

نام و نام خانوادگی:

آزمون عملکردی:

پایه تحصیلی:

ردیف	سوال	بارم
۱	کدام یک جزء رسانه نیست؟ الف) تلفن همراه ب) تلویزیون ج) مجله د) cd	۰/۵
۲	در کدام یک از بخش های یک پیام، نیاز به رمزگشایی است؟ الف) متن ب) فرامتن ج) زیرمتن د) همه موارد	۰/۵
۳	کدام قسمت از تولیدات رسانه ای در حوزه ی رسانه ای، فراتر از خواست و اراده و اختیار تولیدکننده ی پیام است؟ الف) متن ب) فرامتن ج) زیرمتن د) هیچکدام	۰/۵
۴	فن اقناع به کار رفته در داستان ملانصرالدین چیست؟ الف) ارابه - واگن ب) تکرار ج) مقایسه د) هیچکدام	۰/۵
۵	مزایای رسانه را نام ببرید؟ (۴ مورد)	۲
۶	پنجگانه سواد رسانه ای را نام ببرید و یکی را به دلخواه توضیح دهید؟	۲
۷	رسانه چند نوع مخاطب دارد؟ نام ببرید؟ سواد رسانه ای بر چه چیزی اصرار دارد؟	۲

۱	بازنمایی یعنی چه؟ مثال بزنید.	۸
۱	فن تکرار باعث چه می شود؟	۹
۲	فنون اقناع را نام ببرید؟ (۸ مورد)	۱۰
۲	فن ارابه یا واگن را توضیح دهید؟	۱۱
۲	دروازه بانی خبر چه فرآیندی است؟	۱۲
۲	الف) آیا همه ی اخبارها مشابه هستند؟ چرا؟ ب) آیا رسانه ها بی طرف هستند؟ چرا؟	۱۳
۲	RFID چه کاربردهایی دارد؟	۱۴
«موفق باشید»		

نام و نام خانوادگی:

آزمون عملکردی:

پایه ی تحصیلی:

ردیف	سوالات	بارم
۱	مزایا و چالش های آموزش مجازی را بنویسید؟(برای هرکدام سه مورد).	۳
۲	مزایا و چالش های دنیای آینده رسانه ای را بنویسید؟(برای هرکدام سه مورد).	۳
۳	در پیام همبرگری متن، زیرمتن و فرامتن را با ذکر یک مثال توضیح دهید.	۳
۴	پنج گانه ی سواد رسانه ای را نام برده و یک مورد را به اختیار توضیح دهید.	۳
۵	کلیشه چیست؟ و یک نمونه از کلیشه سازی مثبت را بنویسید.	۱
۶	رسانه ها چند نوع مخاطب دارند نام ببرید؟	۱
۷	بازنمایی را با ذکر یک مثال توضیح دهید.	۱
۸	منظور از دروازه بانی چیست؟	۱
۹	اقناع چیست؟ فنون اقناع را نام ببرید و دو مورد را به اختیار توضیح دهید.	۳
۱۰	برجسته سازی چیست؟	۱۱
تعداد سوالات: ۱۰	با آرزوی موفقیت برای شما	جمع بارم: ۲۰

نام و نام خانوادگی:

آزمون عملکردی:

پایه تحصیلی:

بارم	سؤالات	ردیف																		
۱,۵	درستی یا نادرستی جملات زیر را مشخص نمایید. الف: هرچه ارتباط بی واسطه تر و فردی تر عمق تاثیر گذاری کمتر و وسعت تاثیر گذاری بیشتر است. ب: بازنمایی یک پیام آن نیست که بازنمایی یک پیام رسانه ای ضد واقعیت آن باشد. پ: آگاهی داشتن از فنون اقناع با فریب خوردن هر به های رسانی ای رابطه مستقیم دارد. ت: بطور کلی شناسایی خودکار و نگهداری داده ها (AIDC) روشی است که طی آن تجهیزات خواه سخت افزاری یا نرم افزاری قادر به خواندن و تشخیص داده ها بدون کمک گرفتن از یک فرد هستند. ث: تداعی معانی هیچ وقت واضح و صریح نیست؛ بلکه پنهان و غیرمستقیم است. ج: تکرار پیام های رسانه ای با تثبیت بیشتر در ذهن ما و اعتماد بیشتر ما به آنها رابطه مستقیم دارد.	۱																		
۱	جملات زیر را با کلمات مناسب کامل کنید. الف: عنصر در ایجاد کلیشه نقش کلیدی دارد. ب: سامانه های RFID از سیگنال های و برای خواندن و نوشتن داده ها بدون تماس بهره گیری می کنند. ج: به موضوع هم رنگی با جماعت یا خواهی نشوی رسوا هم رنگ جماعت شو فن گفته می شود.	۲																		
۲,۵	اصطلاحات زیر را تعریف نمایید. الف - اقناع : ب - تغییر دادن یا changing : ج - بازنمایی: د- فرامتن: ه - Internet of things :	۳																		
۱,۷۵	پاسخ سوالات ستون سمت راست را از ستون سمت چپ انتخاب نمایید. <table border="1"><tbody><tr><td>الف) زیرمتن</td><td>۱- خارج از اراده ی تولید کننده و مصرف کننده ی پیام است و به فرهنگ پیام بر می گردد.</td></tr><tr><td>ب) تداعی معانی</td><td>۲- توسط تولید کننده به کمک فنون رسانه ای رمزگذاری و توسط مخاطب رمزگشایی می شود.</td></tr><tr><td>ج) طنز</td><td>۳- تولیدکننده ی پیام به شکلی صریح و بی واسطه می سازد.</td></tr><tr><td>د) ادعای آشکار</td><td>۴- ایجاد پیوند بین یک فکر، نظر، محصول، خدمت، با آرزوها و احساسات مطلوب انسانی</td></tr><tr><td>ه) متن</td><td>۵- ایجاد احساس نشاط هنگام خرید آن محصول</td></tr><tr><td>و) فرامتن</td><td>۶- پیام های رسانه ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار</td></tr><tr><td>ز) مقایسه</td><td>۷- این روش محصول، آرا یا نظریاتی را در ذهن مخاطب جا می اندازد.</td></tr><tr><td>ژ) ترس</td><td></td></tr><tr><td>ژ) نمادها</td><td></td></tr></tbody></table>	الف) زیرمتن	۱- خارج از اراده ی تولید کننده و مصرف کننده ی پیام است و به فرهنگ پیام بر می گردد.	ب) تداعی معانی	۲- توسط تولید کننده به کمک فنون رسانه ای رمزگذاری و توسط مخاطب رمزگشایی می شود.	ج) طنز	۳- تولیدکننده ی پیام به شکلی صریح و بی واسطه می سازد.	د) ادعای آشکار	۴- ایجاد پیوند بین یک فکر، نظر، محصول، خدمت، با آرزوها و احساسات مطلوب انسانی	ه) متن	۵- ایجاد احساس نشاط هنگام خرید آن محصول	و) فرامتن	۶- پیام های رسانه ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار	ز) مقایسه	۷- این روش محصول، آرا یا نظریاتی را در ذهن مخاطب جا می اندازد.	ژ) ترس		ژ) نمادها		۴
الف) زیرمتن	۱- خارج از اراده ی تولید کننده و مصرف کننده ی پیام است و به فرهنگ پیام بر می گردد.																			
ب) تداعی معانی	۲- توسط تولید کننده به کمک فنون رسانه ای رمزگذاری و توسط مخاطب رمزگشایی می شود.																			
ج) طنز	۳- تولیدکننده ی پیام به شکلی صریح و بی واسطه می سازد.																			
د) ادعای آشکار	۴- ایجاد پیوند بین یک فکر، نظر، محصول، خدمت، با آرزوها و احساسات مطلوب انسانی																			
ه) متن	۵- ایجاد احساس نشاط هنگام خرید آن محصول																			
و) فرامتن	۶- پیام های رسانه ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار																			
ز) مقایسه	۷- این روش محصول، آرا یا نظریاتی را در ذهن مخاطب جا می اندازد.																			
ژ) ترس																				
ژ) نمادها																				

نام و نام خانوادگی:

آزمون عملکردی:

پایه تحصیلی:

۱	۵	دنیای آینده رسانه ای، چه مزایا و چالش هایی خواهد داشت؟ (برای هر کدام دو مورد را ذکر کنید)
۲	۶	۶ مفهوم اساسی (عناصر ۶ گانه) در خصوص ارتباطات را نام برده و یکی را به دلخواه توضیح دهید.
۱	۷	نام این نما از منظره دوربین چیست؟ وظیفه این نما را بنویسید. 
۲	۸	۴ مورد از فنون اقناع را نام ببرید و یک مورد را کامل با ذکر مثال توضیح دهید.
۱,۵	۹	در هر یک از تصاویر زیر از کدام یک از فنون اقناع استفاده شده است؟   
۰,۷۵	۱۰	رسانه چیست؟
۱	۱۱	به سوالات مقابل پاسخ کوتاه دهید: الف) رسانه با بازنمایی به دنبال چه هدفی است؟ ب) ویژگی مشترک کلیشه و بازنمایی چیست؟

نام و نام خانوادگی:

آزمون عملکردی:

پایه تحصیلی:

۱	مقصود از کلیشه سازی مثبت را با ذکر یک مثال توضیح دهید	۱۲
۱	رسانه‌ها چند نوع مخاطب دارند؟ نام ببرید	۱۳
۲	<p>لایه‌های سه گانه پیام را در تصویر و جمله زیر مشخص نمایید.</p> <p>(الف) بشنو و باور نکن!</p> <p>(ب)</p> 	۱۴
۲۰		

موفق و پیروز باشید