

نام و نام خانوادگی: مقطع و رشته: دهم ریاضی و تجربی شماره داوطلب: تعداد صفحه سؤال: ۱ صفحه	جمهوری اسلامی ایران اداره ی کل آموزش و پرورش شهر تهران اداره ی آموزش و پرورش شهر تهران منطقه ..... تهران دبیرستان غیردولتی پسرانه / دخترانه	نام درس: تفکر و سواد رسانه ای تاریخ امتحان: ۱۳۹۶/۱۰/۰۵ ساعت امتحان: ۰۸:۰۰ صبح مدت امتحان: ۶۰ دقیقه
---	--	---

ردیف	سؤالات	نمره
۱/۵	رسانه‌ها چند نوع مخاطب دارند؟ نام ببرید.	۱
۲/۵	کلید واژه‌های سواد رسانه‌ای را نام ببرید.	۲
۱/۵	یک نمونه از کلیشه سازی‌های مثبت را بنویسید.	۳
۱/۵	با توجه به گفته‌ی ((آلیس واکر)) بهترین راه برای گرفتن قدرت مردم چیست؟	۴
۱/۵	رسانه‌ها چگونه بر ذهن و قلب مخاطب تاثیر می‌گذارند؟	۵
۲/۵	فنون اقناعی را نام ببرید؟(۴ مورد)	۶
۰/۵	بوی بد دهان، شکستگی و ناکامی، حقوق بشر و ... جزء کدام دسته از فنون اقناع است؟	۷
۰/۵	این ضرب المثل مربوط به کدامیک از روشهای اقناع است؟	۸
۲/۵	چهار نمونه از روش‌های تطمیع را بنویسید.	۹
۱/۵	چگونه میتوان مقایسه خوب و درستی انجام داد؟	۱۰
۱/۵	بازنمایی را تعریف کنید.	۱۱
۲/۵	اقناع چیست؟	۱۲

نام درس: تفکر و سواد رسانه ای		جمهوری اسلامی ایران	پاسخ نامه سوالات
تاریخ امتحان: ۱۰/۱۳۹۶/۰۵		اداره ی کل آموزش و پرورش شهر تهران	
ساعت امتحان: ۰۸:۰۰ صبح		اداره ی آموزش و پرورش شهر تهران منطقه ۲ تهران	
مدت امتحان: ۶۰ دقیقه		دبیرستان غیردولتی پسرانه / دخترانه	
ردیف	راهنمای تصحیح		ردیف
۱/۵	دو نوع. منفعل - فعال		۱
۲/۵	ذکر ۴ مورد از: قالب (رسانه) - فرستنده (مولف) - بستر (فرهنگ) - گیرنده (مخاطب) - محتوا (پیام)		۲
۱/۵	یک نمونه از کلیشه سازی های مثبت، بازنمایی اعتیاد در رسانه ها است.		۳
۱/۵	بهترین راه گرفتن قدرت مردم این است که آنها فکر کنند اصلا قدرتی ندارند.		۴
۱/۵	رسانه ها با استفاده از شیوه های اقناعی سعی می کنند بر ذهن و قلب مخاطب تاثیر گذارند.		۵
۲/۵	ذکر ۴ مورد از: برجسته سازی (بزرگ نمایی) - گواهی دادن ستاره ها، نخبگان - تداعی معانی - ترس - طنز - تکرار - همراهی با جماعت - افراد زیبا - ادعای آشکار - شدت - نمادها - مقایسه.		۶
۰/۵	ترس		۷
۰/۵	همراهی با جماعت		۸
۲/۵	ذکر ۴ مورد: حراج - تخفیف - قرعه کشی - هدیه رایگان - یکی بخر چند تا ببر		۹
۱/۵	زمانی که قیاس شونده با همدیگر مشابه باشند.		۱۰
۱/۵	بازنمایی یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص.		۱۱
۲/۵	فرستادن پیام به گیرنده و تشویق گیرنده که باعث تغییر رفتار، نگرش، باور، ارزش یا دیدگاه افراد شود را اقناع گویند.		۱۲