

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای
نام دبیر:
تاریخ امتحان:
ساعت امتحان:
مدت امتحان: ۶۰ دقیقه



جمهوری اسلامی ایران

آزمون پایان ترم نوبت دوم سال تحصیلی

نام و نام فانوادگی:
مقطع و رشته: دهم ریاضی، تجربی و انسانی
نام پدر:
شماره داوطلب:
تعداد صفحه سوال: ۱ صفحه

ردیف	محل مهر و امضاء مدیر	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام به عدد:	نام به حروف:	نمره به حروف:
		نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام به عدد:
۱/۵					فرامتن را تعریف کنید و یک مثال بزنید.	۱
۱/۲۵					پنجگانه سواد رسانه ای را نام ببرید.	۲
۱					از مزایا و چالش های رسانه ، هر کدام دو مورد بنویسید.	۳
۲					کلیشه را تعریف کنید و با ذکر مثالی توضیح دهید کلیشه سازی مثبت چیست؟	۴
۱				الف) فن در ایجاد کلیشه نقش کلیدی دارد. ب) فناوری های نوین ارتباطی وضعیتی را فراهم ساخته اند که افراد در کمترین زمان و هزینه پیام های تولیدی را به صورت جهانی انتشار می دهند ، این امر نام دارد.		۵
۱/۵					علل اقناع و شیوه های آن چیست؟	۶
۱/۲۵					دلایل تفاوت مخاطبان با یکدیگر چیست؟	۷
۱					علت های برداشت متفاوت مخاطب از متن تولید شده ی رسانه ها چیست؟	۸

	دو مورد از نقص حقوقی مخاطب و دو مورد از حقوق مخاطب نسبت به رسانه ها را بنویسید.	۹
۲		
۱/۲۵	<p>فرض کنید می خواهید در رابطه با معرفی شهرستان یک فیلم‌نامه بنویسید.</p> <p>الف) عنوان فیلم‌تان چیست؟</p> <p>ب) چه چیزهایی از شهر را معرفی می کنید؟</p> <p>ج) از چه شخصیت هایی در فیلم استفاده می کنید.</p>	۱۰
۱/۵	دیدگاه شما درباره کلیشه انگاره بدن چیست؟	۱۱
۱/۵	اخبار و اطلاعات زرد را تعریف کنید؟	۱۲
۱	<p>با توجه به محدودیت زمان (۵ دقیقه) کدام عنوان های خبری را نادیده ، کدام ها را کوتاه و کدام ها را مشروح پوشش می دهید؟ اخبار:</p> <ul style="list-style-type: none"> ۱- هم زیستی مسالمت آمیز ۲- خشک شدن دو سوم دریاچه ارومیه ۳- افتتاح مرحله سوم میدان نفتی پارس جنوبی ۴- معرفی کامل حریفان ایران در لیگ جهانی والیبال ۲۰۱۷ ۵- برجام به فرجام رسید ۶- قهرمانی تیم آلمان در جام ملت های اروپا 	۱۳
۱/۵	سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را نام ببرید؟	۱۴
۰/۷۵	بر جسته سازی را تعریف کنید؟	۱۵



نام درس: تفکر و سواد رسانه ای
نام دبیر:
تاریخ امتحان:
 ساعت امتحان:
مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

گلید سؤالات پایان ترم نوبت دوم سال تمهیلی

ردیف	راهنمای تصحیح	محل مهر یا امضاء مدیر
۱	به لایه‌ی بالایی (سومی) که خارج از متن و درون پیام است و شامل اوضاع محیطی، فرهنگی و عوامل بیرونی حاکم بر درک و اثرگذاری پیام است و حتی گاهی مفهوم و یا هدف هر پیام را به ضد آن چیزی تبدیل می‌کند که مدنظر تولید کننده اش بوده است، «فرا متن» گویند. مثال: شنیدن موسیقی سریال مختارنامه یا یوسف پیامبر برای کسانی که قبل این سریال‌ها را تماشا کردند حس و حال خاصی می‌دهد ولی برای کسانی که قبل این سریال‌ها را ندیده‌اند چنین حس و حالی برایشان بی معنی است.	
۲	۱-محتووا (پیام) ۲-گیرنده‌(مخاطب) ۳-بستر(فرهنگ) ۴-فرستنده(مؤلف) ۵- قالب(رسانه)	
۳	مزایا: ۱- کاهش هزینه‌های آموزشی ۲- همگانی کردن آموزش چالش‌ها: ۱- دشواری زبانی و فرهنگی ۲- فردگرایی و تک بعدی شدن	
۴	اگر رسانه یا رسانه‌ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزند، در طول زمان به اشکال مختلف آن را تکرار نمایند، می‌توانند آن بازنمایی را به کلیشه تبدیل کنند. کلیشه سازی مثبت: از آنجا که بخش مهمی از رسانه‌ها، احساس مسئولیت اجتماعی می‌کنند در بازنمایی معتادان می‌کوشند، جاذبه‌حتی حاشیه‌ای اندک نیز برای نسل جدید ایجاد نکنند مثل بازنمایی اعتیاد در رسانه‌ها	
۵	تکرار - سرریز اطلاعات	
۶	۱- جلب توجه و نظر ما ۲- پدید آوردن اعتیاد و اعتماد برای خودشان ۳- شبیه سازی آمال و آرزوهای خودشان در وجود ما ۴- تحریک ما برای اغمام دادن کاری مثل: خرید - رأی دادن - سرمایه‌گذاری و	
۷	بر اساس نوع سن، سواد، فرهنگ، سرمیمین، جنسیت	
۸	دانش قبلی - تجربیات - ارزش‌ها - عقاید خود	
۹	نقص: پاسخگو نبودن رسانه‌ها در برابر توضیحات مخاطب - رسانه‌ای در برابر تصحیح مطلبی توسط مخاطب واکنش نشان نمی‌دهد و آن مطلب نادرست را تصحیح نمی‌کند. حق: پاسخگویی - حق تصحیح	
۱۰	فیلمنامه خود را بنویسید	
۱۱	حرکات، ژست‌ها، حالات بدن انسان در مواجهه با مخاطب دارای پیام‌های خاص هستند، که نشان از غرور، تواضع، حالات عاطفی و دارند.	
۱۲	خیلی وقت‌ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعب زیاد و با استفاده از کلمات فریبینده و به صورت جذاب ارائه می‌شود و ممکن است ما را ساعت‌ها به خود مشغول کند اما با کمی دقیقت در این گونه پیام‌ها متوجه می‌شویم که برخلاف ظاهر فریبینده و جذابشان محتوایی سطحی و تو خالی دارند و علی رغم سرگرم کنندگی و جالب بودن ارزش چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی‌کنند به این نوع اخبار و اطلاعات، اخبار و اطلاعات زرد می‌گویند	
۱۳	۱ و ۴ حذف - ۲ و ۵ کامل - ۳ و ۶ کوتاه	

دیدگاه اول: دیدگاه قدرت نامحدود رسانه ها است که مخاطب را منفعل می داند دیدگاه دوم: دیدگاه قدرت محدود رسانه ها است که به مخاطب فعال اعتقاد دارد دیدگاه سوم: اعتقاد به قدرت مشروط رسانه ها دارد	۱۴
استخراج یک پیام از میان دیگر پیام ها یا از میان عبارت های یک پیام در حالی که موضوعات دیگر مطرح شده از سوی رسانه ،کوچک و کم اهمیت جلوه کند برجسته سازی نام دارد	۱۵

امضا:

نام و نام خانوادگی مصحح :

جمع بارم : ۰۵ نمره