



| شماره صفحه: ۱  |   | بسمه تعالی                         |  | تعداد صفحه: ۳            |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
|--|---|------------------------------------|--|--------------------------|--|--|-----|---|-------------|---|-----------|-----------------------------------|-------|---|---------|--|------|--|-----|--|-----------|
| نام درس: تفکر و سواد رسانه ای  |   | اداره کل آموزش و پرورش استان البرز |  | مدت امتحان: ۷۰ دقیقه     |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| رشته: تولید محتوای آموزشی الکترونیکی، حسابداری مالی، طراحی و دوخت لباس شب و عروس |   | مدیریت آموزش و پرورش ساوجبلاغ      |  | تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۰۳/۲۴ |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| پایه: ۱۱ نام دبیر: صادق پور  |   | هنرستان: کرامت                     |  | ساعت: ۱۰:۰۰              |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| نام و نام خانوادگی:  |   | نیمسال دوم- خرداد ۱۴۰۲             |  | ش داوطلبی:               |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ردیف   | تذکر: پاسخ سوالات را با استفاده از خودکار آبی در پاسخنامه بنویسید.  |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۱  | در کدام یک از بخش های یک پیام، نیاز به رمزگشایی است؟<br>(الف) متن<br>(ب) فرامتن<br>(ج) زیرمتن<br>(د) همه موارد  | ۰/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۲  | یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص.<br>(الف) کلیشه<br>(ب) بازنمایی<br>(ج) اقتاع<br>(د) رسانه بی طرف  | ۰/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۳  | درستی یا نادرستی جملات زیر را مشخص کنید.<br>(الف) در گذشته برای رسانه ها «صحت» اطلاعات از «سرعت» آن مهمتر تلقی می شد.<br>(ب) «دشواری زبانی و فرهنگی» از مزایای آموزش مجازی است.<br>(ج) کاربران رسانه های اجتماعی در ارائه تصویر خود به دیگران بازنمایی میکنند.<br>(د) با ظهور اینترنت در استفاده از شیوه های اقتاع، تغییری ایجاد نشده است.<br>(ه) بازی و سرگرمی تأثیری بر سبک زندگی ندارد.<br>(و) افراد در شبکه های اجتماعی در آن واحد هم فرستنده اند، هم گیرنده. | ۱/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۴  | جای خالی را با کلمه مناسب پر کنید.<br>(الف) لایه ای که دارای پیام آشکار و عناصر مستقیم، و اصل تولید رسانه ای و محصول ملموس آن است را ..... می نامند.<br>(ب) فن تکرار در ایجاد ..... نقش کلیدی دارد و باعث میشود گیرنده پیام به طور ناخودآگاه به تعمیم دست بزند.   | ۱                                  |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۵  | برای هریک از عبارات ستون راست، مناسب ترین کلمه را از ستون سمت چپ انتخاب کنید. (۲ کلمه در ستون چپ اضافه هستند).  | ۱/۵                                | <table border="1"> <tr> <td>الف) حراج، تخفیف و قرعه کشی، هدیه رایگان</td> <td>شدت</td> </tr> <tr> <td>ب) استفاده از صفات عالی، مانند ارزان ترین، بهترین</td> <td>گرم و صمیمی</td> </tr> <tr> <td>ج) کلمات یا تصاویری که مفاهیم بزرگتر را به ذهن ما می آورند.</td> <td>حسن تعبیر</td> </tr> <tr> <td>د) ایجاد حس نشاط هنگام خرید محصول</td> <td>تطمیع</td> </tr> <tr> <td>ه) استفاده از موسیقی آرامش بخش، تصاویر دلپذیر، کودکان و خانواده</td> <td>کاريزما</td> </tr> <tr> <td>و) استفاده از «چابک سازی سازمان» به جای اخراج کارمندان</td> <td>نماد</td> </tr> <tr> <td></td> <td>طنز</td> </tr> <tr> <td></td> <td>شيب لغزان</td> </tr> </table> |                          |  | الف) حراج، تخفیف و قرعه کشی، هدیه رایگان | شدت | ب) استفاده از صفات عالی، مانند ارزان ترین، بهترین | گرم و صمیمی | ج) کلمات یا تصاویری که مفاهیم بزرگتر را به ذهن ما می آورند. | حسن تعبیر | د) ایجاد حس نشاط هنگام خرید محصول | تطمیع | ه) استفاده از موسیقی آرامش بخش، تصاویر دلپذیر، کودکان و خانواده | کاريزما | و) استفاده از «چابک سازی سازمان» به جای اخراج کارمندان | نماد |  | طنز |  | شيب لغزان |
| الف) حراج، تخفیف و قرعه کشی، هدیه رایگان   | شدت   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ب) استفاده از صفات عالی، مانند ارزان ترین، بهترین                                | گرم و صمیمی   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ج) کلمات یا تصاویری که مفاهیم بزرگتر را به ذهن ما می آورند.                      | حسن تعبیر   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| د) ایجاد حس نشاط هنگام خرید محصول  | تطمیع   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ه) استفاده از موسیقی آرامش بخش، تصاویر دلپذیر، کودکان و خانواده                  | کاريزما   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| و) استفاده از «چابک سازی سازمان» به جای اخراج کارمندان                           | نماد  |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
|  | طنز   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
|  | شيب لغزان   |                                    |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۶  | فرستنده پیام زیر کیست؟ چه هدفی دارد؟  | ۰/۵                                |   |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۷  | دروازه باتی خبر در مرحله اول ..... اخبار و در مرحله دوم ..... اخبار است.  | ۰/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۸  | در رادیو، برجسته سازی با استفاده چه از مواردی انجام می شود؟ (۲ مورد)  | ۰/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۹  | مهم ترین تفاوت شکل اولیه مخاطب با معادل امروزی رسانه ای آن چیست؟  | ۰/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |
| ۱۰   | دشواری مخاطب شناسی در چیست؟   | ۰/۵                                |  |                          |  |  |     |   |             |   |           |                                   |       |   |         |  |      |  |     |  |           |

| ردیف | شماره صفحه: ۲   | تعداد صفحه: ۳ | بارم |
|------|---|---------------|------|
| ۱۱   | سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را نام ببرید.  |               | ۰,۷۵ |
| ۱۲   | برای انواع رسانه ها، یک مثال بزنید.<br>(الف) رسانه یک سویه.....<br>(ب) رسانه دو سویه (تعاملی).....  |               | ۰,۵  |
| ۱۳   | ۲ مورد از مصداق های حقوق مخاطب در برابر رسانه ها را نام ببرید. و یکی از آنها را توضیح دهید.   |               | ۱    |
| ۱۴   | فناوری های ارتباطی، توان غلبه بر ۴ محدودیت را برای انسان فراهم کرده اند. ۳ مورد از آنها را نام ببرید.   |               | ۰,۷۵ |
| ۱۵   | منظور از «نسل انگشت شست» چیست؟  |               | ۰,۵  |
| ۱۶   | «اخبار و اطلاعات زرد» را تعریف کنید.  |               | ۱,۵  |
| ۱۷   | «سرریز اطلاعات» در چه وضعیتی پیش می آید و چه اثراتی دارد؟   |               | ۱    |
| ۱۸   | مفهوم جمله « اخلاق رسانه ای، امری درونی و با ارزشها مرتبط است » چیست؟   |               | ۱    |
| ۱۹   | هر یک از تصاویر زیر با کدام مفهوم مرتبط است؟ (۲ مورد اضافه است)<br>(اخبار جعلی - تاثیر رسانه بر الگوی مصرف - اعتیاد رسانه ای - استفاده هوشمندانه از رسانه ها)   |               | ۱    |
|      | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>(ب) .....</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>(الف) .....</p> </div> </div> |               |      |

| ردیف | شماره صفحه: ۲  | تعداد صفحه: ۳ | بارم |
|------|--|---------------|------|
| ۲۰   | <p>برداشت شما از این تصاویر چیست؟</p>  <p>(الف) (ب)</p>  | ۱/۵           |      |
| ۲۱   | <p>یکی از شخصیت های زیر را انتخاب کنید و مولف های سبک زندگی (پوشش، خرید، منزل و...) را برای شخصیت مورد نظر، توصیف کنید. (در یک پاراگراف توضیح دهید. پاسخ آزاد)</p> <p>الف- یک خانم کارآفرین      ب- یک مادر بزرگ مهربان</p> <p>ج- یک عضو تیم ملی والیبال</p> | ۱/۵           |      |
| ۲۲   | <p>کلیشه بدن در دنیای امروز چگونه بر زندگی زنان تاثیر می گذارد؟ کلیشه بدن چه اثراتی بر سلامتی دارد؟ چه کسانی از ساختن و ترویج این کلیشه ها سود میبرند؟ (در یک پاراگراف توضیح دهید. پاسخ آزاد)</p>  | ۱/۵           |      |

رشته: تولید محتوای آموزشی الکترونیکی، حسابداری مالی، طراحی و دوخت لباس شب و عروس

۱. ج

۲. ب

۳. الف) درست (ب) نادرست (ج) درست (د) نادرست (ه) نادرست (و) درست

۴. الف) متن (ب) کلیشه

۵. الف) تطبیع (ب) شدت (ج) نماد (د) طنز (ه) گرم و صمیمی (و) حسن تعبیر

۶. وزارت بهداشت (سازمان اهدای اعضا)، فرهنگ سازی و تشویق اهدای عضو، نجات جان انسان ها

۷. گزینش - چینش

۸. در رادیو، برجسته‌سازی با اولویت‌دهی در ترتیب شنیدن خبر، میزان زمان اختصاص داده شده به آن و نیز تغییر در لحن و صوت گوینده انجام می‌شود.

۹. مهمترین تفاوت شکل اولیه مخاطب با معادل امروزی رسانه‌ای آن را باید در این دانست که مخاطب آن دوران در بند زمان و مکان و در مقایسه با معیارهای مدرن، بسیار محدود بود.

۱۰. دشواری مخاطب‌شناسی در این است که ما با پیچیده‌ترین و ناشناخته‌ترین موجود خلقت روبه‌رو هستیم: انسان!

۱۱. قدرت نامحدود رسانه‌ها - قدرت مشروط رسانه‌ها - قدرت محدود رسانه‌ها

۱۲. الف) رادیو، تلویزیون، مبعوعات (روزنامه، مجله) (ب) تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام و...)

۱۳. ۱۳ مورد در درس ۱۴، صفحات ۱۱۵-۱۱۶ کتاب ذکر شده است. مانند حق انتخاب، حق تصحیح، حق پاسخگویی

۱۴. مکان، زمان، زبان، امکان

۱۵. این بدان معناست که نوجوانان در همه‌جا، همواره دستشان روی صفحه کلید تلفن همراهشان است و در حال فرستادن و یا دریافت پیامی جدید هستند.

۱۶. خیلی وقت‌ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و جذاب ارائه می‌شود و ممکن است ما را ساعت‌ها به خود مشغول کند؛ اما با کمی دقت در اینگونه پیامها، متوجه می‌شویم که بر خلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و علیرغم سرگرم‌کنندگی و جالب بودن، ارزش چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی‌کنند. به این نوع اخبار و اطلاعات، اخبار و اطلاعات زرد گفته می‌شود.

۱۷. سرریز اطلاعات وضعیتی است که در آن، در زمینه یک موضوع، بیش از اندازه اطلاعات موجود است. این پدیده می‌تواند موجب اضطراب و سردرگمی افراد و ناتوانی در تصمیم‌گیری در انتخاب یا صرف نظر کردن از همه یا بخشی از اطلاعات شود.

۱۸. بدین مفهوم درونی است که مجموعه قواعد و اصول اخلاق باید توسط فرستنده پیام رسان‌های رعایت شود. منشأ ارزشها خانواده، دوستان و همسالان، دین، آموزش و پرورش، و رسانه‌ها هستند.

۱۹. الف) اعتیاد رسانه ای (ب) اخبار جعلی

۲۰. الف) اختلاف نظرها ناشی از تفاوت دیدگاه یا تفاوت در فرامتن (فرهنگ، دانش و...) است.

(ب) تاثیر بازی های واقعی و مجازی بر کودکان

۲۱. با توجه به مولفه های سبک زندگی در درس ۱۵ کتاب

۲۲. با توجه به کلیشه بدن و تاثیرات آن در درس ۱۶ کتاب