

## بارمبندی و شیوه ارزشیابی درس تفکر و سواد رسانه‌ای - پایه دهم دوره دوم متوسطه - سال تحصیلی ۹۶ - ۱۳۹۵

نمره‌گذاری این درس بر اساس نظام نمره‌گذاری ۲۰ نمره‌ای است. ۲۰ نمره به ارزشیابی مستمر و ۲۰ نمره به ارزشیابی تراکمی تخصیص می‌یابد. توزیع نمره به شرح زیر است.

### • ۱۰ نمره مشاهده رفتار

- ۸ نمره مشاهده رفتار دانش‌آموز در تحلیل تولیدات رسانه‌ای در فرایند یادگیری در مدرسه که توسط معلم داده می‌شود.
- ۲ نمره مشاهده رفتار فرزند در بهره‌مندی و تحلیل تولیدات رسانه‌ای در خانه توسط اولیا (اولیا نمره‌دهنده نیستند بلکه برگه ارزیابی مختص اولیا را تکمیل می‌کنند، به تکمیل برگه ارزیابی توسط اولیا نمره داده می‌شود. در صورتی که اولیا فاقد چنین توانایی باشند ۱۰ نمره به مشاهده رفتار توسط معلم اختصاص می‌یابد).

### • ۱۰ نمره ارزیابی تکالیف و طرح‌ها (پروژه) تولید پیام رسانه‌ای

- ۸ نمره توسط معلم
  - ۲ نمره به فعالیت‌هایی که با همکاری اولیا و مربیان انجام و توسط گروه داوری اولیا و مربیان ارزیابی می‌شود.
- مجموع این نمرات ۲۰ نمره مستمر را تشکیل می‌دهد.

**توجه:** برگه‌های پیشنهادی و انتظارات عملکردی مورد توجه در ارزشیابی مستمر در کتاب راهنمای معلم این درس ارائه شده است.

### • ۲۰ نمره آزمون عملکردی پایان نیمسال تحصیلی

در آزمون عملکردی در روز مشخصی در زمان امتحانات، دانش‌آموزان محتوای تولیدات رسانه‌ای جدید ارائه شده برای کل کلاس (فیلم، تصویر، متن، شعر و ...) را براساس سؤالات مطرح شده در برگه آزمون تحلیل کرده و پاسخ‌های خود را به صورت کتبی در برگه امتحانی می‌نویسند. برگه‌های پاسخ مانند برگه‌های امتحانی سایر دروس در مدرسه نگهداری می‌شود.

### بازرماندگی پیشنهادی آزمون عملکردی نوبت اول و دوم سال تحصیلی

ردیف	اهداف و عملکرد	دروس و بازماندگی	فصل	درس	نوبت اول	نوبت دوم
۱	محتوای تولیدات رسانه‌ای را تحلیل و پیام‌های آشکار و پنهان آنها را درک می‌کند.	۱، ۲، ۳، ۴، ۵	۱، ۲، ۳، ۴، ۵	۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۲۰	۵	۴
۲	بازرماندگی‌ها و کلیدها را در تولیدات رسانه‌ای تشخیص می‌دهد.	۲	۲	۴، ۵، ۶	۴	۲
۳	روش‌ها و فنون اقناع را در تولیدات رسانه‌ای تشخیص می‌دهد.	۲	۲	۷، ۸	۵	۲
۴	فرستنده پیام را تشخیص می‌دهد.	۳	۳	۹	۲	۳
۵	توانایی تحلیل و ارزیابی اهداف تولیدات رسانه‌ای را دارد.	۳	۳	۱۰ و ۱۱	۴	۳
۶	ویژگی‌ها و نشانگرهای مخاطب فعال و منفعل را می‌شناسد.	۴	۴	۱۳		۱
۷	حقوق خود در برابر رسانه‌ها و مصادیق آنها را می‌شناسد.	۴	۴	۱۴		۲
۸	مؤلفه‌های سبک زندگی در تولیدات رسانه‌ای را تشخیص می‌دهد و آنها را با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه مقایسه می‌کند.	۵	۵	۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹		۴
۹	برای مدیریت مصرف بهینه از رسانه‌ها، اصول و قواعدی برای خود وضع می‌کند.	۶	۶	۲۱، ۲۲		۱
۱۰	بی‌اخلاقی‌های رسانه‌ای را در تولیدات و جریان‌های رسانه‌ای تشخیص می‌دهد.	۶	۶	۲۳		۱
<b>جمع نمرات</b>						
					۲۰	۲۰

### نمونه سؤالات آزمون عملکردی

- نمایش قطعه‌ای فیلم، تصویر، بازی ویدئویی جدید توسط معلم و تحلیل آن توسط دانش‌آموز به صورت کتبی در برگه آزمون
- ارائه اخبار روز از چند منبع توسط معلم و مقایسه و تحلیل آنها توسط دانش‌آموز به صورت کتبی
- ارائه بخشی از متن یک مقاله، داستان و ... در برگه آزمون و تحلیل آنها توسط دانش‌آموز به صورت کتبی
- ارائه یک مطالعه موردی در برگه آزمون و تحلیل و استخراج نکات کلیدی و دیدگاه‌های موجود در آن توسط دانش‌آموز

- ارائه چند مطالعه موردی در برگیرنده آزمون و مقایسه نکات کلیدی و دیدگاه‌های موجود در آنها توسط دانش آموز
- و ...

#### **نکته:**

نمره شهریور و دی ماه دانش آموزان لازم‌التعلیم روزانه شامل میانگین ۲۰ نمره ارزشیابی مستمر و ۲۰ نمره آزمون پایانی خواهد بود. ۲۰ نمره ارزشیابی مستمر براساس انجام یک پروژه تولید پیام رسانه‌ای و تحویل آن در روز آزمون، و ۲۰ نمره آزمون پایانی براساس آزمونی با بارم‌بندی پیشنهادی خرداد ماه خواهد بود.

#### **ارزشیابی داوطلبان آزاد، بزرگسالان و آموزش از راه دور**

ارزشیابی دانش آموزان بزرگسال و آموزش از راه دور شامل ۲۰ نمره ارزشیابی مستمر و ۲۰ نمره آزمون پایانی خواهد بود.

نمره داوطلبان آزاد، بزرگسالان و دانش آموزان مدارس آموزش از راه دور ایرانی خارج از کشور (الکترونیکی) که امکان حضور فیزیکی در مدرسه را ندارند، میانگین ۲۰ نمره ارزشیابی مستمر براساس انجام یک پروژه تولید پیام رسانه‌ای و ۲۰ نمره آزمون پایانی براساس آزمونی با بارم‌بندی پیشنهادی خرداد ماه خواهد بود.

نمره دانش آموزان آموزش از راه دور داخل کشور که امکان حضور فیزیکی در چند جلسه در مدرسه را دارند، شامل ۲۰ نمره ارزشیابی مستمر براساس مشاهده رفتار در جلسات حضوری، انجام یک پروژه تولید پیام رسانه‌ای و ۲۰ نمره آزمون پایانی براساس آزمونی با بارم‌بندی پیشنهادی خرداد ماه خواهد بود.