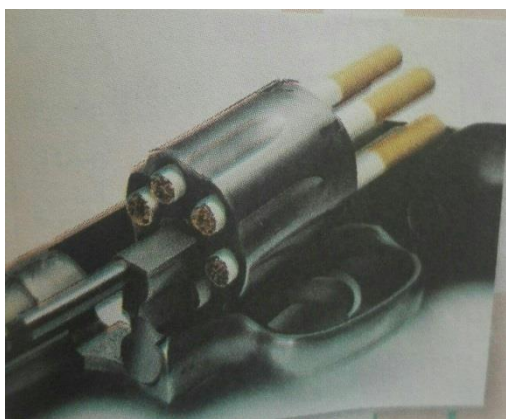


نام درس: تفکر و سواد رسانه ای
تاریخ امتحان:
ساعت امتحان:
مدت امتحان: ۶۰ دقیقه



نام و نام خانوادگی:
پایه و رشته: دهم
نام پدر:
شماره داوطلب:

دلای مردم صندوقچه های حاکم است، پس آنچه از عدالت و یا ظلم در آنها بگذارد، همان را خواهد دید. حضرت علی (ع)

ردیف	سوالات	محل مهر و امضاء مدیر	بارم
۱	از مزایا و چالش های رسانه ها ، هر کدام دو مورد بنویسید.		۱
۲	فرامتن را تعریف کنید و یک مثال بزنید.		۱
۳	پنجگانه سواد رسانه ای را نام ببرید.		۱,۲,۵
۴	تحلیل خود را از عکس زیر بنویسید.		۱
۵	عکس زیر چه پیامی را به مخاطب القاء می کند؟		۱
۶	کلیشه را تعریف کنید و با ذکر مثالی توضیح دهید کلیشه سازی مثبت چیست؟		۱,۵
۷	دیدگاه شما درباره ی کلیشه انگاره بدن چیست؟		۱
۸	علل اقناع و شیوه های آن چیست؟		۲
۹	شیوه طنز در فنون اقناع را با ذکر مثال توضیح دهید.		۱,۲,۵

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای

تاریخ امتحان: ۳

ساعت امتحان:

مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

نام و نام خانوادگی:

پایه و رشته:

نام پدر:

شماره داوطلب:

۱	۱۰	فن ارا به یا واگن چیست؟
۱	۱۱	عکس زیر را توضیح داده و بگوئید از چه فنونی در آن استفاده شده است؟ 
۱	۱۲	چرا ارتش آمریکا در افغانستان ایستگاه های متعدد رادیویی تأسیس کرد؟
۱	۱۳	دلایل تفاوت مخاطبان با یکدیگر چیست؟
۲	۱۴	با توجه به محدودیت زمان (۵ دقیقه) کدام عنوان های خبری را نادیده ، کدام ها را کوتاه و کدام ها را مشروح پوشش می دهید؟ اخبار : ۱-همزیستی مسالمت آمیز یک سگ و گربه ۲-خشک شدن دو سوم دریاچه ارومیه ۳-افتتاح مرحله ی سوم میدان نفتی پارس جنوبی ۴-معرفی کامل حریفان ایران در لیگ جهانی والیبال ۲۰۱۷ ۵-برجام به فرجام رسید ۶-قهرمانی تیم آلمان در جام ملت های اروپا
۱	۱۵	علت های برداشت متفاوت مخاطب از متن تولید شده ی رسانه ها چیست؟
۲	۱۶	دو مورد از نقص حقوق مخاطب و دو مورد از حقوق مخاطب نسبت به رسانه ها را بنویسید.
۲۰ نمره		موفق و مؤید باشید

نام و نام خانوادگی:

پایه و رشته:

نام پدر:

شماره داوطلب:

کلید

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای

تاریخ امتحان:

ساعت امتحان:

مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

ردیف	کلید سوالات	محل مهر و امضاء مدیر	بارم
۱	مزایا: ۱- کاهش هزینه های آموزشی ۲- همگانی کردن آموزش چالش ها: ۱- دشواری زبانی و فرهنگی ۲- فردگرایی و تک بعدی شدن		
۲	فرامتن: به لایه ی بالایی که خارج از متن و درون پیام است و شامل اوضاع محیطی، فرهنگی و عوامل بیرونی حاکم بر درک و اثرگذاری پیام است و حتی گاهی مفهوم یا هدف هر پیام را به ضد آن چیزی تبدیل می کند که مدنظر تولید کننده اش بوده است " فرامتن " می گویند.		
۳	۱- محتوا (پیام) ۲- گیرنده (مخاطب) ۳- بستر (فرهنگ) ۴- فرستنده (مؤلف) ۵- قالب (رسانه)		
۴	تحلیل شکل نخ سیگار در هفت تیر		
۵	تحلیل عکس		
۶	کلیشه: 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. کلیشه سازی مثبت: از آنجا که بخش مهمی از رسانه ها، احساس مسئولیت اجتماعی می کنند در بازنمایی معتادان می کوشند جاذبه ای حتی حاشیه ای و اندک نیز برای نسل جدید و جامعه ایجاد نکنند مثل: بازنمایی اعتیاد در رسانه ها		
۷	حرکات، ژستها، حالات بدن انسان در مواجهه با مخاطب دارای پیامهای خاص هستند که نشان از غرور، تواضع، حالات عاطفی و ... دارند.		
۸	۱- جلب توجه و نظر ۲- پدید آوردن اعتبار و اعتماد برای خودشان ۳- شبیه سازی آمال و آرزوهای خودشان در وجود ما ۴- تحریک ما برای اغمام دادن کاری مثل: خرید، رأی دادن، سرمایه گذاری و ...		
۹	روشی قدرتمند برای قانع کردن مخاطب. بسیاری از پیام های رسانه ای از این شیوه استفاده می کنند تا توجه ما را بیشتر به خود جلب کنند و از این راه موجب شوند پیام آنها با احساسی خوب و مفرح در ذهن ما همراه شود. هنگامی که می خندیم، احساس خوبی داریم. بنابراین اگر آگهی تبلیغاتی بتوانند ما را بخنداند، می تواند این احساس خوب را به محصول موردنظرش در ذهن ما پیوند بزند. در نتیجه هنگامی که ما در فروشگاه به محصول موردنظر آن پیام برخورد می کنیم، همان احساس نشاط به خرید محصول آنها منجر می شود. (مثال آزاد)		
۱۰	زیرا علت این نامگذاری آن است که گویا عده ای در حال سوار شدن به ارابه با هم مسابقه گذاشته اند، ارابه ای که در آستانه ی حرکت برای رفتن است و اگر دیر بجنبند جا خواهید ماند. مثال: همه دارند می روند فلان جا ما هم برویم یا همه دارند ثبت نام لاتاری می کنند ما هم ثبت نام می کنیم.		
۱۱	تداعی معانی، تکرار، افراد زیبا، ادعای آشکار، نمادها		

نام و نام خانوادگی:

پایه و رشته :

نام پدر:

شماره داوطلب:

کلید

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای

تاریخ امتحان :

ساعت امتحان:

مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

۱۲	تحلیل ایستگاه رادیویی آمریکا در افغانستان زیرا که رادیوهای زبان افغانی بهتر و بیشتر با افغان ها و مخاطبان ارتباط می گیرند، دولت و ارتش آمریکا با پرداخت پول به صاحب نظران از آنها به عنوان کارشناسان، در مقاله های تبلیغی خود بهره می گیرند و حرفهای آمریکایی را به زبان خود افغانها به خورد آنان می دهند.
۱۳	تحلیل دلیل تفاوت مخاطبان : سؤال به تحلیل دانش آموز ۱-براساس نوع سن، سواد، فرهنگ، سرزمین، جنسیت و...
۱۴	جدول دروازه بانی خبر (تحلیلی) ۱ و ۴ حذف ۲ و ۵ کامل ۳ و ۶ کوتاه
۱۵	۱-دانش قبلی ۲-تجربیات ۳-ارزش ها ۴-عقاید خود
۱۶	نقض : ۱-پاسخگو نبودن رسانه در برابر توضیحات مخاطب ۲-رسانه ای در برابر تصحیح مطلبی توسط مخاطب واکنش نشان نمی دهد و آن مطلب نادرست را تصحیح نمی کند. حق : ۱-پاسخگوئی ۲-حق تصحیح