

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

محل مهر و امضاء مدیر	نمره به عدد:	نمره به حروف:	نمره به عدد:	نمره به حروف:	
	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	
۳	سؤالات				۴
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

۲	دو مورد از نقص حقوقی مخاطب و دو مورد از حقوق مخاطب نسبت به رسانه ها را بنویسید.	۹
۱/۲۵	<p>فرض کنید می خواهید در رابطه با معرفی شهرتان 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> <p>۱- هم زیستی مسالمت آمیز</p> <p>۲- خشک شدن دو سوم دریاچه ارومیه</p> <p>۳- افتتاح مرحله سوم میدان نفتی پارس جنوبی</p> <p>۴- معرفی کامل حریفان ایران در لیگ جهانی والیبال ۲۰۱۷</p> <p>۵- برجام به فرجام رسید</p> <p>۶- قهرمانی تیم آلمان در جام ملت های اروپا</p>	۱۳
۱/۵	سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را نام ببرید؟	۱۴
۰/۷۵	برجسته سازی را تعریف کنید؟	۱۵



کلید سؤالات پایان ترم نوبت دوم سال تمصیلی

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای
 نام دبیر:
 تاریخ امتحان:
 ساعت امتحان:
 مدت امتحان: ۴۰ دقیقه

ردیف	راهنمای تصحیح	محل مهر یا امضاء مدیر
۱	به لایه ی 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 می کند که مدنظر تولید کننده اش بوده است ، «فرا متن» گویند.مثال: شنیدن موسیقی سریال مختارنامه یا یوسف پیامبر برای کسانی که قبلا این سریال ها را تماشا کردند حس و حال خاصی می دهد ولی برای کسانی که قبلا این سریال ها را ندیده اند چنین حس و حالی برایشان بی معنی است.	
۲	۱-محتوا (پیام) ۲-گیرنده(مخاطب) ۳-بستر(فرهنگ) ۴-فرستنده(مؤلف) ۵-قالب(رسانه)	
۳	مزایا: ۱-کاهش هزینه های آموزشی ۲-همگانی کردن آموزش چالش ها: ۱-دشواری زبانی و فرهنگی ۲-فردگرایی و تک بعدی شدن	
۴	اگر رسانه یا رسانه ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزند ، در طول زمان به اشکال مختلف آن را تکرار نمایند ، می توانند آن بازنمایی را به کلیشه تبدیل کنند. کلیشه سازی مثبت: از آنجا که بخش مهمی از رسانه ها ، احساس مسئولیت اجتماعی می کنند در بازنمایی معتادان می کوشند، جاذبه حتی حاشیه ای اندک نیز برای نسل جدید ایجاد نکنند مثل بازنمایی اعتیاد در رسانه ها	
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 - سرمایه گذاری و	
۷	بر اساس نوع سن ، سواد ، فرهنگ ، سرزمین ، جنسیت	
۸	دانش قبلی-تجربیات-ارزش ها-عقاید خود	
۹	نقص: پاسخگو نبودن رسانه ها در برابر توضیحات مخاطب - رسانه ای در برابر تصحیح مطلبی توسط مخاطب واکنش نشان نمی دهد و آن مطلب نادرست را تصحیح نمی کند. حق: پاسخگویی - حق تصحیح	
۱۰	فیلمنامه خود را بنویسید	
۱۱	حرکات ، ژست ها ، حالات بدن انسان در مواجهه با مخاطب دارای پیام های خاص هستند، که نشان از غرور ، تواضع ، حالات عاطفی و دارند.	
۱۲	خیلی وقت ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و به صورت جذاب ارائه می شود و ممکن است ما را ساعت ها به خود مشغول کند اما با کمی دقت در این گونه پیام ها متوجه می شویم که بر خلاف ظاهر فریبنده 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 نمی کنند به این نوع اخبار و اطلاعات ، اخبار و اطلاعات زرد می گویند	
۱۳	۱ و ۴ حذف - ۲ و ۵ کامل - ۳ و ۶ کوتاه	

	<p>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</p>	۱۴
	<p>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</p>	۱۵
<p>امضاء:</p>	<p>نام و نام خانوادگی مصحح : جمع بارم : ۲۰ شماره</p>	