

نام و نام خانوادگی: مقطع و رشته: دهم ریاضی، تجربی و انسانی شماره داوطلب: تعداد صفحه سؤال:		جمهوری اسلامی ایران اداره ی کل آموزش و پرورش شهر تهران اداره ی آموزش و پرورش شهر تهران منطقه ۱۲ تهران دبیرستان غیردولتی پسرانه / دخترانه 		نام درس: تفکر و سواد رسانه‌ای نام دبیر: آقای قاسمی تاریخ امتحان: ۱۳۹۶/۱۰/۰۵ ساعت امتحان: ۸ صبح مدت امتحان: ۶۰ دقیقه	
ردیف	« سوالات »				ردیف
« سوالات به ترتیب شماره در همین برگه پاسخ داده شود. »					
۲	سه زیر مجموعه اینترنت را فقط نام ببرید.				۱
۲	رسانه چیست؟				۲
۲	تولیدات رسانه‌ای دارای سه شکل هستند، آنها را نام ببرید.				۳
۲	پنج پرسش کلیدی هر پیام رسانه‌ای کدام است؟				۴
۲	بازنمایی را تعریف کنید.				۵
۲	منظور از کلیشه‌سازی یا انگاره سازی را بنویسید.				۶
۲	عنصر تکرار و تعمیم چه کمکی به ما می‌کند؟				۷
۶	یکی از فیلم‌های مشهور سینمای هالیوود را نقد و فرامتن را در آن مشخص نمایید.				۸
۲۰	موفق باشید.				جمع نمره

پاسخ نامه سوالات		جمهوری اسلامی ایران اداره ی کل آموزش و پرورش شهر تهران اداره ی آموزش و پرورش شهر تهران منطقه ۱۲ تهران دبیرستان غیردولتی پسرانه / دخترانه 	نام درس: تفکر و سواد رسانه‌ای نام دبیر: آقای قاسمی تاریخ امتحان: ۹۶/۱۰/۰۵ ساعت امتحان: ۸ صبح مدت امتحان: ۶۰ دقیقه
۱	راهنمای تصحیح	۱	اینترنت اشیا خود مقدمه مفهومی بزرگتر به نام اینترنت همه چیز است که سه زیر مجموعه دارد: اینترنت اشیا اعم از وسایل و حتی حیوانات اینترنت انسان ورودی انسان به ماشین در هر شکلی و اینترنت رقمی دیجیتال تولید داده و مراوده آن برای استفاده های بعدی.
۲		۲	رسانه ابزاری است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند.
۳		۲	متن- زیر متن و فرا متن.
۴		۲	از چه فنونی برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟ قالب چهارچوب چطور افراد مختلف این پیام را متفاوت درک میکنند؟ مخاطبان/ گیرنده چه کسی این پیام را تولید کرده است؟ هویت/ فرستنده و مؤلف چرا این پیام فرستاده شده است؟ هدف/ انگیزه چه سبک زندگی، ارزشها و نظریاتی در این پیام ارائه شده یا از آن حذف شده است؟ محتوا/ پیام
۵		۲	بازنمایی یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص. معنای بازنمایی این نیست که ضرورتاً هر پیام رسانه‌ای، ضد واقعیت یا کاریکاتوری از آن باشد؛ بلکه این است که رسانه با استفاده از بازنمایی می‌کوشد تفسیر و تحلیل خود را از واقعیت موردنظر به طور آشکار و پنهان به ذهن مخاطبان خود ارسال کند طوری که او احساس تفاوتی بین این دو نکند.
۶		۲	اگر رسانه یا رسانه‌ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزند و در طول زمان به اشکال مختلف آنرا تکرار نمایند، می‌توانند آن بازنمایی را به کلیشه تبدیل کنند به بیان دیگر رسانه، راه‌های متصل کردن برخی گروه‌ها، هویت‌ها و موقعیت‌ها را به ما می‌آموزد. زمانی که این تصورات با مردم ارتباط پیدا کند به عنوان کلیشه تعریف می‌شود.
۷		۲	عنصر تکرار در ایجاد کلیشه انگاره نقشی کلیدی دارد. تکرار باعث می‌شود گیرنده پیام به طور ناخودآگاه به تعمیم دست بزند. تعمیم در ذهن مخاطب، هدف اصلی رسانه در انگاره‌سازی است.
۸		۶	اختیاری است.