


<p>نام درس: تفکر و سود رسانه‌ای</p> <p>نام دبیر: آقای قاسمی</p> <p>تاریخ امتحان: ۹۵/۱۰/۱۹</p> <p>ساعت امتحان: ۸ صبح</p> <p>مدت امتحان: ۶۰ دقیقه</p>	<p>اداره‌ی کل آموزش و پرورش شهر تهران (منطقه‌ی ۱۲)</p> <p>دبیرستان و پیش‌دانشگاهی غیر دولتی </p> <p>امتحانات نوبت اول سال تحصیلی ۹۵-۹۶</p>	<p>نام:</p> <p>نام خانوادگی:</p> <p>کلاس: دهم</p> <p>رشته: ریاضی و تجربی</p> <p>شماره صندلی:</p>
---	---	--

**« پاسخ کلیه‌ی سؤالات در زیر و پشت برگه به ترتیب نوشته شود. »**

ردیف	سؤالات	نمره
۱	سه زیر مجموعه اینترنت را فقط نام ببرید.	۲
۲	رسانه چیست؟	۲
۳	تولیدات رسانه‌ای دارای سه شکل هستند. آنها را نام ببرید.	۲
۴	پنج پرسش کلیدی هر پیام رسانه‌ای کدام است؟	۲
۵	بازنمایی را تعریف کنید.	۲
۶	منظور از کلیشه‌سازی یا انگاره سازی را بنویسید.	۲
۷	عنصر تکرار و تعمیم چه کمکی به ما می‌کند؟	۲
۸	یکی از فیلم‌های مشهور سینمای هالیوود را نقد و فرامتن را در آن مشخص نمایید.	۶
<b>موفق باشید.</b>		<b>جمع نمره</b>
		<b>۲۰</b>

« پاسخنامه »

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 مرآوده آن برای استفاده‌های بعدی.

۲- رسانه ابزاری است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند.

۳- متن- زیر متن و فرا متن.

۴- 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- 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.

۷- 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- اختیاری است.