

نام و نام خانوادگی:

نام درس: تفکروسواد رسانه ای

اداره کل آموزش و پرورش استان البرز

مدت امتحان: ۷۰ دقیقه

تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۳/

ساعت:

مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲

شماره داوطلب:

دبیرستان غیردولتی دوره دوم شکوفه های

محراب

نام دبیر: توحیدلو

امتحانات ترم نوبت دوم خرداد ماه ۱۴۰۲

بارم

ردیف

۳

۱. جاهای خالی را با کلمات مناسب پر کنید.

- الف) به سومین لایه که خارج از متن پیام است و شامل شرایط محیطی و فرهنگی میشود می گویند.
- ب) انتشار متن های طولانی در جالب نیست.
- ج) بسیاری از مخاطبان رسانه ها برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح به سراغ می روند.
- د) نمایش میتواند در سنن مختلف منجر به آسیب های مانند استرس و لکنت زبان شود.
- ه) روی بازی های ویدیویی یا رایانه ای محدودیت هایی برای بازی را مشخص می کند.
- و) الگوهای فرهنگی ای است که توسط بخشی از افراد جامعه پذیرفته می شود.

۱

۲. عبارات درست و نادرست را مشخص کنید. دلیل نادرستی را بنویسید.

- الف) مرحله اول، آگاهی فرد از وجود نو آوری اطلاع پیدا می کند.
- ب) دروازه بانی فرآیند گسترده ای از کنترل رسانه ها، شامل جنبه های رمز گذاری پیام است.
- ج) تداعی معانی یکی از ویژگی های فنون اقناع است.
- د) تمایل و علاقه شدید به رسانه های اینترنتی از ویژگی های معتاد رسانه ای است.

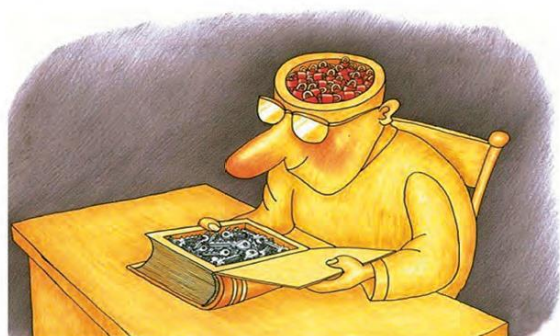
۱، ۵

۳. پاسخ سوالات ستون سمت راست را از ستون سمت چپ انتخاب کنید.

الف) استخراج یک پیام از میان دیگر پیام ها	حسن تعبیر
ب) در این فن به جای پیش بینی یک آینده مثبت ی برونداد منفی هشدار داده می شود	حریم خصوصی
ج) ایجاد فضای برای تجربه روانی و ذهنی مخاطب در انجام رفتارهایی که مردم آزاری تلقی می شود	نمادهای محلی، ملی و فراملی
د) در این ویژگی انطباق یا عدم انطباق با اصول اسلامی در نظر گرفته می شود	شیب لغزان
ه) میتواند به عنوان یکی از مولفه های سبک زندگی به شمار رود	نقض هنجارهای اجتماعی
و) اطلاعاتی که با افراد خاص به اشتراک نذاریم	برجسته سازی
	تثبیت
	نقض ارزش های دینی

۲

۴. تصویر زیر را تحلیل و تفسیر کنید.



شماره صفحه :		باسمه تعالی		تعداد صفحات: ۳	
نام و نام خانوادگی:		اداره کل آموزش و پرورش استان البرز		مدت امتحان : ۷۰ دقیقه	
نام درس: تفکروسواد رسانه ای		مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲		تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۳/	
پایه: دهم		دبیرستان غیردولتی دوره دوم شکوفه های		ساعت:	
رشته: مشترک		محراب		شماره داوطلب:	
نام دبیر: توحیدلو		امتحانات ترم نوبت دوم خرداد ماه ۱۴۰۲			
ردیف	بارم				
۳	۵. اصطلاحات زیر را تعریف کنید. الف) رژیم مصرف ب) اخبار و اطلاعات زرد ج) نظریه ی تزریق پیام				
۱	۶. تصویر زیر به کدام واقعیت اشاره دارد؟ 				
۱	۷. گزینه درست را انتخاب کنید. الف) مسئله ورود رسانه ها به حریم خصوصی افراد یا عدم رعایت حق نشر توسط افراد به کدامیک از مفاهیم رسانه ای زیر مربوط می شود؟ ۱) مخاطب خاص ۲) مخاطب بی مخاطب ۳) اخلاق رسانه ای ۴) رژیم مصرف رسانه ای ب) مخاطب حق دارد که منابع رسانه ای متعدد و سالمی در دسترس داشته باشد تا بتواند آنچه را مناسب نیاز اوست انتخاب کند، به کدامیک از حقوق مخاطب مربوط می شود؟ ۱) حق حفظ و احترام به حریم خصوصی ۲) حق شکایت از رسانه ی خطاکار ۳) حق دسترسی به اطلاعات ۴) حق تصحیح ج) کدامیک از گزینه های زیر، جزء حقوق رسانه ای افراد نیست؟ ۱) رعایت بهداشت روانی ۲) رژیم مصرف رسانه ای ۳) رعایت انصاف و بی طرفی ۴) حفظ اخلاق عمومی د) تصویر زیر با کدام مفهوم رسانه ای ارتباط دارد؟ ۱) مخاطب بی مخاطب ۲) رژیم مصرف رسانه ای ۳) اعتیاد رسانه ای ۴) مخاطب خاص 				

شماره صفحه :		باسمه تعالی	
نام و نام خانوادگی:		تعداد صفحات: ۳	
نام درس: تفکروسواد رسانه ای	اداره کل آموزش و پرورش استان البرز	مدت امتحان : ۷۰ دقیقه	
پایه : دهم	مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲	تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۳/	
رشته : مشترک	دبیرستان غیردولتی دوره دوم شکوفه های	ساعت:	
نام دبیر: توحیدلو	محراب	شماره داوطلب:	
امتحانات ترم نوبت دوم خرداد ماه ۱۴۰۲			
ردیف	بارم		

	۸. پنج کلید اصلی سواد رسانه ای را نام ببرید:	۲, ۵
	۹. از دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب قدرت نامحدود رسانه ها را توضیح دهید:	۱
	۱۰. سر ریز اطلاعات ما را با چه مشکلاتی روبه رو می سازد؟	۱
	۱۱. امام علی (ع) درباره مسئولیت افراد در برابر کلام خود چه فرمودند؟	۱
	۱۲. چهار مورد از مصداق های بی اخلاقی در فضای رسانه ای را نام ببرید:	۱
	۱۳. اخلاق رسانه ای چیست؟	۱

شماره صفحه :		باسمه تعالی	
نام و نام خانوادگی:		تعداد صفحات: ۳	
نام درس: تفکروسوادرسانه ای	اداره کل آموزش و پرورش استان البرز	مدت امتحان: ۷۰ دقیقه	
پایه: دهم	مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲	تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۳/	
رشته: مشترک	دبیرستان غیردولتی دوره دوم شکوفه های محراب	ساعت:	
نام دبیر: توحیدلو	امتحانات ترم نوبت دوم خرداد ماه ۱۴۰۲	شماره داوطلب:	
ردیف	بارم		

کلید سوالات

- ۱
الف) فرامتن
ب) شبکه های اجتماعی
ج) رسانه ها
د) موقعیت های ترسناک
ه) برجسب اسرا
و) مد ها

- ۲
الف) درست
ب) نادرست (کنترل اطلاعات)
ج) درست
د) درست

- ۳
الف) برجسته سازی
ب) شبیب لغزان
ج) نقض هنجارهای اجتماعی
د) نقض ارزش های دینی
ه) نماد های محلی، ملی و فراملی
و) حریم خصوصی

۴
بیانگر این است که شبکه های اجتماعی بر ای ۲۴ ساعت زندگی شما برنامه دارد و برای شما برنامه ریزی کرده اد باتوجه به مطلب کنار عکس شما باید ببینید در این مسابقه بین رسانه و شما که بین عمر و سرمایه شما از دست می رود آیا هر رسانه ای ارزش دیدن را دارد؟ در مغز انسان قفل هایی است که با خواندن تاب باز می شود به عبارتی قدرت فکر ما را افزایش می دهد.

۵
الف) همه ما برای زنده ماندن و داشتن جسمی سالم، نیازمند خوردن و آشامیدن هستیم؛ اما هرچیز را برای تغذیه انتخاب نمی کنیم. م بدانیم که مواد غذایی ارزش شهای غذایی مختلف دارند و همه به یک اندازه برای سلامت مفید نیستند. بسته به جنسیت، سن، وزن، قد، وضعیت جسمانی و با مشورت و راهنمایی بزرگ ترها و متخصصان باید از یک دستورالعمل صحیح در انتخاب و مصرف مواد غذایی استفاده کنیم. رعایت این دستورالعمل غذایی به ما قدرت انتخاب در « رژیم مصرف » یا رویارویی با انواع خوردنی ها را می دهد و می تواند تا حدی زیاد سلامت ما را تضمین کند.

ب) خیلی وق تنها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و جذاب ارائه می شود و ممکن است ما را ساعتها به خود مشغول کند؛ اما با کمی دقت در این گونه بیا مها، متوجه م بشویم که بر خلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و علی رغم سرگرم کنندگی و جالب بودن، ارزش چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی کنند. به این نوع اخبار و اطلاعات، اخبار و اطلاعات زرد گفته می شود

ج) اشاره به قدرت نا محدود رسانه و پذیرش بی چون و چرای پیام از طرف مخاطب.

۶
در اینجا ما می توانیم برداشت مخاطبان از یک پیام را مشاهده کنیم ، به طوری که هر یک از آنها به نوبه ی خود درمورد آن چیزی که در مقابلشان می باشد برداشت خودش را کرده است و یی عدد ۹ و دیگری عدد ۶ را می بیند.

- ۷
الف) ۲
ب) ۳
ج) ۲
د) ۴

۸
فرستنده پیام – مجرا/کانال/رسانه – گیرنده/بستر/فرهنگ

۹. دیدگاه اول، دیدگاه قدرت نامحدود رسانه ها است که مخاطب را منفعل می داند دیدگاه مخاطب منفعل بیان می دارد که مردم به آسانی و به طور مستقیم تحت تأثیر رسانه ها قرار می گیرند. در این دیدگاه، مخاطب منفعل است، سهمی در شکل گیری پیام ندارد، آغوش خود را به روی هر پیام و رسانه ای گشوده است و از آن تأثیر می پذیرد.

شماره صفحه :		باسمه تعالی		تعداد صفحات: ۳	
نام و نام خانوادگی:		اداره کل آموزش و پرورش استان البرز		مدت امتحان : ۷۰ دقیقه	
نام درس: تفکروسواد رسانه ای		مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲		تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۳/	
پایه: دهم		دبیرستان غیردولتی دوره دوم شکوفه های		ساعت:	
رشته: مشترک		محراب		شماره داوطلب:	
نام دبیر: توحیدلو		امتحانات ترم نوبت دوم خرداد ماه ۱۴۰۲			
ردیف	بارم				
	۱۰. کاهش قدرت تصمیم گیری در انتخاب ها – افزایش بیش اندازه اطلاعات بدون استفاده – گرفتن وقت ما برای پیدا کردن اطلاعات مورد نظرمان ۱۱. امام علی علیه السلام در باب مسئولیت افراد در برابر کلام خویش می فرماید «تا زمانی که گفتاری را بر زبان نرانده ای آن کلام و گفتار در اختیار تو است؛ ولی زمانی که آن را اظهار کردی از آن پس ضامن عواقب و پیامدهای آن خواهی بود.» ۱۲. تهمت - سرگرمی های بیهوده - غیبت - نگاه حرام – دروغ – توهین و ... ۱۳. اخلاق رسانه ای، امری درونی و با ارزش ها مرتبط است؛ بدین مفهوم درونی است که مجموعه قواعد و اصول اخلاق باید توسط فرستنده پیام رسانه ای رعایت شود.				

شماره صفحه :		باسمه تعالی		تعداد صفحات: ۳	
نام و نام خانوادگی:		اداره کل آموزش و پرورش استان البرز		مدت امتحان : ۷۰ دقیقه	
نام درس: تفکروسوادرسانه ای		مدیریت آموزش و پرورش ناحیه ۲		تاریخ امتحان: ۱۴۰۲/۳/	
پایه: دهم		دبیرستان غیردولتی دوره دوم شکوفه های		ساعت:	
رشته: مشترک		محراب		شماره داوطلب:	
نام دبیر: توحیدلو		امتحانات ترم نوبت دوم خرداد ماه ۱۴۰۲			
ردیف		بارم			