

۲/۵	<p>۱- صحیح و غلط بودن عبارت های زیر را مشخص کنید . الف- فناوری آر فید یک نوع بازشناسی با امواج رادیویی می باشد . ب- فراوانی اطلاعات سبب افزایش عمق آموزش می شود . ج- بروز و ظهور هر رسانه جدید موجی از امیدها و هراس ها در بشر ایجاد کرده است . د- گزینش گری از ویژگی های مخاطبان فعال است . ی- مهمترین عامل در تولید پیام ، طراحی و تبلیغات سرمایه است .</p>
۳/۵	<p>۲- جاهای خالی را با عبارت مناسب پر کنید . الف- روش ها و فنونی که رسانه ها با کمک آنها می کوشند موجب قانع کردن ما شوند را گویند . ب- رسانه ها طبق و به تولید پیام می پردازند . ج- اینکه در مورد یک موضوع بیش از اندازه اطلاعات داشته باشیم را گویند . د- یک پیام در بستر مجموعه ای متن ، زیرمتن و فرامتن قابل و است . ی- در مصرف و تولید محصولات رسانه ای نقش کلیدی دارد .</p>
۲	<p>۳- گزینه ی مناسب را انتخاب کنید . ۱- در پیام های رسانه ای هر محتوایی مناسب خود را دارد. الف- گرافیک <input type="checkbox"/> ب- مت <input type="checkbox"/> ج- قا <input type="checkbox"/> د- تصویر <input type="checkbox"/> ۲- کدامیک از موارد زیر از ویژگی های مورد توجه در محتوای بازی رایانه ای نمی باشد ؟ الف- تر <input type="checkbox"/> ب- هزی <input type="checkbox"/> ج- خشون <input type="checkbox"/> د- موادمخدر و دخانی <input type="checkbox"/> ۳- در کدام مرحله از فرآیند نوآوری ، فرداز وجود نوآوری اطلاع پیدا می کند ؟ الف- مرحله تشیی <input type="checkbox"/> ب- مرحله آگاه <input type="checkbox"/> ج- تصمی <input type="checkbox"/> د- مرحله ترغی <input type="checkbox"/> ۴- در فرآیند مقاومت مخاطب در برابر نوآوری و تغییر کدام مرحله وجود ندارد ؟ الف- آگاه <input type="checkbox"/> ب- تشیی <input type="checkbox"/> ج- ترغی <input type="checkbox"/> د- چینی <input type="checkbox"/></p>
۰/۵ ۰/۵ ۰/۵ ۱ ۱ ۱ ۱/۵ ۱ ۱ ۱/۵ ۱/۵	<p>۴- انواع رسانه را نام ببرید . ۲مورد ۵- منظور از فرستنده چیست ؟ ۶- مخاطب به چه صورت هایی در جریان رسانه ای درستی می کند ؟ ۷- در رژیم مصرف رسانه ها به چه معیارهایی باید توجه داشت ؟ ۴مورد ۸- منظور از مخاطب به طور ساده چیست ؟ ۹- بازنمایی پدیده اعتیاد در رسانه ها چگونه است ؟ ۱۰- منظور از فن تداعی معانی چیست ؟ ۱۱- چرا در دروازه بانی خبر باید لا به لای سطرها را بخوانیم ؟ ۱۲- منظور از کلیشه بدن چیست ؟ ۱۳- ویژگی های مخاطبان فعال را نام ببرید . ۴ مورد ۱۴- دیدگاه قدرت محدود رسانه ها را توضیح دهید . ۱۵- منظور از اخبار و اطلاعات زرد چیست ؟</p>

۱- الف) صبیح ۱۵ ب) غلط ۱۵ ج) صبیح ۱۵
د) صبیح ۱۵ ی) غلط ۱۵

۲- الف) زبان اقناع ۱۵ ب- طبق ارزش‌ها ۱۵ - (دیگانه‌ها) خود ۱۵
ج) سررِز اطلاعات ۱۵ د- فهم ۱۵ - تفسیر ۱۵ ی) مخاطب ۱۵
۳- الف) قالب ۱۵ ب) هزینه ۱۵
ج) مرحله آگاهی ۱۵ د) چینه‌س ۱۵

۴- رسانه فردی - رسانه جمعی ۱۵
۵- ب) تولید کننده پیام که بر مبنای اهداف و انگیزه‌های پیام را تولید می‌کند، فرستنده می‌گویند ۱۵
~~۶- مخاطب هم در مقام انتخاب و ارزش و هم در مقام ادراک و تحلیل در جریان رسانه‌ای در سفارش می‌کند. ۱۵~~

۷- هزینه - مکان - زمان - خواننده - ارزش‌ها و باورها - مورد اشاره
۸- مخاطب بطور ره‌پ خواننده، بیننده یا شنونده یک از کانال‌های رسانه‌ای اطلاع می‌رود. اشاره

۹- رسانه‌ها معمولاً از معنادار کلیه این به صورت اجزای کثیف، بیمار و لاغر و با فقر مالی و خانواده‌ها ناب‌مان بازمانده می‌کنند. اشاره

۱۰- در این روش سعی می‌شود تا پیوندی بین یک فکر، محصول یا آرزوها، امید، غریز و احساسات مطلوب انسانی مانند زیبایی، امنیت، حریم خصوصی، موفقیت، سلامت، تفریح، شادمانی و ... در ذهن مخاطب ایجاد شود مانند یکس‌های حمایت از محیط‌زیست ۱۱۸

۱۱- چون دیگانه‌ها و ارزش‌های تولیدکننده پیام در انتخاب کلمات، تصاویر، صداها و ... دخالت دارد که برای انتقال یک پیام رسانه‌ای به کار می‌رود، اما این ارزش‌ها و دیگانه‌ها در نگاه اول و بر اساس قابل تشخیص نیست. اشاره

۱۲- منظور از طبقه بدن نوع بدن افراد از نظر رنگ و اندازه مانند ویران‌ها یا چون کوتاه و بلند، چاق و لاغر و تیره یا بور بودن و ... است. شماره ۱۱۴

۱۳- گزینش گریه - نفع گزاین یا سود مندی - هدف مندی - مشارکت و درگیری - مقاومت - شماره ۱۱۴
۱۴- این دیدگاه مخاطب را فعال می‌داند. در این دیدگاه مخاطب در مقابل پیام‌رسان از خودواندیشی نشان می‌دهد و در خصوص جلوگیری استفاده از رسانه تصمیم فعال‌تری می‌گیرد و از یک دریافت‌کننده منفعل پیام به یک مفسر فعال پیام تبدیل می‌شود. شماره ۱۱۵

۱۵- اخبار و اطلاعاتی که همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و جذاب بارانته‌شوند ما را به خود منحول می‌کنند و رضاف ظاهر فریبنده و جذاب آن، محتوای نوظاه و سطحی دارند و ارزش اطلاعاتی جذباتی ندارند. اخبار و اطلاعات زرد فریبنده. شماره ۱۱۵