

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای

نام دبیر: کمالی

زمان: ۶۰ دقیقه

تاریخ: ۹۷/۳/۲۷

تعداد صفحات: ۳

بسم الله

نمره به عدد و حروف:

شماره داوطلبی:

نام و نام خانوادگی:

کلاس:

نمره تجدید نظر:

آزمون پایانی نوبت دوم

سال تحصیلی ۹۶-۹۷



پایه دهم

ردیف	لطفاً پاسخ سؤالات را منظم در همین برگه بنویسید.	بارم
۱	لایه‌های اصلی پیام‌های رسانه‌ای را نام ببرید.	۰,۷۵
۲	یک پیام مثال بزنید و لایه‌های اصلی را در آن مشخص کنید.	۰,۷۵
۳	مخاطب فعال چه کسی است؟	۰,۵
۴	دو مورد از ویژگی‌های بازنمایی را بیان کنید.	۱
۵	رابطه‌ی بازنمایی و کلیشه چیست؟	۰,۷۵
۶	آیا می‌توان در دیالوگ فیلم از متن سخنرانی علمی استفاده کرد؟ یا برای انتشار اخبار از کتاب استفاده کرد؟ چرا؟	۱
۷	رسانه‌ها بر اساس خود پیام‌ها را می‌کنند. پس نمی‌توانند بی‌طرف باشند.	۰,۵

ادامه در صفحه ی بعد

۰,۷۵	۸	«برای تولید پیام مؤثر، باید مهندسی معکوس کرد.» یعنی چه؟
۱,۲۵	۹	مفهوم مخاطب در طول زمان و با گسترش رسانه‌ها و پیشرفت‌های فناوری چگونه تغییر کرده است؟ مثال بزنید.
۱,۲۵	۱۰	آیا هر رسانه‌ای ارزش یکبار تجربه شدن را دارد؟ چرا؟
۰,۵	۱۱	یکی از مهمترین وظایف مخاطبان و رسانه‌ها است و از مصداق‌های مهم محسوب می‌شود.
۱,۵	۱۲	سبک زندگی چیست؟ دو مورد مثال بزنید
۱,۵	۱۳	فناوری‌های ارتباطی با ویژگی‌های مختلفی از جمله سرعت، دقت، تعامل و... بر چهار محدودیت انسان غلبه کرده‌اند. دو مورد را توضیح دهید و برای هر کدام مثال ذکر کنید.
۱	۱۴	در رژیم مصرف رسانه‌ای باید مشروط و محدود عمل کرد؛ و
۱	۱۵	اخبار و اطلاعات زرد چیست؟
۲	۱۶	سرریز اطلاعات چه وضعیتی است؟ دو ویژگی را توضیح دهید.

ادامه در صفحه بعد		
۲	اعتیاد رسانه‌ای چیست؟ آیا قضاوت درباره‌ی آن ساده است؟	۱۷
۲	<p><u>درستی یا نادرستی گزاره‌های زیر را مشخص کنید و در صورت نادرست بودن، علت آن را بیان کنید.</u></p> <p>الف) رسانه‌های جدید با ارائه‌ی امکاناتی مانند شبکه‌های اجتماعی، امکان تفریح در هر مکان، زمان و به تنهایی را فراهم کرده‌اند و همین ما را به فردگرایی سوق داده است.</p> <p>ب) فضای مجازی غیر واقعی است و بر زندگی حقیقی ما تأثیری ندارد.</p> <p>ج) اخلاق امری بیرونی است و در تمام جوامع و فرهنگ‌ها قواعد یکسانی دارد.</p> <p>د) برای اینکه بتوانیم رژیم مصرف داشته باشیم، باید بر اساس نیازها و اهداف خود، اولویت‌بندی کنیم.</p>	۱۸
موفق و پیروز باشید.		

ردیف	لطفاً پاسخ سؤالات را منظم در همین برگه بنویسید.	بارم
۱	لایه‌های اصلی پیام‌های رسانه‌ای را نام ببرید. ۱. متن ۲. زیرمتن ۳. فرامتن - هر کدام ۰,۲۵	۰,۷۵
۲	یک پیام مثال بزنید و لایه‌های اصلی را در آن مشخص کنید. مثال ۰,۲۵ - دو لایه‌ی زیرمتن و (فرامتن یا متن) هر کدام ۰,۲۵	۰,۷۵
۳	مخاطب فعال چه کسی است؟ مخاطب فعال: مخاطبی که هوشمندانه پیام‌ها را دریافت، تحلیل و درک می‌کند ۰,۲۵ و آگاهانه در مورد آن قضاوت می‌کند ۰,۲۵	۰,۵
۴	دو مورد از ویژگی‌های بازنمایی را بیان کنید. هر کدام ۰,۵ ۱. لزوماً دروغ یا ضد واقعیت نیست ۲. لزوماً تغییر معنا و ذات واقعیت نیست ۳. بسته به ارزش هدف می‌تواند مثبت یا منفی باشد	۱
۵	رابطه‌ی بازنمایی و کلیشه چیست؟ همان تعریف کلیشه کلیشه تکرار و تعمیم ۰,۲۵ بازنمایی ۰,۲۵ در طول زمان ۰,۲۵ است	۰,۷۵
۶	آیا می‌توان در دیالوگ فیلم از متن سخنرانی علمی استفاده کرد؟ یا برای انتشار اخبار از کتاب استفاده کرد؟ چرا؟ خیر ۰,۲۵ - چون هر پیام رسانه‌ای بسته به ۱. نوع محتوا ۰,۲۵ و ۲. ویژگی‌های مخاطب ۰,۲۵، باید با قالب رسانه‌ای مناسب ۰,۲۵ خود ساخته و منتشر شود.	۱
۷	رسانه‌ها بر اساس ارزش‌ها و دیدگاه‌های ۰,۲۵ خود پیام‌ها را اولویت‌بندی ۰,۲۵ می‌کنند. پس نمی‌توانند بی‌طرف باشند.	۰,۵
۸	«برای تولید پیام مؤثر، باید مهندسی معکوس کرد.» یعنی چه؟ یعنی باید با مخاطب‌شناسی دقیق ۰,۲۵، نیازهای مخاطب را شناخت ۰,۲۵ و پیام را متناسب با آن‌ها تولید کرد ۰,۲۵	۰,۷۵
۹	مفهوم مخاطب در طول زمان و با گسترش رسانه‌ها و پیشرفت‌های فناوری چگونه تغییر کرده است؟ مثال بزنید. از جایگاه یک‌طرفه (گیرنده) ۰,۵، به جایگاه دوطرفه (تعاملی) ۰,۵ تبدیل شده است. مثال: شما در شبکه‌های اجتماعی در لحظه هم فرستنده اید و هم گیرنده. ۰,۲۵	۱,۲۵
۱۰	آیا هر رسانه‌ای ارزش یکبار تجربه شدن را دارد؟ چرا؟ خیر ۰,۲۵ چرا که در بهره‌مندی از یک رسانه دو سرمایه‌ی ۱. وقت (عمر و جوانی) ۰,۵ ۲. هزینه (سرمایه و دسترنج) می‌پردازید. ۰,۵	۱,۲۵

۰,۵	یکی از مهمترین وظایف مخاطبان و رسانه‌ها شناخت حقوق متقابل ۰,۲۵ است و از مصداق‌های مهم حقوق بشر ۰,۲۵ محسوب می‌شود.	۱۱
۱,۵	سبک زندگی چیست؟ دو مورد مثال بزنید افراد در زندگی روزمره‌ی خود ۰,۲۵ الگوهایی را انتخاب می‌کنند ۰,۲۵ و رفتارهای خود را ۰,۲۵ بر مبنای آن‌ها سازمان می‌دهند ۰,۲۵ که ابعدی از سبک زندگی است. مثال: پوشش، آرایش و پیرایش، غذا خوردن، خرید کردن، نوع تفریح، ارزش‌ها و... ۰,۵	۱۲
۱,۵	فناوری‌های ارتباطی با ویژگی‌های مختلفی از جمله سرعت، دقت، تعامل و... بر چهار محدودیت انسان غلبه کرده‌اند. دو مورد را توضیح دهید و برای هر کدام مثال ذکر کنید. هر مورد: نام بردن (۰,۲۵) - توضیح (۰,۲۵) - مثال (۰,۲۵) ۱. زمان: ارتباط افراد بدون اینکه همزمان با هم در ارتباط باشند (پیام‌رسان‌ها) ۲. مکان: ارتباط افراد بدون اینکه در یک مکان باشند (تماس تصویری) ۳. زبان: ارتباط افراد بدون اینکه زبان یکدیگر را بدانند (ترجمه در لحظه) ۴. امکان: ارتباط افراد ناتوان با دیگران که در حالت عادی این کار ممکن نیست	۱۳
۱	در رژیم مصرف رسانه‌ای باید مشروط و محدود عمل کرد؛ مشروط به سالم بودن ۰,۵ و محدود به میزان نیاز ۰,۵	۱۴
۱	اخبار و اطلاعات زرد چیست؟ خیلی وقت‌ها اخبار و اطلاعات با جذابیت زیاد ارائه می‌شود ۰,۵، اما برخلاف ظاهر فریبنده‌شان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و اطلاعات ارزشمندی ۰,۵ به ما اضافه نمی‌کنند. به آن‌ها اخبار و اطلاعات زرد گفته می‌شود.	۱۵
۲	سرریز اطلاعات چه وضعیتی است؟ دو ویژگی را توضیح دهید. ۱. در زمینه یک موضوع، اطلاعات بیش از اندازه وجود دارد و مخاطب دچار سردرگمی یا صرف‌نظر کردن از اطلاعات می‌شود - ۱ ۲. اطلاعات درست و نادرست بدون اعتبارسنجی در دسترس مخاطب قرار دارد - ۱	۱۶
۲	اعتیاد رسانه‌ای چیست؟ آیا قضاوت درباره‌ی آن ساده است؟ اگر مخاطب مهارت انتخاب‌گری را نیاموخته باشد، آنچه که جذاب‌تر و نه لزوماً مفیدتر (مطالب زرد) است را انتخاب می‌کند، گاهی این جذابیت‌ها مخاطب را وابسته می‌کند که این وابستگی می‌تواند به اعتیاد رسانه‌ای منجر شود - ۱ قضاوت درباره‌ی اعتیاد رسانه‌ای ساده نیست و باید عوامل چون ۱. شرایط اعتیاد، ۲. مخاطب و ۳. دسترسی را در نظر گرفت - ۱	۱۷
۲	<u>درستی یا نادرستی گزاره‌های زیر را مشخص کنید و در صورت نادرست بودن، علت آن را بیان کنید.</u> الف) رسانه‌های جدید با ارائه‌ی امکاناتی مانند شبکه‌های اجتماعی، امکان تفریح در هر مکان، زمان و به تنهایی را فراهم کرده‌اند و همین ما را به فردگرایی سوق داده است. درست ۰,۲۵ ب) فضای مجازی غیر واقعی است و بر زندگی حقیقی ما تأثیری ندارد. نادرست ۰,۲۵ ج) اخلاق امری بیرونی است و در تمام جوامع و فرهنگ‌ها قواعد یکسانی دارد. نادرست ۰,۲۵ د) برای اینکه بتوان قواعد و اصول کلی برای اخلاق تعریف کرد، اما چون امری درونی است، در هر جامعه و فرهنگ، از ارزش‌های درون آن جامعه ریشه می‌گیرد و ممکن است در جوامع مختلف، متفاوت باشد و نمی‌توان یک قانون جهانی برای اخلاق در نظر گرفت. ۰,۵ ه) برای اینکه بتوانیم رژیم مصرف داشته باشیم، باید بر اساس نیازها و اهداف خود، اولویت‌بندی کنیم. درست ۰,۲۵	۱۸
موفق و پیروز باشید.		