



سوالات مرحله نهایی لیگ علوم انسانی

آبان ماه ۱۳۹۹

پایه دهم

دستور العمل پاسخگویی و داورک سوالات

- مرحله یک- پاسخ گویی به سوالات: سوالات مسابقه یک هفته قبل از آزمون از طریق سامانه آموزش مجازی، کانال تلگرام و سایت اطلاع رسانی لیگ علمی پایا در اختیار گروه های منتخب قرار خواهد گرفت که گروه ها بایستی ظرف مدت یک هفته به این سوالات پاسخ دهند و سپس پاسخ سوالات را در قالب پاورپوینت و PDF در سامانه آموزش مجازی بارگذاری نمایند.
- * این سوالات باز هستند و جواب معینی ندارند.
- * در پاسخ دهی به سوالات می توانید از اساتید، مقالات و منابع معتبر آموزشی و کتابخانه ای استفاده نمایید.
- * سوالات بایستی در تاریخ مقرر تحویل داده شوند و در صورت تاخیر در تحویل، امتیاز منفی به تیم ارایه دهنده تعلق خواهد گرفت.
- * پاسخ هر سوال حداکثر بایستی ۱۰ صفحه داشته باشد و در قالب یک پاورپوینت ارائه شود.
- * بعد از ارسال پاسخها، دانش آموزان حق تغییر و یا کامل کردن پاسخها را ندارند و ملاک ارزیابی پاسخ هایی است که برای دبیرخانه ارسال کرده‌اید و مورد داور اولیه قرار گرفته است.

International Scientific League of PAYA2020

بزرگترین رقابت علمی گروهی کشور و هشتمین دوره مسابقات دانش آموزان جهان اسلام در ایران
از پایه ششم ابتدایی تا دهم رشته های علوم پایه، علوم ریاضی، علوم تجربی، علوم انسانی، پژوهشی، کارآفرینی، علوم کامپیوتر و برنامه نویسی





مرحله دو-ارزیابی اولیه سوالات: کمیته‌ی مسابقات بعد از ارسال سوالات توسط گروه‌های منتخب سوالات را ارزیابی نموده و داروی اولیه انجام می‌گیرد. گروه‌هایی که به سوالات پاسخ نداده و طبق زمان‌بندی مسابقه برای دبیرخانه ارسال نکرده باشند؛ از حضور در رقابت پایانی حذف خواهند شد.

مرحله سه- ارزیابی نهایی: گروه‌های راه یافته به مرحله نهایی طبق جدول زمان‌بندی که قبل از مسابقه ارائه می‌گردد، جهت ارزیابی و مسابقه پایانی به صورت آنلاین به رقابت خواهند پرداخت.

در این مرحله هر گروه شرکت‌کننده در هر مرحله در یکی از دسته‌های زیر به قید قرعه در نقش‌های متفاوتی به رقابت می‌پردازند.

- **نقش گزارش‌گر:** گروه‌ها در نقش گزارش‌گر بایستی پاسخ سوالاتی که هیات داوران و گروه چالش‌گر مشخص می‌کنند را با استفاده از پاورپوینت ارائه دهند. (گروه‌ها حق تغییر پاسخ‌های خود را نسبت به آنچه که قبل از مسابقه ارائه داده‌اند را ندارند)

- **نقش چالش‌گر:** مساله‌هایی که تیم ارائه دهنده باید به آن‌ها پاسخ دهد را انتخاب می‌کند؛ نقاط ضعف و قوت تیم ارائه دهنده را بیان می‌کند و می‌بایست به سوالات هیات داوران جواب دهد. برای بررسی بهتر، پاسخ‌های گروه گزارش‌گر قبل از شروع هر راند در اختیار گروه چالش‌گر قرار می‌گیرد.

- **نقش داور:** یکی از اعضای این تیم پس از مشورت با سایر اعضا، با بیان مختصری عملکرد تیم گزارش‌گر و چالش‌گر را ارزشیابی و نتیجه‌گیری می‌کند.

- **نقش ناظر:** گروه‌ها در این نقش گروه می‌توانند از هر گروه دیگری سوال بپرسند.

در نهایت هیات داوران به نحوه ایفای نقش توسط گروه‌ها امتیاز خواهند داد و تیم‌های برتر را معرفی و ارزیابی خواهند نمود.

*مشخص کردن نقش‌ها طی قرعه‌کشی توسط کمیته‌ی مسابقات صورت می‌گیرد.

*لازم به ذکر است که پاسخ دادن به سوالات اختیاری **نبوده** و دانش‌آموزان موظف هستند که به همه سوالات پاسخ دهند. در صورت عدم پاسخ‌دهی به هر سوال امتیاز آن سوال محسوب نمی‌شود.



۱. فیلترینگ حسابی

فیلترینگ حسابی! وقتی حرف از فیلترینگ می‌شنویم ذهن‌ها به سمت مسدودسازی سایت‌های اینترنتی در وب ۱ می‌رود. اما با ظهور شبکه‌های اجتماعی و وب ۲، نوع جدیدی از فیلترینگ به نام فیلترینگ حسابی به وقوع پیوسته که ... فیلترینگ حسابی چیست و چطور می‌توان خود را در مقابل اثرات آن در فضای مجازی مصون کرد؟

۲. صنعت ویدئوی عندالمطالبه، فیلم تعاملی و اثر آن در انفعال مخاطبان

تا همین سال پیش، تنها شیوه‌ی مشاهده ویدئو در کشور منحصر در پخش از تلویزیون و یا دانلود از وبسایت‌های دانلود بود. اما صنعت VOD با به عرصه وجود گذاشته و هر چه بیشتر نماوا، فیلمو، فیلم‌گردی و... در این عرصه حضور دارند اما این صنعت جدید، مزایا و معایبی دارد که در این بین انفعال مخاطبین یکی از مهم‌ترین معایب است. مزایا و معایب دیگر این صنعت چیست؟

۳. پوشش، بازاریابی اجتماعی و اثرگذاری در جامعه

کمپین‌سازی، یکی از اهداف جدی در عالم رسانه‌هاست. چطور می‌توان مخاطبان را درگیر کرد و به مسیری سوق داد؟ چطور می‌توان در کنار اطلاع‌رسانی، یک رفتار را در مخاطب، ایجاد، اصلاح و یا حذف کرد؟

۴. از اخبار جعلی تا جعل عمیق شناخت و شیوه‌های آشکارسازی

هنوز اخبار جعلی در عالم رسانه‌های فضای مجازی در حال جولان هستند که خبر از سبک جدیدی از این نوع شایعات مبتنی بر تکنولوژی هوش مصنوعی به میان آمد. فناوری جعل عمیق (Deep fake) که دیگر حتی به چشمان‌مان هم نمی‌توانیم اعتماد کنیم. پس در این عالم اخبار جعلی چه باید کرد؟

۵. ظرفیت پژوهی و آینده‌پژوهی صنعت واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در ایران

واقعیت مجازی VR و واقعیت افزوده AR دو تکنولوژی هستند که با فیلترهای اینستاگرامی به ایران راه پیدا کردند و در جهان هم با صنعت بازی‌سازی، بیش از پیش ظهور و بروز پیدا کردند. این تکنولوژی مهم و آینده‌دار با چه سازوکاری می‌تواند به آینده ایران بیش از پیش کمک کند و ظرفیت چه اموری را در خود دارد؟

۶. کلان داده، و راه‌های بهره‌گیری از استخراج داده در تولیدات تلویزیونی صدا و سیما

کلان داده، یکی از محصولات دنیای اطلاعاتی است که منجر به شناخت دقیق مخاطبان رسانه‌ها می‌شود و مسیر جدیدی است که جایگزین روش‌های سنتی چون نظرسنجی می‌شود تا به کمک آن محصولات رسانه‌ای جدید تولید شوند. سؤال اینجاست که صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران چطور می‌تواند کلان داده‌ای داشته باشد و چطور می‌تواند از آن برای تولیدات رسانه‌ای خود استفاده کند؟

۷. OSINT، کارآگاهی در فضای مجازی و روزنامه‌نگاری تحقیقی در عصر اطلاعات

روزنامه‌نگاری تحقیقی نوعی از خبرنگاری است که خبرنگار با جستجو در اسناد، منابع و حتی جستجوهای میدانی، پرده از پشت صحنه تصمیمات و اتفاقات مهم کشورها برمیدارد و فسادهای فردی، جمعی و ساختاری را برملا می‌کند. پیش از این پیدا کردن اولین سرنخ برای برملا کردن فسادها یکی از سخت‌ترین کارها بود اما با ظهور اینترنت، استفاده از منابع فراوان اما آزاد به شیوه اوسینت یکی از روش‌های مرسوم برای خبرنگاران شده تا فسادها را کشف و اعلام کنند. این روش چه کمکی به روزنامه‌نگاری تحقیقی می‌کند؟

۸. نسل زد، نسل آلفا

یکی از مطالعات مرسوم در انسان‌شناسی، مطالعات نسلی است که عقبه زیادی در آمریکا دارد و دو نسل جدید انسان در آمریکا به نسل زد و نسل آلفا نامگذاری شده‌اند. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها برای تعریف این نسل جدید، ظهور تکنولوژی‌های رسانه‌ای است. و یکی از مهم‌ترین مسئله‌های مورد بررسی، در این زمینه تغییراتی است که استفاده از تکنولوژی‌های رسانه‌ای در سنین رشد، بر مغز انسان می‌گذارد. تأثیرات استفاده از تکنولوژی‌های رسانه‌ای بر مغز نسل جدید انسان چیست؟

۹. حکمرانی، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی: الزامات و نحوه اجرا

الان یکی از سؤالات جدی در عرصه فضای مجازی بسته شدن اینستاگرام در ایران است. یا اینکه چه باعث شد که تلگرام فیلتر شود؟ جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با فضای مجازی باید چه منافعی را در نظر بگیرد و چگونه تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری کند؟ الزامات مورد نیاز برای دستیابی صحیح به این روش‌ها چیست؟

۱۰. رسانه، اخلاق رسانه‌ای و حضور اخلاقی در فضای مجازی

یکی از مهم‌ترین عرصه‌های زندگی امروزه، عرصه رسانه‌ای است. حضور هر یک از افراد جامعه در فضای مجازی، در کنار شأن مصرف‌کننده، شأن تولید یا توزیع‌کننده هم به وی داده است. در کنار مراعات قانون که الزامی است، یک فرد چطور می‌تواند یک حضور اخلاقی در فضای مجازی داشته باشد؟ در فضای مجازی چه امری اخلاقی است و چه امری غیر اخلاقی؟ آیا اخلاق در فضای مجازی نیاز به تعریف جدید از اخلاق و فضائل و رذائل اخلاقی دارد؟

۱۱. مفهوم‌شناسی هوش دیجیتال و سازگاری آن با فرهنگ و تمدن ایرانی-اسلامی

یکی از مفاهیم جدید در حوزه رسانه که توسط مجمع جهانی اقتصاد در حال ترویج است، هوش دیجیتال است. EQ، IQ، و الان DQ. هوش دیجیتال که در ادامه هوش ریاضی و هوش احساسی تعریف شده است یک مفهوم برآمده از تمدن غرب است که برای استفاده از آن در کشور باید بیش از هوش‌های قبلی، توجه و دقت داشت. برای ورود این مفهوم در کشور سؤال اینجاست که این مفهوم چقدر با مفاهیم فرهنگ و تمدن ایرانی اسلامی سازگار است و چطور می‌توان با بازتعریف صحیح از آن استفاده صحیحی از این مفهوم کرد؟

