



مدیریت آموزش و پرورش منطقه ۱۴
 دبیرستان غیر دولتی پسرانه پیام غدیر
 پایانی دوم ۱۴۰۲-۱۴۰۱
 تاریخ امتحان :
 نام درس : تفکر و سواد رسانه ای
 مدت امتحان : ۶۰ دقیقه
 ساعت شروع امتحان :
 تعداد برگ سئوال : ۳ صفحه

پاسخنامه

نام و نام خانوادگی :
 کلاس :
 نام دبیر : آقای شبانی
 رشته تحصیلی: علوم انسانی و معارف

شماره :

بارم	سوالات	ردیف
۳	۳ مورد از مزایا و ۳ مورد از چالش های آموزش مجازی را نام ببرید . کاهش هزینه های آموزش همگانی شدن آموزش کاهش محدودیت های زمانی و مکانی کاهش ارتباطات اجتماعی انسانی مشکلات دسترسی به اینترنت و فناوری دشواری زبانی و فرهنگی	۱
۳	۴ مورد از فنون اقناع را نام ببرید و ۲ مورد را به دلخواه توضیح دهید . تطمیع - ادعای آشکار - شدت تطمیع : 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، قرع هکشی، هدیه رایگان، یکی بخر چندتا ببر ... نمونه هایی از فن تطمیع هستند.	۲
۱	در تصاویر زیر ، زیرمتن را مشخص کنید .   <p>الف ب</p>	۳
۱	الف : هدر رفتن و از دست رفتن زمان با استفاده بیش از اندازه از فضای مجازی ب : منزوی شدن و فاصله گرفتن افراد خانواده با استفاده از فضای مجازی	۴
۱	مخاطب فعال و مخاطب منفعل را تعریف کنید . مخاطب فعال : در مقابل پیامهای رسانه ای از خود واکنش نشان می دهد و خودآگاهش را در شکل گیری پیام مشارکت می دهد.	

	مخاطب منفعل : از خود اختیاری در مقابل پیامهای رسانه ای ندارد و آغوش خود را به روی هر پیام و رسانه ای گشوده است و همه پیام در ناخودآگاهش شکل می گیرد.	
۱/۵	متن ، زیر متن و فرامتن را تعریف کنید . متن : لایه ای که دارای پیام آشکار و عناصر مستقیم، و اصل تولید رسانه ای و محصول ملموس آن است زیر متن : پیام های پنهان و غیرمستقیمی است که تولیدکننده پیام با بهره گیری هدفمند از فنون اثرگذاری بر مخاطب (مانند استفاده از کلام، رنگ، نور، موسیقی، تدوین و...) در تولید رسانه ای جاسازی کرده است . فرامتن : به سومین لایه، که خارج از متن پیام است و شامل شرایط محیطی، فرهنگی و عوامل بیرونی حاکم بر درک و اثرگذاری پیام می شود .	۵
۱/۲۵	پنج پرسشی که در مواجهه با پیام رسانه باید به آن ها پاسخ داد را بیان کنید . چه کسی این پیام را تولید کرده است؟ چرا این پیام فرستاده شده است؟ از چه فنونی برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟ چطور افراد مختلف این پیام را متفاوت درک می کنند؟ چه سبک زندگی، ارزش ها و نظریاتی در این پیام ارائه شده یا از آن حذف شده است؟	۶
۱/۵	اصطلاحات زیر را تعریف کنید : - کلیشه سازی : اگر رسانه یا رسانه ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزند و در طول زمان و به اشکال مختلف آن را تکرار نمایند، می توانند آن بازنمایی را به کلیشه تبدیل کنند . - بازنمایی : یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص . قاب بستن روی واقعیت. سرریز اطلاعات : زمانی که در مورد یک موضوع اطلاعات بیش از اندازه مورد نیاز منتشر شود و در ذهن وارد شود سرریز اطلاعات اتفاق افتاده است .	۷
۱/۷۵	پنج مرحله مقاومت مخاطب در برابر نوآوری و تغییر را بنویسید و یک مورد را به دلخواه توضیح دهید . آگاهی - ترغیب - تصمیم - اجرا - تثبیت ترغیب : در این مرحله، نگرش مثبت یا منفی نسبت به فناوری، ایده و خدمات جدید در ذهن فرد شکل می گیرد و در صورت نگرش مثبت، به پذیرش آن نوآوری ترغیب می شود.	۸
۱	سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را نام ببرید و یک مورد را توضیح دهید . قدرت نامحدود رسانه ها - قدرت مشروط رسانه ها - قدرت محدود رسانه ها قدرت نامحدود رسانه ها : در مقابل دو دیدگاه قبل، باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی، ابزاری اجتماعی فرهنگی به معنای عالی آن است و از این جهت تأثیرات چشمگیری بر جای می گذارد. اما این آثار نه آن چنان است که هیچ محدودیتی نشناسد .	۹
۱/۲۵	رسانه های زیر را بر اساس میزان تاثیر گذاری بر مخاطب از بیشترین به کمترین مرتب کنید . شبکه های اجتماعی - کتاب - سینما - بازی رایانه ای - عکس	۱۰
	پاسخ : بازی رایانه ای - شبکه های اجتماعی - سینما - عکس - کتاب	

۱	<p>چهار مورد از حقوق مخاطب در برابر رسانه را نام ببرید . حق دسترسی به اطلاعات - حق تصحیح - حق پاسخگویی - حق شکایت از رسانه خطا کار و دادخواهی</p>	۱۱
۱	<p>سه مورد از ارزش‌های خبری را نام ببرید و یک مورد را به دلخواه توضیح دهید . مجاورت - شگفتی - شهرت شهرت : خبرهایی که مربوط به افراد مشهور می‌شود می‌تواند در اولویت های بالاتری نسبت به دیگر اخبار باشد</p>	۱۲
۱/۲۵	<p>پنجگانه سواد رسانه ای را نام ببرید و به اختصار توضیح دهید . کاربر / فرستنده: به تولید کننده پیام که بر مبنای اهداف و انگیزه هایش پیامی را تولید می‌کند . پیام: محتوای مد نظر فرستنده را که قصد دارد به مخاطب منتقل کند، پیام می‌گویند . مجرا / کانال / رسانه: ابزار انتقال پیام که محتوا از طریق آن به مخاطب منتقل می‌شود . کاربر / گیرنده: به مخاطب یا دریافت کننده پیام ارسال شده از سوی فرستنده . بستر / فرهنگ: به بافت تاریخی و زمینه اجتماعی که در آن پیام ارسالی از سوی فرستنده ممکن است دارای معانی جدید و فرامتن شود .</p>	۱۳
۰/۵	<p>در تصاویر زیر مشخص کنید از چه فنون اقناعی استفاده شده است .</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="295 1012 842 1496">  <p>Sharper than you think. The WMF Grand Gourmet knife with Damssteel blade.</p> <p>ب</p> </div> <div data-bbox="986 958 1385 1518">  <p>LUGANO COCOLATO</p> <p>E. MARINELLA Since 1914, the taste of elegance.</p> <p>الف</p> </div> </div> <p>الف) تداعی معانی ب) اغراق</p>	۱۴