Карта аспектного анализа урока
по формированию читательской грамотности учащихся

Цель: определение степени организованности на уроке работы по формированию читательской грамотности учащихся

№	Критерии урока	Параметры оценки	Оценивание	баллы
1.	Определение темы и цели урока	Учащиеся формулируют цель урока по теме урока	0,5	
		Учитель формулирует цель урока по формированию читательской грамотности	1	
		Учащиеся формулирует цель урока по формированию читательской грамотности	2	
2.	Виды источников информации	Как источник информации используется рассказ учителя	0	
		Как источники информации используется рассказ учителя и учебник	1	
		Как источники информации используется рассказ учителя, учебник и специально подобранные материалы (статьи энциклопедий и словарей; научные, публицистические или иные публикации, графически или таблицы и т.д.)	2	
3	Виды использованных текстов	Сплошные тексты	1	
		Несплошные и смешанные тексты	2	
		Составные и множественные тексты	3	
4	Типы использованных текстов (описание, повествование, рассуждение, толкование, инструкция, переговоры)	Использовался один тип текста	0,5	
		Использовались два типа текста	1	
		Использовались три типа текста	2	
5	Использованные виды чтения Примечание: баллы суммируются	Просмотровое чтение	0,5	
		Ознакомительное чтение	1	
		Поисковое чтение	2	
6	Уровни работы с текстом	Найти и извлечь информацию из текста	1	

	Примечание: баллы суммируются	Интегрировать и интерпретировать сообщения текста	2	
		Осмыслить и оценить сообщение текста (составить собственный текст на основе прочитанного)	3	

Максимальное количество баллов -18,5 б. Это соответствует высокому уровню работы по формированию читательской грамотности учащихся на уроке.

Высокий уровень – 15-18,5 б.
Средний уровень – 9-14 б
Низкий уровень – 8б и ниже

Примечание: при выставлении итогового балла в случае получения дробного числа производится округление до целого числа.

Ознакомительное чтение Цель — ознакомление с основным содержанием текста, полнота понимания составляет около 75%
Просмотровое чтение Цель — просмотр текста с целью определить, необходим ли он, определить, какие вопросы в нем поднимаются. Просматриваются заголовки, подзаголовки. Полнота понимания невелика.
Поисковое чтение Цель — поиск информации, о которой известно, что она в тексте есть.

Сплошные тексты обычно состоят из предложений, которые соединены в абзацы. Абзацы в свою очередь могут быть соединены в параграфы, главы и т.д. Абзацы и более крупные единицы текста организованы иерархически и обозначены заголовками и подзаголовками, которые помогают читателю разобраться в иерархической организации текста, в частности – указывают на завершенность каждой части текста. Поиск информации в сплошном тексте нередко облегчен такими деталями, как размер и форма шрифтов (курсив, жирный шрифт и пр.). Существует группа указаний на тип связи информационных элементов текста. Так, последовательность элементов может быть подчеркнута с помощью нумерации или числительных (первый, второй и пр.). Логические связи выделены с помощью слов-указателей: поэтому, за это, с тех пор как...
Несплошные тексты требуют несколько иных читательских навыков, так как организованы иначе, содержат особые связи информационных единиц текста и особые формальные указатели на эти связи (например, названия осей графика). Списки, таблицы, графики, диаграммы, объявления, расписания, каталоги, индексы, формы – вот далеко неполный перечень несплошных текстов.
Смешанные тексты соединяют черты сплошных и несплошных текстов. Вербальные и невербальные (например, графические) элементы смешанных текстов дополняют друг друга. Современные авторы все чаще используют смешанную форму презентации своих идей; сегодняшние журналы и веб-страницы по большей части состоят из текстов смешанной формы.
Составные тексты соединяют несколько текстов, каждый из которых был создан независимо от другого и является связным и законченным. Эти несколько текстов соединены вместе для определенных целей. К примеру, могут быть соединены тексты, авторы которых выражают взаимоисключающие или взаимодополняющие точки зрения. К примеру, рекламные листы

нескольких туристических компаний могут давать туристам указания сходные или противоречащие друг другу. Части составного текста могут иметь единый формат (например, два сплошных текста), а могут и различаться по формату.