

*** بسته سؤال اول – سواد روایت؛ دو داستان از یک شهر ***

داستان‌ها به شکل اعجاب‌آوری درک ما از جهان را می‌سازند. برای مثال ماجرای بمباران اتمی هیروشیما را در نظر بگیرید. این یک اتفاق تاریخی هست. یک رخداد که ثبت و ضبط شده. اما نوع روایت داستان می‌تواند برداشت ما از این رخداد را به طور کامل تغییر بدهد.

– داستان‌ها ۶ عنصر اصلی دارند. شخصیت، حادثه، مکان، زمان، زاویه دید و گفتگو. از بین این ۶ عنصر، در این سؤال، ۳ عنصر برای ما مهم است که در ادامه توضیحات مختصری راجع به آنها آورده شده است:

شخصیت: هر المانی از داستان که کنش و واکنش داشته باشد. شخصیت الزاما یک انسان نیست. شخصیتی را که در داستان نقش محوری دارد و با فراز و فرود زندگی او در داستان همراه می‌شویم شخصیت اصلی می‌گویند. شخصیت باید برای مخاطب باورپذیر باشد به همین دلیل در طول داستان مجموعه‌ای از خصوصیات اخلاقی، انگیزه‌ها، طرز فکر، خواسته‌ها آرزوها و رفتارها به شخصیت، نسبت داده می‌شود که به این عمل شخصیت‌پردازی می‌گویند.

حادثه: حادثه موتور داستان است. شخصیت‌پردازی خوب در حکم چرخ‌های داستان است اما برای آنکه داستان به حرکت بیفتد نیاز به موتور یعنی حادثه دارد چراکه شخصیت در بستر حادثه و واکنش‌هایی که در مواجهه با آن دارد شناخته می‌شود. اولین اتفاق که در آن شخصیت از حالت تعادل زندگی خود خارج می‌شود حادثه محرک گفته می‌شود و در ادامه حادثه‌های دیگری نیز داستان را به پیش می‌برند.

زاویه دید: این عنصر در پس پاسخ به این پرسش که «چه کسی داستان را نقل می‌کند؟» تعریف می‌شود. ۳ زاویه دید شایع شامل اول شخص (وقتی راوی در مقام شخصیت اصلی یا فرعی داستان از نگاه خود داستان را روایت می‌کند)، دوم شخص (وقتی خواننده داستان در مقام یکی از شخصیت‌های داستان است)، سوم شخص (وقتی راوی به صورت دانای کل است و اطلاعاتی و رای شخصیت‌های داستان دارد)

– از سوی دیگر داستان‌ها دارای ساختار هستند. در ساختار داستان به سه مفهوم **پی‌رنگ، پیام و درون‌مایه** توجه می‌شود. توضیح مختصری از این ۳ مفهوم را در ادامه می‌خوانید:

پی‌رنگ: طرحی از چیدمان حوادث داستان و روابط علی و معلولی بین آنها را گویند. پی‌رنگ نخ تسبیح پنهانی است که نویسنده در ذهنش ایجاد می‌کند و ارتباط حوادث داستان به هم را مشخص می‌کند. اغلب در ایجاد پی‌رنگ از ساختار سه پرده‌ای ارسطو استفاده می‌شود. هر چند ممکن است یکی از این سه پرده در بیان داستان حذف شده باشند اما در دل داستان پنهان هستند. این سه پرده شامل پرده اول «آغاز» (آشنایی با شخصیت اصلی، آشنایی با جهان داستان و قواعد آن و آشنایی با مسئله و مشکل شخصیت در جهان داستان)، پرده دوم «میانه» (آغاز کشمکش، پس از وقوع حادثه محرک اول، برهم خوردن حاشیه امن شخصیت اصلی، زمان تصمیم‌های مهم) و پرده سوم «پایان» (لحظه تصمیم سرنوشت‌ساز، باز شدن همه گره‌ها و رسیدن به ساحل آرامش و بازگشت به تعادل)

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

پیام: برداشت و نتیجه‌گیری مخاطب از داستان پس از پایان آن را گویند. قهرمان در آغاز داستان، چیزهایی را می‌خواهد اما در آخر و بعد از طی کردن حوادث داستان، آنچه واقعا به آن نیاز داشته را کشف می‌کند. آنچه قهرمان در می‌یابد نیاز واقعی بوده که انجام دهد، بداند یا یاد بگیرد، در حقیقت همان پیام اصلی داستان است.

درون‌مایه: مضمون اصلی داستان است که نویسنده حین نوشتن داستان در ذهن دارد. نویسنده هیچ‌وقت برای درون‌مایه داستان، دلیل و استدلال نمی‌آورد بلکه آن را یک امری قطعی و مسلم در نظر می‌گیرد و برپایه آن داستانش را جلو می‌برد. درون‌مایه قسمت نادیدنی داستان است. آن مقصود و مضمون اصلی‌ای است که نویسنده در ذهن دارد و قلم به دست می‌گیرد تا همه عناصر داستان را متناسب با آن تنظیم کند. کلید شناختن درون‌مایه همین است: آن مفهومی که نویسنده هیچ دلیل و توجیهی برای آن نیاورد.

- با توجه به این مفاهیم در ادامه به تحلیل دو داستان از انفجار بمب اتمی در شهرهای هیروشیما و ناگازاکی که در پاسخ‌برگ آمده است بپردازید. در ششم و نهم آگوست سال ۱۹۴۵ دو بمب اتمی به دستور ترومن رئیس‌جمهور آمریکا، روی شهرهای هیروشیما و ناگازاکی انداخته شد. حدود ۲۲۰ هزار نفر با همین دو بمب کشته شدند که بیش از ۲۰۰ هزار نفر از آن‌ها غیرنظامی بودند. شدت انفجار به حدی بود که آدم‌های نزدیک به مرکز انفجار، بی‌درنگ تبخیر شدند. باران رادیواکتیو که بعد از انفجار بارید باعث شد مردمی که از شدت تشنگی از این آب نوشیده بودند، از درون متلاشی شوند. این فجیع‌ترین حمله نظامی در طول تاریخ بود. پس از بمباران، ژاپن بی‌قید و شرط تسلیم شد.

داستان اول:

کنترل ژاپن به دست نظامی‌هایی است که سرکوب داخل رو بر جنگ با خارجی‌ها مقدم می‌دوند. کن‌پنتای یا پلیس ضدشورش در ایجاد ترس و خفقان در بین مردم آزادی کامل دارد. غذا و سوخت به شکل سهمیه‌ای به مردم داده می‌شود و به هرکس که مشکوک باشد، غذا داده نمی‌شود. فقر و گرسنگی و ظلم در بالاترین حد خودشه. امپراتور ژاپن به عنوان تجسد زنده خدای خورشید شناخته می‌شود. رویای ژاپن هاگو ایچیو یا تسلط بر تمام جهان و ایجاد یک حکومت جهانی ژاپنیه. از حمله به کشورهای همسایه و رقم‌زدن فجیع‌ترین جنایات‌های جنگی عبایی ندارد. از جمله اشغال نانجینگ پایتخت سابق چین به مدت شش هفته که صدها هزار نفر قتل عام شدند و به ۸۰ هزار زن تجاوز جنسی کردن. هیروهِیتو، فرزند آسمان، امپراتور ژاپن، هم‌پیمان هیتلره و از آلمان نازی تمام قد دفاع می‌کند. حالا وارد جنگ جهانی شده و حتی به صورت ناگهانی به پایگاه نظامی آمریکا در اقیانوس آرام یعنی پرل هاربر حمله کرده و به هیچ قیمتی، حتی بعد از شکست هیتلر حاضر به آتش‌بس نیست. فرماندهان نظامی حاضرین تا دونه آخر کشته بشن اما تن به تسلیم ندن. حتی اگر بمب نداشته باشن، حاضرین دونه دونه هواپیماهای خودشون رو به ساختمان‌های آمریکایی بزنن. ترومن رئیس‌جمهور آمریکا راهی جز ادامه جنگ با ژاپن ندارد. اگر ژاپنی‌ها به ساحل غربی برسن، فاجعه‌ی نانجینگ رو توی خاک آمریکا تکرار می‌کنن. ترومن متقاعد شده که ژاپن به این سادگی تسلیم نمی‌شود. اما سال‌ها درگیر جنگ بودن، نیروهای نظامی آمریکا رو ضعیف کرده. در این بین به ترومن خبر می‌رسد که بالاخره اوپنهایمر تحقیقات خودش رو با موفقیت به پایان رسونده و اولین نمونه‌ی بمب اتم با موفقیت آزمایش شده. ترومن باید انتخاب کند که آیا می‌خواهد با ادامه جنگ، میلیاردها دلار هزینه اضافه به آمریکا تحمیل

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

کنه، یا از بمب‌هایی کمک بگیره که قبلا برای مقابله با آلمان نازی، برایشون هزینه کرده؟ آیا می‌خواد ده‌ها هزار نفر ژاپنی رو با یه بمب به کشتن بده یا با ادامه جنگ علاوه بر کشتن هزاران ژاپنی، هزاران سرباز آمریکایی رو هم به کشتن بده؟ ترومن قانع شده که اگر شوروی که تمام دانش لازم برای ساخت سلاح هسته‌ای رو داره به بمب دست پیدا کنه، دیگه نقطه پایانی برای یک جنگ هسته‌ای وجود نداره. ترومن قانع شده که اگر امروز یکی دو شهر کوچیک رو نزنه، بعدها باید شاهد بمباران توکیو و البته شهرهای غربی آمریکا باشیم. انتخاب بین میلیاردها دلار هزینه اضافی و به کشتن دادن سربازان آمریکایی و در خطر انداختن مردم آمریکا با ادامه جنگ، یا عقب ایستادن و پایان دادن به یکی از وحشی‌ترین حکومت‌های تاریخ و البته گذاشتن یک نقطه پایان بر داستان سیاه جنگ جهانی دوم. ترومن به این نتیجه می‌رسه که گزینه‌ای جز بمباران اتمی نداره. باید اون قدر بمب روی ژاپن بریزه تا کله شق‌ترین حکومت اون زمان تسلیم بشه و به جنگ جهانی دوم پایان بده. فرمان داده میشه و بعد از انفجار دومین بمب اتم، امپراتور ژاپن تسلیم میشه و بالاخره جنگ جهانی دوم پایان پیدا می‌کنه! حالا دوباره آمریکا فرصت این رو داره که در نبود جنگ مهذب پیشرفت و ترقی باشه و مثل همیشه به مردم جهان در این مسیر کمک کنه. ترومن به پشت تریبون کنگره میره و ۴ اصل دوران پس از جنگ رو اعلام می‌کنه، برنامه‌هایی برای بازبایی اروپا و کمک به توسعه‌ی کشورهای جهان سوم.

داستان دوم:

مدتی است که در ژاپن به ساکوکو یا سیاست‌کشور بسته پایان دادیم و داریم تلاش می‌کنیم در جهان نوین نقشی موثر بازی کنیم. اما ترس اصلی ما ژاپنی‌ها اینه که به استعمار کشیده بشیم. غرب نشون داده که در استعمار و استثمار به هیچ کس رحم نمی‌کنه. بعد از جنگ جهانی اول، ژاپن از جامعه ملل درخواست برابری نژادی کرده بود تا سفیدها خودشون رو از ما ژاپنی‌ها برتر ندونن. اما سفیدها مانع تصویب چنین پیشنهادی شدند. در پیمان دریایی واشنگتن، ژاپن محکوم به پذیرش نسبت نابرابر تسلیحات در مقایسه با آمریکا و انگلستان شده. ژاپنی‌های زیادی مثل من در خاک آمریکا از بسیاری از حقوق مثل داشتن زمین یا حق اقامت منع شدن. غرب می‌خواد ژاپن یک کشور ضعیف از نظر اقتصادی و نظامی باشه و اتفاقا همین آمریکا با دزدیدن منابع ژاپن و البته نژادپرستی علیه ژاپنی‌ها، همین طور محدود کردن و حتی ممنوع کردن واردات محصولات ژاپنی، شمشیر دشمنی رو از رو بسته. ما دیگه نمی‌خوایم یک جامعه بسته و فقیر باشیم یا مثل هند یک مستعمره ضعیف و حقیر باشیم. ما به حکومتی قوی نیاز داریم که در مقابل آمریکا بایسته و حقوق‌مون رو احیا کنه. ما ژاپنی‌ها ملتی هستیم سخت‌کوش، ساده زیست، دارای فرهنگ و تمدن چندهزارساله و نمی‌خوایم یک مستعمره‌ی حقیر باشیم، اون هم برای آمریکای نوظهوری که هوس کرده بر جهان حکومت کنه. من به کشورم ژاپن برگشتم تا در نیروی هوایی خدمت کنم چون برای نظامی‌های ژاپنی، مردن در جنگ شرافتمندانه‌تر از اسارت و حقارت‌ه. زندگی کردن مثل مردم کنگو زیر پرچم بلژیک؟ هرگز! کنگویی که نیمی از جمعیتش به خاطر تن ندادن به کار اجباری سلاخی شدن؟ درسته که دیگه بمبی نداریم ولی من حاضرم حتی بدون بمب، سوار هواپیمام بشم و خودم رو به اهداف تعیین شده برسونم و منفجر کنم اما مردم کشورم به بردگی برده نشن. آمریکا نشون داده که برای روش‌های متمدنانه، بیانیه‌های بین‌المللی و البته تلاش‌های صلح‌دوستانه‌ی ژاپن ارزشی قائل نیست و از اعمال هر نوع فشار سیاسی و نظامی و اقتصادی به ژاپن فروگذار نمی‌کنه... بمب اتم! در چند

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

ثانیه یک شهر رو با خاک یکسان کردند و مردمون رو تبخیر کردند. درسته از آمریکا بعید نبود اما باید برای مقابله با اون کاری کرد. من هنوز آماده‌ام که فدا بشم ولی مقاومت نظامی بیشتر مردم بیشتری رو به کشتن می‌ده و این حق ژاپنی‌ها نیست... بمب اتم دوم؟ چرا؟ انگار بعد از محاصره کامل ژاپن، تحریم‌های اقتصادی گسترده و شکست سنگین اقتصادی، ژاپن کاملاً به زانو درآمده بود و امپراتور حتی قبل از بمباران تصمیم گرفته بود تسلیم بشه. ژاپن ضعیف می‌تونه گزینه خوبی برای بمباران اتمی باشه، چون بمباران اتمی فقط حکم تهدید شوروی رو داشت، که مبادا یه وقت بعدها شوروی بخواد جنگ هسته‌ای به پا کنه! مسئله ما مقاومت نظامی نیست. ما باید به فکر قوی شدن مون باشیم انگار به کشتن دادن خودمون و مردمون راه حل مقاومت در برابر زورگویی‌های جهان نوین نیست. ما باید به روحیه سخت‌کوشی چند هزار ساله‌مون برگردیم و ژاپنی قوی از لحاظ اقتصادی برسیم که دیگه تبدیل به موش آزمایشگاهی قدرت‌های جهان نوین نباشیم.

با توجه به نکات ابتدای متن و دو داستان فوق، به ۶ سوال زیر در پاسخ‌برگ پاسخ دهید:

سؤال ۱- در هر یک از دو داستان مشخص کنید که شخصیت اصلی چه کسی یا چه چیزی است؟

سؤال ۲- زاویه دید هر یک از دو داستان را از بین ۳ زاویه دید تشریح شده مشخص کنید.

سؤال ۳- در متن دو داستان مشخص کنید که پرده اول، دوم و سوم از کدام جمله آغاز می‌شود

سؤال ۴- با توجه به ساختار سه پرده‌ای، حادثه محرک هر داستان را بیان کنید.

سؤال ۵- پیام هر یک از دو داستان را در یک جمله مشخص کنید.

سؤال ۶- درون‌مایه‌ی هر یک از دو داستان را در ۳ جمله مشخص کنید.

*** بسته سؤال دوم – المپیاد فنون اقناع ***

سوالات زیر راجع به فنون اقناع هستند، این سوالات را بخوانید و در پاسخ‌برگ به آنها پاسخ دهید.

سؤال ۷- در متن زیر برای قانع کردن مشتری‌ها جهت خرید «بسته تدریس خصوصی گلابی» از چند فن اقناع استفاده شده است؟ در پاسخ‌برگ پس از نوشتن تعداد فنون اقناع، پنج مورد از فنون به کار برده شده را به همراه جمله مربوط به آن فن در جدول مربوطه وارد نمایید.

دوست دارید یه آینده درخشان منتظرتون باشه؟ پیشنهاد من بهتون بسته تدریس خصوصی گلابی هست! 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 بوده وموفق شده... این بسته با ۱۰۰ ساعت آموزش، جامع‌ترین دوره مجازی برای تمام داوطلبان کنکوره. حتی اگر احساس می‌کنید سطح درسی شما قوی‌تر از بقیه دوستاتونه بازم این بسته رو از دست ندید! موفقیت حس قشنگیه که منتظر تو وایستاده... اینم بدون که اگر جزء ۱۵ نفر اولی باشی که این بسته رو سفارش میدن ۵۰ درصد تخفیف می‌گیری! پس بجنب تا دیر نشده!

سؤال ۸- شرکت‌های مشهور جهان، تلاش می‌کنند تا با انتخاب شعارهایی، نام برند خود را در ذهن مشتریان ثبت کنند. در ادامه شعارهای مربوط به ۵ شرکت مشهور جهان آورده شده است. در پاسخ‌برگ مربوطه مشخص کنید که در هر یک از این شعارها، از کدام یک از فنون اقناع استفاده شده است؟

الف- شادترین نقطه روی زمین (دیزنی‌لند)

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

ج- معجزه دانش (دوپونت؛ شرکت صنایع شیمیایی)

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

ه- ادامه می‌دهد و ادامه می‌دهد و ادامه می‌دهد (باتری انرجایزر)

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

سؤال ۹- داستان صفحه بعد را مولوی در وصف حال تنبلی‌های این روزهای بسیاری از ما گفته است؛ تعدادی دانش آموز برای آن که «اوستا» را قانع کنند تا کلاس را تعطیل کند، راه ناجوانمردانه‌ای را در پیش می‌گیرند! شعر را بخوانید و ۳ فنی که شاگردان برای اقناع استاد خود به کار گرفته‌اند را به همراه بیت مربوطه در جدول پاسخ‌برگ وارد نمایید.

آن یکی زیرک‌تر این تدبیر کرد	که بگوید اوستا چونی تو زرد
خیر باشد رنگ تو بر جای نیست	این اثر یا از هوا یا از تبی‌ست
اندکی اندر خیال افتد ازین	تو برادر هم مدد کن این چنین
چون درآیی از در مکتب بگو	خیر باشد اوستا احوال تو
آن خیالش اندکی افزون شود	کز خیالی عاقلی مجنون شود
آن سوم و آن چارم و پنجم چنین	در پی ما غم نمایند و حنین
تا چو سی کودک تواتر این خبر	متفق گویند یابد مستقر

*** بسته سؤال سوم - بازاریابی بازی ها ***

در بازه زمانی نسبتاً کوتاهی، شاهد بودیم که بازی‌های ویدیویی بسیاری از حوزه‌های زندگی ما را احاطه کرده‌اند. در آینده نیز، بازی‌های رایانه‌ای سهم گسترده‌ای از اقتصاد و بازار جهانی را به خود اختصاص خواهند داد. فلذا، دانش **بازاریابی** به‌عنوان ابزاری در توسعه بازی‌های ویدیویی، حائز اهمیت است. استفاده از بازاریابی در توسعه بازی، مفهومی به نام **بازار** را برای بازی‌های ویدئویی امکان‌پذیر می‌کند. بازار یعنی نحوه ارتباط شما با بازی‌های ویدیویی به‌عنوان سازنده و مصرف‌کننده‌ای که قرار است بازی شما را انجام دهد و همچنین ساختاری که بازی‌های شما در آن قرار می‌گیرد تا بفروشد. بازاریابی روشی برای تفکر و ابزاری برای توسعه تجربیات برای مصرف‌کنندگان است. بازاریابی دانش این است که چگونه برای افراد دیگر **ارزش** ایجاد کنید یا به عبارت دقیق‌تر، چگونه گیمرها را به بازی‌های خود علاقه‌مند کنید. انجمن بازاریابی آمریکا، بازاریابی را این‌گونه تعریف می‌کند: «بازاریابی، مجموعه‌ای از مؤسسات و فرآیندهایی هستند برای ایجاد، برقراری ارتباط، ارائه و تبادل پیشنهاد که برای مشتریان و در کل، جامعه ارزش دارد». در این تعریف بازاریابی همه چیز در مورد ایجاد ارزش است. با این حال، وقتی صحبت از بازی‌های ویدیویی به میان می‌آید، چیزهای بیشتری از این‌ها وجود دارد. به عنوان بخشی از صنایع فرهنگ، بازی‌های ویدیویی دارای ابعاد دیگری هستند که باید مورد توجه قرار گیرند، جنبه‌هایی که همه عبارات فرهنگی در آنها مشترک هستند: ارزش نمادین، ارزش زیبایی‌شناختی و غیره. بازاریابی، فرایندی است که اجزای مختلفی دارد. در ادامه، به این اجزا اشاره می‌کنیم:

- **مأموریت شد - وکت:** همه شرکت‌ها برای انجام کاری وجود دارند. فرقی نمی‌کند که سازنده اتومبیل باشید یا رستوران‌دار یا سازنده بازی. هرچه مأموریت به‌خوبی تعریف شده باشد، تمرکز بهتری در شرکت وجود خواهد داشت.
- **نمونه کار:** اهداف و مأموریت‌ها را باید به چیزی ملموس‌تر تبدیل کرد. اینجاست که ما شروع به برنامه‌ریزی برای یک مجموعه بازی می‌کنیم؛ برنامه‌ای برای اینکه چه بازی‌هایی باید توسعه یابند و این بازی‌ها چه نقش‌های استراتژیکی باید برای شرکت داشته باشند و تلاش می‌کنیم نمونه‌های اولیه‌ای برای آن تولید کنیم.
- **سه بهم بازار:** بازار را می‌توان با مرزهای جغرافیایی، ژانر یا سایر عوامل قابل تشخیص تعریف کرد. به عنوان مثال می‌توان به یک بازی تیراندازی اول شخص اشاره کرد که هنوز منتشر نشده اما در بازاری خود را جایابی می‌کند که نرخ رشد بالایی دارد.
- **چرخه حیات بازی:** بازی طول عمر محدودی دارد. برخی از بازی‌ها طولانی‌تر از بقیه بازی می‌شوند اما دیر یا زود، بازی گیمرها را از دست می‌دهد. بنابراین همه بازی‌ها از چرخه‌های مشابهی از راه‌اندازی تا محو شدن دنباله‌وری می‌کنند.
- **تبلیغات:** تبلیغات فرآیند بازاریابی و آگاهی از محصول را افزایش می‌دهد و به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد تا با مخاطبان هدف خود ارتباط برقرار کنند. تبلیغات می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر تصمیمات خرید داشته باشد؛ به‌ویژه در بازار رقابتی امروزی.

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

در ادامه شما، ۸ ارزشی را که ممکن است برای جامعه ایرانی در هر زمینه‌ای از جمله خرید یک بازی رایانه‌ای حائز اهمیت باشد، می‌توانید مشاهده کنید:

۱. پیوندهای خانوادگی: خانواده سنگ بنای جامعه در ایران است که بر وحدت و وفاداری خانواده تأکید فراوان دارد.
۲. مهمان‌نوازی: ایرانیان به مهمان‌نوازی گرم خود شهرت دارند و آن را یکی از جنبه‌های ضروری فرهنگ خود می‌دانند.
۳. آموزش: در ایران به تحصیل و عطش دانش بسیار اهمیت داده می‌شود و بسیاری از ایرانیان تحصیلات عالی را دنبال می‌کنند.
۴. میهن‌پرستی: احساس قوی غرور ملی و عشق به تاریخ و دستاوردهای کشور.
۵. هنر، ادبیات و شعر: قدردانی عمیق از هنرها، به‌ویژه شعر، که در ایران نوعی بیان مورد احترام است.
۶. عدالت و انصاف: آرزوها برای عدالت اجتماعی و انصاف در جامعه.
۷. سلامت و تندرستی: تأکید بر سلامت‌محوری و ارتقای همه ابعاد سلامت انسان.
۸. حمایت جامعه: احساس همبستگی و حمایت از اعضای جامعه، به‌ویژه در مواقع ضروری.

سؤال ۱۰- در جدول موجود در پاسخ‌برگ، ۸ سناریوی مرتبط با بازی‌های رایانه‌ای و رومیزی را مشاهده می‌کنید. شما به‌عنوان بازاریاب، باید تشخیص دهید که این بازی بر چه ارزش‌هایی در جامعه ایرانی توجه دارد و پس از آن استراتژی مناسب برای تبلیغ خود را انتخاب کنید. برای هر بازی، فقط یک ارزش را نام ببرید که مهمتر به نظر می‌رسد.

نکته مهم: در شناسایی ارزش‌های هر بازی، باید حتماً در سناریو، مصداقی برای آن وجود داشته باشد. مثلاً هر بازی ممکن است در خانواده به‌صورت جمعی انجام شود. شما نمی‌توانید برای مثال، «پیوندهای خانوادگی» را برای همه بازی‌ها ذکر کنید، مگر آن که در متن سناریو ردپایی از آن وجود داشته باشد.

سؤال ۱۱- متن موجود در پاسخ‌برگ، بخش «درباره ما» در سایت «استودیو بازی‌سازی نوآوران رویا» است. این بخش را بخوانید و در قسمت‌های نقطه‌چین موجود در پاسخ‌برگ، بنویسید که هر بخش از معرفی‌نامه، به کدام یک از اجزای بازاریابی اشاره دارد؟

*** بسته سؤال چهارم - هوش دیجیتال ***

پس از IQ و EQ در دوران دیجیتال نوع جدیدی از بهره هوشی مورد توجه قرار گرفته است. DQ یا هوش دیجیتال مجموعه‌ای از توانایی‌های اجتماعی، روانی و تشخیصی است که افراد را قادر به رویارویی با چالش‌ها و انطباق با نیازهای زندگی دیجیتال می‌سازد. این توانایی‌ها به ۸ حوزه و ۳ سطح به هم پیوسته و گسترده تقسیم می‌شود که در جدول زیر آورده شده است.

	هویت دیجیتال	استفاده دیجیتال	ایمنی دیجیتال	امنیت دیجیتال	هوش هیجانی دیجیتال	ارتباطات دیجیتال	سواد دیجیتالی	حقوق دیجیتال
شهروندی دیجیتال	1 هویت شهروندی دیجیتال	2 استفاده متوازن از فناوری	3 مدیریت خطرات سایبری رفتاری	4 مدیریت امنیت سایبری شخصی	5 همدلی دیجیتال	6 مدیریت ردیابی دیجیتال	7 سواد رسانه ای و اطلاعاتی	8 مدیریت حریم خصوصی
خلاقیت دیجیتال	9 هویت هم آفرین دیجیتال	10 استفاده سالم از فناوری	11 مدیریت خطر سایبری محتوا	12 مدیریت امنیت شبکه	13 خودآگاهی و مدیریت	14 ارتباط و همکاری آنلاین	15 تولید محتوا و سواد و محاسباتی	16 مدیریت حقوق مالکیت معنوی
رقابت دیجیتال	17 هویت تغییر دهنده دیجیتال	18 استفاده مدنی از فناوری	19 مدیریت خطر سایبری و تجاری جامعه	20 مدیریت امنیت سایبری سازمانی	21 مدیریت روابط	22 ارتباطات عمومی و جمعی	23 سواد داده ها و هوش مصنوعی	24 مدیریت حقوق مشارکتی

اولین سطح از سطوح ۳ گانه هوش دیجیتال سطح شهروندی دیجیتال است که یک فرد در سطح هوش دیجیتال شهروندی، دارای ۸ مهارت دیجیتالی زیر است:

۱. **هویت شهروندی دیجیتال (Digital Citizen Identity):** این مولفه توانایی افراد در ساخت و مدیریت هویت سالم بصورت آنلاین و آفلاین و با صداقت را اندازه‌گیری می‌کند. افرادی که نمرات هویت شهروندی دیجیتالی بالایی دارند:

- ماهیت دنیای دیجیتال را درک کرده و از فناوری‌ها و رسانه‌های دیجیتالی با خودکارآمدی استفاده می‌کنند.
- دانش و مهارت لازم برای ایجاد و مدیریت یک هویت متناسب و سالم را دارند.
- از شهروندی جهانی در فضای دیجیتال آگاه هستند.

۲. مدیریت زمان صفحه نمایش (Screen Time Management) (استفاده متوازن از فناوری): این

مؤلفه توانایی افراد در مدیریت زمان صفحه نمایش، مدیریت عملکرد همزمان و مشارکت در فعالیت‌های مختلف رسانه‌های دیجیتال با خودکنترلی را اندازه‌گیری می‌کند. افرادی که نمرات مدیریت زمان صفحه نمایش بالایی دارند:

- واقعیت‌های فیزیکی و مجازی را متعادل می‌کنند.
- با استفاده از فن‌آوری دیجیتال، خودکنترلی را اعمال کرده و عوارض جانبی مختلف زمان بیش از حد صفحه نمایش، عملکرد همزمان و استفاده اعتیادآور از رسانه‌های دیجیتال را درک می‌کنند.
- قادر به مدیریت زمان و تعیین محدودیت در استفاده شخصی هستند و به مصرف دیجیتال اجازه‌ی به دست گرفتن زندگی خود را نمی‌دهند.

۳. مدیریت خطرات سایبری رفتاری (Cyberbullying Management): این مؤلفه توانایی افراد در

تشخیص موقعیت‌های آزار سایبری و برخورد عاقلانه نسبت به آنها را می‌سنجد. افرادی که نمرات بالایی در زمینه مدیریت سایبری دارند:

- از انضباط شخصی برای استفاده از رسانه‌های دیجیتال به شکل ایمن و مسئولانه برخوردار هستند.
- می‌دانند چگونه یک وضعیت آزار سایبری را شناسایی و با آرامش رفتار کنند.
- می‌دانند که چگونه در مقابل یک مشکل با خرد رفتار کنند و قبل از اینکه از کنترل خارج شوند به صورتی ایمن از دیگران کمک بخواهند.

۴. مدیریت امنیت سایبری شخصی (Cyber Security Management): این مؤلفه توانایی افراد را در

محافظت از اطلاعات شخصی با ایجاد رمزهای عبور قوی و مدیریت انواع حملات سایبری، مثل SPAM / SCAM / Phishing می‌سنجد. افرادی که نمرات مدیریت امنیت سایبری بالایی دارند:

- قادر به شناسایی و محافظت از خود و دیگران در برابر حملات سایبری مختلف مانند اسپم، کلاهبرداری و فیشینگ هستند.
- مهارت‌های عملی دارند مثل ایجاد رمزهای عبور قوی و آگاهی داشتن از نحوه محافظت از آنها.

۵. همدلی دیجیتال (Digital Empathy): این مؤلفه توانایی افراد برای همدلی با نیازها و احساسات خود و

دیگران از طریق اینترنت را می‌سنجد. افرادی که نمرات همدلی دیجیتالی بالایی دارند:

- در صورت آنلاین بودن، حتی بدون تعامل چهره به چهره، به نیازها و احساسات خود و دیگران حساس هستند.
- روابط خوبی با والدین، معلمان و دوستان بصورت آنلاین و آفلاین برقرار می‌کنند.
- در فضای آنلاین قضاوت زود هنگام نمی‌کنند و با افراد محتاج تعامل، گفتگو می‌کنند.

۶. مدیریت رد پای دیجیتال (Digital Footprint Management): این مؤلفه توانایی افراد در درک ماهیت

رد پای دیجیتال و پیامدهای آن در زندگی واقعی و همچنین مدیریت مسئولانه آنها را می‌سنجد. افرادی که دارای نمرات مدیریت دیجیتال بالا هستند:

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

- ماهیت ارتباط آنلاین را می‌فهمند و می‌دانند که هر آنچه را که به صورت آنلاین می‌گویند یا انجام می‌دهند، آثاری به نام «ردپای دیجیتال» به جا می‌گذارد.
- از ماهیت پایدار ردپاهای دیجیتال و پیامدهای آن در زندگی واقعی، از جمله ایجاد تأثیرات ناخواسته بر اعتبار آنلاین آگاه هستند.
- مهارت‌های لازم برای مدیریت مسئولانه ردپاهای دیجیتال را دارا هستند.

۷. تفکر انتقادی و سواد اطلاعاتی (Critical Thinking): این مولفه توانایی افراد را در تمایز میان اطلاعات

واقعی و دروغین، محتوای خوب و مضر و مخاطبین قابل اعتماد و سوال برانگیز آنلاین می‌سنجد. افرادی که نمرات تفکر انتقادی بالایی دارند:

- دانش و مهارت لازم جهت ارزیابی دقیق اطلاعات، محتوا و مخاطبین در اینترنت را دارا هستند.
- اثرات مضر اطلاعات غلط، خشونت، محتوای نامناسب و همچنین خطرات ناشی از دوستان آنلاین را درک می‌کنند.
- هنگام تفکیک بین اطلاعات درست و نادرست، محتوای خوب و مضر و مخاطبین قابل اعتماد و سوال برانگیز آنلاین، از خود تفکر انتقادی ابراز می‌کنند.

۸. مدیریت حریم خصوصی (Privacy Management): این مولفه توانایی افراد را در احتیاط و کنترل کردن

اطلاعات شخصی که به صورت آنلاین به اشتراک گذاشته می‌شود تا حریم شخصی خود و دیگران محفوظ باشد، می‌سنجد. افرادی که نمرات بالایی در مدیریت حفظ حریم خصوصی دارند:

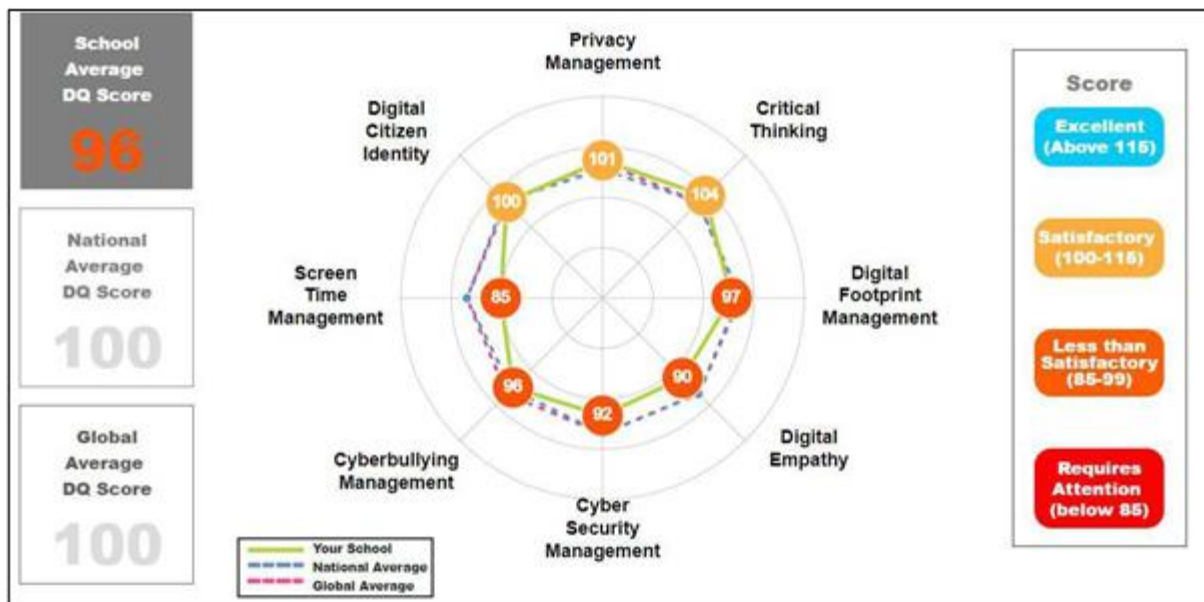
- دانش و مهارت لازم برای مدیریت محتاطانه اطلاعات شخصی را که به صورت آنلاین به اشتراک گذاشته شود، دارند.
- از حریم شخصی خود و سایر مخاطبین مطمئن شده و محافظت می‌کنند.
- همواره معتقد هستند که حریم خصوصی یک حقوق اساسی بشر است.

سؤال ۱۲- آزمون هوش دیجیتال، سنجه‌ای است برای تعیین سطح اول هوش دیجیتال یعنی شهروندی دیجیتال. این

تست شامل برخی پرسش‌هاست تا نمره هوش دیجیتال افراد در این سطح را شناسایی کند. در جدول موجود در پاسخ‌برگ برخی سؤالات این آزمون آورده شده است. در برابر هر کدام از این سؤالات شماره‌ی مهارتی از مهارت‌های ۸ گانه‌ی بالا را که آن سؤال در پی سنجش این مهارت است بنویسید.

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

سؤال ۱۳ - تصویر زیر نتیجه‌ی آزمون هوش دیجیتال یک کلاس ۳۵ نفره‌ی تفکر و سواد رسانه‌ای است که توسط معلمی ماهر کلاس خود را گذرانده‌اند. این تصویر را از منظر تأثیر تدریس کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در سطح هوش دیجیتال دانش آموزان در ارتقای مهارت‌های ۸ گانه‌ی سطح شهروندی هوش دیجیتال در قالب ۲ گزاره تحلیل کنید؛ در گزاره اول راجع به یکی از مهارتهایی که بیشتر از بقیه در مواجهه با کتاب تفکر و سواد رسانه ای رشد کرده است صحبت کنید و بگویید چه بخش‌هایی از کتاب در اثرگذاری روی این مهارت موثر بوده است؛ در گزاره دوم راجع به یکی از مهارتهایی که کمتر از بقیه رشد کرده است صحبت کنید و کتاب تفکر و سواد رسانه ای را از این منظر نقد کنید.



المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

سؤال ۱۴- در ادامه نتیجه تست هوش دیجیتال سعید و سهیل که دو نفر از اعضای این کلاس هستند آورده شده است. بر همین اساس چند گزاره در پاسخبرگ راجع به تفاوت‌های میزان هوش دیجیتال این دو نفر آمده است، صحیح یا غلط بودن این گزاره ها را در پاسخبرگ مشخص کنید.



*** بسته سؤال پنجم – کدام آینده؟ ارول یا هاکسلی؟ ***

با پیشرفت تکنولوژی و رسانه ها، زندگی ما به ظاهر ساده تر شد. اما این سادگی، پیچیدگی های جدیدی را وارد زندگی ما کرد. در این بین برخی از اندیشمندان در قالب نگارش داستانهای آینده پژوهانه، به بررسی پیچیدگی های آینده زندگی بشر، بعد از پیشرفت تکنولوژی و رسانه ها پرداختند. آلدوس هاکسلی و جرج اورول دو تن از این افراد بودند.

آلدوس هاکسلی در رمان خود با نام «دنیای شگفت انگیز نو» که در سال ۱۹۳۲ به نگارش درآورد، آینده بشر بعد از پیشرفت تکنولوژی و ظهور رسانه ها را آکنده از خوشی و فرو رفتن در لذتی بی پایان توصیف کرد که جبر تکنولوژیک حاکم بر زندگی بشر در پس آن پنهان شده است. در واقع هاکسلی پس از مشاهده روند توسعه تکنولوژی، آینده را به گونه ای توصیف می کند که بشر به چرخ دنده های پیشرفت حکومتها تبدیل شده و در عین حال لذت بی پایانی از تکنولوژی و رسانه ها دریافت می کند؛ به نحوی که این لذت مانع درک رنج روزمرگی حاکم بر زندگی آنها می شود.

ولی جرج اورول در رمان خود با نام «۱۹۸۴» که در سال ۱۹۴۸ به نگارش درآورد، آینده بشر را پر از سختی و شکنجه و خفقان و حکومت حاکمان مستبدی می بیند که از رسانه ها برای تثبیت استبداد خود استفاده می کنند. در جهان خلق شده توسط ارول که منبعث از نگاه منفی او به حکومتهای کمونیستی است، کلیه لذتهای زندگی از بشر سلب شده و انسانها صرفا سرباز جریان حاکم به رهبری فردی به نام «برادر بزرگتر» برای پیشبرد اهداف آنها هستند.

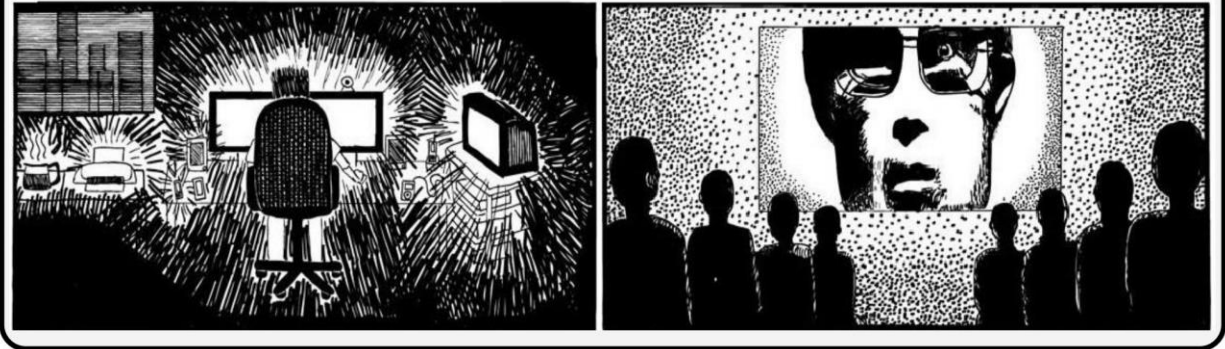
با توجه به مطالب فوق، به سوالات زیر راجع به پیش بینی ارول و هاکسلی درباره آینده دنیا پاسخ دهید:

سؤال ۱۵- می خواهیم تفاوت های دنیای اورول و هاکسلی را در قالب یک فیلم که از تعدادی عکس و متن تشکیل شده است تدوین کنیم. در همین راستا ۵ عکس در ادامه و ۵ متن در پاسخ برگ برای شما آورده شده است. عکسها به ترتیب از ۱ تا ۵ مرتب شده اند ولی متن ها در پاسخ برگ نامرتب هستند. شما باید متن ها را متناسب با عکسها از ۱ تا ۵ تنظیم کنید به نحوی که به هر عکس در فیلم، یک متن نسبت داده شود. همچنین اسم ارول و هاکسلی از جملات زیر حذف شده است و شما باید بتوانید جای خالی موجود در جملات را با یکی از کلمات «اورول» و «هاکسلی» پر کنید.

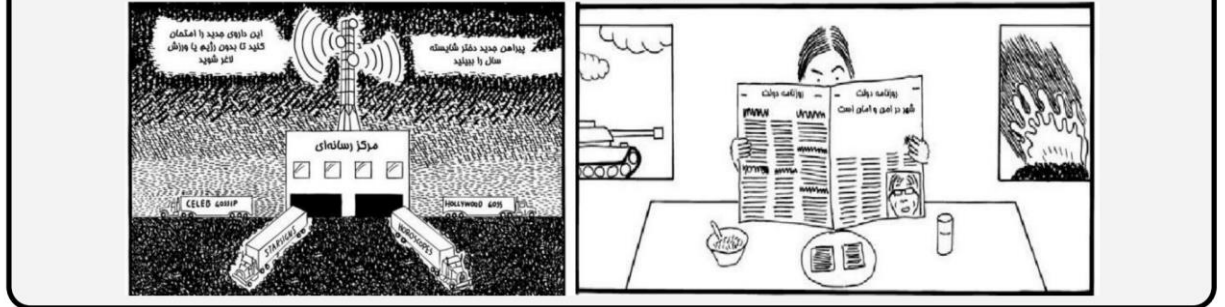


المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

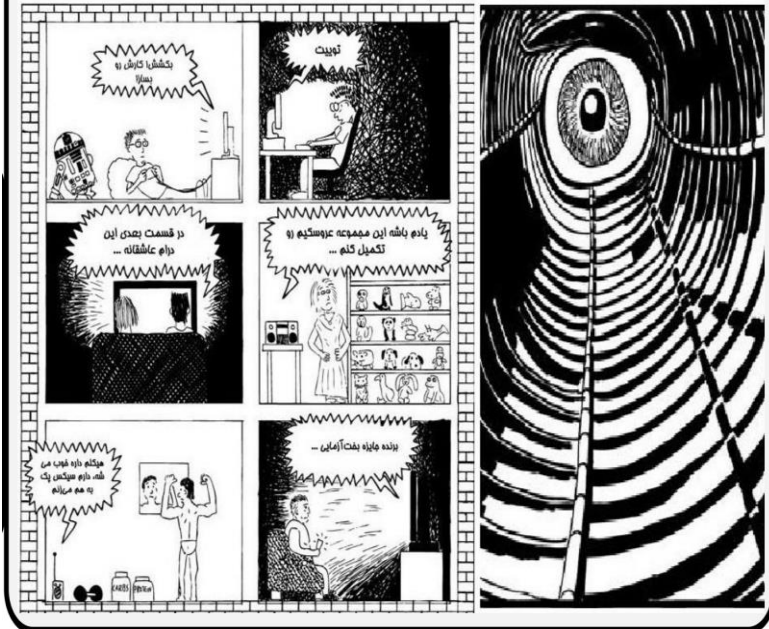
مجموعه عکس ۲



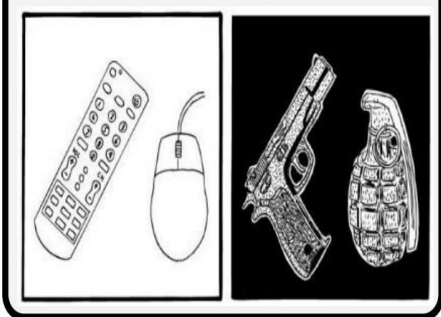
مجموعه عکس ۳



مجموعه عکس ۴



مجموعه عکس ۵



المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

سؤال ۱۶- در ادامه خلاصه‌ی ۴ قصه از رمان‌ها و فیلم‌های آخرازماني آورده شده است، این خلاصه‌ها را بخوانید و سپس به سراغ پاسخ‌برگ بروید و در ستون مربوطه بنویسید که جهان آخر الزماني مربوط به هر اثر، مشابه جهان خلق شده توسط جرج ارول است یا آلدوس هاکسلی؟

الف- بازیکن شماره یک آماده (Ready Player One): رمان «بازیکن شماره یک» در سال ۲۰۱۱ توسط «ارنست کلاین» نوشته شده و فیلم آن در سال ۲۰۱۸ توسط «استیون اسپیلبرگ» ساخته شد. داستان این اثر از جایی آغاز می‌شود که جامعه جهانی پس از گذراندن غارت، جنگ و سختی‌های بسیار در جهان واقعی، در سال ۲۰۴۵ تنها راه نجات خود را نه در پذیرش مشکلات، بلکه در فراموشی آن یافته است. در این میان یک طراح بازی به نام «جیمز هالیدی» جهانی مجازی به نام «اویسیس» (چیزی شبیه متاورس امروزی) ابداع می‌کند تا بشر بتواند بدون محدودیت‌های مادی به هویت و دنیای خیالی خود جامه عمل بپوشاند. در محله‌های زاغه‌نشین اوهایو نوجوانی به نام «وید» که والدین خود را در میان همین اتفاقات تلخ از دست داده و با خاله‌اش زندگی می‌کند، بدون درک درستی از عالم واقع، تمام زندگی خود را در این جهان سپری می‌کند. تا اینکه جیمز هالیدی پس از مرگ خود مسابقه‌ای طراحی می‌کند که در آن هر کسی که تخم‌اژدها را پیدا کند جانشین هالیدی می‌شود و وید پا به این مسابقه می‌گذارد...

ب- بازی‌های گرسنگی (The Hunger Games): داستان این فیلم/رمان در آینده‌ای نامعلوم در کشوری به نام «پانم» رخ می‌دهد. این کشور دارای یک پایتخت (کاپیتال) بسیار ثروتمند و ۱۲ ایالت بسیار فقیر است. سالها پیش ایالت‌های پانم در یک اقدام هماهنگ ضد کاپیتال شورش کردند که علی‌رغم درگیری سنگینی که به وجود آمد، همگی ایالت‌ها شکست خوردند و مجبور به تن دادن به یک معاهده صلح با شرایط وحشتناک با کاپیتال شدند. یکی از بندهای این قرارداد این بود که هر کدام از ایالت‌های ۱۲ گانه باید هر سال، یک پسر و دختر بین ۱۲ تا ۱۸ سال را برای برگزاری مسابقاتی تلویزیونی تحت عنوان «بازی‌های گرسنگی» به پایتخت بفرستند. شرایط این مسابقه به این شکل بود که تمام ۲۴ شرکت‌کننده باید یکدیگر را قتل‌عام کنند و هرکس که در نهایت باقی بماند، برنده اصلی بوده و ایالتش برای مدتی از قحطی خارج می‌شود. مسابقه‌ای که حتی فکر دوباره شورش را هم از ذهن ایالت‌ها پاک کند. در این میان «کنیس اوردین» از ایالت ۱۲ به این مسابقات وارد شده و با رعایت تمام قواعدی که از او یک سلبریتی می‌سازد نهایتاً پیروز این رقابت‌ها شده و علیه کاپیتال قیام می‌کند...

ج- فارنهایت ۴۵۱ (Fahrenheit 451): این رمان در دهه ۱۹۶۰ میلادی توسط «ری بردبری» نوشته شد، زمانی که تلویزیون به رسانه مرجع در خانه‌های مردم امریکا تبدیل شد. این رمان ۴۰ سال پس از فراگیری تلویزیون را نشان می‌دهد. جایی که انسانها به عنوان نیروی کار، صرفاً به گردانندگان نظام سرمایه‌داری مبدل شده‌اند. آنها پس از فراغت از کار به خانه‌های خود می‌روند و از طریق تلویزیون سرگرم می‌شوند و از زندگی خود راضی هستند. در این جامعه بزرگترین جرم خواندن و نگاه داشتن کتاب است. آتش‌نشانها که بالاترین رتبه اجتماعی را در این جامعه برخوردارند، به محض مطلع شدن از وجود کتاب در یک خانه، به آنجا رفته، کتابها را آتش زده و صاحبان کتابها را دستگیر می‌کنند. تا اینکه یکی از این آتش‌نشانها به نام «مونتگ» به جمع «انسان کتابها» که علیه آتش‌نشانها قیام کرده‌اند می‌پیوندد...

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

د- ماتریکس (Matrix): در آینده ای نه چندان دور، انسان‌ها توسط هوش مصنوعی و سیستمی به نام «ماتریکس» به خوابی عمیق فرو رفته‌اند. ماتریکس از انسان‌ها به عنوان باتری بهره می‌برد و از انرژی بدن آنها به عنوان منبع تغذیه برای ادامه فعالیت خود استفاده می‌کند. در این بین انسانها توسط ماتریکس به خوابی عمیق فرو رفته‌اند و در عالم رویا حیات خود را ادامه می‌دهند. تا اینکه یکی از این انسانها به نام «نئو» به کمک جمعی از شورشی‌ها از رویا بیدار می‌شود و علیه ماشین‌ها و هوش مصنوعی قیام می‌کند.

*** بسته سؤال ششم - چپش یک مقاله‌ی ژورنالیستی ***

در رسانه‌های خبری ۴ قالب رایج در تولید محتوای متنی مورد استفاده قرار می‌گیرد. خبر، گزارش، مصاحبه و مقاله. مقاله خود زیر مجموعه‌هایی چون سرمقاله، یادداشت و... را در برمی‌گیرد. در مقاله نویسنده به دنبال آن است که یک موضوع محوری را مطرح کرده و با فرآیندی توصیفی، روایی، استدلالی و یا تمثیلی دیدگاه و نظر خود را برای مخاطبان اثبات کند.

در هر مقاله، نویسنده تنها باید به دنبال اثبات یک گزاره باشد و کل فرآیند آغاز تا پایان را برای اثبات این گزاره طراحی کند. به همین دلیل سیر محتوایی یک مقاله بسیار روشن و اقناعی است و از قالب نثر ادبی و پیچیدگی‌های آن خالی هست. مقاله دارای واحدهای محتوایی کوچکی به نام بند (پاراگراف) است و هر بند در ارتباط معنادار با بند قبل و بعد خود است.

بند اول مقاله بند بسیار مهمی است و قلاب اولیه برای درگیر کردن مخاطب با متن را در خود دارد. همینطور بند آخر مقاله بند مهمی است چرا که نتیجه متن را رقم خواهد زد و تصویر نهایی شکل گرفته در ذهن مخاطب را رقم خواهد زد.

بندهای میانی به عنوان بدنه‌ی متن بیشترین بار اقناعی را خواهند داشت و به همین خاطر مرتبط و شفاف بودن سیر آنها نقش مهمی دارد. در بندهای میانی هر مقاله جمله اول و جمله آخر به عنوان آغاز بند و نتیجه‌ی بند شناخته می‌شوند و باید ارتباط مناسبی با بند پیشین و پسین داشته باشند. یعنی جمله اول در ادامه نتیجه بند قبل باشد و جمله آخر ضمن جمع‌بندی بند، دسترسی مناسبی برای آغاز بند بعد ایجاد کند.

سؤال ۱۷- در ادامه بخشی از یک مقاله‌ی ژورنالیستی با موضوع اخبار آورده شده است. اما به صورت نامرتب محتوای آن در جدول ادامه در اختیار شما قرار گرفته است. با توجه به ساختار مقاله که در پاسخبرگ برای شما طراحی شده است و اصول مقاله‌نویسی که در بالا ذکر شد، مقاله را به شکل صحیح چپش نمایید.

راهنما: شماره هر بند به صورت عددی مشخص شده است. هر بند شامل سه بخش جمله آغازین (الف)، بدنه‌ی بند (ب) و جمله‌ی نتیجه‌گیری (ج) است. شما باید شماره متن موجود در جدول را در کادر مناسب وارد نمایید. برای نمونه کل بند اول برای شما تکمیل شده است.

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

شماره	متن
۱	اخبار را دنبال نکنید؛ این عنوان و خلاصه کتابی از رولف دوبلی، نویسنده و کارآفرین سوئسی است.
۲	این در حالی است که آموزه‌های این کتاب از طرف اندیشمندان حوزه رسانه و فعالان اجتماعی با انتقادات بسیاری مواجه شد.
۳	اما انتقادات جدی‌تری هم متوجه توصیه‌های این کتاب است چرا که کتاب‌های دوبلی را می‌توان به عنوان کتاب‌های توسعه‌ی فردی دسته‌بندی کرد.
۴	اگر مردم برای دستیابی به موفقیت و بهره‌وری فردی رسانه‌های خبری را دنبال نکنند با این حوزه از کارکردهای رسانه‌های خبری چه باید کرد؟
۵	اگر اخبار را دنبال نکنیم پس چطور به اطلاعات مهم مورد نیازمان دسترسی پیدا کنیم؟
۶	در سطح جمعی اما کارکرد انتقال میراث فرهنگی و کارکرد ایجاد همبستگی اجتماعی با کنار گذاشتن رسانه‌های خبری لطمه خواهد خورد.
۷	به هر طریق اگر اخبار و اطلاعات برای ما مهم و حیاتی باشند بدون پیگیری رسانه‌های خبری هم در دسترس هستند.
۸	هرچند در رسانه‌های خبری کارکرد نظارتی به نظر بیشترین نقش را ایفا می‌کند اما کارکردهای دیگر در رسانه‌های خبری هم قابل مشاهده است.
۹	و این در حالی است که رسانه‌ها از جمله رسانه‌های خبری کارکردهایی فراتر از سطح فردی دارند.
۱۰	به همین دلیل در سطح فردی بهترین کار کنار گذاشتن دنبال کردن رسانه‌های خبری و طراحی مسیرهای جایگزین برای دستیابی به اطلاعات واقعا مهم است.
۱۱	هارولد لاسول و چارلز رایت معتقدند می‌توان برای رسانه‌ها ۴ کارکرد برشمرد.
۱۲	کارکرد نظارتی یا کسب اطلاعات از محیط و کارکرد سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت در سطح فردی جای دارند.
۱۳	کتاب اخبار را دنبال نکنید یک توصیه‌نامه‌ی فردی است که چرا برای داشتن یک زندگی بهتر، شادتر و موفق‌تر باید مصرف روزانه اخبار و رسانه‌های خبری را کنار گذاشت. این کتاب در سطحی جهانی مورد توجه واقع شد و بسیاری از مردم با توجه به آموزه‌های این کتاب نحوه مصرف اخبار را مورد بازبینی قرار دادند.
۱۴	به طور مثال نمی‌توان از نقش رسانه‌های خبری در جلب مشارکت شهروندی در انتخابات اخیر چشم پوشید. یا نقش رسانه‌های خبری در جلب کمک‌های مردمی برای حوادث طبیعی چون سیل در سیستان و بلوچستان. یا درمورد ایجاد همبستگی در مقابل فعالیت‌های ضدحقوق بشری اسرائیل در بیش از ۶ ماه گذشته در غزه.
۱۵	آنچه در این کتاب‌ها مورد توجه است حداکثر کردن کارایی فردی برای دستیابی به موفقیت‌های فردی است. شاید وجه مغفول این دست کتاب‌ها عدم توجه به ابعاد اجتماعی توصیه‌های فردی است.

المپیاد سواد رسانه ای، مرحله دوم، دوره هشتم

۱۶	در پاسخ به این پرسش دوبلی جمله‌ای دارد به این مضمون که «من اخبار را دنبال نمی‌کنم، ولی خبرها من را دنبال می‌کنند». همیشه مهم‌ترین اخباری که به آنها نیاز داشته باشیم یا دانستن آنها برای ما لازم باشد از دو طریق قابل دسترسی است. یا کسی از دوستان، آشنایان، شاگردان و یا اقوام به عنوان یک صافی عمل کرده و خبری که به ما مرتبط است را خودآگاه یا ناخودآگاه به گوش ما می‌رساند، و یا خود ما در زمان نیازمان به اطلاعاتی خاص، می‌توانیم به کمک موتورهای جستجو به صورت هدفمند آن اطلاعات را جستجو کنیم.
۱۷	کارکرد نظارتی یا کسب اطلاع از محیط، کارکرد ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط، کارکرد انتقال میراث فرهنگی یا نقش آموزشی و کارکرد سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت یا تفریحی.
۱۸	دوبلی در کتاب خود استدلال می‌کند که رسانه‌های خبری به بنگاه‌های جلب توجه بدل شده‌اند و به همین دلیل نقش تفریحی آنها بر نقش نظارتی آنها پیشی گرفته است. همینطور با توجه به دروازه‌بانی اخبار توسط این رسانه‌ها کارکرد نظارتی آنها نیز سوگیرانه است.

سؤال ۱۸- این مقاله شامل ۷ بند است اما شما تا به اینجا تنها ۶ بند آن را در اختیار داشتید! بخشهایی از بند ۷ را با دو رویکرد در پاسخ‌برگ برای شما نوشته‌ایم. حالا شما باید در مواجهه با رسانه‌های خبری دو نقش موافق و مخالف را بپذیرید و بند ۷ را کامل کنید. توجه کنید که جمله آغازین (الف) و بخش نتیجه‌گیری (ج) برای هر دو نقش موافق و مخالف نوشته شده است و شما صرفاً باید نهایتاً در سه خط، بخش بدنه‌ی (ب) بند ۷ را برای هر یک از دو نقش کامل کنید.

سؤال ۱۹- با توجه به دو رویکرد متفاوت در بند ۷، دو عنوان متفاوت برای این مقاله ژورنالیستی پیشنهاد دهید. عنوان باید حداکثر ۳ کلمه‌ای، دارای جذابیت برای جلب مخاطب و مرتبط با محتوا و رویکرد مقاله باشد.