

اداره آموزش و پرورش فارس
مدیریت آموزش و پرورش شهرستان فیروزآباد
دبیرستان نمونه دولتی امام رضا (ع)

درس: تفکر و سواد رسانه‌ای	رشته: علوم تجربی	پایه: دهم	ساعت شروع: ۹ صبح	تعداد صفحات: ۲
روز:	تاریخ آزمون: ۱۴۰۱/۲/۲۷	نوبت آزمون: نوبت دوم	مدت آزمون: ۵۰ دقیقه	طراح: رامین وزیری

ردیف	شرح سؤال	بارم
۱	درست یا نادرست بودن عبارات زیر را مشخص کنید. (الف) در گذشته برای رسانه‌ها صحت اطلاعات از سرعت آن مهمتر تلقی می‌شد. (ب) تأثیر رسانه بر سبک زندگی به پیام‌های رسانه‌ای منحصر می‌شود. (ج) اخلاق رسانه‌ای امری درونی و با مادیات مرتبط است. (د) اخلاق رسانه‌ای از جامعه و فرهنگی به جامعه و فرهنگ دیگر متفاوت و متغیر است.	۲
۲	جاهای خالی را با کلمات مناسب پر کنید. (الف) رسانه‌ها طبق ... و ... خود به تولید پیام می‌پردازند. (ب) با ظهور اینترنت، دنیای جدید پدیدار شد که آن را ... می‌نامند. (ج) کلمه ... معرف تمام جریان‌هایی است که به وسیله آن‌ها یک اندیشه می‌تواند اندیشه‌های دیگری را تحت تأثیر قرار دهد. (چ) محتوای مدنظر فرستنده را که قصد دارد به مخاطب منتقل کند ... می‌گویند. (ح) ... عمومی‌ترین رسانه جمعی به‌شمار می‌رود. (د) بیشترین هدف از ارتباط با دیگران فرستادن پیام، تشویق گیرنده به تغییر رفتار، نگرش، باور، ارزش یا دیدگاه مطابق نظر فرستنده است که به آن ... می‌گویند. (ذ) ... فرایند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات شامل تمام جنبه‌های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمانبندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است. (ر) ... شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است. (ز) ... و ... تولیدکننده پیام در انتخاب کلمات، تصاویر، صداها و همه ابزارهایی دخالت دارد که برای انتقال یک پیام رسانه‌ای کاربرد دارد. (ژ) استخراج یک پیام از میان دیگر پیام‌ها یا از میان عبارات‌های یک پیام، در حالی که موضوعات دیگر مطرح شده از سوی رسانه، کوچک و کم اهمیت جلوه کند ... نام دارد. (س) رسانه‌ها می‌توانند از ... برای مهم جلوه دادن مطالب کم اهمیت و یا مطالب پراهمیت استفاده کنند. (ش) مخاطبان ممکن است براساس، و ... خود برداشت و تفسیر متفاوتی از پیام برای خود ایجاد کنند که الزاماً همه این تفاسیر درست نیستند.	۴/۵
۳	به سؤالات زیر پاسخ کوتاه دهید. (الف) دو مؤلفه سبک زندگی را بنویسید. (ب) نام دیگر نسل انگشت شست که در کتاب مطرح شده را بنویسید. (ج) دو مورد از فنون اقناع را بنویسید. (چ) «در این مرحله فرد به جست‌وجوی اطلاعات می‌پردازد که تصمیم او را تأیید و تقویت کند» اشاره به کدام مرحله از مراحل مقاومت مخاطب در برابر نوآوری و تغییر دارد؟ (مرحله و عنوان آن را بنویسید). (ح) منظور از اینکه رسانه‌ها در ارائه اخبار بدون تعصب و جهت‌گیری عمل می‌کنند چیست؟ (خ) «نمایش خشونت در برنامه‌های کودک» بیانگر کدام نوع از مصداق‌های حقوق مخاطب در برابر رسانه‌هاست؟ (د) «اختصاص زمان تبلیغات به یک نامزد انتخابات، بیش از سایر نامزدها در یک رسانه عمومی» بیانگر کدام نوع از مصداق‌های حقوق مخاطب در برابر رسانه‌هاست؟ (ذ) مثالی را بیاورید که نشان دهد یک دانش‌آموز به اینترنت اعتماد پیدا کرده است؟ (ر) «مردم به آسانی و به طور مستقیم تحت تأثیر رسانه‌ها قرار می‌گیرند. در این دیدگاه مخاطب منفعل است، سهمی در	۴/۵

ردیف	شرح سؤال	بارم
	شکل‌گیری پیام ندارد، آغوش خود را به روی هر رسانه‌ای گشوده است و از آن تأثیر می‌پذیرد» بیانگر کدام دیدگاه از دیدگاه‌های تأثیر رسانه بر مخاطب است؟	
۴	دو مورد از مزایا و معایب آموزش مجاری را بنویسید. (برای هر کدام یک مورد را بنویسید).	۱
۵	ورود ابزارهای رسانه‌ای به زندگی شما چه تغییراتی در سبک زندگی شما ایجاد کرده است؟ یک مورد را توضیح دهید.	۱
۶	دو مورد از معیارهای ارزشیابی تارنما (وب سایت) را بنویسید.	۱
۷	ساختارها و قالب‌هایی که تلویزیون برای ارائه پیام انتخاب می‌کند را بنویسید. (۴ مورد)	۱
۸	اخبار و اطلاعات زرد را تعریف کنید.	۱
۹	سرریز اطلاعات را توضیح دهید.	۱
۱۰	سرریز اطلاعات چه آسیب‌هایی را به انسان وارد می‌کند؟	۱
۱۱	دو مورد از معیارها و ملاک‌های اخلاق رسانه‌ای را بنویسید.	۱
۱۲	هدف سواد رسانه‌ای چیست؟	۱
	جمع بarm	۲۰

۱.

- الف) درست
- ب) نادرست
- ج) نادرست
- د) درست

۲.

- الف) رسانه‌ها طبق **ارزش‌ها و دیدگاه** خود به تولید پیام می‌پردازند.
- ب) با ظهور اینترنت، دنیای جدید پدیدار شد که آن را **فضای مجازی** می‌نامند.
- ج) کلمه **ارتباط** معرف تمام جریان‌هایی است که به وسیله آن‌ها یک اندیشه می‌تواند اندیشه‌های دیگری را تحت تأثیر قرار دهد.
- چ) محتوای مدنظر فرستنده را که قصد دارد به مخاطب منتقل کند **پیام** می‌گویند.
- ح) **تلویزیون** عمومی‌ترین رسانه جمعی به‌شمار می‌رود.
- د) بیشترین هدف از ارتباط با دیگران فرستادن پیام، تشویق گیرنده به تغییر رفتار، نگرش، باور، ارزش یا دیدگاه مطابق نظر فرستنده است که به آن **اقتناع** می‌گویند.
- ذ) **دروازه‌بانی** فرایند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات شامل تمام جنبه‌های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمانبندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است.
- ر) **دروازه‌بانی** شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است.
- ز) **دیدگاه‌ها و ارزش‌های** تولیدکننده پیام در انتخاب کلمات، تصاویر، صداها و همه ابزارهایی دخالت دارد که برای انتقال یک پیام رسانه‌ای کاربرد دارد.
- ژ) استخراج یک پیام از میان دیگر پیام‌ها یا از میان عبارت‌های یک پیام، در حالی که موضوعات دیگر مطرح شده از سوی رسانه، کوچک و کم اهمیت جلوه کند **برجسته‌سازی** نام دارد.
- س) رسانه‌ها می‌توانند از **برجسته‌سازی** برای مهم جلوه دادن مطالب کم اهمیت و یا مطالب پراهمیت استفاده کنند.
- ش) مخاطبان ممکن است براساس **دانش قبلی، تجربیات، ارزش‌ها و عقاید** خود برداشت و تفسیر متفاوتی از پیام برای خود ایجاد کنند که الزاماً همه این تفاسیر درست نیستند.

۳.

- الف) پوشش (لباس - زیورآلات) - نوع و نحوه غذا خوردن
- ب) فرهنگ تلفن همراه
- ج) گرم و صمیمی - تملق
- چ) مرحله ۵ام - تثبیت
- ح) هر تولیدکننده نارسانه‌ای باید برای تولیدات خود به انتخاب دست بزند. این انتخاب‌ها بازتابی از ارزش‌ها و دیدگاه‌های تولیدکنندگان رسانه‌ای است و فقط به اخبار منحصر نیست و در مورد همه تولیدات رسانه‌ای مصداق دارد.
- خ) رعایت بهداشت روانی (پرهیز از خشونت)
- د) حق بهره‌مندی مساوی از قانون
- ذ) استفاده ۳ ساعت پشت سر هم و بدون داشتن هدف خاص.
- ر) قدرت نامحدود رسانه‌ها

۴.

- مزایا= هزینه‌های آموزش کاهش می‌یابد - محدودیت‌های زمانی و مکانی کاهش می‌یابد.
- معایب = ارتباطات اجتماعی- انسانی کم می‌شود - دسترسی به اینترنت و فناوری مشکلاتی دارند.

۵.

- ورود تلویزیون به خانه و پخش برنامه تا پایان شب روی ساعت خواب و بیداری خانواده تأثیرگذار است.

۶.

آخرین به روز رسانی این تارنماها چه زمانی بوده است؟
ارتباط تصاویر با موضوع چگونه است؟

۷.

مستند - فیلم سینمایی - آموزشی - کمدی و طنز

۸.

اخبار و اطلاعاتی که به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و جذاب ارائه می‌شوند اما با کمی دقت در این پیام‌ها متوجه می‌شویم که برخلاف ظاهر فریبنده محتوای سطحی و توخالی دارند و علی‌رغم سرگرم‌کننده و جالب بودن ارزش چندانی ندارند.

۹.

وضعیتی است که در آن، در زمینه یک موضوع بیش از اندازه اطلاعات موجود است. این پدیده می‌تواند موجب اضطراب و سردرگمی افراد و ناتوانی در تصمیم‌گیری در انتخاب یا صرف‌نظر از همه یا بخشی از اطلاعات شود.

۱۰.

اضطراب - سردرگمی افراد و ناتوانی در تصمیم‌گیری در انتخاب یا صرف‌نظر کردن از همه یا بخشی از آن می‌شود.

۱۱.

دارا بودن احساس مسئولیت اجتماعی و رعایت مصالح عموم - رعایت جنبه‌های ادب و احترام در تولید پیام

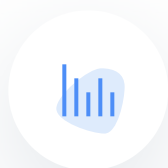
۱۲.

بتواند مخاطب فعال، خلاق، حقیقت‌جو، زیرک، گزینشگر و هوشمند تربیت کند و نه صرفاً مصرف‌کننده‌ای منفعل، ساده و خام برای پیام رسانه‌ای.



اپلیکیشن درسی همیار

برنامه رایگان درسی همیار



تمام پایه ها

جواب کتاب ، تدریس و نمونه سوال



همیشه رایگان

برنامه همیار کاملا رایگان میباشد