

نام و نام خانوادگی:	اداره کل آموزش و پرورش خوزستان	نام درس : تفکر و سواد رسانه‌ای
نام پدر :	اداره آموزش و پرورش سردشت	مدت امتحان : 60 دقیقه
رشته :	هنرستان کار و دانش خوارزمی	تاریخ امتحان :
نام دبیر :		سال تحصیلی : 1399-1400

«لَا تَزِيغَ كُمْ نُوَا وَّ تَطْمِئِنِّ قُلُوبُكُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ إِنَّ بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمِئِنُّ الْقُلُوبُ»

ردیف	سوال	بارم
1	<p>درستی یا نادرستی جمله‌های زیر را مشخص کنید:</p> <p>(الف) فن تکرار در ایجاد کلیشه نقش کلیدی دارد.</p> <p>(ب) CD یک نوع رسانه می‌باشد.</p> <p>(ج) عمومی ترین رسانه جمعی روزنامه است.</p> <p>(د) بازنمایی یعنی نشان دادن واقعیت به شکل خاص</p>	1
	<p><input type="checkbox"/> درست <input type="checkbox"/> نادرست</p> <p><input type="checkbox"/> درست <input type="checkbox"/> نادرست</p> <p><input type="checkbox"/> درست <input type="checkbox"/> نادرست</p> <p><input type="checkbox"/> درست <input type="checkbox"/> نادرست</p>	
2	<p>در هر سوال گزینه صحیح را مشخص کنید.</p> <p>(الف) کدام یک از مزایای رسانه نیست؟</p> <p>(1) آسانی ارتباط <input type="checkbox"/> (2) آسیب فیزیکی <input type="checkbox"/> (3) معرفی افراد <input type="checkbox"/> (4) کاهش هزینه آموزش <input type="checkbox"/></p> <p>(ب) در کدام یک از بخش‌های یک پیام، نیاز به رمزگشایی است؟</p> <p>(1) متن <input type="checkbox"/> (2) فرامتن <input type="checkbox"/> (3) زیرمتن <input type="checkbox"/> (4) همه موارد <input type="checkbox"/></p> <p>(ج) کدام آیه قرآن در مورد تحقیق خبرها اشاره می‌کند؟</p> <p>(1) ابراهیم <input type="checkbox"/> (2) حجرات <input type="checkbox"/> (3) زمر <input type="checkbox"/> (4) بقره <input type="checkbox"/></p> <p>(د) کدام یک از موارد زیر پیام‌ها تصحیح و بی واسطه است؟</p> <p>(1) متن <input type="checkbox"/> (2) زیرمتن <input type="checkbox"/> (3) فرامتن <input type="checkbox"/> (4) همه موارد <input type="checkbox"/></p>	1
3	<p>جاهای خالی را با کلمات مناسب پر کنید.</p> <p>(الف) از بین تولیدات رسانه <u>فرا متن</u> ممکن است هدف هر پیام را به ضد آن چیزی تبدیل کند که مدنظر تولیدکننده باشد.</p> <p>(ب) تجربه‌ای که شما در خصوص گزینش، چینش و پردازش چند خبر از بین تعداد زیادی از اخبار داشتید <u>دروازه‌بانی</u> خبر نام دارد.</p> <p>(ج) اخبار و اطلاعات <u>زرد</u> برخلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و ارزش چندانی ندارند.</p> <p>(د) دو شیوه که برای وسوسه مخاطب منفعل استفاده می‌شود <u>استکبار</u> و <u>تزیین</u> نام دارند.</p>	1/25

1.75	<p>4 به سوال های زیر پاسخ کوتاه دهید.</p> <p>الف: رسانه چند نوع مخاطب دارد؟ نام ببرید. <u>دو نوع. مخاطب فعال و مخاطب منفعل</u></p> <p>ب: با ظهور چه چیزی استفاده از شیوه های اقناعی به طور چشمگیری تغییر یافت؟ <u>اینترنت</u></p> <p>ج: اخلاق رسانه ای چگونه امری است؟ <u>امری درونی و با ارزش ها مرتبط است.</u></p> <p>د: اگر در فضای مجازی با یکی از مصادیق محتوای مجرمانه شدید که به نحوی موجب تهدید شما می شود، دست به چه عملی می زنید؟ <u>جرم را به پلیس فتا گزارش می کنیم</u></p> <p>ه: آیا رسانه ها بی طرف هستند؟ <u>خیر</u></p>	4
2/5	<p>5 پنجگانه سواد رسانه ای را نام ببرید؟</p> <p>1:<u>فرستنده</u>..... 2:<u>پیام</u>..... 3:<u>کانال</u>..... 4:<u>گیرنده</u>..... 5:<u>بستر</u>.....</p>	5
1	<p>6 برای تولید رسانه ای باید مهندسی معکوس کرد. یعنی چه؟</p> <p>یعنی اول باید مخاطب شناسی دقیق، عمیق، جامع و کاملی داشت تا بتوان علائق، سلیق و نیازهای او را به درستی شناخت و با استفاده از شیوه های خلاقانه و هوشمندانه رسانه ای، با چشمانی باز، درست به هدف زد.</p>	6
1/5	<p>7 فن ارابه یا واگن چیست؟ (با ذکر یک مثال)</p> <p>یکی از فنون رسانه ای آن است که رسانه چنین وانمود می کند که همه در حال انجام کاری واحد هستند، یا به چیزی خاص عقیده دارند و برای شما بهتر است که به آنها پیوندید.</p> <p>برای مثال، همه باعجله در یک بانک حساب باز می کنند، همه از یک محصول تولیدی بهره می برند، یعنی اینکه چنین کاری نکنید، ضرر می کنید. پس خواهی نشوی رسوا، هم رنگ جماعت شو.</p>	7
1	<p>8 برجسته سازی چیست؟</p> <p>یکی دیگر از راهکارها و شیوه هایی که رسانه ها در انتقال پیام به کار می گیرند برجسته سازی است. استخراج یک پیام از میان دیگر پیام ها یا از میان عبارات های یک پیام؛ در حالی که موضوعات دیگر مطرح شده از سوی رسانه، کوچک و کم اهمیت جلوه کند، برجسته سازی نام دارد.</p>	8

1	تفاوت رسانه های یک سویه و دو سویه در چیست؟ رسانه های یک سویه یک فرستنده پیام (تولید کننده) و یک گیرنده پیام (مصرف کننده) وجود دارد. اما رسانه های دو سویه (تعاملی)، مفهوم خطی فرستنده = گیرنده به مفهوم دایره ای و پیچیده تبدیل شده است.	9
2	از مصداق های حقوق مخاطب در برابر رسانه ها چهار مورد را بنویسید. 1- حق دسترسی به اطلاعات (حق انتخاب) 2- حق حفظ و احترام به حریم خصوصی یا حک محرمانگی 3- حک پاسخگویی حک 4- حق تصحیح	10
1/5	سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را نام ببرید. 1- قدرت نامحدود رسانه ها که مخاطب را منفعل می داند 2- قدرت محدود رسانه ها به مخاطب فعال اعتقاد دارد 3- قدرت مشروط رسانه ها	11
1/5	تطمیع را توضیح دهید. (با ذکر یک مثال) شیوه ای است برای ترغیب کسی تا به شما برای رسیدن به هدفتان کمک کند. همین شیوه در متقاعدسازی افراد برای کاری یا پذیرفتن عقیده ای خاص هم می تواند به کار گرفته شود. حراج، تخفیف، قرعه کشی، هدیه رایگان، یکی بخر چندتا ببر و ... نمونه هایی از فن تطمیع هستند.	12
2	۴ مورد از فنون اقناع را نام ببرید. 1- گواهی دادن ستاره ها، نخبگان و مردم عادی 2- ترس 3- طنز 4- تکرار 5- تطمیع	13
1	اعتیاد رسانه ای را تعریف کنید. اگر مهارت انتخابگری را نیاموخته باشیم به آنچه جذاب تر و قانع کننده تر و نه لزوماً مورد نیاز و مفیدتر است، جذب و گاه به استفاده از آن وابسته تر می شویم، این وابستگی گاهی چنان پیش می رود که به اعتیاد رسانه ای منجر می شود.	14
20	«موفقیت و مویب باشید.»	جمع