

نام درس: تفکر و سواد رسانه
 تاریخ امتحان: ۱۳۹۵/۱۰/۱۹
 ساعت امتحان: ۸:۰۰
 مدت امتحان: ۶۰ دقیقه

اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران
 مدیریت منطقه ۲
 دبیرستان دوره دوم پسرانه *سعدت* سعادت آباد
 امتحانات پایانی نوبت اول سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵

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

محل مهر و امضاء مدیر	نمره به عدد:	نمره به حروف:	نمره به عدد:	نمره به حروف:
	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:
بارم	سوالات			ردیف

۰,۵	جاهای خالی زیر را با کلمه مناسب پر کنید. ۱- عنصر در ایجاد کلیشه نقش کلیدی دارد.	الف
۰,۵	۲- در ذهن مخاطب هدف اصلی رسانه در انگاره سازی است.	
۰,۵	۳- روش‌ها و فنون قانع کردن را نامیده می‌شود.	
۰,۵	۴- طنز روشی برای مخاطب به شمار می‌رود.	
۱	به سوالات زیر پاسخ کوتاه دهید. ۱- رسانه‌ها چند نوع مخاطب دارند؟ نام ببرید.	ب
۱	۲- کلیدواژه‌های سواد رسانه‌ای را نام ببرید.	
۱	۳- یک نمونه از کلیشه‌سازی‌های مثبت را بنویسید.	
۱	۴- با توجه به گفته ((آلیس واکر)) بهترین راه برای گرفتن قدرت مردم چیست؟	
۱	۵- رسانه‌ها چگونه بر ذهن و قلب مخاطب تاثیر می‌گذارند؟	
۱	۶- فنون اقناع را نام ببرید.	
۱	۷- این ضرب‌المثل مربوط به کدام یک از روش‌های اقناع است؟ ((خواهی نشوی رسوا هم‌رنگ جماعت شو))	
۱	۸- چگونه می‌توانیم مقایسه خوب و درستی انجام دهیم؟	

۲	پاسخ سوالات زیر را به طور کامل بنویسید. ۱- با یک مثال متن، زیر متن و فرامتن را توضیح دهید.	ج
۲	۲- باز نمایی را تعریف کنید.	
۲	۳- برجسته سازی (بزرگ نمایی) را تعریف کنید.	
۲	۴- برجسته سازی در مطبوعات چگونه انجام می شود؟	
۲	۵- روش های تکرار را بنویسید.	

موفق باشید

<p>نام درس: تفکر و سواد رسانه ای تاریخ امتحان: ۱۳۹۵ / ۱۰ / ۱۹ ساعت امتحان: ۸:۰۰ مدت امتحان: ۶۰ دقیقه</p>	<p>اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران مدیریت منطقه ۲ دبیرستان دوره دوم پسرانه سعادت آباد پاسخ نامه امتحانات پایانی نوبت اول سال تحصیلی ۹۶-۱۳۹۵</p>	<p>نام و نام خانوادگی: پایه و رشته : شماره داوطلب:</p>
---	---	--

	نمره به عدد:	نمره به حروف:	نمره به عدد:	نمره به حروف:	
محل مهر و امضاء مدیر					
	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:	تاریخ و امضاء:	نام دبیر:	
					پاسخ
					ردیف

	الف	۱- تکرار ۲- تصمیم ۳- زبان اقناع ۴- قانع کردن
	ب	۱- دو نوع منفعل و فعال ۲- ۱- قالب (رسانه) ۲- فرستنده (مولف) ۳- بستر (فرهنگ) ۴- گیرنده (مخاطب) ۳- یک نمونه از کلیشه سازی های مثبت، بازنمایی اعتیاد در رسانه ها است. ۴- بهترین راه برای گرفتن قدرت مردم این است که آن ها فکر کنند اصلا قدرتی ندارند. ۵- رسانه ها با استفاده از شیوه های اقناعی سعی می کنند. ۶- برجسته سازی (بزرگ نمای)، گواهی دادن ستاره ها، نخبگان، تداعی معانی، ترس، طنز تکرار، همراهی با جماعت، افراد زیبا، ادعای آشکار، شدت، نمادها، مقایسه ۷- همراهی با جماعت ۸- زمانی که قیاس شونده ها با همدیگر مشابه باشند.
	ج	۱- متن در هر شعر یا ضرب المثل، دقیقا همان واژگانی است که شاعر یا نویسنده از آنها استفاده کرده است. زیر متن در شعر، مفهوم کنایی است که شاعر هنرمندانه و غیر مستقیم در درون متن جاسازی کرده است. فرامتن یک شعر احساسی یا حماسی را ممکن است به جنبشی اعتراضی یا حرکت اجتماعی تبدیل کند. ۲- بازنمایی یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص ۳- استخراج یک پیام، از میان دیگر پیام ها یا از میان عبارت های یک پیام، در حالی که موضوعات دیگر مطرح شد. از سوی رسانه، کوچک و کم اهمیت جلوه کند، برجسته سازی یا اغراق نام دارد. ۴- در مطبوعات با استفاده از فنون صفحه بندی، اندازه عنوان، استفاده از عکس، نقش، طرح و جایگاه خبر در صفحه انجام می شود ۵- تکرار به دو روش انجام می شود : ۱- تکرار تصاویر، صداها یا کلماتی خاص در درون پیام است برای اینکه معنای اصلی پیام در ذهن ما مستحکم شود. ۲- تکرار کامل و چند باره گیام مانند آگهی های بازرگانی تلویزیونی، تابلوهای تبلیغاتی کوچک، سایت ها، بیلبوردها و..... است تا بیشتر در ذهن ما تثبیت شود.