

به نام خدا تفکر و سواد رسانه ای

1_ رسانه را تعریف و انواع آن را بیان کنید

جواب - رسانه ابزاری است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می کند

: انواع رسانه ها

رسانه فردی- در رسانه فردی پیام به تعداد محدود و مشخص و قابل کنترل از مخاطبان منتقل می شود مثل تلفن همراه

رسانه جمعی- پیام به سرعت و با هزینه ای کم به تعداد انبوهی از مخاطبان گوناگون که غیر قابل کنترل هستند منتقل می شود مثل تلویزیون و رادیو

2_ مفاهیم زیر را تعریف کنید: متن/ زیرمتن/ فرامتن

:جواب

متن - لایه هایی که دارای پیام آشکار و اصل تولید رسانه ای و محصول ملموس آن است "متن" گفته می شود

زیر متن- پیام های پنهان و غیر مستقیم هستند که با استفاده از فنون اثرگذاری بر مخاطبان در تولید رسانه های جاسازی می شوند

فرامتن - سومین لایه ای که خارج از متن است و شامل شرایط محیطی، فرهنگی و عوامل بیرونی حاکم بر درک و اثرگذاری پیام می شود که به آن "فرامتن" می گویند

3_ پنج رکن اصلی هر ارتباط را نام برده و تعریف کنید

جواب : 1 فرستنده 2 پیام 3 رسانه 4 گیرنده 5 فرهنگ

1 فرستنده... تولید کننده پیام است که بر مبنای اهداف پیام را تولید می‌کند

2 پیام... محتوای مد نظر فرستنده که قصد دارد به مخاطب انتقال دهد

3 رسانه... ابزار انتقال پیام است که محتول را به مخاطب منتقل می‌کند

4 گیرنده... به دریافت کننده و یا مخاطب که پیام برای او ارسال شده است گیرنده می‌گویند

5 فرهنگ... به بافت تاریخی و اجتماعی که پیام ارسالی از سوی فرستنده ممکن است دارای معانی جدید باشد فرهنگ گفته می‌شود

4_ بازنمای (کلیشه سازی) را تعریف کنید

جواب: بازنمایی، یعنی نشان دادن واقعیت به شکل خاص و معنادار رسانه‌ها با استفاده از بازنمایی تفسیر و تحلیل خودشان را از واقعیت به ذهن مخاطبان ارسال می‌دارند

کلیشه سازی، اگر رسانه‌ها در بازنمایی واقعیت بشکل خاص اصرار بورزند و در طول زمان و به اشکال مختلف آنرا تکرار کنند آن باز نمایی به کلیشه تبدیل می‌شود

5_ اقناع را تعریف کنید و پنج مورد از فنون اقناع را نام ببرید

جواب: تشویق گیرنده به تغییر رفتار نگرش باور ارزش‌ها یا دیدگاه مطابق نظر فرستنده را "اقناع" می‌گویند

فنون اقناع : گواهی ستارگان/ ترس/ طنز/ تکرار/ افراد ریبا/ شدت / نمادها

6_ از مفهوم "مهندسان پیام" چه می‌دانید

جواب : همانطور که در آشپزی باید از وسایل خاص و مواد اولیه و چاشنی‌های ویژه استفاده کرد پیام‌های رسانه‌ای هم باید با زمان و قالب مناسب خودش ساخته شود که توسط مهندسان پیام صورت می‌گیرد

7_ تولید کنندگان پیام‌رسان‌های برای انتقال پیام چگونه عمل می‌کنند

جواب : با توجه به پیام مورد نظر، امکانات و محدودیت‌های هر رسانه، قالبی مناسب برای انتقال پیام انتخاب می‌کنند مثلاً در رسانه‌های چاپی، امکان تعامل مستقیم وجود ندارد- سینما، جای سخنرانی نیست- متن‌های طولانی، در شبکه‌های اجتماعی جالب نیست- برای اطلاع از آخرین خبرها، رادیو و تلویزیون مناسب‌تر است

8_ نقش رسانه‌ها در زندگی روزمره را به طور خلاصه بیان کنید

جواب : در جوامع امروزی مردم بدون استفاده از رسانه‌ها نمی‌توانند به زندگی خود ادامه دهند چرا که رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسانها رخنه کرده تولید و مصرف رسانه‌ای (روزنامه‌ها، برنامه‌های تلویزیون، مثل هر کالای دیگری از قوانین اقتصادی پیروی می‌کند و بخشی از فعالیت‌های جوامع را شامل می‌شود

9_ حامیان مالی اسپانسر ها کالاهای تجاری چگونه و چه زمانی تبلیغ می‌کنند

جواب : شبکه‌های تلویزیونی زمانی خاص و ناشران، فضای معینی در اختیار حامی مالی کالاها قرار می‌دهند تا کالاهای تجاری خود را تبلیغ کنند

10_ در مورد " ادوارد اسنودن" چه می‌دانید به طور خلاصه بیان کنید

جواب : اسنودن کارمند سابق سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا و پیمانکار آژانس امنیت ملی آن کشور بود که در سالیان اخیر با افشاگری از عملیات عظیم جاسوسی در آمریکا و در سطح جهان پرده برداشت برخی از اسناد نشان می‌دهد اطلاعات مخابره شده مردم در حجم بسیار وسیع و گسترده رهگیری و شنود میشود

11_ روزه بانی خبر را توضیح دهید

جواب : دروزه بانی خبر فرایند گسترده ای از کنترل اطلاعات جلوگیری از نشر برخی مطالب انتقال و شکل دهی و ارائه و عرضه زمان بندی در مسیر تا گیرنده /به عبارت دیگر دروزه بانی خبر شامل تمام جنبه های انتخاب نگه داشتن و کنترل پیام است

12_ برجسته سازی در مطبوعات و رادیو تلویزیون چگونه صورت می گیرد

جواب : در 'مطبوعات' برجسته سازی یک خبر با استفاده از فنون صفحه بندی, اندازه عنوان, استفاده از عکس نقش طرح و جایگاه خبر در صفحه انجام میشود
در رادیو 'برجسته سازی با اولویت دهی در ترتیب شنیدن خبر, زمان اختصاص داده شده ' به آن خبر, و نیز تغییر در لحن گوینده انجام میشود
در تلویزیون 'برجسته سازی خبر با اولویت دادن به خبر , استفاده از خلاصه خبر , استفاده ' از عکس و اسلاید صورت میگیرد

13_ صفحه اول یک روزنامه را توصیف کنید

جواب : صفحه اول یک روزنامه مثل ویتترین است علاوه بر اشاره به محتوای روزنامه در جلب توجه مخاطبان برای خرید و مطالعه آن موثر است
صفحات روزنامه از محل تا بدونیم لای بالا (اول) و نیم لای پایین (دوم) تقسیم می شود که ارزش نیم لای اول بیشتر از نیم لای دوم

14_ خبر چیست ارزش های خبری و عناصر خبری کدامند

جواب : خبر- گزارشی از رویدادهای واقعی و عینی است که دارای یک یا چند ارزش خبری باشند
ارزش های خبری " عبارتند از مجاورت, شهرت, تازگی, استثنا و شگفتی, فراوانی تعداد " مقدار, دربرگیری
عناصر خبری " عبارتند از کجا, / چه کسی, / چه وقت, / چگونه, / چرا / چه چیزی "

15_ مهمترین تفاوت مخاطب اولیه با معادل امروزی رسانه‌ای آن در چیست

جواب : مهم ترین تفاوت شکل اولیه مخاطب با معادل امروزی رسانه ای آن را باید در این دانست که مخاطب آن دوران در بند زمان و مکان و در مقایسه با معیارهای مدرن بسیار محدود بود

16_ فرایند انتشار هر نوآوری شامل چه مراحل است نام ببرید

جواب : شامل ۵ مرحله

آگاهی/ ترغیب /تصمیم /اجرا/ تثبیت

17_ تفاوت رسانه یک سویه با رسانه دوسویه چیست توضیح دهید

جواب: در دوران رسانه های یک سویه یک فرستنده پیام گیرنده پیام وجود داشت اما با ظهور رسانه‌های دوسویه تعاملی مفهوم خطی، فرستنده -گیرنده به مفهوم دایره ای و پیچیده تبدیل شده است

18_ مخاطبان واژه "متن" پیام رسانه ای را چگونه تفسیر می کنند

جواب : هرچند "متن" تولید رسانه‌ای برای همه مخاطبان یکسان است اما مخاطبان ممکن است بر اساس، دانش قبلی/ تجربیات/ ارزش ها و عقاید خود، برداشت متفاوتی از متن داشته باشند که الزاما همه تفاسیر درست نیست

19_ تفاوت مخاطب "فعال" و مخاطب "منفعل" را بیان کنید

جواب : مخاطب "فعال" کسی است که می‌داند می‌خواهد و می تواند به شکل مناسب از رسانه ها بهره برداری کند
"در حالی که مخاطب "منفعل"

بی برنامه بی قاعده و بیش از حد در همه جا حاضر و ناظر است

20_ سه دیدگاه تاثیر رسانه ها بر مخاطب را نام ببرید

جواب : ۱ , دیدگاه قدرت نامحدود رسانه ها ۲ , قدرت مشروط رسانه ها ۳ , قدرت محدود رسانه ها

21_ مصداق های اصلی " حریم خصوصی " را نام ببرید (۴ مورد)

جواب : نام و سایر مشخصات شناسنامه ای / نشانی : آدرس- ایمیل / تصاویر / روابط خانوادگی و روابط دوستانه

22_ وش های نقض حریم خصوصی ما توسط شرکت ها و موسسات را نام ببرید

جواب : ۱ , زیر نظر گرفتن ۲ , فروش اطلاعات ۳ , دزدی هویت افراد ۴ , کنترل رایانه شخصی ۵ , فرستادن هرزنامه

23_ پنج مورد از مولفه های سبک زندگی را نام ببرید

جواب : یک پوشش / دو نوع غذا خوردن / سه طرز آرایش / چهار نوع و میزان خرید کردن / ۵ آداب و رسوم / ۶ چگونگی گذراندن اوقات فراغت / ۷ ارزشها

24_ با ذکر مثال تاثیر ابزارهای رسانه ای بر تغییر رفتار و زندگی روزمره را بیان کنید

جواب : مثال با ورود تلویزیون به خانه ها و بخش برنامه ها تا ساعات پایانی شب در ساعات خواب و بیداری بسیاری از اعضای خانواده تاثیر می گذارد و آن را دچار تغییر می کند و میزان تعاملات رودررو را کاهش می دهد به خصوص بعد از ورود کامپیوتر و تلفن های همراه

25_ رمورد " کلیشه بدن " چه می دانید به طور خلاصه بنویسید

جواب : میلیارد ها انسانی که روی کره زمین زندگی می کنند هر یک ویژگی های منحصر به فردی دارند که آنها را از هم متمایز می سازد اما در رسانه ها شکل خاصی از بدن را به

سمع و نظر مخاطبان می‌رسانند که خیلی باهم متفاوت نیستند و ما گاهی ممکن است از جسم و بدن خود ناامید شویم رسانه سعی دارد با کلیشه قرار دادن شکل خاصی از بدن یا آرایش مخاطبان را ترغیب به تقلید از آنها کنند لذا ما شباهت کمی با افرادی که در فیلم ها و رسانه ها می بینیم داریم

26_ چهار ویژگی از معیارهای رده بندی بازی های رایانه ای نظام اسرا را نام ببرید

جواب : خشونت / مواد مخدر, دخانیات /نمایش نکات غیر اخلاقی / ترس / نقض ارزش های دینی/ شناخته ناامیدی

27_ ز مفهوم زندگی دوم چه می دانید به طور خلاصه بنویسید

جواب : با ظهور اینترنت دنیای جدیدی به نام فضای مجازی پدیدار شد که در اصل واقعیت است و بسیاری از ما در طول روز ساعت هایی از عمر خود را در این فضا زندگی می‌کنیم که به آن می توان "زندگی دوم" گفت که خیلی از قواعد زندگی اول را تحت تاثیر خود قرار داده است

28_ فرهنگ تلفن همراه را از منظر پژوهشگران به طور مختصر بیان کنید

جواب : به نظر برخی پژوهشگران حوزه تلفن همراه بصراحت از فرهنگی جدید با نام فرهنگ تلفن همراه یا شکل گیری نسل "انگشت شصت" یاد می کنند. چرا که نوجوانان همواره دستشان روی صفحه کلید تلفن همراهشان است و در حال دریافت یا ارسال پیام هستند

29_ چهار مورد از توصیه ها در مورد استفاده از تلفن همراه را نام ببرید

جواب : ۱-عکس ها و فیلم های خصوصی تان را در تلفن همراه نگهداری نکنید ۲-در مکان های عمومی سعی کنید و از وای-فای عمومی استفاده نکنید۳- از اپراتور تان بخواهید تا از ارسال تبلیغات تجاری برایتان خودداری کنند ۴-متن هایی که از سوی افراد ناشناس ارسال می شود را باز نکنید و نادیده بگیرید

30_ هرزنامه "را تعریف کنید

جواب : پیامک هایی هستند که با وعده هایی چون هدایای رایگان و غیره, از شما می خواهند که اطلاعات کاربری خود را تایید کنید تا از این طریق اطلاعات شخصی شما آشکار شده و مورد سوء استفاده قرار گیرد که به آنها هرزنامه می گویند

31_ چهار مورد از معیارهای ارزشیابی تارنماها وبسایت ها را نام ببرید

جواب : آخرین به روزرسانی این تارنما چه زمانی بوده است / نویسنده وب سایت چه کسی است/ فهرست منابع در وب سایت ارائه شده است/ محتواهای موجود در صفحه با هم ارتباط دارند

32_ پنجگانه سواد رسانه ای را نام ببرید

جواب :

چه کسی پیام را تولید کرده است

چرا این پیام فرستاده شده

از چه فوننی برای جلب مخاطب استفاده شده

چطور افراد مختلف این پیام را متفاوت دریافت می کنند

چه سبک زندگی در این پیام ارائه شده است

33_ چهار توصیه درباره استفاده از تلویزیون را بیان کنید

جواب : برای تماشای تلویزیون برنامه داشته باشید

اشتباهات برنامه های تلویزیون را به مسئولین آن اطلاع دهید

محتوای برنامه هایی که شما را ناراحت کرده اند را با والدینتان درمیان بگذارید

مشکل پسند باشید و فقط برنامه های خاص خودتان را از تلویزیون تماشا کنید

دکمه خاموش را فراموش نکنید

34_ درباره مفهوم " رژیم مصرف" چه میدانید؟ به طور خلاصه بنویسید

جواب : رژیم مصرف برنامه است که مقدار مناسب برای مصرف بهینه برای سلامتی و نشاط جسم و روحمان را مورد توجه قرار می دهیم, در مورد جسم اینکه غذاهای مناسب سن و سال و جسممان را چه موقع و چه مقدار مصرف کنیم

را" رژیم مصرف" به ما یادآوری می کند

پیامهای رسانه را می توان مانند غذای روح در نظر گرفته و باید در برابر جریان سیل آسای پیام ها رژیمی مناسب انتخاب کنیم

35_ مفاهیم زیر را تعریف کنید

الف) سرریز اطلاعات

ب) اعتیاد از رسانه ای

ج) اخلاق رسانه ای

جواب :

الف) سرریز اطلاعات:

وضعیتی است که در آن در مورد یک موضوع بیش از اندازه اطلاعات موجود باشد که موجب سر در گمی می شود

ب) اعتیاد رسانه ای:

وابستگی شدید به رسانه ها , که اگر مهارت انتخابگری را نیاموخته باشیم, بی چون و چرا جذب و وابسته به آن می شویم . که به آن "اعتیاد رسانه ای" گویند

ج) اخلاق رسانه ای:

اخلاق رسانه ای امری درونی است چون مجموعه ی قواعد و اصول اخلاقی است

منشا ارزش ها , خانواده , دوستان , همسالان, دین, آموزش و پرورش و رسانه ها هستند