



مشاوره تحصیلی هیوا

تخصصی ترین سایت مشاوره کشور

مشاوره تخصصی ثبت نام مدارس ، برنامه ریزی درسی و آمادگی
برای امتحانات مدارس

برای ورود به صفحه مشاوره مدارس کلیک کنید

برای ورود به صفحه نمونه سوالات امتحانی کلیک کنید

تماس با مشاور تحصیلی مدارس

۹۰۹۹۰۷۱۷۸۹



تماس از تلفن ثابت

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

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

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

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	ردیف	سوالات		

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

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

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

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

محل مهر و امضاء مدیر	نمره به عدد:	نمره به حروف:	نمره تجدید نظر به عدد:	نمره به حروف:
	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
ج	۸- زمانی که قیاس شوندگان با همدیگر مشابه باشند.
	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.	