

سوالات آزمون: تفکر و سواد رسانه‌ای	پایه: کلیه پایه‌ها رشته: کلیه رشته‌ها دبیرستان دخترانه
نام و نام خانوادگی:	منطقه آموزشی: ساعت شروع مدت امتحان: ۶۰ دقیقه
تعداد صفحات: ۴ صفحه	تاریخ امتحان نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۳/ طراح سوال: کربلایی

سوالات آزمون: تفکر و سواد رسانه‌ای	پایه: کلیه پایه‌ها رشته: کلیه رشته‌ها دبیرستان دخترانه
------------------------------------	--

ردیف	سوالات	بارم
------	--------	------

در سوالات زیر گزینه مناسب را انتخاب کنید.

۱	در کدامیک از گزینه‌های زیر RFID مورد استفاده قرار می‌گیرد؟ الف. کتابخانه‌ها ب. فرودگاه‌ها ج. ذخیره‌ی اطلاعات زیستی د. همه‌ی موارد	۰/۵
۲	مخاطبی که قدرت تفکر و تامل ندارد و تحت تاثیر رسانه‌ها قرار می‌گیرد چه نام دارد؟ الف. مخاطب فعال ب. مخاطب منفعل ج. مخاطب بی طرف د. هیچکدام	۰/۵
۳	کدامیک از موارد زیر جزء عناصر پنج‌گانه‌ی پیام نیست. الف. محتوا ب. فرستنده ج. متن د. بستر	۰/۵
۴	به پیام‌هایی که تحت تاثیر شرایط اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و سیاسی قرار گیرد می‌گویند. الف. متن ب. فرامتن ج. زیر متن د. همه‌ی موارد	۰/۵
۵	لایه‌ای که دارای پیام آشکار و عناصر مستقیم اصل تولید رسانه‌ای و محصول ملموس آن است را می‌گویند. الف. متن ب. فرامتن ج. زیر متن د. هیچکدام	۰/۵
۶	تولید کنندگان پیام رسانه‌ای با توجه به پیام مورد نظر، امکانات و محدودیت هر رسانه قالب مناسبی را برای انتقال پیام انتخاب می‌کنند این عبارت مربوط به کدام یک از گزینه‌های زیر می‌باشد. الف. کلیشه ب. فنون اقناع ج. بازنمایی پیام د. مهندسی پیام	۰/۵
۷	به بافت تاریخی و زمینه اجتماعی که در آن پیام‌ارسالی از سوی فرستنده ارسال می‌شود و معنای جدیدی به خود می‌گیرد می‌گویند. الف. کانال ب. رسانه ج. بستر د. پیام	۰/۵
۸	اگر در زمینه‌ای بیش از اندازه اطلاعات موجود باشد با چه پدیده‌ای مواجه شده‌ایم؟ الف. اطلاعات زرد ب. اعتیاد رسانه‌ای ج. سرریز اطلاعات د. گزینه الف و ب	۰/۵
۹	زندگی بدون ارتباط با دیگران و احترام گذاشتن به آن‌ها معنا ندارد. این جمله را نشان می‌دهد. الف. شبیه‌سازی ب. پیام رسانه‌ای ج. اقناع د. کلیشه	۰/۵
۱۰	استخراج یک پیام از میان دیگر پیام‌ها یا از میان عبارات‌های یک پیام، در حالی که موضوعات دیگر را کوچک جلوه کند گویند. الف. بازنمایی پیام ب. برجسته‌سازی ج. اقناع د. هیچکدام	۰/۵
۱۱	در کدامیک از مراحل نوآوری فرد به جست و جوی اطلاعات می‌پردازد که تصمیم او را تأیید و تقویت می‌کند. الف. اجرا ب. آگاهی ج. ترغیب د. تثبیت	۰/۵
۱۲	کدام گزینه از ویژگی‌های مخاطب فعال است؟ الف. گزینشگری ب. نفع‌گرایی ج. هدفمندی د. همه‌ی موارد	۰/۵
۱۳	اطلاعاتی که ظاهر جذاب و فریبنده‌ای دارد اما محتوای سطحی و توخالی، و علی‌رغم سرگرم‌کنندگی ارزش چندانی ندارند در توضیح کدام گزینه است. الف. اطلاعات زرد ب. اطلاعات کامل ج. اطلاعات ابتدایی د. هیچکدام	۰/۵
۱۴	امری درونی که با ارزش‌ها مرتبط است و در آن مجموعه قواعد و اصول اخلاقی باید توسط فرستنده‌ی پیام رسانه‌ای رعایت شود، توضیح کدام گزینه است. الف. اعتیاد رسانه‌ای ب. اخلاق رسانه‌ای ج. محتوای رسانه‌ای د. همه‌ی موارد	۰/۵

۰/۵	<p>کدام گزینه سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را نشان می دهد؟ الف. اخلاق رسانه ای، قدرت محدود رسانه، قدرت مشروط رسانه ب. قدرت محدود رسانه، قدرت نامحدود رسانه، تاثیر رسانه ج. قدرت محدود رسانه، قدرت مشروط رسانه، قدرت نامحدود رسانه د. هیچکدام</p>	۱۵
۰/۵	<p>قانع کنندگان چاپلوسی کردن را دوست دارند چون آنها را به هدفشان نزدیکتر می کند. در توضیح کدامیک از فنون اقناع می باشد. الف. گرم و صمیمی ب. تملق ج. تازگی د. برجسب زدن</p>	۱۶
۱	<p>انتشار متن های طولانی در جالب نیست شبکه های اجتماعی برای اطلاع از آخرین اخبار، یا از کتاب مناسب تر است. رادیو یا تلویزیون</p>	۱۷
۱	<p>ضرب المثل مربوط به تصویر زیر که از فنون اقناع می باشد را بنویسید. ضرب المثل (خواهی نشوی رسوا هم رنگ جماعت شو)</p> 	۱۹
۱	<p>تصویر زیر نشان دهنده ی کدامیک از فنون اقناع می باشد. توضیح دهید. این مربوط به فن کاریز ما و تو ضیحات مربوط به کاریز ما می باشد .</p> 	۲۰
۱	<p>تصویر زیر بر کدام واقعیت اشاره دارد: پاسخ: هر کس واقعیات را از دید خود نگاه می کند و همه مخاطبان از محصولات رسانه ای برداشت یکسانی ندارند و گاه حتی ممکن درست در نقطه مقابل هم قرار گیرند. همچنین نشان می دهد در برخی مباحث نباید تعصب به خرج داد و با کمی واقع بینی می توان به نتایج مشترک رسید.</p> 	۲۱
۲	<p>زیر متن و فرا متن عبارات زیر را مشخص کنید ؟ الف :خانه ما از درون ابر است و بیرون آفتاب زیر متن: اشاره به کمبود نور در داخل خانه فرا متن : نگه داشتن ظاهری مناسب و اما به واقع دچار مشکلات فراوان بودن ب: سرو چمان من چرا میل چمن نمی کند زیر متن: بی مهتری افراد خانواده نسبت به هم فرا متن: اشاره به اهمیت صلح دید و بازدید دارد</p>	۲۲

۲۳	چهار مورد از مصداق های بی اخلاقی در فضای رسانه ای را نام ببرید؟ تهمت - غیبت - دروغ - توهین - سرگرمی های بیهوده - نگاه حرام
۲۴	علت های برداشت متفاوت مخاطب از متن تولید شده ی رسانه ها چیست ؟ ۱-دانش قبلی ۲-تجربیات ۳-ارزش ها ۴-عقاید خود
۲۵	تأثیرات مثبت و منفی تلفن همراه بر زندگی افراد چیست ؟ مثبت: همیشه و همه جا در دسترس بودن درخواست سریعتر کمک رسانی دریافت و ارسال پیام متنی منفی: به خطر افتادن حریم خصوصی دزدی اطلاعات شخصی مزاحمت های تلفنی تبلیغاتی
۲	ستاره ها چه کسانی هستند و چه تأثیری در زندگی ما دارند؟ یکی دیگر از راه های اثرگذاری رسانه ها بر سبک زندگی، الگوسازی از طریق افراد مشهور یا ستاره ها است. آنها چهره های مشهوری هستند که به واسطه رسانه ها محبوبیت پیدا کرده اند و هر اتفاق و خبر جزئی از زندگی آنها در رسانه های مختلف بازتاب داده می شود. تأثیر ستاره ها بین مردم تنها به حوزه تخصصی خودشان محدود نمی شود و این اشخاص در نقش الگوهایی برای سبک زندگی مطرح می شوند که در چگونگی پوشش، معاشرت، تفریح و مصرف نیز به مخاطبان خود به خصوص نسل جوان الگو می دهند. البته سبک زندگی واقعی و سبک زندگی رسانه ای برخی از این چهره ها متفاوت است. ممکن است برخی از این چهره ها دچار مشکلات اخلاقی، فسادهای اقتصادی و مسائلی از این دست باشند؛ اما رسانه ها به دلیل منافع خود با نادیده گرفتن یا بی اهمیت جلوه دادن این مسائل از کنار آنها می گذرند و هم چنان آنها را الگو معرفی می کنند.
۲۰	کسی را کوچک نکن، "نقطه" هم کوچک است ولی جمله را تمام می کند پیروز و سربلند باشید

