



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

**امتحانات**  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

نام و نام خانوادگی :	نام دبیر : آقای مهدی قهرمانی
پایه دهم	تاریخ امتحان : ۱۴۰۱ / ۰۳ / ۲۷
رشته : ریاضی و تجربی	زمان پاسخگویی : ۶۰ دقیقه

ردیف	سوالات	بارم
<b>الف : سوالات چهار گزینه ای :</b>		
۱	مفهوم ( فرستنده - گیرنده ) به ترتیب به کدام رسانه و مخاطب مربوط می شود ؟ (۱) یک سویه - فعال (۲) یک سویه - منفعل (۳) دوسویه - فعال (۴) دوسویه - منفعل	۰/۵
۲	کدام گزینه ی زیر از مراحل مقاومت مخاطبان در برابر نوآوری و تغییر ، پذیرش یا رد پذیرش حکایت دارد ؟ (۱) ترغیب - تصمیم (۲) آگاهی - ترغیب (۳) ترغیب - اجرا (۴) تصمیم - تثبیت	۰/۵
۳	برجسته سازی و سانسور در کدام مرحله از دروازه بانی خبر انجام می شود ؟ (۱) پردازش (۲) گزینش (۳) چینش (۴) ویرایش	۰/۵
۴	پیامد پیروی از کلیشه ی بدن معرفی شده توسط رسانه ها برای فرد یا جامعه چیست ؟ (۱) مصرف گرایی (۲) فردگرایی (۳) سلامت بدن (۴) وبگردی	۰/۵
۵	افزایش بازنشر پیام های رسانه ای در فضای مجازی یکی از ویژگی مخاطب ..... و کاهش تولید و نشر پیام های رسانه ای یکی از ویژگی های مخاطب ..... است. (۱) فعال - منفعل (۲) منفعل - فعال (۳) فعال - فعال (۴) منفعل - منفعل	۰/۵
<b>ب : جاهای خالی را با عبارت مناسب کامل کنید .</b>		
۶	به امکان مکالمه همزمان برای رسانه ها خصوصیت ..... گفته می شود .	۰/۵
۷	هر فرد برای ایجاد ارتباط با دیگران و انتقال پیام های خود از روش ها و ابزارهای مختلفی استفاده می کند . به مجموع این روش ها و ابزارها برای ایجاد ارتباط ..... گفته می شود .	۰/۵
۸	مخاطبی که می تواند با نقادی و هوشمندی تفاوت واقعیت و بازنمایی را کشف کند ، مخاطب ..... نامیده می شود	۰/۵
۹	لوازم صوتی و تصویری ژاپنی در رسانه ها با کلیشه ..... بازنمایی شده است .	۰/۵
۱۰	بعضی اوقات پیام های رسانه ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار ، ادعاهای قابل آزمایش را در مورد یک کالا مطرح می کنند به این روش ..... از فنون اقناع گفته می شود .	۰/۵
۱۱	برای تولید و ساخت یک پیام رسانه ای اول باید ..... را شناسایی کرد .	۰/۵
<b>پ : جمله های درست را با علامت ✓ و جمله های نادرست را با علامت × مشخص کنید .</b>		
۱۲	همه ی مخاطبان از محتوای یک پیام رسانه ای می توانند برداشت مشابهی داشته باشند . ○	۰/۵
۱۳	روایت کردن یک خبر می تواند آن خبر را هدف دار نموده و اهداف تولیدکننده را به خود بگیرد . ○	۰/۵
۱۴	مهندس پیام می تواند بازیگردان بزرگ برای یک تولید رسانه ای هم باشد . ○	۰/۵
۱۵	رسانه ها با نشان دادن کلیشه بدن منحصر به فرد برای نقش اول فیلم ها و سریال ها ویا در تبلیغات می کوشند تا مخاطب را از تصور بدنشان ناامید کرده و آن ها را به سمت تغییر در کلیشه بدنشان سوق دهد . ○	۰/۵
۱۶	محتوای مدنظر فرستنده را که قصد دارد به مخاطب منتقل کند ، کانال یا مجرا می گویند . ○	۰/۵
۱۷	رسانه ها با نشان دادن کلیشه بدن منحصر به فرد برای نقش اول فیلم ها و سریال ها ویا در تبلیغات ، می کوشند تا مخاطب را از تصور بدنشان ناامید کرده و آن ها را به سمت تغییر در کلیشه بدنشان سوق دهد . ○	۰/۵



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

**امتحانات**  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

نام و نام خانوادگی : پایه دهم رشته : ریاضی و تجربی	نام دبیر : آقای مهدی قهرمانی تاریخ امتحان : ۱۴۰۱ / ۰۳ / ۲۷ زمان پاسخگویی : ۶۰ دقیقه	<b>امتحانات نوبت دوم</b> <b>نام درس : تفکر و سواد رسانه ای</b>
<b>ت : به سوالات زیر به صورت مختصر و مفید پاسخ دهید .</b>		
۱۸	۲	دروازه‌بانی خبر را تعریف کرده و مراحل آن را به ترتیب بنویسید .
۱۹	۲	تصویر مقابل کدام نظریه در مورد رسانه‌ها را بیان می‌کند؟ آن را بنویسید . 
۲۰	۲	<b>مفاهیم زیر را به اختصار توضیح دهید .</b> الف : بازنمایی : ب : برجسته سازی : ج : زیر متن : د : مخاطب منفعل :
۲۱	۲	الف : کلیشه بدن را تعریف کنید . ب : هدف رسانه‌ها از اینکه می‌کوشند تا کلیشه بدن منحصر به فردی را به نمایش بگذارند ، چیست ؟ پ : چه صناعی از ساختن و ترویج کلیشه بدن در رسانه‌ها سود می‌برند ؟ ج : مراحل فرایند انتشار را نام ببرید .
۲۲	۱/۵	سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را بنویسید .
۲۳	۲	برای هر یک از اصطلاحات زیر یک مثال بنویسید . کلیشه مثبت : کلیشه منفی : عنصر تعمیم و تکرار : بازنمایی منفی :
جمع	۲۰	سربلند و سعادتمند باشید / تهران بهار ۱۴۰۱



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

**امتحانات**  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

نام و نام خانوادگی :	نام دبیر : آقای مهدی قهرمانی
پایه دهم	تاریخ امتحان : ۱۴۰۱ / ۰۳ / ۲۷
رشته : ریاضی و تجربی	زمان پاسخگویی : ۵۰ دقیقه

ردیف	سوالات	بارم
<b>الف : سوالات چهار گزینه ای :</b>		
۱	مفهوم ( فرستنده - گیرنده ) به ترتیب به کدام رسانه و مخاطب مربوط می شود ؟ (۱) یک سویه - فعال (۲) یک سویه - منفعل (۳) دوسویه - فعال (۴) دوسویه - منفعل	۰/۵
۲	کدام گزینه ی زیر از مراحل مقاومت مخاطبان در برابر نوآوری و تغییر ، پذیرش یا رد پذیرش حکایت دارد ؟ (۱) ترغیب - تصمیم (۲) آگاهی - ترغیب (۳) ترغیب - اجرا (۴) تصمیم - تثبیت	۰/۵
۳	برجسته سازی و سانسور در کدام مرحله از دروازه بانی خبر انجام می شود ؟ (۱) پردازش (۲) گزینش (۳) چینش (۴) ویرایش	۰/۵
۴	پیامد پیروی از کلیشه ی بدن معرفی شده توسط رسانه ها برای فرد یا جامعه چیست ؟ (۱) مصرف گرایی (۲) فردگرایی (۳) سلامت بدن (۴) وبگردی	۰/۵
۵	افزایش بازنشر پیام های رسانه ای در فضای مجازی یکی از ویژگی مخاطب ..... و کاهش تولید و نشر پیام های رسانه ای یکی از ویژگی های مخاطب ..... است. (۱) فعال - منفعل (۲) منفعل - فعال (۳) فعال - فعال (۴) منفعل - منفعل	۰/۵
<b>ب : جاهای خالی را با عبارت مناسب کامل کنید .</b>		
۶	به امکان مکالمه همزمان برای رسانه ها خصوصیت ..... گفته می شود .	۰/۵
۷	هر فرد برای ایجاد ارتباط با دیگران و انتقال پیام های خود از روش ها و ابزارهای مختلفی استفاده می کند . به مجموع این روش ها و ابزارها برای ایجاد ارتباط ..... گفته می شود .	۰/۵
۸	مخاطبی که می تواند با نقادی و هوشمندی تفاوت واقعیت و بازنمایی را کشف کند ، مخاطب ..... نامیده می شود	۰/۵
۹	لوازم صوتی و تصویری ژاپنی در رسانه ها با کلیشه ..... بازنمایی شده است .	۰/۵
۱۰	بعضی اوقات پیام های رسانه ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار ، ادعاهای قابل آزمایش را در مورد یک کالا مطرح می کنند به این روش ..... از فنون اقناع گفته می شود .	۰/۵
۱۱	برای تولید و ساخت یک پیام رسانه ای اول باید ..... را شناسایی کرد .	۰/۵
<b>پ : جمله های درست را با علامت ✓ و جمله های نادرست را با علامت × مشخص کنید .</b>		
۱۲	همه ی مخاطبان از محتوای یک پیام رسانه ای می توانند برداشت مشابهی داشته باشند . ○	۰/۵
۱۳	روایت کردن یک خبر می تواند آن خبر را هدف دار نموده و اهداف تولیدکننده را به خود بگیرد . ○	۰/۵
۱۴	مهندس پیام می تواند بازیگردان بزرگ برای یک تولید رسانه ای هم باشد . ○	۰/۵
۱۵	رسانه ها با نشان دادن کلیشه بدن منحصر به فرد برای نقش اول فیلم ها و سریال ها ویا در تبلیغات می کوشند تا مخاطب را از تصور بدنشان ناامید کرده و آن ها را به سمت تغییر در کلیشه بدنشان سوق دهد . ○	۰/۵
۱۶	محتوای مدنظر فرستنده را که قصد دارد به مخاطب منتقل کند ، کانال یا مجرا می گویند . ○	۰/۵
۱۷	رسانه ها با نشان دادن کلیشه بدن منحصر به فرد برای نقش اول فیلم ها و سریال ها ویا در تبلیغات ، می کوشند تا مخاطب را از تصور بدنشان ناامید کرده و آن ها را به سمت تغییر در کلیشه بدنشان سوق دهد . ○	۰/۵



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

**امتحانات**  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

نام و نام خانوادگی : پایه دهم رشته : ریاضی و تجربی	نام دبیر : آقای مهدی قهرمانی تاریخ امتحان : ۱۴۰۱ / ۰۳ / ۲۷ زمان پاسخگویی : ۵۰ دقیقه	<b>امتحانات نوبت دوم</b> <b>نام درس : تفکر و سواد رسانه ای</b>
<b>ت : به سوالات زیر به صورت مختصر و مفید پاسخ دهید .</b>		
۱۸	۲	دروازه‌بانی خبر را تعریف کرده و مراحل آن را به ترتیب بنویسید .
۱۹	۲	تصویر مقابل کدام نظریه در مورد رسانه‌ها را بیان می‌کند؟ آن را بنویسید . 
۲۰	۲	<b>مفاهیم زیر را به اختصار توضیح دهید .</b> الف : بازنمایی : ب : برجسته سازی : ج : زیر متن : د : مخاطب منفعل :
۲۱	۲	الف : کلیشه بدن را تعریف کنید . ب : هدف رسانه‌ها از اینکه می‌کوشند تا کلیشه بدن منحصر به فردی را به نمایش بگذارند ، چیست ؟ پ : چه صناعی از ساختن و ترویج کلیشه بدن در رسانه‌ها سود می‌برند ؟ ج : مراحل فرایند انتشار را نام ببرید .
۲۲	۱/۵	سه دیدگاه تاثیر رسانه بر مخاطب را بنویسید .
۲۳	۲	برای هر یک از اصطلاحات زیر یک مثال بنویسید . کلیشه مثبت : کلیشه منفی : عنصر تعمیم و تکرار : بازنمایی منفی :
جمع	۲۰	سر بلند و سعادتمند باشید / تهران بهار ۱۴۰۱

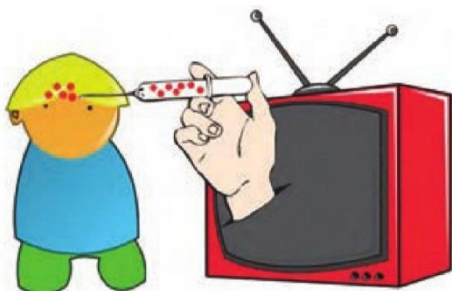


جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

**امتحانات**  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

نام و نام خانوادگی : پایه دهم رشته : ریاضی و تجربی	نام دبیر : آقای مهدی قهرمانی تاریخ امتحان : ۱۴۰۱ / ۰۳ / ۲۷ زمان پاسخگویی : ۵۰ دقیقه	<b>امتحانات نوبت دوم</b> <b>نام درس : تفکر و سواد رسانه ای</b>
--	---	---

ردیف	سوالیات	نمره
	<b>الف : سوالات تستی :</b>	
۱	گزینه (۲) یک سویه - منفعل	۰/۵
۲	گزینه (۴) تصمیم - تثبیت	۰/۵
۳	گزینه (۱) پردازش	۰/۵
۴	گزینه (۱) مصرف گرایی	۰/۵
۵	گزینه (۴) منفعل - منفعل	۰/۵
	<b>ب : جمله‌های زیر را با نوشتن یک کلمه‌ی مناسب کامل کنید .</b>	
۶	تعاملی	۰/۵
۷	سواد رسانه‌ای	۰/۵
۸	فعال	۰/۵
۹	مثبت	۰/۵
۱۰	ادعای آشکار	۰/۵
۱۱	مخاطب	۰/۵
	<b>پ : جمله‌های درست را با علامت ✓ و جمله‌های نادرست را با علامت × مشخص کنید .</b>	
۱۲	نادرست	۰/۵
۱۳	درست	۰/۵
۱۴	درست	۰/۵
۱۵	درست	۰/۵
۱۶	نادرست	۰/۵
۱۷	درست	۰/۵
	<b>ت : به سوالات زیر به صورت مختصر و مفید پاسخ دهید .</b>	
۱۸	به مراحل گزینش ، چینش و پردازش اخبار در یک برنامه خبری یا رسانه دروازه‌بانی خبر گفته می‌شود. (صفحه ۸۴ - درس ۱۱)	۰/۷۵
۱۹	پژوهشگران رسانه‌ای در ابتدا معتقد بودند که پیام‌های رسانه‌ای همانند گلوله‌های جادویی هستند که از اسلحه‌ی رسانه شلیک شده و بدون هیچ مقاومتی بر مخاطب وارد شده و او محکوم به مرگ است. (صفحه ۱۰۹ - درس ۱۳)	۰/۷۵





جمهوری اسلامی ایران  
وزارت آموزش و پرورش  
اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

**امتحانات**  
دبیرستان غیر دولتی موحّد

<p>نام دبیر: آقای مهدی قهرمانی تاریخ امتحان: ۱۴۰۱ / ۰۳ / ۲۷ زمان پاسخگویی: ۵۰ دقیقه</p>	<p><b>امتحانات نوبت دوم</b> <b>نام درس: تفکر و سواد رسانه ای</b></p>	<p>نام و نام خانوادگی: پایه دهم رشته: ریاضی و تجربی</p>
<p>۲</p>	<p><b>الف: نشان دادن واقعیت به شکلی خاص</b> <b>ب: استخراج یک پیام از میان دیگر پیام ها یا از میان عبارت های یک پیام؛ در حالی که موضوعات دیگر مطرح شده از سوی رسانه، کوچک و کم اهمیت جلوه کند، برجسته سازی نام دارد.</b> <b>ج: لایه های پنهان در زیر متن / فیلمنامه / شعر و هر اثر هنری دیگری است</b> <b>د: مخاطبی که بدون تحقیق و بررسی صحت و سقم اخبار یا تحلیل رسانه ها اقدام به پذیرش و انتشار می کند</b></p>	<p>۲۰</p>
<p>۲</p>	<p><b>الف: به خصوصیات ظاهری هر فرد مانند رنگ، اندازه و ... که با افراد دیگر متفاوت است، کلیشه بدن گفته می شود.</b> <b>ب: هدف رسانه ها این است که مخاطبان با دیدن این کلیشه منحصر به فرد در خود احساس ناامیدی و کمبود ایجاد کنند و به فکر اصلاح این کمبود خود در کلیشه بدن بیافتند و این کار معمولاً با صرف هزینه زیادی انجام می شود.</b> <b>پ: اکثر صنایع از جمله صنایع تغذیه، دارویی، پوشاک، لوازم ورزشی و ... (صفحات ۱۲۸ و ۱۳۰ - درس ۱۶)</b> <b>ج: آگاهی - ترغیب - تصمیم - اجرا - تثبیت</b></p>	<p>۲۱</p>
<p>۱/۵</p>	<p><b>- قدرت نامحدود رسانه که در آن مخاطب منفعل است - قدرت مشروط رسانه که در آن مخاطب فعال است -</b> <b>۳- قدرت محدود رسانه</b></p>	<p>۲۲</p>
<p>۲</p>	<p><b>کلیشه مثبت: خانمان سوز بودن اعتیاد در فیلم ها و سریال های ایرانی</b> <b>کلیشه منفی: بنجل بودن جنس ایرانی</b> <b>عنصر تعمیم و تکرار: تبلیغات ضد ایرانی در فیلم هایی مثل ۳۰۰</b> <b>بازنمایی منفی: مثل سرقت در اکثر فیلم ها توسط موتور سوار</b></p>	<p>۲۳</p>
<p>۲۰نمره</p>	<p>جمع کل نمرات</p>	<p>پایان</p>

سربلند و سعادت مند باشید - مهدی قهرمانی