МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

ГАО ВПО «ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

**Выпускная работа**

слушателей курсов повышения квалификации

**«Достижение метапредметных результатов области «Смысловое чтение»: проектируем новые образовательные практики», 40 часов**

**Контрольное мероприятие по оценке умения определять коммуникативную задачу разных видов текстов**

Авторы: Игошева Галина Николаевна

Адуллина Ирина Занифовна

Герасимова Юлия Владимировна

МАОУ «Гимназия» г. Чернушка

Направление подготовки «Смысловое чтение»

Руководитель: Таизова О.С.

Пермь, 2018 г.

**Введение**

В глобальном информационном потоке каждому важно уметь находить, критически оценивать и отсеивать излишнюю информацию, выражать свое отношение к тексту. Информация всегда воспринимается через некую достройку и интерпретацию, когда вносится свой смысл. Важно уметь определять посыл автора для продуктивного использования текста в жизненных ситуациях. Поскольку об одном и том же можно сказать разными словами и вызвать различный отклик у читателя. Каждый текст имеет собственную коммуникативную задачу, т. е. задачу общения, которую автор реализует, используя средства воздействия, работающие на конкретную аудиторию.

Очень важно, чтобы учащиеся умели определять коммуникативную задачу разных видов текстов для успешной социализации.

**Раздел 1. Описание контрольного мероприятия и результатов его апробации**

**Описание контрольного мероприятия**

**по оценке умения определять**

**коммуникативную задачу несплошного текста**

**Конкретизированные образовательные результаты:**

1. Умение определять цель написания текста
2. Умение определять целевую аудиторию (читательский адрес) текста
3. Умение определять средства воздействия на читателя

**Объект оценивания:**

«Скатерть» с записями, отражающими коммуникативную задачу (цель, аудиторию и средства воздействия на читателя) различных форматов текста (сплошной печатный, фото, плакат, видеоролик).

**Процедура:**

Мероприятие проходит в формате ***«World cafe»***.

1. Участники – ***«гости»*** рассаживаются по 3-4 человека за столик. На столике бумажная скатерть. За каждым столиком закреплен определенный вид текста: сплошной печатный, фото, плакат, видео.
2. Каждый столик «обслуживает» ***«хозяин»*** – эксперт, который вводит ***«гостей»*** в курс дела: представляет текст, определяет задачи, знакомит с уже имеющимися решениями.
3. ***«Гости»*** фломастером определенного цвета фиксируют ответы на задания на бумажной скатерти в течение определенного отрезка времени. Допускается комментировать оставленные ранее записи.
4. После чего участники – ***«гости»*** перемещаются за следующий столик.
5. В заключение мероприятия все идеи демонстрируются на «вернисаже скатертей» и выносятся на всеобщее обсуждение.

**Время проведения:** 40 минут – 4 столика по 5 минут на работу, 10 минут на «вернисаж скатертей» и общее обсуждение.

**Задание:**

Познакомьтесь с предложенным текстом. Определите:

* ИДЕЮ ТЕКСТА (для чего автор создал этот текст),
* СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЧИТАТЕЛЯ (примеры из текста),
* АУДИТОРИЮ (опишите читателя, которому адресован текст).

Обоснуйте каждую позицию.

Запишите ответы в одном из углов скатерти. У вас есть возможность познакомиться с мыслями других посетителей и оставить комментарии к их записям. Аппетитной работы!

**Критерии оценивания**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***№*** | ***Критерии*** | ***Показатели*** | ***Баллы*** |
| **1** | Отражена цель текста | Отражена, опирается на всю информацию текста | 2 |
| Отражена, но опирается на часть текста | 1 |
| Не отражена | 0 |
| **2** | Определена целевая аудитория  текста | Целевая аудитория определена, обоснована через средства воздействия | 2 |
| Целевая аудитория определена, не прослеживается связь со средствами воздействия | 1 |
| Целевая аудитория не определена | 0 |
| **3** | Выявлены средства воздействия на читателя | Представлены разноаспектные средства воздействия (музыка, фон, призыв, эмоции и пр.). | 1 |
| Средства воздействия не учитывают аспекты | 0 |

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**Текст 1.**

**Сплошной печатный текст**

Тяжелые формы угревой сыпи могут стать страшной проблемой для подростков.

Смущение, социальное отвержение и последующая изоляция грозят разрушить молодые жизни.

Мы понимаем эти проблемы и посвятили свои исследования поиску решения.

В результате многолетних опытов мы создали революционное лекарство от угревой сыпи, которое поможет изменить вашу жизнь.

**Текст 2.**

**Фототекст**



**Текст 3.**

**Плакат**



**Текст 3.**

**Видеотекст**

Фильм «Рис»: Режим доступа на «ЯндексДиск»: <https://disk.yandex.ru/client/disk/%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE?display=normal&groupBy=none&order=1&sort=name&view=icons&wasAsideAnimated=false&typeClustering=geo&action=null&idAlbum=undefined&idApp=client&dialog=slider&idDialog=%2Fdisk%2F%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE%2F%D0%A0%D0%B8%D1%81.mp4>

**1.2. Аналитическая записка по результатам апробации контрольного мероприятия**

Дата проведения мероприятия: 22 мая 2018 года;

Параллель: 7 классов,

контрольная группа – 7 «А» и «Г» классы,

количество участников – 4 команды,16 человек.

**Критерии оценивания текста.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***№*** | ***Критерии*** | ***Показатели*** | ***Баллы*** | **Количество справившихся** | **% выполнения** |
| **1** | Отражена цель текста | Отражена, опирается на всю информацию текста | 2 | 8 | 50 |
| Отражена, но опирается на часть текста | 1 | 8 | 50 |
| Не отражена | 0 | - | - |
| **2** | Определена целевая аудитория  текста | Целевая аудитория определена, обоснована через средства воздействия | 2 | 4 | 25 |
| Целевая аудитория определена, не прослеживается связь со средствами воздействия | 1 | 8 | 50 |
| Целевая аудитория не определена | 0 | 4 | 25 |
| **3** | Выявлены средства воздействия на читателя | Представлены разноаспектные средства воздействия (музыка, фон, призыв, эмоции и пр.). | 1 | 12 | 75 |
| Средства воздействия не учитывают аспекты | 0 | 4 | 25 |

Анализируя полученные результаты можно сделать следующие **выводы:**

- 100% учащихся смогли определить идею текстов;

- четверть учащихся (25%) смогли определить целевую аудиторию, с опорой на средства воздействия, 50% - определили средства воздействия без обоснования; 25% не смогли определить средства воздействия.

В целом у учащихся возникла проблема с определением целевой аудитории текстов с учетом средств воздействия на читателя. Многие из перечисленных средств не обосновывают идею, являются ощущениями и т. п.

**Заключение**

Главной целью данной работы была оценка умения определять коммуникативную задачу текста – определять идею, средства воздействия и аудиторию. Большинство учащихся с техническим заданием справились. В целом данная работа понравилась учащимся и вызвала у них интерес.