|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **نام و نام خانوادگی:** | | **بسمه تعالی**  **وزارت آموزش و پرورش**  **اداره کل آموزش و پرورش استان** | ساعت شروع آزمون : | |
| **نام درس: سواد رسانه ای** | | **نوبت :دوم** | |
| پایه : دهم | | **تاریخ :** / / 04 14 | |
| نام دبیر: محمدباقر حسنعلی زاده | | وقت پاسخگویی: 75 دقیقه | |
| ردیف | **\*www.20byar.ir\*** | | | بارم |
| 1 | **جاهای خالی در عبارات زیر را که در رابطه با مهندسی پیام است، با کلمات مناسب کامل کنید** :  **الف-انتشار متن های طوالنی در ................... جالب نیست**  **ب- ............. جای سخنرانی کردن نیست** .  **پ-در رسانه های .......... امکان تعامل مستقیم و فوری با مخاطب وجود ندارد** .  **ت-برای اطاطّالعّالع از آخرین اخبار .......... ،یا .......... از کتاب مناسب تر است**. | | | 2 |
| 2 | **انواع سواد را نام ببرید؟** : | | | 1.5 |
| 3 | **اطلاعات مربوط به هر قسمت را به هم وصل کنید .** متن  **الف) شامل متن اصلی پیام است .** فرامتن  **ب) مربوط به فرهنگ و بستر جامعه ای است که پیام در آن ارسال شده است .** زیرمتن | | | 1 |
| 4 | **شبکه ارتباط میان افراد از طریق چه چیز امکان پذیر است ؟**  **1) روزنامه ها 2 ) صحبت کردن 3 ) گوش دادن 4) رسانه ها** | | | 05 |
| 5 | منظور از زيرمتن در رسانه ها چیست؟ | | | 1.5 |
| 6 | **کلیشه یا انگاره چیست؟** | | | 1.5 |
| 7 | چه چیزی تولیدات رسانه ای را از هم متفاوت ساخته است؟ | | | 1 |
| 8 | منظور از دروازه بانی خبر چیست؟ | | | 2 |
| 9 | **چهار مورد از شاخص های سبک زندگی را نام ببرید؟** | | | 1.5 |
| 10 | ويژگی های مخاطب فعال چیست؟ چهار مورد | | | 2 |
| 11 | **چرا عده ای فضای مجازی را زندگی دوم می نامند؟** | | | 2 |
| 12 | به چه دلیل اخلاق رسانه ای در جوامع و فرهنگ های متفاوت متغیر می باشد؟ | | | 1.5 |
| 13 | **منظور از اعتیاد رسانه ای چیست؟** | | | 2 |
|  | نمره کتبی: شفاهی: جمع نمرات:  موفق و پیروز باشید | | | 20 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **نام و نام خانوادگی:** | | **بسمه تعالی**  **وزارت آموزش و پرورش**  **اداره کل آموزش و پرورش استان** | ساعت شروع آزمون : | |
| **نام درس: سواد رسانه ای** | | **نوبت :دوم** | |
| پایه : دهم | | **تاریخ :** / / 04 14 | |
| نام دبیر: محمدباقر حسنعلی زاده | | وقت پاسخگویی: 75 دقیقه | |
| ردیف | **\*www.20byar.ir\*** | | | بارم |
| 1 | الف-شبکه های اجتماعی ب-سینما پ-چاپی ت-رادیو یا تلویزیون | | | 2 |
| 2 | **انواع سواد را نام ببرید؟** : سواد عاطفی- سواد ارتباطی- سواد مالی- سواد رسانه ای- سواد آموزش و پرورش- سواد رایانه ای | | | 1.5 |
| 3 | **الف) متن ب) زیر متن** | | | 1 |
| 4 | **4) رسانه ها** | | | 05 |
| 5 | پیام های پنهان و غیرمستقیمی است که تولیدکننده پیام با بهره گیری هدفمند از فنون اثرگذاری بر مخاطب در تولید رسانه ای جاسازی کرده است . | | | 1.5 |
| 6 | پاسخ: 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 یا انگاره تبدیل کتتد. | | | 1.5 |
| 7 | پیام های رسانه ای با هدفی خاص و با استفاده از فنون و ابزارها | | | 1 |
| 8 | فرایند گسترده ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل دهی، ارائه و عرضه، تکرار ،زمان بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است. به عبارتی دیگر، دروازه بانی شامل تمام جنبه های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است . | | | 2 |
| 9 | بازی، سرگرمی و چگونگی گذران اوقات فراغت، همانند پوشش، نوع و چگونگی غذا خوردن، نوع و میزان خرید کردن و سایر موارد از این قبیل، نشان دهنده سبک زندگی است. | | | 1.5 |
| 10 | خلاق - حقیقت جو - زیرک - گزینشگر | | | 2 |
| 11 | با ظهور اینترنت، دنیای جدیدی پدیدار شد که آن را فضای مجازی نامیدند؛ امّّا این فضا چندان هم مجازی نیست؛ چون به بخشی واقعی، اصلی و جدی از زندگی تبدیل شده است .چیزی که امروز به عنوان فضای مجازی معروف شده در اصل واقعیت است .بسیاری از ما در طول روز ساعت هایی از عمر خود را در این فضا زندگی می کنیم؛ لذا عدّه ای ترجیح می دهند آن را زندگی دوم بنامند که خیلی از قواعد زندگی اوّلّ را تحت تأثیر خود قرار داده است. | | | 2 |
| 12 | به سبب ریشه داشتن آن در مجموعه ارزش های درون جامعه، می تواند از جامعه و فرهنگی به جامعه و فرهنگی دیگر متفاوت و متغیر باشد. | | | 1.5 |
| 13 | **؟**از سوی دیگر رسانه ها هم در رقابت با یکدیگر سعی در استفادٔۀ حداکثری از فنون اقناع برای جذب ما دارند . در این حالت اگر مهارت انتخابگری را نیاموخته باشیم به آنچه جذاب تر و قانع کننده تر و نه لزوماً مورد نیاز و مفیدتر است، جذب، و گاه به استفاده از آن وابسته می شویم؛ این وابستگی گاهی چنان پیش می رود که به" اعتیاد رسانه ای" منجر می شود. | | | 2 |
|  | نمره کتبی: شفاهی: جمع نمرات: | | | 20 |