

الف (تسیر) ← اء ب / ۲ء ب / ۳ء ج / ۴ء ب /

۵ء ج / ۶ء ب / ۷ء ب / ۸ء ب /

ب (جای خالی) ← الف و حرف منافی / ب و اعتماد بنفسه / ج و عم رنگ جماعت

ث و بازمانی / ج و نحوه اراده / ج و تحلیل

ح و تحلیل / د و مردیت زمین /

ج (وصل کردن) ← ۱ ← ب / ۲ ← ج / ۳ ← الف / ۴ ← د

د (کوتاه پیسغ) الف (لایه) شمار همیشه حقیقت را حاصل نشان نموده و ممکن است بیایم بینان رفتار مطلق را تحت تأثیر قرار دهیم

ب (نرم افزار) کی ویرایش و ویرایش، اینکیشی کی ساعت محتوا یا میکروفون و گوشت

ج (استفاده عمومی) هدفمند و آگاهانه است، اما استفاده از تصادفی همین است باعث صرف وقت زمان می شود

د (پیشگیری) یا اطلاعات نادرست که ممکن است به اضطراب عمومی یا آسیب به افراد منجر شود

۳ - ۱) کسی این پیام ساخته ؟ (۲) از چه ضوابط برای جلب توجه استفاده شده ؟
 ۳) چه ارزشی برای این پیام منتقل می شود (۳) چگونه معنی آن افراد مختلف پیام را برداشت کنند ؟
 ۴) چرا این پیام ساخته شده

۱۴ - رسانه که با نمایش مکرر افراد با ویژگی های خاص ظاهری (مثلاً بدن لاغر، پوست روشن، قد بلند، تقوای غیر واقعی از زیبایی ارائه می دهند این ها در جامعه ما مورد افراد تصور شد قطعاً این ظاهر را قبول می آمد و کسی به باعث کاهش اعتماد به نفس، تقابلهای مداوم خود با دیگران، اختلالات تغذیه ای و حتی انجام جراحی غیر ضروری.

۱۵ - می تواند به رشد شخصیت و سرگرمی کمک کند، اما اگر بدون کنترل استفاده شود، موجب اعتیاد، آلودگی وقت و کاهش فعالیت بدنی می شود.

۱۶ - عویت غیر واقعی که فرد در فضای مجازی می سازد و ممکن است به نوبی از واقعیت و روابط واقعی، جعل شود و به اعتماد منجر شود.

۱۷ - حرکت ؟ ، دولت ؟ یا افرادی هستند که پشت صفحه رسانه را کنترل کنند به درجه های مختلف و حتی به نوبی محتوای در فضای مجازی را تعیین می کنند و چگونگی پخش شود یا نه / با ساختن پشت پرده که می تواند آنست که کسی سید اقتدار یا فرهنگ رسانه را تعیین می کند.

۱۸ - تنظیم زمان مصرف، انتخاب منابع معتبر، حذف منابع غیر ضروری و اولویت بندی اطلاعات از راهکارهای مهم است.