

ردیف	سوالات	پارم
1	زیر متن و فرامتن را تعریف کنید.	۲,۵
2	پنج گانه سواد رسانه ای را نام ببرید.	۲,۵
3	بازنمایی را تعریف کنید.	۲
4	کلیشه سازی را توضیح دهید.	۲
5	اقتناع را تعریف کنید.	۲
6	چند نمونه از فنون اقتناع را نام ببرید.	۲,۵
7	فن ارا به یا واگن را توضیح دهید.	۲
8	دروازه بانی خبر را توضیح دهید.	۲
9	منظور از کلیشه سازی مثبت چیست؟	۲,۵
	موفق باشید	

۱. فرامتن: لایه‌ای که دارای پیام آشکار و عناصر مستقیم و اصل تولید رسانه‌ای و محصول ملموس آن است را متن می‌نامند.

زیرمتن: پیام‌های پنهان و غیرمستقیمی است که تولیدکننده پیام با بهره‌گیری هدفمند از فنون اثرگذاری بر مخاطب در تولید رسانه‌ای جاسازی کرده است.

۲. ۱- فرستنده ۲- پیام ۳- مجرا / کانال / رسانه ۴- گیرنده ۵- بستر

۳. یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص. رسانه با استفاده از بازنمایی می‌کوشد تفسیر و تحلیل خود را از واقعیت موردنظر به‌طور آشکار و پنهان به ذهن مخاطبان خود ارسال کند طوری که او احساس تفاوتی بین این دو نکند. بازنمایی توسط رسانه می‌تواند تأثیر مثبت یا منفی داشته باشد.

۴. اگر رسانه یا رسانه‌ها در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزند و در طول زمان و به اشکال مختلف آن را تکرار نمایند، می‌توانند آن بازنمایی را به کلیشه تبدیل کنند. به بیان دیگر، رسانه، راه‌های تجسم کردن برخی گروه‌ها، هویت‌ها و موقعیت‌ها را به ما می‌آموزد، زمانی که این تصورات با مردم ارتباط پیدا کند، به عنوان کلیشه تعریف می‌شود. کلیشه‌سازی نوعی بازنمایی است که در آن، هر بار به یاد یک مفهوم، شخص یا گروه می‌افتیم، بلافاصله کلیشه ساخته شده توسط رسانه‌ها در ذهن ما می‌آید و در قضاوت و تصمیم‌گیری ما نسبت به افراد و اتفاقات پیرامون مان تأثیر می‌گذارد.

۵. روشن است که فرستادن پیام از سوی فرستنده و سازنده آن برای دیگران با یک هدف صورت می‌گیرد. بیشترین هدف از ارتباط با دیگران و فرستادن پیام، تشویق گیرنده به رفتار، نگرش باور، ارزش یا دیدگاه، مطابق نظر فرستنده است که به آن «قناع» می‌گویند.

۶. مقایسه - نمادها - شدت - ادعای آشکار - افراد زیبا - تکرار - طنز

۷. یکی از فنون رسانه‌ای آن است که رسانه چنین وانمود می‌کند که همه در حال انجام کاری واحد هستند، یا به چیزی خاص عقیده دارند و برای شما بهتر است که به آن‌ها بپیوندید. علت این نام‌گذاری است که عده‌ای در حال سوار شدن به ارابه با هم مسابقه گذاشته‌اند، ارابه‌ای که در آستانه حرکت برای رفتن است و اگر دیر بجنبید، جا خواهید ماند!

۸. دروازه‌بانی، فرایند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه‌های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمان‌بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است. به عبارتی دیگر، دروازه‌بانی شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است.

واقعیت این است که هر رسانه ارتباط جمعی، اعم از روزنامه، رادیو، تلویزیون و ... باید در بین حوزه گسترده‌ای از داده‌های خبری و اطلاعاتی امروز درگیر است، دست به گزینش بزند، زیرا هر گیرنده قادر نیست تمامی حوادث و اطلاعات را منعکس نماید.

۹. کلیشه‌های مثبت، احترام، ارزش و محبوبیتی غیرواقعی و بر پایه‌ای غیرمنطقی برای عده‌ای، بدون دلیلی خاص به وجود می‌آورند؛ به‌طور مثال قضاوت پیرامون افراد بر پایه نوع لباس یا شکل ظاهری آن‌ها. یکی از نمونه‌های مثبت کلیشه‌سازی، بازنمایی اعتیاد در رسانه‌ها است. در حالیکه در بخش مرفه جامعه و افراد به ظاهر تمیز و ثروتمند نیز با گسترش پدیده سیاه اعتیاد روبه‌رو هستیم؛ ولی از آنجا که بخش مهمی از رسانه‌ها، احساس مسئولیت اجتماعی می‌کنند در بازنمایی معتادان می‌کوشند جاذبه‌ای حتی حاشیه‌ای و اندک نیز برای نسل جدید و جامعه ایجاد نکنند.