۸. یک شهروند، ویدئویی کوتاه از محل اصابت موشک‌ها در حوالی خود را ثبت کرده و در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کند. او در توضیح ویدئو هیچ اطلاعاتی درباره مکان یا زمان ضبط آن نمی‌نویسد و تصور می‌کند اطلاعات مهمی را ارائه نداده است. با این حال، ساعتی بعد ویدئوی خود را با عنوان لحظه‌ی اصابت موشک به یکی از اماکن استراتژیک کشور در فضای مجازی می‌بیند. کدامیک از گزینه‌های زیر بهترین تبیین رسانه‌ای برای این وضعیت است؟

(۱) الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی محتوای پرتعامل را به صورت خودکار تحلیل و مکان‌یابی می‌کنند.

(۲) فراداده (metadata) فایل‌ها مانند زمان، موقعیت جغرافیایی، نوع دستگاه یا الگوی حرکت می‌تواند حتی بدون متن همراه، اطلاعات پنهانی را آشکار کند.

(۳) مخاطبان با تطبیق محتوای بصری و اخبار رسمی، به تحلیل‌های دقیق‌تری از رویدادها می‌رسند.

(۴) بازنشر گسترده محتوا باعث می‌شود اطلاعات نادرست نیز به مرور اصلاح شوند.

۹. کدامیک از آیات زیر را نمی‌توان به عنوان یک حکم الهی به عنوان اخلاق استفاده از فضای مجازی دانست؟

(۱) اتقوا الله و قولوا قولا سديدا (تقوای الهی پیشه کنید و سخن استوار بگویید).

(۲) لم تقولون ما لا تفعلون (چرا سخنی می‌گویید که به آن عمل نمی‌کنید؟)

(۳) فقل لهم قولا ميسورا (پس با گفتار نرم و آمیخته با لطف با آنها سخن بگو).

(۴) و اذا قلتم فاعدلوا (و هنگامی که سخنی می‌گویید، عدالت را رعایت نمایید).

۱۰. در سال ۲۰۲۵ برخی پلتفرم‌های رسانه‌ای، برای حفاظت از کودکان و نوجوانان مجموعه‌ای از سیاست‌های جدید را اجرا کردند؛ از جمله:

- حذف یا محدودسازی خودکار تصاویر خانوادگی و محتوایی که امکان سوءاستفاده از آن‌ها وجود دارد؛
- محدودکردن امکان بازنشر و ذخیره‌سازی برخی محتواها؛
- اجرای سیاست سن‌سنجی اجباری که در آن کاربران برای دسترسی به بخشی از محتواها باید سن خود را از طریق ارسال اطلاعات هویتی (مانند تصویر کارت شناسایی، تطبیق چهره یا اتصال به سامانه‌های هویتی) تأیید کنند.

این سیاست‌ها با هدف جلوگیری از آسیب به کودکان و کاربران آسیب‌پذیر اجرا شدند، اما هم‌زمان واکنش‌های انتقادی گسترده‌ای را در حوزه حقوق رسانه‌ای برانگیختند. با توجه به حقوق مطرح‌شده در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای، کدام‌یک از تعارض‌های زیر در این پدیده به چشم نمی‌آید؟

- ۱) تعارض میان رعایت حقوق کودکان و مخاطبان آسیب‌پذیر و حق حفظ و احترام به حریم خصوصی کاربران، به دلیل الزام به جمع‌آوری و پردازش داده‌های هویتی در سیاست سن‌سنجی.
- ۲) تعارض میان حق دسترسی آزاد به اطلاعات (حق انتخاب) و حق حفظ عفت و اخلاق عمومی، به واسطه محدودسازی بازنشر و ذخیره برخی محتواها برای همه کاربران.
- ۳) تعارض میان حق بهره‌مندی مساوی از قانون و رعایت حقوق کودکان، زیرا سیاست‌های حفاظتی باعث می‌شود سطح دسترسی کاربران بر اساس سن متفاوت شود.
- ۴) تعارض میان حق تصحیح و پاسخگویی رسانه و حق حفظ حرمت اشخاص، زیرا حذف خودکار تصاویر خانوادگی می‌تواند امکان اصلاح یا توضیح کاربران درباره محتوای حذف‌شده را از میان ببرد.

۱۱. فرض کنید در یک شهر، انتخابات شورای شهر در حال برگزاری است.

دو نامزد اصلی مطرح شده‌اند:

- نامزد الف: سابقه فعالیت در سازمان‌های مردم‌نهاد شهری، تمرکز بر حمل‌ونقل عمومی و محیط‌زیست
- نامزد ب: مدیر سابق یک شرکت پیمانکاری، تمرکز بر توسعه عمرانی و پروژه‌های بزرگ شهری

پس از مناظره این دو نامزد در یک برنامه در بستر پخش آنلاین، کاربران فضای مجازی واکنش‌های مختلفی نشان داده‌اند. کدام گزینه شامل مغالطه تعمیم شتاب‌زده است؟

- ۱) «نامزد الف قبلاً با چند فعال محیط‌زیست همکاری داشته که بعضی‌هایشان علیه پروژه‌های عمرانی اعتراض کرده‌اند. معلوم است اگر رأی بیاورد، شهر را تعطیل می‌کند و هیچ پروژه‌ای جلو نمی‌رود.»
- ۲) «اگر نامزد ب انتخاب شود، حتماً شهر پر از برج‌های بی‌هویت می‌شود و فضای سبز از بین می‌رود؛ چون همه مدیران عمرانی فقط به فکر بتن‌ریزی هستند.»
- ۳) «یا باید به نامزد الف رأی بدهیم یا شهر در چهار سال آینده کاملاً عقب‌مانده و غیرقابل زندگی می‌شود.»
- ۴) «اگر واقعاً نامزد الف طرفدار مردم بود، الان وضعیت شهر عالی بود. چون شهر عالی نیست، پس حرف‌هایش فقط شعار است.»

مرحله اول دهمین دوره المپیاد سواد رسانه‌ای - یک شنبه - ۵ بهمن ماه ۱۴۰۴

۱۲. در جریان جاری شدن سیل در بخش‌هایی از کشور، پیامی در یک پیام‌رسان داخلی دست‌به‌دست می‌شود که در آن از کاربران خواسته شده برای «دریافت اطلاعات لحظه‌ای و نقشه نقاط امن»، روی یک لینک کلیک کرده و به اپلیکیشنی جدید اجازه دسترسی به مخاطبان، موقعیت مکانی و فایل‌ها بدهند. پیام با لحنی فوری و همراه با هشدار جانی نوشته شده است. کدام سؤال از پنجگانه سواد رسانه‌ای برای تشخیص حقیقی یا جعلی بودن این پیام به ما کمک خواهد کرد؟ و روش صحت‌سنجی آن چیست؟

- (۱) چه کسی این پیام را تولید کرده است؟ جستجوی نام و خبر انتشار اپلیکیشن در خبرگزاری‌ها یا سایت‌های رسمی
- (۲) چرا این پیام فرستاده شده است؟/ توجه به کاربردهای این اپلیکیشن در شرایط بحران.
- (۳) از چه فونونی برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟/ توجه به فنون اقناع به کار رفته در متن پیام.
- (۴) چطور افراد مختلف این پیام را متفاوت درک می‌کنند؟/ توجه به واکنش دیگر کاربران پیام‌رسان به این پیام.

۱۳. کدام پرسش، بهترین پرسش تحلیلی برای گزینه‌های زیر (الف تا د) است؟

- پرسش: \_\_\_\_\_؟

- (الف) برخی کاربران احساس می‌کنند تقریباً همیشه با دیدگاه‌هایی مشابه نظر خودشان روبه‌رو می‌شوند.
- (ب) محتوای پیشنهادی پلتفرم‌ها به مخاطبان، به تدریج تندتر، قطبی‌تر یا هیجانی‌تر از قبل می‌شود.
- (ج) کاربر کمتر با روایت‌ها یا تحلیل‌هایی مواجه می‌شود که با باورهای قبلی‌اش در تضاد باشند.
- (د) کاربران متوجه می‌شوند، سازندگان محتوا برای جذب تعامل بیشتر مواضع افراطی‌تر اتخاذ می‌کنند.
- (۱) کدام عامل باعث می‌شود کاربران، امروزه زمان بیشتری نسبت به گذشته در شبکه‌های اجتماعی بگذرانند؟
  - (۲) کدام گزینه از اثرات الگوریتم است که موجب گمراه کردن کاربران می‌شود؟
  - (۳) کدام یک از گزینه‌های زیر از اثرات مستقیم الگوریتم بر مخاطبان یک پلتفرم نیست؟
  - (۴) کدام عامل موجب کاهش اختلاف نظر در رسانه‌ها نسبت به اختلاف نظرهای موجود در جامعه می‌شود؟

۱۴. کدام یک از ابیات، کم‌ترین قرابت معنایی را با بند زیر دارد:

- در جهان امروز، انسان‌ها بیش از هر زمان دیگری به هم نزدیک شده‌اند؛ فاصله‌ها در خود فروریخته و دست‌ها با یک لمس به هم می‌رسند، صداها بی‌درنگ عبور می‌کنند و تصویرها بی‌اجازه وارد زندگی‌ها می‌شوند. اما در دل این نزدیکی بی‌وقفه، چیزی به تدریج رنگ باخته است: میل به مواجهه. انسان متصل، دیگر چندان نیازی به صدا زدن احساس نمی‌کند؛ حضور دیگران برایش بدیهی شده، نه ضروری. دسترس‌پذیری دائمی، جای اشتیاق را گرفته و وفور ارتباط، حس کمبود را خاموش کرده است. گویی در ازدحام پیام‌ها، تماس‌ها و نشانه‌ها، انسان یاد گرفته تنها بماند؛ نه از سر انزوا، بلکه از سر بی‌نیازی؛ بی‌نیازی‌ای که آرام‌آرام گفت‌وگو را به مصرف، و دیگری را به پس‌زمینه‌ای خاموش بدل کرده است.

- (۱) آب کم جوی تشنگی آور به دست / تا بجوشد آب‌ات از بالا و پست
- (۲) دلی که میل به دیدار دوستان دارد / فراغتی ز گل و باغ و بوستان دارد
- (۳) به سودای تو مشغولم ز غوغای جهان فارغ / ز هجر دائمی ایمن ز وصل جاودان فارغ
- (۴) دیدار یار غایب دانی چه ذوق دارد؟ / ابری که در بیابان بر تشنه‌ای بیبارد

۱۵. متن زیر را بخوانید و با توجه به آن مشخص کنید کدامیک از گزینه‌ها، نسبت میان «کهکشان هوش مصنوعی» و یکی از کهکشان‌های پیش از آن را به درستی تبیین نمی‌کند؟

مارشال مک‌لوهان تاریخ رسانه را نه تاریخ ابزارها، بلکه تاریخ دگرگونی در «شیوه‌های ادراک و بودن انسان» می‌داند. از نگاه او، هر رسانه‌ی مسلط، یک «کهکشان ارتباطی» می‌سازد؛ کهکشانی که تعیین می‌کند انسان چگونه می‌بیند، می‌اندیشد، معنا می‌سازد و با جهان نسبت برقرار می‌کند. در این چارچوب، رسانه صرفاً حامل پیام نیست، بلکه خود «صورت تجربه» را می‌سازد؛ به همین دلیل، تغییر رسانه به معنای تغییر در ساختار آگاهی و زیست انسانی است.

مک‌لوهان سه کهکشان اصلی را در تاریخ ارتباطات شناسایی می‌کند. در کهکشان شفاهی، معنا در بستر حضور جمعی، حافظه، تکرار و شنیدن شکل می‌گیرد. با ظهور کهکشان چاپ (گوتنبرگ)، جهان خطی، تحلیلی و متن‌محور می‌شود؛ فردیت، نظم زمانی و تفکر انتزاعی تقویت می‌گردد. در مرحله بعد، با گسترش ارتباطات دوربرد الکترونیک (تلگراف، رادیو و تلویزیون)، سرعت، هم‌زمانی و فشرده‌شدن فضا غالب می‌شود و انسان وارد تجربه‌ای جهانی اما مبتنی بر تصویر و پخش یک‌سویه می‌گردد.

با تداوم منطق مک‌لوهان می‌توان از دو کهکشان متأخر سخن گفت که خود او به صورت مستقیم نام‌گذاری نکرده، اما منطق نظری‌اش امکان طرح آن‌ها را فراهم می‌کند. کهکشان اینترنت جهانی شبکه‌ای می‌سازد که در آن کاربر هم‌زمان مصرف‌کننده، تولیدکننده و بازنشردهنده معناست و تجربه بر مبنای تعامل، الگوریتم و جریان پیوسته داده شکل می‌گیرد. فراتر از آن، کهکشان هوش مصنوعی در حال ظهور است؛ کهکشانی که در آن رسانه نه فقط بستر ارتباط، بلکه کنشگر فعال در تولید، گزینش و اولویت‌بندی معناست. اگر کهکشان چاپ جهان را «قابل خواندن»، الکترونیک آن را «قابل مشاهده» و اینترنت آن را «قابل تعامل» کرد، کهکشان هوش مصنوعی جهان را به چیزی قابل پیش‌بینی، محاسبه و هدایت‌پذیر بدل می‌کند.

- ۱) کهکشان هوش مصنوعی، در تداوم کهکشان اینترنت، نقش انسان را از کنشگر تعاملی به سوژه‌ای که افق انتخاب‌هایش توسط سامانه‌ها تنظیم می‌شود، جابه‌جا می‌کند.
- ۲) کهکشان هوش مصنوعی، برخلاف کهکشان چاپ، معنا را نه از مسیر خواندن خطی متن، بلکه از طریق تحلیل داده‌های رفتاری و پیش‌بینی ترجیحات شکل می‌دهد.
- ۳) کهکشان هوش مصنوعی، برخلاف کهکشان شفاهی، معنا را از میان تجربه جمعی و حضور مستقیم انسان‌ها در کنار هم ایجاد می‌کند و به این ترتیب واسطه‌های رسانه‌ای را کمرنگ می‌کند.
- ۴) کهکشان هوش مصنوعی، نسبت به ارتباطات دوربرد الکترونیک، از پخش یک‌سویه پیام عبور کرده و به تنظیم فعال جریان معنا می‌پردازد.

۱۶. کدام گزینه بهترین و منطقی‌ترین پایان‌بندی برای بند زیر است؟

پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی معمولاً کیفیت یا صحت محتوا را مستقیماً تشخیص نمی‌دهند، بلکه بر اساس شاخص‌هایی مانند نرخ کلیک (CTR)، مدت‌زمان تماشا (watch time) و تعامل کاربران تصمیم می‌گیرند چه محتوایی بیشتر دیده شود. به همین دلیل، تولیدکنندگان محتوا به تدریج می‌آموزند که برای دیده شدن، باید توجه کاربر را در همان ثانیه‌های اول «قلاب» کنند؛ حتی اگر این قلاب‌زدن به ساده‌سازی افراطی، تیرهای اغراق‌آمیز یا برجسته کردن جنبه‌های هیجانی محتوا منجر شود. در نتیجه، آنچه در صفحه‌ی پیشنهادها بیشتر ظاهر می‌شود، الزاماً دقیق‌ترین یا متعادل‌ترین محتوا نیست، بلکه محتوایی است که بهتر با منطق تعامل سازگار شده است. بنابراین، در چنین سازوکاری، \_\_\_\_\_.

- ۱) مخاطب به‌طور طبیعی به محتوایی دسترسی پیدا می‌کند که علاقه بیشتری به آن دارد.
- ۲) الگوریتم‌ها با حذف عامل انسانی امکان دیده شدن برابر و بدون سوگیری همه دیدگاه‌ها را فراهم می‌کنند.
- ۳) معیارهای تعامل به‌صورت غیرمستقیم بر نوع محتوا، لحن آن و حتی موضوعات برجسته‌شده اثر می‌گذارند و افق تولید رسانه‌ای را شکل می‌دهند.
- ۴) تولیدکنندگان محتوا عوامل مؤثر بر دیده شدن محتوای خود را به صورت شفاف می‌دانند و از این استانداردها بهره می‌برند.

۱۷. کدام یک از گزینه‌های زیر به درستی لحن و هدف نگارش متن زیر را به درستی تبیین می‌کند؟

این روزها صدای شما بلندتر از بسیاری از صداهای دیگر شنیده می‌شود؛ نه به‌خاطر سال‌ها مطالعه، تجربه یا تخصص، بلکه چون دیده شده‌اید و دوست‌تان دارند. اما هر صدای بلندی، الزاماً صدای راهنما نیست. وقتی یک بازیگر، فوتبالیست یا اینفلوئنسر درباره پزشکی، سیاست، آموزش یا سرنوشت اجتماعی مردم نظر می‌دهد، مسئله فقط یک اظهار نظر شخصی نیست؛ پای اعتماد میلیون‌ها نفر در میان است. اعتماد کسانی که تصور می‌کنند شهرت، همان صلاحیت است. شاید نیت شما خیر باشد، شاید از سر دغدغه حرف بزنید، اما ورود به حوزه‌هایی که نیازمند دانش و مسئولیت حرفه‌ای‌اند، می‌تواند بیش از آنکه کمک کند، مسیر را کج کند. گاهی مسئولانه‌ترین کار، سکوت است؛ اینکه اجازه بدهیم کسانی که سال‌ها برای فهم یک مسئله زحمت کشیده‌اند، شنیده شوند. شهرت، موهبتی بزرگ است؛ اما اگر مرز خود را نشناسد، می‌تواند به باری سنگین برای جامعه تبدیل شود.

- ۱) لحن متن احساسی و هشداردهنده است و هدف نویسنده، جلوگیری از مرجعیت‌یافتن و اظهارنظرهای غیرتخصصی افراد مشهور در حوزه‌های حساس اجتماعی است.
- ۲) لحن متن انتقادی و تحلیلی است و هدف نویسنده، بررسی ساختار قدرت رسانه‌ای و نقش سلبریتی‌ها در شکل‌دهی افکار عمومی است.
- ۳) لحن متن آموزشی و خنثی است و هدف نویسنده، آگاه‌سازی مخاطبان درباره تفاوت میان شهرت و تخصص است.
- ۴) لحن متن اعتراضی و تهاجمی است و هدف نویسنده، محکوم کردن اخلاقی سلبریتی‌هایی است که وارد حوزه‌های غیرتخصصی می‌شوند.

۱۸. در سال‌های اخیر، استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در تولید محتوای رسانه‌ای افزایش یافته است. این ابزارها می‌توانند متن، تصویر، صدا و حتی ویدئوهایی تولید کنند که از نظر ظاهری بسیار واقعی و باورپذیر به نظر می‌رسند. برخی کارشناسان هشدار می‌دهند که این تحول، تولید و انتشار اخبار جعلی را وارد مرحله‌ای تازه کرده است. با توجه به این وضعیت، کدام‌یک از گزینه‌های زیر به‌درستی نشان می‌دهد که نقش هوش مصنوعی در «دوره جدید اخبار جعلی» با دوره‌های پیشین چه تفاوتی پیدا کرده است؟

۱) هوش مصنوعی سرعت تولید خبر جعلی را افزایش داده، اما ماهیت اقناع و فریب مخاطب تغییری نکرده است.

۲) هوش مصنوعی امکان تولید انبوه، شخصی‌سازی‌شده و بسیار شبیه به واقعیت را فراهم کرده و تشخیص خبر جعلی را دشوارتر از گذشته ساخته است.

۳) هوش مصنوعی باعث شده اخبار جعلی فقط توسط نهادهای رسمی و قدرتمند تولید شوند.

۴) هوش مصنوعی به دلیل خطاهای زیاد، اعتماد مخاطبان را به‌طور کامل از بین برده و اثرگذاری اخبار جعلی را کاهش داده است.

۱۹. خبر زیر را در نظر بگیرید:

در یکی از پروازهای مرتبط با سفر استاندار یزد، به دلیل تأخیر چند دقیقه‌ای در سوار شدن، در هوایما بسته شد و استاندار از پرواز جا ماند. این موضوع موجب ناراحتی استاندار شد. در ادامه، خلبان پرواز به‌طور موقت تعلیق شد و اعلام شده است که احتمالاً با عذرخواهی رسمی خلبان، مسئله در روزهای آینده حل‌وفصل خواهد شد. تاکنون عذرخواهی انجام نشده است.

- فرض کنید یک رسانه فرضی که وابسته به روابط عمومی استانداری است، قصد دارد این خبر را منتشر کند. کدام‌یک از تیترهای زیر بیشترین انطباق را با سوگیری این رسانه دارد؟

۱) «بی‌توجهی خلبان به شأن مقام رسمی؛ پرواز استاندار با خطای اجرایی متوقف شد»

۲) «اختلاف بر سر چند دقیقه تأخیر؛ بررسی ماجرای پرواز استاندار و تعلیق موقت خلبان»

۳) «تعلیق موقت خلبان پس از بسته‌شدن در هوایما؛ ماجرای یک پرواز پرحاشیه»

۴) «پروازی که به حاشیه کشیده شد؛ روایت شرکت هوایمایی از تأخیر و تعلیق خلبان»

۲۰. در واکنش به توییت علیرضا میرغفاری (نماینده کارگران پارس جنوبی) درباره نادیده گرفته شدن اعتراض کارگران پارس جنوبی و بازتاب گسترده اعتراضات بازار موبایل، کاربران فضای مجازی دیدگاه‌های مختلفی مطرح کرده‌اند. کدام یک از گزینه‌های زیر، از نظر «شیوهی استدلال»، با سه گزینه‌ی دیگر متفاوت است؟



متن توییت بالا: «کدام اعتراض شنیده می‌شود؟ اعتراض ۱۸ آذر کارگران پارس جنوبی ادامه سال‌ها مطالبه‌گری صنفی شنیده نشده بود که با وجود نظم مدنی و پرهیز از تنش آنهم در حساس‌ترین نقطه اقتصادی کشور، هیچ بازتابی در رسانه‌های داخلی نداشت. پاسخ این اعتراض توییح، فشار و حذف اضافه‌کاری‌ها بود. در مقابل اعتراض بی ساختار دلال‌های بازار موبایل به سرعت به تیتراژ اول رسانه‌های داخلی و خارجی تبدیل می‌شود. این مقایسه نشان می‌دهد مسئله خود اعتراض نیست بلکه این است که چه کسی اعتراض می‌کند و صدایش برای چه کسانی اهمیت دارد.»

- ۱) «وقتی اعتراض کارگران با سال‌ها مطالبه‌گری، نظم مدنی و پرهیز از خشونت نادیده گرفته می‌شود، اما اعتراض یک صنف پرنفوذ اقتصادی بلافاصله تیتراژ رسانه‌ها می‌شود، معلوم است که معیار رسانه‌ها حقانیت اعتراض نیست، بلکه جایگاه معترضان است.»
- ۲) «اگر واقعاً رسانه‌ها بی‌طرف بودند، باید هر اعتراضی را فارغ از اینکه چه کسی آن را مطرح می‌کند پوشش می‌دادند. اما مقایسه این دو مورد نشان می‌دهد رسانه‌ها به صدای کسانی توجه می‌کنند که برایشان هزینه یا منفعت دارند.»
- ۳) «من خودم بارها دیده‌ام اعتراض‌های کارگری در رسانه‌ها بازتاب داشته، پس نمی‌شود از یک نمونه نتیجه گرفت که رسانه‌ها همیشه صدای کارگران را نادیده می‌گیرند.»
- ۴) «این مقایسه درست نیست؛ اعتراض دلالان بازار موبایل به دلیل تأثیر مستقیم بر قیمت‌ها و زندگی روزمره مردم طبیعی است که بیشتر دیده شود، نه به این دلیل که رسانه‌ها صدای کارگران را تماماً حذف می‌کنند.»

۲۱. در گفت‌وگوی حضوری، معنا فقط از کلمات ساخته نمی‌شود؛ از مکث‌ها، نگاه‌ها، تغییر لحن و حتی از سکوت‌هایی که فضا را برای اندیشیدن و شنیدن باز می‌کنند. سکوت در اینجا نشانه‌ی فقدان ارتباط نیست، بلکه «سکوت پویا» است: لحظه‌ای که فرد به‌جای پاسخ‌دادن فوری، می‌شنود، می‌فهمد و اجازه می‌دهد دیگری تمام شود. اما در گفت‌وگوهای تویتری و پیام‌رسانی، سکوت اغلب یا نامرئی است یا به‌معنای بی‌اعتنایی تعبیر می‌شود. طراحی این فضاها ما را به واکنش سریع، پاسخ فوری و اظهار نظر بی‌وقفه سوق می‌دهد؛ جایی که شنیدن جای خود را به پاسخ‌دادن می‌دهد. در نتیجه، گفت‌وگو به تبادل پیام تقلیل می‌یابد و آن عنصر حیاتی تعامل انسانی یعنی شنوایی مؤثر و سکوت معنادار به‌تدریج از تجربه‌ی ارتباطی حذف می‌شود. یک شرکت فناوری قصد دارد به کمک ابزارهای هوش مصنوعی و قابلیت‌های تکنیکی، یک پلتفرم گفت‌وگوی آنلاین جدید طراحی کند که هدف آن «تقویت گفت‌وگوی واقعی و کاهش واکنش‌های شتاب‌زده» است. کدام یک از گزینه‌های زیر کم‌ترین تأثیر را در تقویت شنوایی مؤثر در تعامل کاربران دارد؟

(۱) حالت مکث اجباری کوتاه: پس از اولین مشاهده‌ی پیام طرف مقابل، دکمه «ارسال پاسخ» برای چند ثانیه یا دقیقه غیرفعال می‌شود. مدت زمان مکث بر روی پیام و توقف دریافت‌کننده بر آن، به عنوان یک مشخصه مثبت در ابتدای پاسخ تولیدی درج می‌شود. به مرور هر چه این عدد بیشتر باشد نشان از تعامل بهتر یک کاربر است.

(۲) نشان شنیدن: کاربران می‌توانند قبل از پاسخ، دکمه «شنیدم/متوجه شدم» بزنند و پلتفرم به پیام مقابل یک نشان «شنیده شد» اضافه می‌کند تا طرف مقابل احساس کند دیده شده و بحث آرام‌تر پیش برود.

(۳) بازتاب‌سازی پیش از پاسخ: کاربر پس از مشاهده‌ی پیام، برای ارسال پاسخ باید یکی از دو کار را انجام دهد و توسط هوش مصنوعی صحت آن تأیید شود. یا یک «خلاصه منصفانه» از پیام طرف مقابل را بنویسد، یا یک «سؤال روشن‌کننده» (نه پاسخ) به عنوان نتیجه پیام ارسال شده مطرح کند و در ادامه در جهت پاسخ به آن سؤال، متن پیام خود را نگارش کند.

(۴) نوبت‌دهی در بحث‌های داغ: در بحث‌هایی که سرعت پیام‌ها زیاد می‌شود، پلتفرم حلت «نوبتی» فعال می‌کند؛ هر کاربر فقط پس از خواندن کامل پیام قبلی و گذشت حداقل زمان مشخص، می‌تواند پاسخ دهد. حداقل و حداکثر حجم یا زمان مشخصی برای نوبت او تعیین می‌شود تا پیام خود را نگارش و ارسال کند. در نهایت با فشردن دکمه ارسال، نوبت گفتگو به نفر بعدی سپرده می‌شود. به این شکل پیام‌ها به‌جای پشته‌ای شدن، در قالب گفت‌وگوی دوطرفه/چندطرفه مرتب می‌شوند.

۲۲. بستر پخش ویدئو به درخواست فیلیمو چندی پیش، پس از ۱۱ سال از لوگو و شعار جدید خود رونمایی کرد. نظرات برخی کاربران فضای مجازی در مورد این رویداد آمده است. کدام گزینه نسبت بین نظر مخاطب و لایه‌ی تحلیل لوگو و شعار را به درستی مشخص نمی‌کند؟



- ۱) لوگوی قبلی که دیگه خیلی تکراری و کلیشه ای بود. الان دیگه هرچی پلتفرم مربوط به پخش (play) هست لوگوش همین مثلث هست. - متن
- ۲) ما دنبال داستانییم؟ لات‌بازیه مگه (((:)) یه چاقو هم می‌داشتید کنار لوگو. - فرامتن
- ۳) این «ما دنبال داستانییم» خودش یکم داستان داره انگار! - زیرمتن
- ۴) انگار با paint اومدن یه چیز سرهم کنن اصلا قشنگ نیست. یک مستطیل میکشی، با ابزار پرسپکتیو هم میای یکم سه‌بعدیش میکنی - متن

خوب به انتهای بخش سؤالات تکی رسیدیم. تا به اینجای کار خسته نباشید!  
در ادامه ۲۸ 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.

**\*\*\*هوش مصنوعی علیه ابزارهای مجازی و رایانه‌ای\*\*\***

- متن زیر را درباره مقایسه ابزارهای فعلی مجازی و کامپیوتری و ابزارهای نوظهور هوش مصنوعی مطالعه کنید و به سوالات ۲۳ تا ۲۵ پاسخ دهید.

**پرپلکسیتی (Preplexity) در برابر ویکی پدیا (Wikipedia):** دوران گشتن لابلای لینکها در ویکی پدیا گذشته؛ حالا با پرپلکسیتی مستقیم برو سراغ جواب نهایی.

**راوز (Rows) در برابر اکسل (Excel):** دیگر در اکسل فرمول نویسی نکن، بلکه با راوز گفتگو کن و تحلیل تحویل بگیر.

**ران وی (Runway) در برابر پریمیر (Premiere):** برای تدوین فیلم و ویدیو به جای کلی کلیک کردن در پریمیر، درخواستت را بنویس و تخیل کن، ران وی برایت آن را می سازد.

**نانو بنانا (Nano Banana) در برابر فتوشاپ (Photoshop):** طراحی گرافیک دیگر تخصص در فتوشاپ نمی خواهد؛ گرافیک با نانو بنانا فقط یک ایده خلاقانه می خواهد.

**جمنای (Gemini) در برابر گوگل (Google):** از «جستجو کردن» در گوگل رسیدیم به «درک کردن» در جمنای. جمنای دستیار شخصیت جستجوکننده است، نه صرفاً یک موتور جستجو.

**کرسر (Cursor) در برابر وی اس کد (vs Code):** دیگر به جای کدنویسی دستی با وی اس کد، برای کدنویسی با کرسر صرفاً همفکری کن و با سرعتی ۱۰ برابر به نتیجه برس.

۲۳. بر اساس متن بالا، کدام یک از تحلیل‌های زیر اشتباه است؟

(۱) ابزارهای هوش مصنوعی به تدریج جای تخصص را از ابزارهای سنتی می گیرند، ولی هنوز در زمینه خلاقیت، راهی طولانی را در پیش دارند.

(۲) ابزارهای فعلی مجازی و رایانه‌ای به جای کاربر تحلیل می کنند، ولی ابزارهای هوش مصنوعی در اثر جستجوی کاربر، ترکیبی از تحلیل‌های متفاوت را پیش روی او می گذارند.

(۳) اگر ابزارهای فعلی مجازی و رایانه‌ای صرفاً مانند موتوری هوشمند و بدون سوگیری به کمک متخصصان می آیند، حالا ابزارهای هوش مصنوعی مانند یک دستیار عمل کرده و اساساً نحوه تعامل کاربران را دچار تحولی بنیادین می کنند.

(۴) بشر در عصر هوش مصنوعی دیگر قرار نیست خودش در لابلای لینکها بگردد و بهترین را انتخاب کند، بلکه هوش مصنوعی است که صرفاً درخواست کاربر را گرفته و بهترین انتخاب را یک راست پیش رویش می گذارد.

۲۴. بر اساس متن بالا، کدام جمله در مورد تغییرات شغل‌های زیر درست نیست؟

- ۱) مهمترین تخصص یک «کدنویس» دیگر تسلط او به قواعد کدنویسی نیست، بلکه او باید بتواند در یک گفتگوی موثر در سریعترین زمان ممکن، بهینه‌ترین پاسخ را از ابزارهای هوش مصنوعی بگیرد.
- ۲) دیگر مهم نیست که یک «تدوینگر» چقدر به میان‌برهای نرم‌افزارهای تدوین مسلط است، بلکه مهم این است که او چقدر می‌تواند یک ابزار هوش مصنوعی را در مسیر ایده‌های خلاقانه خود تا رسیدن به ویدیوی نهایی هدایت کند.
- ۳) قبلیتها یک «تحلیلگر اطلاعات»، برای رسیدن به نمودارهای تحلیلی باید سفارشهای خود را به نرم افزار می‌داد تا تحلیل دریافت کند. ولی حالا تحلیلگر باید اطلاعات را یکی یکی در سطرها و ستونهای نرم‌افزارهای هوش مصنوعی وارد کند و یکی یکی نمودارهای تحلیلی را از آنها دریافت کند.
- ۴) اگر تا دیروز یک «گرافیسیت» می‌توانست با دوربری هوشمندانه یک عکس و قرار دادنش در پس‌زمینه‌ای جدید، واقعیت را به چالش بکشد، حالا جای دوربری را ترکیب میلیونها عکسی گرفته‌اند که گرافیسیت آنها را با سفارش هوشمندانه خود از دل ابزارهای هوش مصنوعی بیرون می‌کشد.

۲۵. کدامیک از گزینه‌های زیر، به‌درستی «تغییر بنیادی نقش کاربر» را در گذار از ابزارهای مجازی و رایانه‌ای به ابزارهای هوش مصنوعی توصیف می‌کند؟

- ۱) کاربر از اجراکننده‌ی دقیق دستورها به طراح مسئله و جهت‌دهنده‌ی فرایند حل تبدیل شده است.
- ۲) کاربر از نقش فعال خود فاصله گرفته و ابزارهای هوش مصنوعی به‌طور کامل جای تصمیم‌گیری انسانی را گرفته‌اند.
- ۳) کاربر همچنان همان وظایف پیشین را انجام می‌دهد، اما با سرعت بیشتر و خطای کمتر.
- ۴) کاربر تنها مصرف‌کننده‌ی خروجی‌های آماده است و دیگر نیازی به فهم مسئله یا زمینه ندارد.

### \*\*\*ارتباطات در بحران\*\*\*

- متن زیر را مطالعه نموده و به پرسش‌های ۲۶ تا ۳۰ پاسخ دهید.

(بند ۱) در دنیای امروز هر بحرانی با یک بحران ثانویه همراه است: «انفجار اطلاعات». ما در محاصره بی وقفه اخبار، تحلیل‌ها، تصاویر، شایعات و پیش‌بینی‌ها از طریق تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های پیام‌رسان هستیم. میل به «در جریان بودن» یک گزینه طبیعی برای بقاست؛ ما می‌خواهیم بدانیم چه اتفاقی در حال رخ دادن است تا بتوانیم از خود و عزیزانمان محافظت کنیم. اما این گزینه در عصر دیجیتال، به یک تله خطرناک تبدیل شده است. مصرف بی رویه و کنترل نشده اطلاعات، به ویژه اطلاعات منفی و هیجانی، مانند چکاندن قطره قطره زهر در جام ماست و می‌تواند تمام تلاش‌های ما برای حفظ آرامش را خنثی کند.

(بند ۲) آیا تا به حال برایتان پیش آمده که ساعت‌ها در حال بالا و پایین کردن صفحات خبری باشید، با اینکه میدانید این کار حال شما را بدتر میکند؟ مغز ما یک «سوگیری منفی‌نگر» دارد؛ یعنی به اطلاعات منفی و تهدید آمیز توجه بسیار بیشتری نسبت به اطلاعات مثبت یا خنثی نشان میدهد. این یک مکانیزم تکاملی برای بقا بوده است.

(بند ۳) رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی از این ویژگی مغز ما به خوبی آگاه هستند. تیترهای جنجالی، تصاویر تکان دهنده و اخبار فوری، قلاب‌هایی هستند که این بخش از مغز ما را به دام می‌اندازند. هر بار که یک خبر شوکه کننده میبینیم، سیستم «جنگ یا گریز» ما فعال می‌شود و هورمون‌های استرس (کورتیزول و آدرنالین) ترشح می‌شوند. این یک هیجان شدید و اعتیاد آور است که ما را وادار می‌کند برای کسب اطلاعات بیشتر و رفع حس عدم قطعیت، دوباره و دوباره به سراغ اخبار برویم. ما در یک چرخه معیوب از «استرس و جستجوی اطلاعات برای کاهش استرس» گیر می‌افتیم که نتیجه آن استرس بیشتر است.

(بند ۴) آثار مخرب مصرف بی‌رویه اطلاعات در بحران:

۱. فرسودگی شناختی و عاطفی: پردازش مداوم اطلاعات منفی، انرژی ذهنی را تحلیل می‌برد و ما را خسته، بی‌حوصله و تحریک پذیر می‌کند.
۲. ایجاد حس درماندگی: مواجهه با حجم انبوهی از مشکلات جهانی که کنترلی بر آنها نداریم، میتواند حتی ناتوانی و ناامیدی عمیقی ایجاد کند و ما را از انجام کارهایی که «می‌توانیم» انجام دهیم، باز دارد.
۳. تضعیف تاب‌آوری: قرار گرفتن مداوم در معرض تصاویر و اخبار دردناک، باعث «آسیب نیابتی» میشود. ما بدون اینکه مستقیماً در حادثه حضور داشته باشیم، علائم روانی آن را تجربه می‌کنیم.
۴. گسترش شایعات و اطلاعات غلط: در بحران، اطلاعات نادرست و شایعات به سرعت پخش می‌شوند. این اطلاعات اغلب با هدف ایجاد ترس و تفرقه طراحی شده‌اند و می‌توانند منجر به تصمیم‌گیری‌های اشتباه و خطرناک شوند.

(بند ۵) همانطور که برای سلامت جسم خود «رژیم غذایی» می‌گیریم و مراقب ورودی‌های بدنمان هستیم، برای سلامت روان نیز باید «رژیم خبری» داشته باشیم و ورودی‌های ذهنمان را مدیریت کنیم. این به معنای بی‌خبری مطلق نیست؛ بلکه به معنای مصرف «آگاهانه؛ محدود و هدفمند» اطلاعات است.

۲۶. کدام گزینه بهترین عنوان برای متن بالاست؟

- ۱) چرا اخبار منفی ما را مضطرب می‌کنند؟
- ۲) نقش رسانه‌ها در افزایش هیجان‌های اجتماعی
- ۳) انفجار اطلاعات، بحران ذهن ما در هر بحران
- ۴) تأثیر اخبار بر سلامت روان انسان

۲۷. نقش بند ۳ متن در نسبت با بند ۲ کدام است؟

- (۱) ارائه مثال عینی از ادعای بند ۲ (۲) تبیین روان‌شناختی علت پدیده‌ای که در بند ۲ توصیف شده است  
(۳) نقد دیدگاه مطرح شده در بند ۲ (۴) جمع‌بندی نهایی مباحث بند ۲

۲۸. کدام گزاره، اگر درست فرض شود، بیشترین تضعیف را برای استدلال اصلی متن ایجاد می‌کند؟

- (۱) برخی افراد ترس از دست دادن اطلاعات دارند و با افزایش مصرف خبر احساس آرامش بیشتری می‌کنند.  
(۲) شبکه‌های اجتماعی سرعت انتشار اخبار را افزایش داده‌اند.  
(۳) اخبار منفی معمولاً بیشتر از اخبار مثبت دیده می‌شوند.  
(۴) بحران‌ها همواره با حجم بالایی از اطلاعات همراه بوده‌اند.

۲۹. با توجه به شرایط توصیف‌شده در متن، کدام‌یک از اصطلاحات زیر کمترین ارتباط مفهومی را با مسئله اصلی مطرح‌شده در متن دارد؟

- (۱) شوم‌گردی: پیمایش مداوم و وسواس‌گونه اخبار منفی و اضطراب‌آور، با وجود آگاهی از تأثیرات مخرب آن بر سلامت روان.  
(۲) خستگی رسانه‌ای: فرسودگی شناختی و عاطفی ناشی از مواجهه طولانی‌مدت و مکرر با اخبار و محتوای رسانه‌ای.  
(۳) همه‌گیری اطلاعاتی: انتشار گسترده و کنترل‌نشده حجم عظیمی از اطلاعات درست و نادرست که تشخیص و تصمیم‌گیری را دشوار می‌کند.  
(۴) پساحقیقت: وضعیتی که در آن احساسات، باورهای شخصی و هیجانات جمعی بیش از واقعیت‌های عینی بر قضاوت افراد اثر می‌گذارند.

۳۰. کدام یک از گزاره‌های زیر را نمی‌توان به عنوان یک استراتژی برای برون‌رفت از وضعیت تشریح شده در متن به کار بست؟

- (۱) تعیین یکی دو بازه‌ی زمانی مشخص و محدود برای مصرف اخبار در طول روز به جای مواجهه مستمر با اخبار  
(۲) دنبال کردن اخبار از منابع متنوع با سوگیری‌های مختلف برای فهم واقعیت رویداد از میان بازنمایی‌های متفاوت آن  
(۳) انتخاب ۲ یا ۳ منبع رسمی و معتبر به جای دنبال کردن ده‌ها کانال و صفحه خبری که برای جلب توجه با هم رقابت می‌کنند  
(۴) اجازه ندادن به اخبار برای «جلب توجه» در هر ساعت از شبانه‌روز با خاموش کردن نوتیفیکیشن‌های اپلیکیشن‌های خبری و گروه‌های پیام‌رسان

### \*\*\* مستریبست و بازی‌وارسازی انسان \*\*\*

- متن زیر که برگرفته از مقاله «موتزارت اقتصاد توجه: چرا مستر بیست بزرگترین ستاره یوتیوب جهان است؟» به قلم «مارک اوکانل» در مجله «گاردین» است را مطالعه نموده و به پرسش‌های ۳۱ تا ۳۵ پاسخ دهید.

(بند ۱) مستریبست بزرگ‌ترین ستاره یوتیوب در جهان است و بخش قابل توجهی از محبوبیت او به این دلیل است که ویدئوهای او شبیه بازی‌اند. نه بازی رایانه‌ای، بلکه بازی‌هایی واقعی که انسان‌ها مهره‌های آن هستند. او معمولاً جهانی مشخص طراحی می‌کند، قوانینی ساده اما سخت‌گیرانه برای آن می‌گذارد و سپس انسان‌های واقعی را وارد این جهان می‌کند تا ببینیم چه می‌شود. تماشاگر از همان ابتدا می‌داند که قرار نیست با یک روایت عمیق یا توضیح اخلاقی روبه‌رو شود؛ آنچه اهمیت دارد، اجرای بازی و دیدن پیامدهای آن است.

(بند ۲) در بسیاری از این ویدئوها، شرکت‌کنندگان به صورت «آدم‌های تصادفی» معرفی می‌شوند. آن‌ها نه به‌عنوان افرادی با گذشته و هویت مستقل، بلکه به‌عنوان کسانی که می‌توانند وارد بازی شوند و طبق قواعد آن عمل کنند، حضور دارند. ناشناس بودن و قابل تعویض بودن این افراد بخشی از منطق محتواس‌ت: اگر یکی حذف شود، دیگری جای او را می‌گیرد. مهم این نیست که چه کسی در بازی است، مهم این است که بازی ادامه پیدا کند.

(بند ۳) در ویدئوهایی که بر استقامت یا بقا تمرکز دارند، این منطق آشکارتر می‌شود. مثلاً وقتی فردی باید روزها یا هفته‌ها در یک فضای بسته بماند و در ازای هر روز دوام‌آوردن پول بگیرد، در ظاهر با یک مسابقه سرگرم‌کننده روبه‌رو هستیم. اما در عمل، انسان در موقعیتی قرار می‌گیرد که باید میان پول، تنهایی، ملال و فشار روانی تعادل برقرار کند. بازی، صرفاً یک چالش نیست؛ صحنه‌ای است که فرسایش تدریجی انسان را به نمایش می‌گذارد.

(بند ۴) پول در این بازی‌ها فقط پاداش نیست؛ عنصر اصلی روایت است. توده‌های اسکناس، شمارنده‌های عددی و جوایز بزرگ به شکلی نمایش داده می‌شوند که یادآور بازی‌های امتیازی‌اند. توجه مخاطب بیش از آنکه معطوف به تجربه انسانی شرکت‌کنندگان باشد، به این جلب می‌شود که چه کسی «بیشتر» برداشت، چه کسی «طولانی‌تر» دوام آورد و چه کسی «زودتر» حذف شد. عددها جای معنا را می‌گیرند.

(بند ۵) جذاب‌ترین لحظه‌ها معمولاً زمانی شکل می‌گیرند که شرکت‌کنندگان با انتخاب‌های اخلاقی روبه‌رو می‌شوند. کسی که برای پرداخت بدهی‌هایش مقدار زیادی پول برمی‌دارد، هم‌زمان دچار عذاب وجدان می‌شود؛ تناقضی که برای تماشاگر دیدنی است. این لحظه‌ها، انسان را نه به‌عنوان فردی پیچیده، بلکه به‌عنوان سوژه‌ای در یک آزمایش عمومی نشان می‌دهند؛ آزمایشی که قرار است ضعف‌ها، وسوسه‌ها و واکنش‌های او را آشکار کند.

(بند ۶) حتی در ویدئوهای خیریه مستریبست نیز همین منطق بازی دیده می‌شود. افراد دریافت‌کننده کمک اغلب بدون معرفی دقیق و بدون زمینه‌سازی روایی ظاهر می‌شوند و کمک‌رسانی در قالب صحنه‌هایی پرهیجان، سریع و عددمحور نمایش داده می‌شود. شمارش افراد، نمایش مبالغ و ریتم تند روایت باعث می‌شود تجربه انسانی رنج و درمان، در دل یک نمایش رقابتی حل شود.

(بند ۷) از این منظر، محتوای مستریبست صرفاً سرگرمی نیست؛ تصویری از جهان معاصر را بازتاب می‌دهد: جهانی که در آن رقابت، نامنی مالی و امید به نجات ناگهانی نقش پررنگی دارند. انسان‌ها وارد بازی‌هایی می‌شوند که قواعدش از پیش تعیین شده و تماشاگران نیز با دنبال کردن این بازی‌ها، به بخشی از همان منطق تبدیل می‌شوند. بازی ادامه دارد، و انسان‌ها خواه شرکت‌کننده، خواه بیننده در چارچوب آن معنا پیدا می‌کنند.

۳۱. کدامیک از گزاره‌های زیر، اگر درست باشد، بیشترین تقویت را برای استدلال بند ۲ متن فراهم می‌کند؟
- (۱) بیشتر مخاطبان ویدئوهای مستربیسست، این محتواها را صرفاً برای سرگرمی تماشا می‌کنند و توجهی به پیام‌های ضمنی آن ندارند.
  - (۲) بسیاری از شرکت‌کنندگان در ویدئوهای مستربیسست پس از پایان چالش‌ها اعلام کرده‌اند که حاضرند دوباره در چنین بازی‌هایی شرکت کنند.
  - (۳) ساختار ویدئوهای مستربیسست به‌گونه‌ای است که حتی لحظه‌های عاطفی یا اخلاقی نیز در قالب رقابت، شمارش و حذف افراد نمایش داده می‌شوند.
  - (۴) استفاده از جوایز نقدی بزرگ، باعث افزایش کیفیت تولید ویدئوها و جذابیت بصری آن‌ها شده است.

۳۲. موقعیت زیر، نمونه‌ای عینی از کدامیک از ادعاهای مطرح شده در گزینه‌ها است؟

- در یکی از ویدئوهای مستربیسست، مردی به‌عنوان یک «آدم تصادفی» انتخاب می‌شود و باید برای دریافت پول، روزها در داخل یک سوپرمارکت بزرگ زندگی کند. شرط این است که از فروشگاه خارج نشود. او هر روز موظف است مقدار مشخصی کالا از قفسه‌ها جمع کند و در ازای آن پول نقد دریافت کند؛ کالاهایی که اغلب نیازی به آن‌ها ندارد. با گذشت زمان، ملال، تنهایی و بی‌حوصلگی بر او غلبه می‌کند و در نهایت، حتی نسبت به پولی که دریافت می‌کند بی‌اعتنا می‌شود، در حالی که پول همچنان به‌صورت بسته‌های بزرگ و قابل مشاهده در ویدئو نمایش داده می‌شود.
- (۱) بازی‌وارسازی محتوا باعث می‌شود روایت‌های رسانه‌ای از زمینه‌سازی و توضیح‌های تدریجی بی‌نیاز شوند.
  - (۲) در برخی محتواهای رسانه‌ای، پول به عنصر اصلی روایت تبدیل می‌شود و جای تجربه انسانی را می‌گیرد.
  - (۳) استفاده از چالش‌های استقامتی، صرفاً با هدف افزایش هیجان و سرگرمی مخاطب انجام می‌شود.
  - (۴) نمایش ملال و تنهایی شرکت‌کنندگان، با هدف برانگیختن همدلی اخلاقی مخاطب صورت می‌گیرد.

۳۳. با توجه به متن، می‌توان گفت کارکرد اصلی فرمی که مستربیسست در تولید محتوا به کار می‌گیرد چیست؟

- (۱) ایجاد روایت‌های عمیق و تدریجی برای فهم بهتر مسائل اجتماعی
- (۲) برانگیختن همدلی اخلاقی پایدار از طریق نمایش تجربه‌های انسانی
- (۳) حداکثرسازی درگیری مخاطب از طریق بازی، عدد، چالش و ریتم تند روایت
- (۴) آموزش غیرمستقیم مهارت‌های اقتصادی و تصمیم‌گیری مالی به مخاطبان

۳۴. کدامیک از گزاره‌های زیر، ادعاهای متن فوق را تبیین نمی‌کند؟

- (۱) تمرکز شدید ویدئوهای مستربیسست بر ثانیه‌ها و دقایق ابتدایی، پاسخی مستقیم به داده‌های الگوریتمی مربوط به ریزش مخاطب است.
- (۲) در ویدئوهای مستربیسست آدم‌ها تصادفی هستند چون حذف مقدمه، توضیح و مکث‌های روایی در ویدئوها، به‌منظور عبور مخاطب از نقاط بحرانی کاهش توجه ناگزیر است.
- (۳) طراحی چالش‌ها و نمایش پول و عدد، در ویدئوهای مستربیسست راهی برای تبدیل تجربه انسانی به محرک‌های سریع و قابل‌پردازش برای الگوریتم است.
- (۴) الگوریتم‌های پلتفرم، شمارش افراد، نمایش مبالغ و ریتم تند روایت را اقتضا می‌کند که باعث می‌شود تجربه انسانی رنج در دل یک نمایش رقابتی حل شود.

۳۵. با توجه به متن، کدام یک از گزینه‌های زیر نگاه نویسنده به نسبت انسان و رسانه در یوتیوب را به درستی تبیین می‌کند؟

- ۱) در یوتیوب انسان به عنوان عنصری قابل استفاده برای تولید جذابیت، عدد و واکنش نمایش داده می‌شود.
- ۲) مخاطب یوتیوب صرفاً یک کنشگر آگاه است که با انتخاب‌های خود مسیر محتوا را تعیین می‌کند.
- ۳) تولیدکننده محتوا در یوتیوب با منطق سرعت، عدد و الگوریتم می‌تواند به گونه‌ای خلاق و آزاد به تولید ایده‌های خود پردازد.
- ۴) یوتیوب تنها یک ابزار برای انتشار محتوا است که تولیدکنندگان می‌توانند محتواهای خود را به حجم انبوهی از مخاطبان برسانند.

### \*\*\*استودیو بازی سازی ققنوس\*\*\*

- متن زیر را بخوانید و به سوالات ۳۶ تا ۳۸ پاسخ دهید.

استودیو بازی سازی «ققنوس» می‌خواهد یک بازی در سبک نقش‌آفرینی (RPG) به نام «تهران ۲۰۸۰» بسازد. داستان در سال ۲۰۸۰ می‌گذرد؛ زمانی که تکنولوژی پیشرفت کرده اما شکاف طبقاتی بیداد می‌کند. تیم «طراحی»، روایت اولیه را به شما به عنوان «کارشناس رسانه‌ای» ارائه می‌دهند تا به اصلاح و بهبود آن پردازید. اجزای اصلی روایت اولیه به این شرح است:

قهرمان داستان: نوجوانی به نام «نیما» که در محله‌های فقیرنشین زندگی می‌کند. او همیشه لباس‌های کهنه می‌پوشد، کمی لکنت زبان دارد و تخصصش هک کردن سیستم‌های دولتی است.

دشمن اصلی: مردی به نام «دکتر سایه»، مدیر یک شرکت بزرگ تکنولوژی. او همیشه کت و شلوار مشکی می‌پوشد، سرد و بی‌احساس صحبت می‌کند و هیچ نشانه‌ای از زندگی شخصی یا خانواده در او دیده نمی‌شود.

شهر به دو بخش «بالا» (پر از نورهای نئونی، ربات‌ها و آدم‌های شیک) و «پایین» (پر از زباله، تاریک و آدم‌های خشن) تقسیم شده است.

در نگاه اول این طراحی بسیار کلیشه زده به نظر می‌رسد. در بسیاری از روایت‌های رسانه‌ای، برای ساده‌سازی داستان و درک سریع مخاطب، از «کلیشه» استفاده می‌شود. کلیشه زمانی شکل می‌گیرد که یک گروه اجتماعی، یک طبقه یا یک شخصیت، با چند ویژگی تکرارشونده، اغراق شده و قابل پیش‌بینی نمایش داده شود؛ به گونه‌ای که پیچیدگی‌های واقعی آن حذف شود. شما به دنبال راهی برای شکستن این نگاه کلیشه‌ای هستید. با توجه به این دغدغه، به سوالات زیر پاسخ دهید:

۳۶. کدام تصمیم طراحی بیشترین کمک را به کاهش بازتولید کلیشه‌های رسانه‌ای در روایت بازی می‌کند؟

- ۱) تقویت تفاوت‌های ظاهری میان مناطق بالا و پایین شهر برای افزایش هیجان بصری
- ۲) حذف کامل پیش‌زمینه طبقاتی شخصیت‌ها و تمرکز صرف بر مأموریت‌ها
- ۳) ایجاد مسیرهای روایی متفاوت که پیامدهای اخلاقی و اجتماعی انتخاب‌های بازیکن را آشکار می‌کند
- ۴) تبدیل «دکتر سایه» به شخصیتی کاملاً شرور برای شفاف‌سازی تقابل خیر و شر

۳۷. تغییر قهرمان بازی از یک نوجوان فقیر ساکن مناطق پایین شهر به یک شخصیت بالانشین، در چارچوب شکستن کلیشه‌های رسانه‌ای، چه تغییری در پیام بازی ایجاد می‌کند؟
- ۱) پیام بازی تغییری نمی‌کند، زیرا ساختار کلی داستان ثابت باقی مانده است.
  - ۲) تمرکز روایت از نقد نابرابری اجتماعی به تجربه‌ای فردی و خنثی منتقل می‌شود.
  - ۳) نسبت قهرمان با قدرت، مسئولیت اجتماعی و امکان کنش معنادار در روایت بازتعریف می‌شود.
  - ۴) بازی از یک روایت انتقادی به یک سرگرمی تکنولوژیک بدون پیام اجتماعی تبدیل می‌شود.
۳۸. کدام یک از سناریوهای زیر، همچنان بازتولید کلیشه‌های رسانه‌ای موجود در روایت اولیه بازی «تهران ۲۰۸۰» را انجام می‌دهد؟
- ۱) نیما همچنان قهرمان فقیر بازی است، اما تمام پیشرفت‌های او از طریق توانایی‌های فردی خارق‌العاده و شکست دادن تک‌نفره دشمنان قدرتمند رخ می‌دهد و مرحله به مرحله در طبقات اجتماعی بالا می‌رود.
  - ۲) «دکتر سایه» به‌عنوان دشمن نهایی باقی می‌ماند، اما هدف قهرمان نه حذف او به‌عنوان نماد شر و فساد بلکه شناخت گذشته او و انگیزه‌های اقداماتش می‌شود تا با این شناخت بتواند او را از نتیجه اقداماتش آگاه کرده و از آن منصرف کند.
  - ۳) بازیکن می‌تواند در طول بازی میان چند نقش جابه‌جا شود؛ از نوجوان پایین شهر تا مدیران میانی و نیروهای شهری، و در هر نقش مکانیزم‌های متفاوتی از بازی را در اختیار داشته باشد و پیامد تصمیم‌های خود در هر نقش را در ساختار شهر مشاهده کند.
  - ۴) نیما به‌عنوان قهرمان بازی، با برقراری ارتباط و تعامل با افراد صاحب نفوذ، ضمن توسعه فردی خود، مشکلات اصلی منطقه پایین را شناسایی کرده و از طریق توانمندی و ارتباطات خود، مسیرهایی را برای توسعه‌ی زیرساخت‌های شهر، مقابله با رانت و فساد و کاهش فاصله طبقاتی به کار می‌گیرد.

**\*\*\*از زیستن تجربه تا تماشای تجربه\*\*\***

- متن زیر که برگرفته از مقاله «با نسل خانه‌نشین آشنا شوید» به قلم «گی هینسلیف» در مجله «گاردین» است را مطالعه نموده و به پرسش‌های ۳۹ و ۴۰ پاسخ دهید.

(بند ۱) در سال‌های اخیر، شکل تازه‌ای از نوجوانی و جوانی در حال عادی شدن است: بسیاری از نوجوانان کمتر از گذشته بیرون می‌روند، اما این به معنای بی‌علاقگی به «زندگی اجتماعی» نیست. مسئله این است که بخشی از تجربه‌هایی که قبلاً باید حضوری زیسته می‌شد، اکنون از مسیر صفحه‌نمایش قابل دسترس شده است. آنچه تغییر کرده، نه میل به تجربه، بلکه شکل مصرف تجربه است.

(بند ۲) وقتی بیرون رفتن به معنای دیدن آدم‌ها، قرار گرفتن در جمع، و ساختن خاطره‌های مشترک بود، حضور فیزیکی شرط اصلی مشارکت محسوب می‌شد. اما امروز بسیاری از رویدادها - از کنسرت گرفته تا دوره‌می‌ها و حتی خرید و تفریح - نسخه‌ای رسانه‌ای دارند: کلیپ‌ها، استوری‌ها، لایوها و ویدئوهای کوتاه. فرد می‌تواند «در جریان» باشد، بدون اینکه واقعاً در موقعیت حضور داشته باشد.

(بند ۳) این جایگزینی به تدریج نوعی «تماشاگر شدن» می‌سازد: نوجوان به جای آنکه در یک موقعیت واقعی قرار بگیرد و با پیامدهایش روبه‌رو شود، نسخه‌ای فشرده و جذاب از همان موقعیت را تماشا می‌کند. حتی صحنه‌هایی که ذاتاً برای تجربه حضوری طراحی شده‌اند - مثل شلوغی یک دوره‌می، هیجان یک فستیوال، یا گفت‌وگوهای یک جمع - در قالب چند کلیپ کوتاه تبدیل به محتوایی مصرفی می‌شوند؛ محتواهایی که قرار نیست مخاطب را وارد تجربه کنند، بلکه قرار است تجربه را «نمایش» دهند.

(بند ۴) نتیجه این روند، دوگانگی عجیبی است: فرد احساس می‌کند چیزی را از دست نداده، چون تصاویر و روایت‌هایش را دیده است؛ اما در عین حال، بسیاری از مهارت‌های اجتماعی که فقط در زیستن واقعی شکل می‌گیرند - مثل مواجهه با تعارض، تحمل موقعیت‌های ناآشنا، یادگرفتن مرزهای ارتباط، و تجربه کردن مسئولیت - کمتر تمرین می‌شوند. تماشای تجربه، جایگزین فشار و هزینه روانی حضور می‌شود، اما همان قدر هم از عمق و رشد تجربه می‌کاهد.

(بند ۵) از این منظر، مسئله فقط «خانه ماندن» نیست؛ مسئله تبدیل شدن جهان بیرون به یک نمایش دائمی است که می‌توان آن را از راه دور دنبال کرد. نوجوانی که پیش‌تر برای تجربه کردن باید بیرون می‌رفت، اکنون می‌تواند بیرون رفتن دیگران را تماشا کند. در چنین وضعی، زندگی اجتماعی به جای اینکه «زیسته» شود، به چیزی تبدیل می‌شود که «دیده» می‌شود؛ و این تغییر، مرز میان مشارکت و مصرف را کم‌کم محو می‌کند.

۳۹. کدامیک از گزاره‌های زیر با استدلال کلی متن ناسازگار است؟

- ۱) متن تأکید می‌کند که گسترش کلیپ‌ها و استوری‌ها باعث شده «در جریان بودن» بدون حضور فیزیکی ممکن شود.
- ۲) متن می‌گوید بخشی از مهارت‌های اجتماعی فقط در موقعیت‌های واقعی و از طریق مواجهه عملی شکل می‌گیرند.
- ۳) متن استدلال می‌کند که تماشای نسخه‌های رسانه‌ای می‌تواند احساس مشارکت ایجاد کند، حتی اگر مشارکت واقعی رخ نداده باشد.
- ۴) متن نتیجه می‌گیرد که جایگزینی تماشای تجربه به جای زیستن آن، با کاهش «هزینه حضور» مهارت‌های اجتماعی نوجوانان را تقویت می‌کند.

۴۰. کدامیک از گزینه‌های زیر، «پیش‌فرض پنهان» نویسنده‌ی متن است؟
- (۱) بیشتر نوجوانان به‌صورت آگاهانه و برنامه‌ریزی‌شده تصمیم می‌گیرند تجربه حضوری را کنار بگذارند تا وقتشان تلف نشود.
  - (۲) تجربه‌های اجتماعی حضوری، علاوه بر لذت، کارکردی آموزشی/مهارتی دارند که معمولاً با تماشای نسخه رسانه‌ای به‌طور کامل حاصل نمی‌شود.
  - (۳) محتوای شبکه‌های اجتماعی همواره دروغین است و بنابراین تماشای آن هیچ ارزش شناختی ندارد.
  - (۴) علت اصلی کاهش بیرون‌رفتن نوجوانان، فشارهای اقتصادی و هزینه‌های زندگی است.

### \*\*\*ورای شوم‌گردی\*\*\*

- متن زیر که برگرفته از مقاله «ورای شوم‌گردی» به قلم «چارلی وارزل» در مجله «آتلانتیک» است را مطالعه نموده و به پرسش‌های ۴۱ و ۴۲ پاسخ دهید.
- (بند ۱) قرار بود شبکه‌های اجتماعی ما را آگاه‌تر، همدل‌تر و به واقعیت‌های جهان نزدیک‌تر کنند، اما تجربه روزمره کاربران نشان می‌دهد که این فضاها بیش از هر زمان دیگری حس آشفتگی، بی‌قدرتی و بی‌معنایی تولید می‌کنند. در یک پیمایش ساده از محتوای روزانه، تصاویر رنج انسانی، اخبار بحران، شوخی‌های سطحی، تبلیغات تجاری و نظریه‌های توطئه بی‌هیچ مرزی کنار هم قرار می‌گیرند. این هم‌نشینی مداوم، مرز میان فاجعه و سرگرمی را از میان می‌برد و تجربه رسانه‌ای را به جریانی پیوسته اما فاقد عمق اخلاقی تبدیل می‌کند.
- (بند ۲) در پس این وضعیت، منطق مسلط «اقتصاد توجه» قرار دارد؛ منطقی که موفقیت پلتفرم‌ها را نه بر اساس آگاهی‌بخشی یا توان کنش کاربران، بلکه با معیار «مدت زمان حضور در سایت» می‌سنجد. الگوریتم‌ها به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که کاربر را در چرخه‌ای از اسکرول مداوم نگه دارند؛ چرخه‌ای که در آن هر محتوا صرفاً پلی است برای رسیدن به محتوای بعدی. نتیجه، مصرف بی‌وقفه اطلاعات بدون مکث، تأمل یا امکان کنش است؛ وضعیتی که شوم‌گردی را به یک عادت فراگیر و ساختاری بدل می‌کند، نه صرفاً یک انتخاب فردی.
- (بند ۳) در چنین فضایی، کاربران اغلب نه کنشگرند و نه حتی همدل؛ بلکه به «شاهدانی منفعل» تبدیل می‌شوند. تماشای رنج دیگران، بدون امکان کمک مؤثر یا فهم زمینه‌ها، به‌جای همبستگی، احساس شرم، درماندگی یا بی‌حسی ایجاد می‌کند. اسکرول کردن میان تصاویر فاجعه و محتوای سرگرم‌کننده، تجربه بحران را به نوعی مصرف بصری تقلیل می‌دهد؛ تجربه‌ای که در آن جهان هم‌زمان در حال فروپاشی به نظر می‌رسد و در عین حال، واکنشی جدی بر نمی‌انگیزد.
- (بند ۴) با این حال، این وضعیت ناگزیر و تغییرناپذیر نیست. نمونه‌هایی از فناوری‌های جایگزین نشان می‌دهند که رسانه می‌تواند به‌جای حداکثرسازی توجه، در خدمت کنش قرار گیرد. برخی پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی بحران، به‌جای تشویق به ماندن طولانی‌مدت، اطلاعات دقیق، محدود و کاربردی ارائه می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که کاربر پس از دریافت داده‌های لازم، از فضا خارج می‌شود. این الگوها به آنچه «فناوری انسانی» نامیده می‌شود نزدیک‌ترند: فناوری‌ای که هدفش توانمندسازی انسان است، نه اسارت او در چرخه تحریک مداوم.

۴۱. کدام یک از برنامه‌های کاربردی زیر نمونه‌ای از فناوری‌های تشریح شده در بند ۴ نیست؟
- ۱) WatchDuty: اپلیکیشنی عمومی و غیرانتفاعی برای اطلاع‌رسانی بحران که اطلاعات ضروری، نقشه‌ها و هشدارها را به صورت محدود و کاربردی ارائه می‌کند.
  - ۲) PulseNow: اپلیکیشنی با رابط کاربری ساده و مدرن که اخبار بحران را با ویدئوهای کوتاه، شمارنده بازدید، واکنش‌های لحظه‌ای کاربران و اعلان‌های پی‌درپی ارائه می‌دهد تا کاربر «در جریان لحظه‌به‌لحظه» باقی بماند.
  - ۳) SkillPath: اپلیکیشنی آموزشی که به کاربران کمک می‌کند یک مهارت مشخص را گام‌به‌گام یاد بگیرند؛ مسیر پیشرفت خود را پیش کنند و رزومه کاری خود را ثبت کنند.
  - ۴) MindBalance: اپلیکیشنی در حوزه سلامت روان که استفاده روزانه تلفن همراه را به زمان‌های کوتاه و مشخص محدود می‌کند، تمرین‌های ساده ارائه می‌دهد و پس از انجام تمرین‌ها و مدت حضور، اپلیکیشن‌های انتخابی را مسدود می‌کند.
۴۲. کدام یک از واکنش‌های کاربران در فضای مجازی نسبت به رویدادهای غزه که در گزینه‌ها آمده‌اند، ادعای بند ۳ را تداعی می‌کند؟
- ۱) من نه بازمانده‌ام، نه امدادگر. من شاهد هستم، یا شاید صرفاً تماشاچی. رنجی که احساس می‌کنم در واقع شرم است.
  - ۲) دیدن تصاویر غزه خیلی متأثرم می‌کرد. خدا را شکر که مسیری مثل #ایران\_همدل وجود داشت تا بتونیم سهم اندک خودمون رو در این نبرد نابرابر انجام بدیم.
  - ۳) تصاویر غزه نشون می‌ده رسانه‌های غربی چطور روایت جنگ رو مهندسی می‌کنن و جای ظالم و مظلوم رو عوض می‌کنند؛ مسئله اصلی جنگ روایت‌هاست، نه احساسات.
  - ۴) نمی‌دونم چرا دیگه هیچ حسی به این تصاویر ندارم. این قدر از این ویدئوها دیدم که برام فقط یکی دیگه از خبرهای روزمره‌ست.

**\*\*\*برای امیرکبیر، برای ایران\*\*\***

- متن زیر بریده‌ای از بخش‌های مختلف نقد و بررسی محمدحسین سلطانی خبرنگار گروه فرهنگ روزنامه فرهیختگان است که در تاریخ ۲ آذر ۱۴۰۴ منتشر شده است. در این متن سلطانی به تحلیل اجراهای «سینا ساعی» از خوانندگان «رپ» در برنامه «کارناوال» به کارگردانی «رامبد جوان» و پخش شده از بستر «فیلمنت» می‌پردازد. این متن را مطالعه کنید و به سؤالات ۴۳ تا ۴۵ پاسخ دهید.

سینا ساعی دقیقاً می‌خواست چه کار کند:

۱. ساعی فرم رپ را از صرف یک محتوای شنیداری به محتوای ترکیبی تصویری-موسیقایی منتقل می‌کند و به موازاتش مخاطب رپ فارس را در سایر بسترهای رسانه‌ای یعنی تئاتر (در نمایش‌هایش) یا خانواده‌ها (در کارناوال) گسترش می‌دهد. ساعی درست دست می‌گذارد روی همان چیزی که در نسبت آن گارد وجود داشت. او تصویر یک رپر را در ذهن مخاطب اصلاح می‌کند. اصلاً بیابید ساده نگاه کنیم؛ خال کوبی‌های خواننده پیدا نیست، استفاده از مواد مخدر دیده نمی‌شود، لفظ رکیک نمی‌شنویم و از اساس با یک محتوای رپ آمریکایی طرف نیستیم. ساعی رپ را می‌آورد در بستر تئاتر موزیکال و چهره‌اش را با همان تئاتر موزیکال صورت‌بندی می‌کند. خودش را هم در نقش یک معلم قرار می‌دهد تا دیگر کسی آن تصویر نامطلوب را در ذهنش از رپ بازنمایی نکند. خب سؤال اینجاست؛ وقتی صورت‌بندی فرمی اصلاح شد، حالا نوبت چیست؟ تغییر محتوا.

۲. وقتی فرم این‌طور و از اساس تغییر می‌کند، محتوا هم به تناسبش باید عوض شود. ساعی با همین ترفند محتوا را هم از اساس عوض می‌کند. او ماهیت اعتراضی رپ را تغییر نمی‌دهد، بلکه جهت اعتراض را تغییر می‌دهد. او رپ را از یک واکنش به مسائل روز، بدل می‌کند به بازخوانی انتقادی و کنش اعتراضی عمیق. کنشی که حالا معطوف می‌شود به پرسش انتقادی او از تاریخ، یعنی همان مسئله هویتی‌ای که جامعه نسل زد درگیرش است.

ساعی از همان اجرای اول که در افتتاحیه کارناوال که چند روز پیش از جنگ دوازده‌روزه دیده شد، شرح فلسفه و نگاه خودش را روی سن گفت. او مسئله‌اش کشور و مخاطبی است که او و هم‌نسلانش را انتخاب کرده‌اند. دغدغه‌اش محترم است؛ هرچند که از نگاه پرداخت و نتیجه‌گیری به‌خصوص در زمان اجرای مرگ امیرکبیر محل بحث‌های بسیاری است و از نظر تاریخی می‌تواند در ابهام‌های بسیاری قرار بگیرد، با این‌همه دیالکتیک میان امیرکبیر و شاه هم از همان دیالوگ‌هایی است که می‌تواند بسیاری از سؤالات نسلی و فرهنگی را باز کند و ساعی را از یک پرسشگر انتقادی در نسبت با تاریخ، به یک ارائه‌دهنده تئوری سیاسی و اجتماعی می‌رساند؛ هرچند که این تئوری و نوع نگاه به ساختار اجتماعی، از نگاه ما مورد نقد باشد. با این‌همه ساعی جمله‌ای را تکرار می‌کند که حالا و در زمان کنونی مهم است.

ساعی در اجرای آخرش حرف از عدم حذف می‌زند و از این می‌گوید که مشکل ما این است که تعامل نمی‌کنیم و حداقل تطبیق را به کار نمی‌بندیم و همین می‌شود که میان سنت و مدرنیته ارتباطی برقرار نمی‌شود. فارغ از اینکه نگاه ساعی را قبول داشته باشیم یا نه، همان چند صحنه از اجرای ساعی را بگذارید کنار عمده محتواهای تولیدشده در حوزه رسانه در چند وقت اخیر. به جز چووشی، شجریان، معتمدی و شاید در طیف مذهبی حامد زمانی، کسی توانسته چنین تصویری را خلق کند؟ تصویری که به نظر می‌رسد نیازمند صبر و دادن کار دست‌کاران‌هایی همچون رامبد جوان است تا بتوانند از یک ضدفرهنگ امر بدیع خلق کنند.

حالا پس از این اجراهای ساعی یک سؤال جدی مطرح است؛ اگر یک بستر اعتراضی بخواهد با کمی نقض غرض خودش را به ساختارهای سیاسی و نسلی نزدیک کند، آیا ما هم پذیرای این تعامل هستیم؟ یا به بیان ساده‌تر؛ شما هم پس از دیدن اجراهای ساعی مخاطب رپ شدید؟

۴۳. با توجه به تحلیل نویسنده در متن فوق، کدام ویژگی «ذاتی» رپ است که به نظر او، حتی با تغییر فرم و جهت‌گیری محتوا، نباید از میان برود؟

(۱) ماهیت اعتراضی رپ؛ به‌عنوان رسانه‌ای برای طرح پرسش و نقد وضعیت موجود، حتی اگر جهت این اعتراض تغییر کند.

(۲) سبک شنیداری و موسیقایی خاص رپ؛ که آن را از سایر ژانرهای موسیقی متمایز می‌کند.

(۳) پیوند رپ با خرده‌فرهنگ‌های غیررسمی و ضدنهاد؛ که هرگونه حضور در بسترهای رسمی آن را از هویت خود تهی می‌کند.

(۴) بی‌واسطه‌بودن و واکنش سریع رپ به مسائل روز؛ که آن را به رسانه‌ای لحظه‌ای و وابسته به اخبار جاری تبدیل می‌کند.

۴۴. بر اساس متن، سینا سعی برای نزدیک‌شدن به دنیای مخاطبان خود از روش‌های مختلفی استفاده می‌کند. کدام‌یک از گزینه‌های زیر را نمی‌توان به‌عنوان یکی از روش‌های او برای برقراری ارتباط با مخاطب، از متن استنتاج کرد؟

(۱) اصلاح تصویر رایج از رپر برای نسل‌های بزرگسال، از طریق تغییر فضای تصویری، لحن اجرا و حذف نشانه‌های مرسوم رپ آمریکایی

(۲) گسترش مخاطب رپ با انتقال آن به بسترهایی چون تئاتر و برنامه‌های خانوادگی، به‌جای محدود ماندن در فضای شنیداری

(۳) تغییر موضع اعتراضی به سمت مخاطب و تبدیل رپ به یک محتوای همراه با ساختارهای سیاسی

(۴) پرداختن به مسائل و دغدغه‌های نسل جدید از مسیر بازخوانی انتقادی تاریخ و طرح پرسش‌های هویتی

۴۵. بر اساس متن حاضر نویسنده که کدام یک از گزاره‌های زیر معتقد نیست؟

(۱) هر ژانر رسانه‌ای محدود به فرم تاریخی خود است و تلفیق آن با فرم‌های دیگر به تضعیف هویت آن می‌انجامد.

(۲) «فرم رسانه‌ای» تعیین می‌کند که چه کسی مخاطب است و چه چیزی قابل گفتن است.

(۳) تلفیق فرم‌های رسانه‌ای می‌تواند معنا و مخاطب یک ژانر را بازتعریف کند.

(۴) تولیدکننده رسانه با انتخاب فرم و محتوا وارد کنش اجتماعی-رسانه‌ای می‌شود.

**\*\*\*هنر؛ راه نجات\*\*\***

- متن زیر از علی رضایی ولا، عضو کمیته علمی المپیاد را بخوانید و به سوالات ۴۶ تا ۵۰ پاسخ دهید.

(بند ۱) در جهان مدرن، فروبستگی انسان پیش از آن که یک بحران اخلاقی یا اجتماعی باشد، بحرانی در شیوهی بودن و دیدن جهان است. انسان معاصر در جهانی زندگی می‌کند که همه‌چیز در آن از پیش تعریف شده، اندازه‌گیری شده و در قالب کارکرد و فایده فهم می‌شود. سرعت، بهره‌وری و مصرف، افق تجربه‌ی روزمره را چنان پر کرده‌اند که جایی برای مکث، پرسش و مواجهه‌ی اصیل باقی نمانده است. در چنین وضعیتی، جهان دیگر به مثابه «جهان» تجربه نمی‌شود، بلکه همچون مجموعه‌ای از منابع و امکانات پیش‌رو ظاهر می‌گردد. این همان نقطه‌ای است که می‌توان از فروبستگی سخن گفت: بسته‌شدن افق معنا و محدودشدن تجربه‌ی انسان به آنچه قابل استفاده و کنترل است.

(بند ۲) این فروبستگی پیوندی مستقیم با تکنولوژی دارد؛ نه تکنولوژی به‌عنوان ابزار، بلکه به‌عنوان نحوه‌ای از انکشاف جهان. در جهان مدرن، تکنولوژی صرفاً چیزی نیست که ما به کار می‌گیریم، بلکه شیوه‌ای است که در آن جهان خود را به ما نشان می‌دهد. در این شیوه، هر آنچه هست باید آماده، در دسترس و قابل بهره‌برداری باشد. طبیعت به منبع انرژی، انسان به سرمایه یا داده، و زمان به چیزی برای مدیریت و صرفه‌جویی تبدیل می‌شود. این انکشاف چارچوب‌مند، جهان را به شکلی یکنواخت و یک‌سویه آشکار می‌کند و امکان‌های دیگر دیدن و زیستن را به حاشیه می‌راند.

(بند ۳) با این‌همه، مسئله‌ی اصلی خود تکنولوژی نیست، بلکه نسبت ما با آن است. آنچه اغلب فراموش می‌شود این است که ذات تکنولوژی، خود چیزی تکنیکی نیست. تکنولوژی پیش از آن که ماشین و ابزار باشد، نحوه‌ای از آشکارشدن است. از این‌رو، امکان نسبتی دیگر با آن نیز وجود دارد. این نسبت را می‌توان «وانهادگی» نامید: حالتی که در آن انسان نه تکنولوژی را طرد می‌کند و نه به‌طور کامل تسلیم منطبق آن می‌شود، بلکه می‌کوشد اجازه دهد چیزها آن‌گونه که هستند خود را نشان دهند. وانهادگی یعنی استفاده از ابزار، بی‌آن که تمام افق فهم ما را ابزار تعیین کند.

(بند ۴) در این نقطه، هنر به‌مثابه راهی دیگر برای انکشاف هستی پدیدار می‌شود. هنر نیز نوعی گشودگی است، اما نه از جنس چارچوب‌مندی و بهره‌برداری. اثر هنری جهان را در قالب کارکرد عرضه نمی‌کند، بلکه آن را پیش روی ما می‌گشاید. هنر ما را وادار می‌کند که ببینیم، نه آن که فوراً استفاده کنیم؛ بشنویم، نه آن که فوراً مصرف کنیم. در مواجهه با هنر، جهان بار دیگر به مسئله تبدیل می‌شود، نه به پاسخ‌های آماده. از این‌رو، هنر می‌تواند شکافی در انکشاف تکنولوژیک ایجاد کند و افقی دیگر از بودن را آشکار سازد.

(بند ۵) این گشودگی در هنر همواره از دل «زمین» برمی‌خیزد. زمین، ساحت مادیت، سنگینی و مقاومت است؛ آنچه خود را به‌تمامی در دسترس نمی‌گذارد. هنر اصیل از دل همین زمین برمی‌خیزد و در کشاکش با آن، «جهان»ی نو را برپا می‌کند. جهان هنری نه انتزاعی است و نه گسسته از ماده، بلکه معنایی است که بر شانه‌ی زمین می‌ایستد. رنگ، صدا، کلمه و تصویر، همگی از زمین می‌آیند، اما در اثر هنری به جهانی معنادار بدل می‌شوند که انسان می‌تواند در آن سکنی بگزیند.

(بند ۶) در چنین جهانی است که انسان به امکان‌های اصیل خود گشوده می‌شود. مواجهه با هنر، صرفاً تجربه‌ای زیباشناختی یا احساسی نیست، بلکه تجربه‌ای وجودی است. انسان در برابر اثر هنری، از جریان عادت‌ها و نقش‌های از پیش تعیین شده بیرون می‌افتد و با خود امکان‌مندش روبه‌رو می‌شود. این مواجهه می‌تواند انسان را به پرسش از شیوه‌ی بودنش، از نسبتش با جهان و از معنای زیستنش فرا بخواند. به این معنا، هنر نه آموزش مستقیم می‌دهد و نه پیام اخلاقی صادر می‌کند، بلکه امکان دیدن دیگرگونه را فراهم می‌آورد.

بند ۷) از این جا می‌توان تمایز میان هنر مدرن گرفتار و هنر اصیل را روشن کرد. هنر گرفتار، یا صرفاً بازنمایی جهان است یا ابزاری برای ایجاد حس زیبایی، هیجان یا لذت. در این حالت، اثر هنری نیز به کالایی مصرفی بدل می‌شود. اما هنر اصیل نه بازنمایی است و نه تحریک احساس؛ هنر اصیل شیوه‌ای از سکونت شاعرانه است. سکونتی که در آن انسان می‌آموزد با جهان نه به‌مثابه منبع، بلکه به‌مثابه خانه نسبت برقرار کند. در این معنا، هنر راه نجات است: نه نجاتی بیرون از جهان مدرن، بلکه نجاتی در دل آن، از طریق گشودن افقی که در آن انسان دوباره بتواند بیندیشد، ببیند و به‌گونه‌ای دیگر در جهان سکنی گزیند.

۴۶. بر اساس بند ۱ متن، «فروپستی انسان در جهان مدرن» پیش از هر چیز به کدام وضعیت اشاره دارد؟

- ۱) کاهش اخلاق اجتماعی و ضعف ارزش‌های جمعی
- ۲) سلطه‌ی نهادهای سیاسی و اقتصادی بر زندگی روزمره
- ۳) بسته‌شدن افق معنا و تقلیل تجربه‌ی جهان به کارکرد و فایده
- ۴) ناتوانی انسان در استفاده‌ی مؤثر از امکانات تکنولوژیک

۴۷. با فرض رسانه به عنوان یک تکنولوژی، کدامیک از گزاره‌های زیر با دیدگاه متن درباره‌ی تکنولوژی ناسازگار است؟

- ۱) رسانه در جهان مدرن صرفاً ابزار نیست، بلکه شیوه‌ای از انکشاف جهان است.
- ۲) رسانه جهان را به‌گونه‌ای آشکار می‌کند که همه‌چیز باید آماده و قابل بهره‌برداری باشد.
- ۳) بحران انسان معاصر ناشی از ناتوانی او در کنار گذاشتن کامل رسانه است.
- ۴) مسئله‌ی اصلی متن، نوع نسبت انسان با رسانه است، نه خود رسانه.

۴۸. کدامیک از موقعیت‌های زیر بیشترین قرابت با مفهوم «وانهادگی» در بند ۳ دارد؟

- ۱) انسانی که استفاده از همه‌ی رسانه‌های دیجیتال را کنار می‌گذارد تا به زندگی اصیل بازگردد.
- ۲) انسانی که از رسانه استفاده می‌کند، اما اجازه نمی‌دهد منطق ابزار، افق فهم او از جهان را تعیین کند.
- ۳) انسانی که با مدیریت مصرف رسانه و مدیریت زمان، کنترل بیشتری بر زندگی خود به دست می‌آورد.
- ۴) انسانی که رسانه را تنها عامل بحران معنا در جهان معاصر می‌داند.

۴۹. کدام موقعیت زیر بهترین مصداق برای ادعای بند ۴ متن درباره‌ی نقش هنر است؟

- ۱) اثری که با هدف جذب مخاطب بیشتر، هیجان و لذت آنی ایجاد می‌کند.
- ۲) اثری که جهان را به شکلی کارکردی و قابل مصرف بازنمایی می‌کند.
- ۳) اثری که مخاطب را وادار به مکث، دیدن و پرسش از شیوه‌ی بودن خود می‌کند.
- ۴) اثری که پیام اخلاقی مشخصی را به‌صورت مستقیم آموزش می‌دهد.

۵۰. بر اساس تحلیل متن از «فروبستگی جهان» و «انکشاف تکنولوژیک چارچوب‌مند»، کدامیک از آثار سینمایی زیر بیش از دیگران امکان گشودگی و مواجهه‌ای غیرابزاری با جهان را فراهم می‌کند؟
- (۱) **Inception**: فیلم جهانی را ترسیم می‌کند که در آن ذهن و رؤیا به عرصه‌ای چند لایه و قابل دسترسی به کمک ابزار تکنولوژیک بدل شده‌اند. مسئله‌ی اصلی، نفوذ به سطوح پنهان آگاهی و دستکاری در آن برای رسیدن به نتیجه مطلوب است.
- (۲) **The Hunger Games**: در این اثر، جامعه‌ای در آینده نمایش داده می‌شود که نابرابری‌های اجتماعی خود را در قالب رقابتی برای بقا که به صورت رسانه‌ای شده بروز می‌یابد، بازتولید می‌کند. مسئله‌ی بقا و قدرت در مرکز روایت است و کنش شخصیت‌ها در چارچوب قواعدی از پیش تعیین شده برای برتری در این رقابت معنا می‌یابد.
- (۳) **Ready Player One**: فیلم به جهانی ویران شهری می‌پردازد که تنها مسیر تجربه‌ی سعادت از تجربه‌ی زیستن و هویت‌یابی در دل یک فضای دیجیتال فراگیر دنبال می‌شود. مسئله‌ی اصلی دسترسی به معنا و عدالت در دل دنیای تکنیکی است.
- (۴) **Solaris**: این فیلم چند دانشمند در سفری فضایی را در مواجهه با پدیده‌ای ناشناخته نشان می‌دهد. سیاره‌ای فراخورشیدی که به‌سادگی قابل فهم و کنترل نیست. مسئله‌ی اصلی، نسبت حافظه، عشق و آگاهی انسانی با امر ناآشناست. شخصیت اصلی به‌جای تلاش برای حل مسئله و به کنترل درآوردن سیاره به تغییر در نحوه بودن خود با این پدیده می‌پردازد.



این صفحه جهت استفاده به عنوان چرک نویس در نظر گرفته شده است

---



این صفحه جهت استفاده به عنوان چرک نویس در نظر گرفته شده است

---



پاسخنامه رسمی آزمون  
واحد سنجش و ارزیابی باشگاه دانش‌پژوهان جوان

نام و نام خانوادگی:

کد ملی:

منطقه حوزه:

استان:

جنسیت:

کد حوزه:

شماره صندلی:

کد داوطلبی:



لطفا داخل این کادر چیزی ننویسید و گزینه‌ها را با مداد مشکلی نرم پر کنید.  متال قابل قبول:  موارد غیر قابل قبول:

۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۱۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>
۲۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۲۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۳۰	<input 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 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 type="checkbox"/>
۳۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۳۶	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۳۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۴۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۵۰	<input 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"/>

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"/>
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"/>
۸۱	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۲	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۴	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۵	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۶	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۷	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۸	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۸۹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
۹۰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

محل امضا و اثر انگشت دانش‌آموز:

اینجانب ..... به کد ملی ..... دفترچه‌ی سوالات

المپیاد سواد رسانه‌ای شامل ۵۰ سوال را دریافت نموده‌ام.