

نام و نام خانوادگی :	باسمه تعالی	نوبت امتحانی :
سوال درس : تفکر و سواد رسانه ای	اداره کل آموزش و پرورش فارس	پایه :
نام دبیر/هنرآموز: غلامحسین رضائی	اداره آموزش و پرورش ناحیه یک شیراز	تعدادصفحه:
تاریخ امتحان :	مهرنهرستان حاج قوام	ساعت شروع :
		مدت امتحان : دقیقه

تصحیح	نام و نام خانوادگی دبیر:	نمره به عدد:	تجدید نظر	نام و نام خانوادگی دبیر:	نمره به عدد:
ردیف	نام و نام خانوادگی دبیر:	نمره به حروف:	تجدید نظر	نام و نام خانوادگی دبیر:	نمره به حروف:
	لطفا پاسخ را روی همین برگ بنویسید				
	سوالات صحیح و غلط				
۱		۳		الف) پیام های رسانه ای با اهداف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... تولید می شوند. ب) واژه و مفهوم و موضوع مخاطب ثابت مانده است. پ) رسانه ها نسبت به زمان های گذشته اهمیت بیشتری پیدا کرده اند. ت) بازنمایی توسط رسانه میتواند تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد. ث) مهندس پیام می تواند بازیگردان بزرگ برای یک تولید رسانه ای هم باشد. ج) اصطلاح گلوله جادویی برای رسانه های یک سوپه بکار می رفت.	ص غ ص غ ص غ ص غ ص غ ص غ
	سوالات کامل کردنی و نقطه چین				
۲		۲,۵		الف) پیام های رسانه ای، می شوند. ب) هر آنچه توسط تعداد کمی از افراد "ساخته میشود" برای بقیه افراد تلقی میشود. پ) ابزار انتقال پیام که محتوا از طریق آن به مخاطب منتقل می شود می گویند. ت) بازنمایی اگر تکرار شود، تبدیل به خواهد شد. ث) مخاطبی که می تواند با نقادی و هوشمندی تفاوت واقعیت و بازنمایی از واقعیت را کشف کند، مخاطب نامیده می شود.	
	سوالات چهار گزینه ای				
۳		۱,۵		پیامد پیروی از کلیشه ای بدن معرفی شده توسط رسانه ها برای فرد یا جامعه چیست؟ الف) مصرف گرایی ب) فردگرایی ج) سلامت بدن د) وبگردی	
۴				کدامیک از گزینه های زیر جزء حقوق رسانه ای افراد نیست؟ الف) رعایت بهداشت روانی ب) حفظ اخلاق عمومی ج) رعایت انصاف و بی طرفی د) رژیم مصرف رسانه ای	
۵				مفهوم خطی فرستنده - گیرنده به ترتیب مربوط به کدام رسانه و مخاطب می شود؟ الف) یک سوپه - فعال ب) دوسوپه - فعال ج) یک سوپه - منفعل د) دوسوپه - منفعل	
	سوالات تشریحی				
۶		۱,۵		متن، زیرمتن و فرا متن تصویر زیر را بنویسید.	



۲

در تصویرهای زیر از کدام فنون اقناع استفاده شده است؟ دلیل خود را ذکر کنید.

(الف)



(ب)



۲

عکس و مکث زیر را توضیح دهید.

۸



۹ پاسخ سوالات ستون "الف" را از ستون "ب" انتخاب کنید :

ب	الف
ج - طنز	۱. تولید کننده پیام به شکلی صریح و بی واسطه می سازد. (.....)
د- ادعای آشکار	۲. ایجاد احساس نشاط هنگام خرید آن محصول . (.....)
ه- متن	۳. پیام های رسانه ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار. (.....)
و- فرا متن	۴. این روش محصول ، آرا یا نظریاتی را در ذهن مخاطب جا می اندازد. (.....)
ن- مقایسه	

۱۰ با توجه به وضعیت فعلی جامعه، چه تحلیلی از (سبک زندگی) دارید؟

۱۱ سه مورد از حقوق مخاطب در برابر رسانه‌ها را ذکر کنید.

۱۲ رسانه چیست ؟

۱۳ اخبار و اطلاعات زرد چگونه اند ؟

موفق و پیروز باشید

پاسخنامه

۱- الف) ص (ب) غ (پ) ص (ت) غ (ث) ص (ج) ص

۲- الف) ساخته (ب) عادی و طبیعی (پ) مجرا، کانال یا رسانه (ت) کلیشه (ث) فعال

۳- الف) ۴-د ۵-ج

۶- متن: پوستر تبلیغاتی یک محصول غذایی (سُس) زیرمتن: ترغیب به مصرف سُس فرامتن: تاثیر بیشتر بر روی کشورهای مسیحی هستند. (تصویر بابائول)

۷- الف) در این تصویر نیز از فن مقایسه استفاده شده است. مقایسه دیدن شش یز واقعی در باغ وحش به قیمت هفت دلار یا خرید عروسک آن به قیمت ۳۵ دلار؟

ب) در این تصویر، از فن ترس استفاده شده است. اگر در مصرف آب صرفهجویی نکنیم، دچار کمآبی خواهیم شد. البته منظور آب شیرین است.

۸- اگر خواهیم کوتاه بگوییم، میتوان نوشت: بازنمایی تا حد تحریف حداکثری واقعیت اما این عکس و مکث می تواند از جنبه های متفاوتی تحلیل شود. به عنوان مثال، اینکه ما خیلی وقت ها نمیتوانیم واقعیتها را آنگونه که هست، بیان کنیم. یا اینکه دوست داریم دیگران واقعیتها را نبینند. برداشتهای دیگری را نیز می توان متصور شد که هر شخصی ممکن است برداشت متفاوتی از این تصویر داشته باشد

۹- ۱. ه ۲. ج ۳. د ۴. ن

۱۰- پاسخ به این سوال برای هر دانش آموزی میتواند متفاوت باشد. هر دانش آموزی با توجه به دیدگاه خود به شکلی به این سوال پاسخ خواهد داد. صفحه ۱۲۳، افراد در زندگی روزمره خود الگوهایی را انتخاب میکنند و بر مبنای آنها رفتارهای روزمره همچون نوع و چگونگی غذا خوردن، پوشش و آرایش ظاهری، تفریح و سرگرمی و... خود را سازمان می دهند اینها ابعادی از سبک زندگی فرد است. اینکه شما چه سبک زندگیا را می پسندید، بستگی به دیدگاه شما نسبت به سبک های مختلف زندگی ای که در رسانه های مختلف می بینید و آنها را تایید می کنید دارد.

۱۱- حق دسترسی به اطلاعات (حق انتخاب) - حق شکایت از رسانه خطاکار و دادخواهی - حق پاسخگویی - حق تصحیح

- حق احترام به عقاید دینی و مقدسات

حق بهره مندی از اطلاعات صحیح و دقیق و منع نشر اکاذیب

۱۲- رسانه ابزاری است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می کند

۱۳- این گونه اخبار برخلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و علی رغم سرگرم کنندگی و جالب بودن، ارزش چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی کنند