



KAZIM KARABEKİR EĞİTİM FAKÜLTESİ
Kazım Karabekir Faculty of Education

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ / ATATÜRK UNIVERSITY

KÂZIM KARABEKİR EĞİTİM FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF KÂZIM KARABEKİR EDUCATION FACULTY

Araştırma Makalesi

Doi: 10.33418/ataunikkefd.883489

6-8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN GÖRSEL OKUMA BECERİLERİNİ GELİŞTİRMEYE YÖNELİK REKLAM METİN TEMELLİ ETKİNLİK TASARILARI

ADVERTISING TEXT BASED EVENT DESIGNS TO IMPROVE THE VISUAL READING SKILLS OF 6-8TH GRADERS

Nurullah AYDIN

Atatürk Üniversitesi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler
Eğitimi Bölümü, Erzurum, Türkiye
e-posta: naydin.255@hotmail.com, ORCID ID:0000-0003-2522-7765

Muhammed TUNAGÜR

Muş Alparslan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi
Bölümü, Muş, Türkiye
e-posta: mutunagur@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6427-6431

Başvuru Tarihi: 19.02.2021 Yayına Kabul Tarihi: 30.11.2021 Yayınlanma Tarihi: 30.12.2021

Atıf/Citation: Aydın, N., & Tunagür, M. (2021). 6-8. Sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerini geliştirmeye yönelik reklam metin temelli etkinlik tasarımları. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43, 452-475. Doi: 10.33418/ataunikkefd.883489

Öz

Günümüz dünyasında teknolojinin her alanda olması, bireylerin birtakım becerileri geliştirmesini gerekli hâle getirmiştir. Türkçe eğitiminin en nihai hedeflerinden biri temel dil becerilerinin gelişimini sağlamak ve bireylere bu becerilere ilişkin yeterliklerini sağlamada zemin oluşturmaktır. Görsel uyaranların sayısız olduğu bir çağda geliştirilmesi gereken becerilerden biri de görsel okuma becerisidir. Özellikle görsellerin hayatın her alanında yer edinmesi, bireylerin görsel okuma becerilerini geliştirme ve etkili bir şekilde kullanmalarını gerekli hâle getirmiştir. Öğrencilerin okul öncesi eğitimden başlayarak eğitim yaşamları boyunca bu öğrenme alanına ilişkin beceriler kazanmaları bir gereklilik hâline gelmiştir. Bu araştırmada 2005 Türkçe öğretim programında bir öğrenme alanı olarak yer alan görsel okuma becerisinin özgün etkinlik önerileri ile geliştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma tarama modelini esas alan betimsel nitelikte bir çalışmadır. İlgili alan yazındaki dokümanlar taranmış, etkinliklerin hazırlanmasında dikkat edilmesi gereken hususlar göz önünde bulundurularak bir çerçeve oluşturulmuş ve reklam metin temelli

Aydın, N., & Tunagür, M. 6-8. Sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerini geliştirmeye yönelik reklam metin temelli etkinlik tasarımları.

özgün görsel okuma etkinlikleri geliştirilmeye çalışılmıştır. Etkinliklerin daha açık ve anlaşılır olması için etkinlikler, haftalar şeklinde tablolaştırılmış, uygulama süresi, öğrenme alanı, geliştirilen temel beceriler, ilişkili kazanımlar, ilişkili zekâ alanları, araç gereçler, ilke ve yöntemler başlıkları kapsamında sunulmuştur. Ders işleniş süreci; dikkat çekme, keşfetme, gelişme ve değerlendirme aşamaları bağlamında detaylandırılmış ve bu aşamalar kapsamında ders süreci ayrıntılı bir şekilde verilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın alan yazına, araştırmacılara ve ilgili öğretmenlere görsel okuma becerileri açısından katkı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Önerileri, Görsel Okuma, Reklam Metni, Dil Becerileri, Türkçe Eğitimi

Abstract

In today's world, the fact that technology is in every field has made it necessary for individuals to develop certain skills. One of the most basic aims of Turkish education is to provide the development of basic language skills and to create a basis for individuals to provide their proficiency in these skills. One of the skills that needs to be developed in an age where visual stimuli are numerous is the visual reading skill. In particular, the presence of visuals in all areas of life has made it necessary for individuals to develop their visual reading skills and use them effectively. It has become a necessity for students to acquire skills related to this learning area throughout their education life, starting from pre-school education. In this study, it was aimed to develop the visual reading skill, which is a learning area in the 2005 Turkish curriculum, with original activity suggestions. The research is a descriptive study based on the scanning model. The documents in the relevant literature were scanned, a framework was created by considering the points to be considered in the preparation of the activities and it was tried to develop original visual reading activities based on advertising text. In order to make the activities clearer and understandable, the activities were tabulated in weeks and presented under the headings of practice time, learning area, basic skills developed, related acquisitions, related intelligence areas, tools, principles and methods. Course teaching process; attention, discovery, development and evaluation stages, and within the scope of these stages, the course process has been tried to be given in detail. It is thought that the study will contribute to the literature, researchers and related teachers in terms of visual reading skills.

Keywords: Activity Suggestions, Visual Reading, Advertisement Text, Language Skills, Turkish education

GİRİŞ

Yaşanılan çağda bireylerin iletişim ve bilgi edinme yolları değişmiş, teknolojinin etkisiyle yeni boyutlar kazanmıştır. Bu değişim doğrudan eğitim-öğretim süreçleri ile öğrenen ve öğretenlerin beklenti ve ihtiyaçlarını da etkilemiştir. Yaşanan gelişmeler doğrultusunda okuma anlayışı da değişime uğramıştır.

Teknolojik gelişmeler, basılı olan materyallerin içeriklerini etkileyerek daha fazla görsellere yer verilmesine zemin hazırlamıştır. Bilgisayar, telefon, tablet gibi teknolojik cihazlar dokümandan okuma anlayışının yerini alarak ekrandan okumanın önünü açmıştır. Bu durum da doğal olarak görsel uyaranlarla daha sık karşılaşılmasına ve görsellerden daha çok etkilenme durumunu ortaya çıkarmıştır. Günümüzde dergi, ders kitapları, televizyon, reklam panoları gibi neredeyse materyallerin tamamında görsellere yer verilmektedir. Bu gelişmeler görsel okuma kavramının doğmasına neden olmuştur (Ateş vd., 2020). Nitekim bireylerin bu görsel uyaranlara uyum sağlayabilmesi ve bu görselleri doğru okuyarak anlamlandırabilmesi için görsel okuma becerisini geliştirmeleri ve etkili kullanmaları gerekmektedir. Çünkü görsellerden gelen iletileri yanlış kavrama ve yorumlayamama, bireylerin verilmek istenen iletilerde yanılığa düşmesine neden olabilir. Bu sebeple bireylerde görsel okuma yetisini geliştirebilmek için bu becerinin erken yaşta kazandırılmaya çalışılması önem taşımaktadır (Özsarı, 2015). 6 yaş itibarıyla çocuklar, çevresindekilerin %83'ünü görme, %11'ini işitme, %3,5'ini koklama, %1,5'ini dokunma, %1'ini tatma duyuları ile anlamlandırmaktadır. Görme duyusu çocuğun

konuşmaya başlamadan önce edindiği bir duydur. Konuşmadan önce görmeye ve tanımaya başlar. Yani bireyde sözcükten önce görme duyusu etkindir (Berger, 2016).

Görsel okuma; bireyin çevresindeki görsel uyaranları analiz edebilme ve yorumlama yetileri olarak ifade edilebilir (Stokes, 2005; Heinich vd., 1999). Görsel okuma öğrencilerin zihinsel süreçlerini etkili kılma ve düzenleme imkânı sunar. Bir nevi görsel okuma, kişinin bilişsel süreçlerini yapılandıran bir işleve sahiptir (Güneş, 2013). Görsel okumasını geliştiren bireyler; bütünsel düşünme yetisini, soyut kavramları somutlaştırabilmeyi, aynı kavrama farklı açılardan bakabilmeyi ve görsel anlamayı gerçekleştirirler (Feinstein, 1993). Konunun somutlaştırılması, zihinde kalma ve canlandırılma süreçlerini kalıcı hâle getirir. Ayrıca görseller aracılığı ile yapılan canlandırmalar zihinsel gelişimi etkiler (Yıldız, 2003). Çünkü görseller, yazılı materyalleri farklı boyut ve sunuşlarla gösterir ve kalıcılığı artırır. Bozkurt & Ulucan (2014) da görsel okumanın işlevsel yönünü “anlatılmak istenilen duygu ve düşüncenin görsellerle desteklenip sunulmasının dinleyicilerde dikkati artırdığını ve verilen mesajı anlamayı kolaylaştırdığını” belirterek vurgulamaktadır.

Görsel okumaya ilk defa 2005 yılında İlköğretim Türkçe Dersi Öğretim Programı (1-5. sınıflar) “Görsel Okuma ve Görsel Sunu” kapsamında yer verilmiştir. Aynı bir öğrenme alanı olarak ilk kez yer alan görsel okuma, “şekil, sembol, resim, grafik, tablo, beden dili, doğa ve sosyal olayları okuma, anlama ve zihinde yapılandırma (MEB, 2004)” olarak tanımlanmıştır. Görsel okuma öğrenme alanı 2015 Türkçe öğretim programından kaldırılmıştır. İşeri ve Baştuğ (2016), 2015 Türkçe Öğretim Programından görsel okuma alanının kaldırılmasını olumsuz bir durum olarak belirtmektedirler. 2017 ve 2018 yılında yayımlanan Türkçe Öğretim Programları’nda da aynı şekilde görsel okuma ayrı bir öğrenme alanı olarak yer almamıştır. Okuma kazanımları kapsamında “Görsellerle ilgili soruları cevaplar”, “Grafik, tablo ve çizelgeyle sunulan bilgilere ilişkin soruları cevaplar”, “Reklâmlarda verilen mesajları sorgular.”, “Kitle iletişim araçlarıyla (gazete, dergi, TV) verilen bilgileri, haberleri, sorgular” şeklinde kazanımlara yer verilse de görsel okumanın ayrı bir öğrenme alanı olarak ele alınması günümüzde bir gereklilik olarak kendini göstermektedir. Programın görsel okuma alanı ile ilgili eksikliği dikkat çekmektedir. Nitekim 21. yüzyıl becerileri bağlamında ve içinde yaşanan bu çağda öğrenen ve öğretenlerin bilgisayar, tablet, akıllı telefon cihazları ve bu cihazların sunduğu sınırsız sayıda görsel dünyanın olanakları içerisinde öğrencilerin görsel yetilerini geliştirme, anlama ve anlatabilme ihtiyaçlarını karşılamaları bir gereklilik hâline gelmiştir.

21. yüzyılda bireyler; duygu, düşünce ve bilgi paylaşımlarını sağlamak amacıyla görsel öğeleri ve materyalleri araç olarak kullanılmaktadırlar (Batı, 2012). Öğrenme sürecinde görsel ve işitsel araçların kullanılması güdülenmeyi artırarak öğrenmeyi kolaylaştırır, sınıf dışındaki olgu ve yaşantıları sınıf içerisine taşıyarak öğrenmedeki zenginlik ve çeşitliliği artırır. Daha kolay uygulama yapma imkânı sunar (Seferoğlu, 2014). Özellikle çoklu ortam araçları, öğrencilerin ilgisine ve güdülenmesine olumlu etki olanağı sunması açısından önem taşımaktadır (Oring, 2000). Öğrencilerin birden çok duyusuna hitap eden ve duyuşsal süreçlerini etkileyen öğelerden biri de reklam metinleridir. Reklam metinleri bireyin yaşantısının ileti trafiği içerisinde önemli bir yer alır. Bu metinler bireyin yaşam tarzını ve yönelişlerini yansıtır (Harms & Kellner, 2004). Günümüzde televizyon ve bilgisayarlara ulaşabilmenin kolaylığı bu araçlarla sunulan reklamlara maruz kalmanın yoğunluğunu da artırmaktadır. Bu nedenle reklamlar çocuklar için birincil veri kaynaklarından biridir. Özellikle günümüzde çocuklara hitap eden reklamların sıklığında artış gözlemlenmektedir (Doğan, 2003). Çünkü çocukların

günümüzde en çok vakit ayırdıkları zaman diliminde teknolojik aletler büyük bir yer kaplamaktadır.

Kelimelere ihtiyaç duymadan oluşturulan görsel temelli reklam metinlerinde anlam, görsellerin içerisinde gizil olarak keşfedilmeyi beklemektedir. Bu yönüyle bireylerin bu anlam dünyasına erişmeleri beklenir (Williamson, 2001). Çünkü basılı ya da farklı formatlarda verilen reklam öğeleri bir sözcükten daha etkili ve işlevseldir (Babacan, 2012). Reklam metinlerinde yer alan dilsel ve görsel yapıların anlamlandırılmasında bu yapı örüntülerinin birbirleri ile kurdukları ilişkinin çözümlenmesi gerekmektedir (Küçükdoğan, 2011). Reklamın yazılı ya da görsel tüm öğeleriyle anlaşılmasına çalışılması, onun göstergelerden oluşan metin yapısından ileri gelmektedir. Okunmayı bekleyen bu yapı, aynı zamanda reklamın metinler arası boyutunu da göstermektedir. Metnin yapısı, içeriği ve geçişlerde metinler arası sıklıkla gözlemlenebilir (Tuncer, 2018). Aynı zamanda toplumun kültürel kodları, tarihi ve yaşantısı reklam metinlerinde sıklıkla görülebilen bir durumdur. Özellikle kültürü yansıtan unsurlar ve toplumsal normlar reklam metinleri aracılığıyla yeni boyutlarla karşımıza çıkar (Williamson, 2001). Nitekim reklam toplumun kültür yapısını ve temelini yansıtan ve şekillendiren dokusuna biçim veren bir yapıya sahiptir (Wernick, 1996).

Görsel okuma hakkında yapılan çalışmalar, görsel okuma ile ilgili etkinlik ve kazanımların yetersiz kaldığını göstermektedir (Aydemir, 2016; Başaran, 2013; Çam Aktaş, 2010; Çarkıt, 2019; Deniz, Tarakçı & Karagöl, 2019; Göçer & Tabak, 2012; Gültaş, 2012; Keskinliç, 2014; Sarıkaya, 2017; Stokes, 2005). Araştırmaların bu sonuçları görsel okuma becerisine ilişkin etkinliklerin hazırlanmasının önemli bir nedeni olarak görülebilir. Nitekim görsel okuma alanında yapılan çalışmaların istenilen çeşitlilik, sayı ve seviyeye erişememiş olması, bu tür araştırmaların yapılmasını bir ihtiyaç hâline getirmiştir. Bu kapsamda araştırmada 6-8. sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerinin reklam metinleri aracılığıyla özgün etkinliklerle geliştirilmesi amaçlanmıştır. Belirtilen bu amaç doğrultusunda aşağıdaki soruya yanıt aranmaya çalışılmıştır.

“Görsel okuma becerisini geliştirebilecek etkinliklerin bir izlençe doğrultusunda tasarlanması mümkün müdür?” sorusu araştırmanın problem sorusunu oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Görsel okuma becerisinin geliştirilmesine yönelik etkinlik önerilerinin geliştirilmesinin amaçlandığı bu araştırmada, tarama modeli kullanılmıştır. Bu kapsamda ilgili alanyazın taranmış, görsel okuma ile ilgili araştırmalar, dokümanlar, kitaplar incelenmiştir. İncelenen literatür sonucunda görsel okuma ve reklam metinleri ile ilgili bir çerçeve tasarlanmış ve bu doğrultuda etkinlikler hazırlanmıştır.

Hazırlanma sürecinde programın amaç, ilke ve kazanımları dikkate alınarak 8 haftayı kapsayan 8 etkinlik önerisi sunulmuştur. Etkinliklerin 8 hafta olarak tasarlanmasında okuma, anlama ve görsel okuma becerilerinin sürece dayalı yapısı ve tam öğrenme, etkin öğrenme, beyin tabanlı öğrenme, çoklu zekâ, yapılandırıcılık, sunuş yoluyla, buluş yoluyla ve araştırma yoluyla öğrenme gibi farklı yaklaşımların yer alması etkili olmuştur. Ayrıca etkinlik hazırlanış sürecinde, motivasyon, dersin hedeflerinden haberdar etme, anlamlı materyal, dönüt, fazla duyu organına hitap etme, tekrar, ipuçları, pekiştirme ve aşamalılık gibi öğretim ilke ve yöntemleri temel alınarak sıralanmıştır. Araştırmacılar etkinliklerin hazırlanmasında kuram, yaklaşım, bilimsel araştırma, örnek etkinlik ve literatürden yararlanmışlardır.

Dil becerilerinin birbirleri ile ilişkisinden hareketle bu etkinliklerin sadece görsel okuma becerisini geliştirmeyeceği aynı zamanda dinleme, konuşma, okuma ve yazma becerilerini de geliştireceği düşünülmektedir. Nitekim her etkinlikte becerilere ilişkin geliştirilmesi hedeflenen kazanımlara da yer verilmiştir. Etkinliklerin hazırlanmasında Sever'in "bütünleştirilmiş yaklaşım" olarak ifade ettiği yaklaşım esas alınmıştır. Bu yaklaşım "Öğretimde; tam öğrenme, etkin öğrenme, beyin tabanlı öğrenme, çoklu zekâ, yapılandırmacılık; sunuş yoluyla, buluş yoluyla, araştırma yoluyla öğrenme gibi kuram ve öğretme-öğrenme yaklaşımlarının olanaklarından yararlanılarak öğrencilerin düzeyi ve onlara kazandırılacak davranışların niteliğine uygun olarak soru-yanıt, tartışma, gösteri, küme çalışması, beyin fırtınası, oyunlaştırma, gözlem, inceleme vb. yöntem ve tekniklerin kullanıldığı öğretim yaklaşımı"dır (Sever ve diğerleri, 2006).

BULGULAR

Geliştirilen reklam temelli 8 görsel okuma etkinliği tablolaştırılarak sunulmuştur. Tablolarda verilen etkinlikler; hafta, uygulama süresi, öğrenme alanı, geliştirilen temel beceriler, ilişkili kazanımlar, ilişkili zekâ alanları, araç gereçler ve ilke ve yöntemler başlıkları altında sunulmuştur.

Tablo 1.

Görsel Okuma Etkinliği 1

| Hafta | | 1. Hafta |
|---|---|--------------------------------|
| Uygulama Süresi | | 2 ders saati (40+40 dk.) |
| Sınıf | | 6,7 ve 8 |
| Öğrenme Alanı | | Görsel Okuma |
| Geliştirilen Temel Beceriler | | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma | T.8.3.25. , T.8.3.4. |
| | Dinleme | T.8.1.7. |
| | Konuşma | T.8.2.2. |
| | Yazma | T.8.4.13. |
| İlişkili Zekâ Alanları | Müziksel Zekâ, Görsel Zekâ, Sosyal Zekâ, Öze Dönük Zekâ | |
| Araç Gereçler | Renkli tahta kalemleri, Etkileşimli tahta, halat, bilgisayar | |
| Derste Kullanılan Kısa Filmin Künyesi | Levent Semerci (2015). Vazgeçme-Türk Hava Yolları. Uk: Lowe İstanbul. | |
| İlke ve Yöntemler | | |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Bilişsel Yaklaşım, Yapılandırmacı Yaklaşım | |
| Öğretim Stratejisi | Buluş Yoluyla Öğretim | |
| Öğretim Yöntemi | Tartışma Yöntemi, Örnek Olay Yöntemi, Problem Çözme Yöntemi | |
| Öğretim Tekniği | Soru-Cevap Tekniği, Beyin Fırtınası Tekniği, Konuşma Halkası Tekniği | |
| Ön plana çıkan İlkeler | Hayatilik, Yakından Uzağa (Zaman-Mekân), Etkin Katılım, Öğrenciye Görelik | |
| Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler | | |
| Dikkat Çekme Aşamaları | | |
| 1. İpucu Etkinliği | | |
| Öğretmen elinde bir halatla sınıfa girer ve halatı masanın üzerine bırakır. Öğrencilere dönerek "Daha önce hayatınızda korktuğunuz için herhangi bir şeyden vazgeçmek zorunda kaldınız mı?" diye sorar. Öğrencilerin bir kısmı soru üzerine vazgeçmek zorunda kaldıkları şeyleri söylerler. Öğretmen öğrencileri dinledikten sonra halatı eline alır ve üçer kişilik iki grup oluşturarak öğrencileri tahtaya çıkarır. Öğretmen iki grubu halatın iki ucuna eşit bir şekilde dağıtır ve iki grup arasında bir nokta belirleyerek halatı | | |

kendilerine doğru çekmelerini ister. Öğretmenin komutu üzerine öğrenciler halatı kendilerine doğru çekmeye başlarlar. Oyunun sonunda takımlar birbirlerini tebrik ederek yerlerine otururlar.

2. Hedeften haberdar etme etkinliği

Öğretmen halat çekme oyununda kazananları tebrik eder ve öğrencilere bir hikâye anlatacağını söyleyerek söze başlar; “Biliyor musunuz çocuklar Fransa’nın şu anki Millî Eğitim Bakanı beş yaşında Fransa’ya mülteci olarak gelmiş ve çocukluğunda çobanlık yapmış Najat Vallaud Belkacem’dir.” Öğretmen Belkacem’in hikâyesini anlattıktan sonra öğrencilere hayatta hiçbir şeyin imkânsız olmadığını söyler. Öğrencilere bu konuda ne düşündüklerini sorar, doğru ya da yanlış demeden hiçbir eleştiride bulunmadan öğrencilerden gelen bütün fikirleri dinler.

Keşfetme Aşaması

1. Katılım Etkinliği

Öğretmen bu aşamada öğrencilere izleteceği kısa reklam filmine olan ilgilerini artırmak için bir masal anlatarak başlar söze; “Bir padişah tüm ülkeye haber salar, saraydaki ihtişamlı kapıyı kim açarsa kızını onunla evlendireceğini söyler. Gelen bütün delikanlılar kapıyı görünce boyutundan ve heybetinden korkup kapıyı açamayacaklarını söylerler ve vazgeçerler. En son gelen delikanlı kapıyı görünce “denemekten zarar gelmez” diye düşünerek kapıyı iter. Kapıyı itelediğinde görür ki kapı zaten açılmış. Tek yapılması gereken kapıyı itmektir.” Masalı anlattıktan sonra öğretmen aslında bazı şeylerin görüldüğü gibi korkutucu ve yapılmasının imkânsız olmadığını vurgular.

2. Dönüt Etkinliği

Öğretmen öğrencilere konusunun oynadıkları halat çekme oyunu ile anlattığı masal ve hikâyeye aynı konuda olan bir reklam metni izleyeceklerini söyler.

3. Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Etkinliği

Öğretmen öğrencilere metinlerin yazılı ve sözlü olabileceği gibi görsel de olabileceğini hatırlatır. Öğretmen öğrencilere izleteceği kısa reklam filmini dikkatlice izlemelerini ve daha sonra da kendilerini kısa reklam filmindeki kahramanların yerine koymalarını ve onların yaşadıkları durumlarda kendilerinin nasıl davranacaklarını soracağını söyler.

Gelişme Aşaması

1. Uygulama Etkinlikleri

Öğretmen öğrencilere reklam metinlerini iki defa izletir. Reklam metinlerini ilk izlenme sürecinde öğretmen öğrencilere şu soruları sorar:

“Sizce çocuk niye kaçmış olabilir?”

“Sizce çocuğun arkadaşları ne yapmaya çalışıyor?”

“Siz çocuğun yerinde olsaydınız ne yapardınız?”

“Siz çocuğun arkadaşlarının yerinde olsaydınız ne yapardınız?”

Öğrencilerden cevap aldıktan sonra öğretmen reklam metnini durdurmadan bir kere daha baştan sona izletir.

2. Bilgiye Ulaşma ve Bilgiyi Yapılandırma Etkinlikleri

Öğretmen öğrencilerden reklam metninde en çok etkilendikleri yerleri not almalarını ve öğrencilerden kısa reklam filmine farklı başlıklar da bulmalarını ister.

3. Özetleme Süreci

Öğrenciler reklam metnini izledikten sonra öğretmen bir öğrenciden izlediklerini belli bir yere kadar özetlemesini ister ve daha sonra onu durdurup başka bir öğrenciyi kaldırıp onun devam etmesini ister. Bu sayede birkaç öğrenci hazırlıksız konuşma yapma fırsatı elde etmiş olur. Bu süreç özeti bitene kadar birkaç öğrenciyle devam eder. Böylece kısa filmi birkaç öğrenci birlikte özetlemiş olur.

Değerlendirme Aşaması

1. İzleme-Değerlendirme Süreci

Öğretmen öğrencilere reklam metninin içeriği ile ilgili soruların olduğu bir form dağıtır. Böylelikle öğrencilerin reklam metnini anlayıp anlamadıklarını değerlendirir.

2. Dilsel Süreçler

Öğretmen öğrencilerin reklam metninin içeriğine yönelik çıkarımda bulunup bulunamadıklarına, gerçekçi düşünüp düşünemediklerine ve ön öğrenmelerini harekete geçirip geçiremediklerini değerlendirir.

3. Uzamsal Süreçler

Reklam metninde bahsedilen olaylar Karadeniz Bölgesi’nde yaşanmaktadır. Öğretmen önce öğrencilerin Karadeniz Bölgesi’nin özelliklerini söylemelerini ister. Daha sonra ise kendilerinin yaşadıkları yerle Karadeniz Bölgesi arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları söylemelerini ister. Öğretmen cevapları aldıktan sonra eksik ve yanlış bilgi varsa onların doğrularını ifade eder.

4. Müziksel Süreçler

Bu süreçte öğretmen çalınan müziğin bölgeye ait olduğunu ifade ederek hangi müzik aleti ya da aletlerinin kullanıldığını sorar. Çalınan müziğin olayın akışına göre nasıl yükselip alçaldığını da değerlendirmelerini ister.

Tablo 1’de gösterildiği gibi etkinlik süreci; ipucu etkinliği, hedeften haberdar etme etkinliği, katılım etkinliği, dönüt etkinliği, ön koşul öğrenmeleri tamamlama etkinliği, uygulama etkinlikleri, bilgiye ulaşma ve bilgiyi yapılandırma etkinlikleri, özetleme süreci, izleme-değerlendirme süreci, dilsel süreçler, uzamsal süreçler, müziksel süreçler şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 2.

Görsel Okuma Etkinliği 2

| | | | |
|---|---|--|-----------|
| Hafta | 2. Hafta | | |
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) | | |
| Sınıf | 6,7 ve 8 | | |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma | | |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma | T.8.3.12. | T.8.3.13 |
| | | T.8.3.14. | T.8.3.15. |
| | Konuşma | T.8.2.2. | |
| İlişkili Zekâ Alanları | Uzamsal, Dilsel, Kişilerarası, Müziksel, Görsel | | |
| Araç Gereçler | Afiş, Etkileşimli Tahta, Ders Defteri, Kalem, Silgi | | |
| Derste Kullanılan Filmin Künyesi | Kısa | Zudeck, A. &Thunstrom, J. (2020). En büyük sihir ailedir. U.S.A: Disney. https://www.youtube.com/watch?v=qKaX0Xwu_W4 | |
| İlke ve Yöntemler | | | |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Oluşturmacı Yaklaşım | | |
| Öğretim Stratejisi | Buluş Yoluyla Öğretim, Sunuş Yoluyla Öğretim | | |
| Öğretim Yöntemi | Anlatım, Tartışma Yöntemi | | |
| Öğretim Tekniği | Soru-Cevap, Beyin Fırtınası Tekniği | | |
| Ön plana çıkan İlkeler | Hayatilik, Yaşama Yakınlık, Güncellik, Kolaydan Zora, Öğrenciye Görelilik, Etkin Katılım, Bilinenden Bilinmeyene, Yakından Uzağa, Ekonomiklik, Açıklık Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler | | |
| Dikkat Çekme Aşaması | | | |
| 1. İpucu Etkinliği | | | |
| Öğretmen sınıfa bir film afişiyle gelir ve öğrencilere reklam metninin içeriğine uygun bir anısını anlatır. Ardından öğrencilerine geçen bayram kimlerin ziyaretine gittiklerini, aile büyüklerini ne sıklıkla ziyaret ettiklerini, ziyaret esnasında neler hissettiklerini ve gözlemlerini sorar. Reklam filmlerinin varlığından ve özelliklerinden bu hafta da bahseder. Dolaylı ve doğrudan sorularla tartışma yaptırarak konunun önemini, günlük hayattaki yerini fark ettirir. | | | |
| 2. Hedeften haberdar etme etkinliği | | | |
| Öğretmen reklam metnlerinin yaşamdan bir kesiti belirli bir olay veya durum örgüsü içinde anlatan hareketli bir anlatım çeşidi olduğunu belirttikten sonra iki ders saati içinde yapılacak etkinliklerin reklam metinleriyle destekleneceğini söyler. | | | |
| Keşfetme Aşaması | | | |
| 1. Katılım Etkinliği | | | |
| Öğretmen öğrencilerinde bugüne kadar izledikleri reklam metinleri içinden en çok hangisini beğendiklerini, bunun nedenini, reklam metninin içeriğinin ne olduğuna yönelik sorular sorar. | | | |
| 2. Dönüt Etkinliği | | | |
| Öğretmen, aldığı cevaplardan hareketle hikâye ve romanlarda olduğu gibi reklam metnlerinin de belirli zamanda, mekânda belirli kişilerce gerçekleşebilen olayları içerdiğini söyler. | | | |
| 3. Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Etkinliği | | | |

Öğretmen reklam metinlerinin özelliklerinden bahsedip Türkçe dersinde yapılan etkinliklerin reklam metinleriyle desteklenebileceğine yönelik öğrencilerde farkındalık uyandırdıktan sonra, reklam metinlerinin izlenme sürecinde öğrencilerden not almaları, izledikleri metnin içeriğine yönelik sorular üretmeleri ve izledikleri metinleri özetlemeleri gerektiğini belirterek ön koşul öğrenmeleri tamamlayıcı bilgiler sunar.

Gelişme Aşaması

1. Uygulama Etkinlikleri

Öğretmen elindeki film afişini öğrencilerine gösterir ve başlık ile görselden hareketle izleyecekleri metnin içeriğine yönelik tahminde bulunmalarını ister. Öğretmen, öğrencilerden dinleme/izleme kurallarına uyararak metnin konusunu, içeriğini vs. anlayacak şekilde, müzik, ritim, duygu, renk ve biçim değişikliklerine dikkat ederek izlemelerini ister. İzleme sürecinde öğretmen metni belli yerlerde durdurur ve olayların nasıl gelişeceği üzerine tahmin yürütmelerini ister.

2. Bilgiye Ulaşma ve Bilgiyi Yapılandırma Etkinlikleri

Metnin öğrenciler tarafından ikinci ve üçüncü izlenişinden önce öğretmen; reklam filminde gösterilen mekân, kişi-kişiler, anlatılan olay-olaylar, duygular arası geçiş ve zamanlama gibi hususlara dikkat etmelerini ister. Daha sonra kendi aile ziyaretleri ile izledikleri metinde yaşanan duygu ve geçen olayları karşılaştırmalarını ister.

3. Özetleme Süreci

Özetleme sürecinde öğretmen ilk olarak öğrencilerle izledikleri metnin olay haritasını çıkarır. Daha sonra birkaç öğrenci reklam filmini özetler.

Değerlendirme Aşaması

1. İzleme-Değerlendirme Süreci

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam filmini içeriğine uygun bir şekilde özetleyip özetleyemediklerine, özetleme sürecinde mekân, kişi, olay ve olayın gelişim zamanına yönelik açıklamalarını değerlendirir.

2. Dilsel Süreçler

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metninde geçen olayların gerçek hayatta gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini sorgulayıp sorgulamadıklarını, simgesel düşünüp düşünemediklerini ve ön bilgilerinin/öğrenmelerini harekete geçirip geçiremediklerini değerlendirir.

3. Uzamsal Süreçler

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metnindeki biçim, renk, en ve boy gibi unsurlara dönük farkındalıklarını değerlendirmeye çalışır. Ayrıca reklam metnindeki biçimsel değişimlerin öğrenci tarafından yorumlanabilir şekilde fark edilip edilmediğini anlamaya çalışır.

4. Müziksel Süreçler

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metninde yer alan ritim, tını, melodi gibi unsurlara duyarlılıklarını değerlendirmeye çalışmıştır. Değişen müzik, ritim ile duyguların da değişime uğradığını öğrencilerin göz önüne alıp almadığına bakar. Empati becerisine yönelik birtakım çıkarımlarda da bulunulabilir. (Yavaşlayan bir müzikte ninenin üzüntüsünü, canlı melodilerde kişilerin mutluluğunu fark edip etmediklerini değerlendirmiş olur ve Siz olsaydınız ne yapardınız? Nasıl hissederdiniz? Sorularıyla da empati ile düşünmeye sevk eder.)

Ek-1



Kaynak*

* <https://mediacat.com/disney-en-buyuk-sihir-ailedir-reklam-kampanyasi/>

Ek-2

Örnek Sorular

1. Sizce hediye kutusundan ne çıkacak/Ne çıktı?

2. Aile büyüklerinizi ziyaret etmek değer göstermede ne kadar etkili?
3. Genç ya da çocukken yaşlılarla iletişim kurmak konusunda hangi noktalarda zorlanıyorsunuz?
4. Müziğin ritmi, tınısı değişince ne oldu?
5. Ninenin yaşlandığını nereden anladınız?
6. Siz o kızın yerinde olsaydınız ne yapardınız?
7. İzlediğiniz reklam filminde dikkatinizi çeken özellikler neler oldu?
8. Reklam filmi nerede geçiyordu? Kimler vardı? Başlarından geçen olay neydi?
9. Siz aile büyüklerinizi, akrabalarınızı ne sıklıkla ziyaret edersiniz?
10. Ziyaretlerde o kişiler ve siz neler hissedersiniz?

Tablo 2’de gösterildiği gibi etkinlik süreci; ipucu etkinliği, hedeften haberdar etme etkinliği, katılım etkinliği, dönüt etkinliği, ön koşul öğrenmeleri tamamlama etkinliği, uygulama etkinlikleri, bilgiye ulaşma ve bilgiyi yapılandırma etkinlikleri, özetleme süreci, izleme-değerlendirme süreci, dilsel süreçler, uzamsal süreçler, müziksel süreçler şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 3.

Görsel Okuma Etkinliği 3

| | |
|---|--|
| Hafta | 3.Hafta |
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) |
| Sınıf | 6,7 ve 8 |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma T.8.3.4. Konuşma T.8.2.3. T.8.2.4. Dinleme T.8.1.6. Yazma T.8.4.3. T.8.4.13.T.8.4.16. T.8.4.17 |
| İlişkili Zekâ Alanları | Uzamsal, Dilsel, Kişilerarası, Müziksel |
| Araç Gereçler | Etkileşimli Tahta, Yazı Tahtası, Tahta Kalem, Tahta Silgisi, Kâğıt, Kalem, Silgi, Altı Farklı Renk Şapka, Okul ve Sınıf Panosu |
| Derste Kullanılan Kısa Filmin Künyesi | Sornsriwchai, T. (2014). <i>UnsungHero</i> . TH: Ogilvy&Mather. |
| İlke ve Yöntemler | |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Yapılandırmacı Yaklaşım |
| Öğretim Stratejisi | Buluş Yoluyla Öğretim, Sunuş Yoluyla Öğretim |
| Öğretim Yöntemi | Anlatım Yöntemi, Tartışma Yöntemi |
| Öğretim Tekniği | Soru-Cevap Tekniği, Altı Şapka Tekniği, İstasyon Tekniği, Tereyağı-Ekmek Tekniği, Sergi Tekniği |
| Ön plana çıkan İlkeler | Hayatilik, Hedefe Görelilik, Yakından Uzağa, Bütünlük, Etkin Katılım, Güncellik Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler |
| Dikkat Çekme Aşaması | |
| 1. İpucu Etkinliği | |
| Öğretmen sınıfa eline bir kutu ile girer, kutuyu masanın üstüne bırakır ve derste kullanacakları bir materyal olduğunu açıklar. Daha sonra tahtaya "iyilik yap, denize at" şeklinde bir atasözü yazar ve öğrencilere şu soruyu yöneltir: "Daha önce hiç, bir beklenti karşılığında iyilik yaptınız mı? "Öğretmen önce aile fertlerinden birine daha sonra arkadaş ve akrabalarına bir beklenti karşılığında iyilik yapmış öğrencilerin cevaplarını alır. Cevapları sırayla tahtaya yazar ve yakından uzağa bir şekilde kategorize eder. Daha sonra öğretmen sınıfa "Siz birisine yardım edince neler hissediyorsunuz?" şeklinde ikinci bir soru yöneltir. | |
| 2. Hedeften haberdar etme etkinliği | |
| Öğretmen reklam metinlerinin reklam veren firmaların, ürün ve hizmetleri ile ilgili bilgilerini içeren, firmanın misyonu ve vizyonunu anlatan ve bunları belirli bir düzen içerisinde harmanlayan, tüketicilere | |

sunulmak üzere çarpıcı ve farklı bir şekilde hazırlanan, firmaları tanıtıcı metinler olduğunu anlatır. Öğretmen derste de yardımlaşma temalı bir reklam metni izleteceğini ve sonra bu metin ile ilgili sorular soracağını söyler.

3. Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Süreci

Öğretmen reklam metninin izlenme sürecinde öğrencilerin isterlerse not alabileceklerini, metindeki olaylar ve karakterlerle ilgili tahminlerde bulunup soruları cevaplayacaklarını, reklam metninin belirli bir içeriğe sahip olduğu ve bu metinlerin öğrencilere belirli mesajların verildiği gibi ön koşul öğrenmeleri tamamlayıcı bilgiler sunar.

Keşfetme Aşaması

1. Katılım Etkinliği

Öğrencilerine daha önceki haftalarda hangi reklam filmlerini seyrettiklerini soran öğretmen, seyrettikleri arasında en çok hangisini beğendiklerini, bunun nedenini, reklam filmlerinin neler barındırdığını sorar. Cevaplar alan öğretmen bu filmlerin özelliklerine dair bir örnek verir, diğer örnekleri de öğrencilerden ister. Öğrenciler kendi verdikleri örneklerle reklam filmlerinin genel özelliklerini pekiştirmiş olur.

2. Dönüt Etkinliği

Öğretmen, aldığı cevaplardan hareketle hikâye ve romanlarda olduğu gibi reklam filmlerinin de belirli zamanda, mekânda belirli kişilerce gerçekleştirilen olayları kapsadığını, duyguların değişime uğradığını vs. vurgular.

3. Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Etkinliği

Öğretmen reklam filminin özelliklerinden bahsedip, Türkçe derslerinde yardımcı bir ders materyali olarak kullanılabilirliğine ilişkin öğrencilerde farkındalık uyandırdıktan sonra bir metnin yazılı olduğu gibi görsel de olabileceğini dolaylı olarak tekrar vurgular. Ardından öğretmen, filmi seyretme sürecinde öğrencilerin not alacaklarını, tartışıp sorulara cevaplar vereceklerini, kendi sorularını türeteceklerini ve reklam filmini özetleyeceklerini belirterek ön koşul öğrenmeleri tamamlayıcı bilgiler sunar.

Gelişme Aşaması

1. Problem Durumlarını Belirleme Aşaması

Bu aşamada öğretmen öğrencilere yardımseverlik konulu bir reklam metni izletir. Reklam metnini izletirken birkaç yerinde durdurur ve öğrencilere metnin devamında ne olacağı ve izledikleri yere kadar olan kısımlar hakkında sorular sorar. Reklam metninin bitimi ile beraber öğretmen öğrencilere, metin hakkında bir değerlendirmede bulunmalarını söyler ve şu soruyu sorar: "Sizce bu adam insanlara yardım etmeseydi sonuç nasıl olurdu? Kız çocuğu okula gidebilir miydi?" Öğrencilerin cevapları dinlendikten sonra herhangi bir metinde yazarın okuyucuya vermek istediği mesajın ana fikir olduğunu, metnin de yazılış amacı olduğunu anlatır. Ana fikre hangi sorular üzerinden ulaşılabileceğini, metnin genellikle hangi kısımlarında verileceğini açıklar. Öğretmen konunun daha iyi anlaşılması için öğrencilere "Sizce bu reklam metninin ana fikri nedir?" sorusunu yöneltir. Gelen cevaplar tahtaya yazılır. Öğretmen rehberliğinde gerekçeler belirtilerek tartışılır, en uygun cevap ana fikir seçilir.

2. Grup Oluşturma Süreci

Bu aşamada öğretmen sınıfı dört gruba ayırır. Ayırdığı her gruba 'yardımseverlik ve paylaşma' konusu ile ilgili farklı görevler verir. 1. gruba öykü yazma, 2. gruba şiir yazma, 3. gruba afiş hazırlama, 4. gruba da resim yapma görevi verilir.

3. Rol Beklentileri ve Sorumluluk Alma Süreçleri

Grupların oluşturulması ve görev dağılımının yapılmasının ardından öğretmen, alacakları sorumluluklar hakkında bilgi verir. Uygulanacak tekniğe göre öğrenciler, uygulama sırasında istasyonları gezecek ve her çalışmada bulunmuş olacaktır. Bu aşamada öğretmenin amacı, gelişim düzeylerini göz önünde bulundurarak çeşitli zekâ alanlarını uyarmak, belirlediği öğretim tekniğini en doğru şekilde uygulamaktır.

4. Uygulama Süreci

Her grup konuyla ilgili kendine verilen görevi yapmaya başlar. Belli bir süre geçtikten sonra çalışmalarını sıralarında bırakıp kendi aralarında yer değiştirirler ve birbirlerinin kaldığı yerden devam ederler. Böylece bütün öğrenciler her grupta çalışmış olur. Öğretmen burada öğrencilerin becerilerini rahat bir şekilde sergileyebilmelerini ve özel yeteneklerini ortaya çıkarabilmelerini amaçlar. Süre sonunda tüm gruplar ortaya çıkardıkları ürünlerini toparlar. Yapılan resim ve afiş sınıf panosuna asılır, şiir ve öykü beden dili etkili bir şekilde kullanılarak tahtada okunur.

5. İlişkilendirme Süreci

Öğretmen reklam metnini öğrencilere izletir. Daha sonra metnin içeriğine uygun başlıklar önermelerini öğrencilerden ister. Bu süreçte öğrencilere yardımcı olmak adına, daha önceden yazdıkları metinlere uygun başlık nasıl bulduklarını sorar ve iki kitap ismi üzerinden bu soruda öğrencilere yol göstermeye çalışır. Öğretmen, "Siz olsanız Şeker Portakalı isimli bir kitabı mı okumayı tercih ederdiniz yoksa

Meyve Kitabı isimli bir kitabı mı? Ardından öğretmen, öğrencilerin önlerindeki kâğıtlara, yazdıkları metne en uygun ve en dikkat çekici başlığı yazmalarını ister. Tüm kâğıtlar okunduktan sonra en uygun ve en dikkat çekici başlık seçilir. Herkes bu konuda hemfikir olduktan sonra başlığı yazan öğrenciyi tebrik eder.

Öğretmen öğrencilerden birbirlerinin yazdığı metinleri yazım, noktalama açısından kontrol etmelerini ister. Sonrasında tüm kâğıtları sınıfa karışık bir şekilde dağıtır. Öğrenciler kâğıtlarında fark ettiği yanlışları nedenini de belirterek öğretmene iletirler. Yapılan hatalar öğretmenin de yardımıyla düzeltilir. Yapılan düzeltme sonucu en az hatalı kâğıdın sahibi öğrenci tebrik edilir ve kâğıdı okulun Türkçe dersi panosuna asılır. Ders bitiminde öğretmen il ve ilçe bazında yapılacak olan şiir ve kompozisyon yarışmasından ve verilecek ödülünden bahseder. Öğretmen, öğrencilerinden katılımın fazla sayıda olmasını ister ve dersi sonlandırır.

Değerlendirme Aşaması

1-İzleme-Değerlendirme Süreci:

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metnini anlayıp anlamadıklarını, metnin ana fikrine ulaşım sağlamadıklarını değerlendirir. Ardından dersin amacına yönelik hazırlanan uygulamaların öğrenciler üzerinde ne gibi etkiler bıraktığını sınıfın gelişim düzeyine uygunluğunu, öğrencilerin izledikleri reklam metninden yola çıkarak belirlenen temaya uygun ürünleri ortaya çıkarıp çıkarmadıkları değerlendirilir.

2-Dilsel Süreçler:

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metnindeki olayları gerçek hayatla ne kadar örtüştürebildiklerini, ön bilgilerinden de faydalanarak ne kadar somut hâle getirebildiklerini değerlendirir.

3-Uzamsal Süreçler:

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metnindeki nesnelere, kişilere ve mekâna yönelik özellikleri çeşitli nasıl yorumladıklarını değerlendirir.

4-Müziksel Süreçler:

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin reklam metnindeki seslere ritim, tını, melodi gibi unsurlara duyarlılıklarını değerlendirir.

Tablo 3'te gösterildiği gibi etkinlik süreci; ipucu etkinliği, hedeften haberdar etme etkinliği, ön koşul öğrenmeleri tamamlama süreci, katılım etkinliği, dönüt etkinliği, ön koşul öğrenmeleri tamamlama etkinliği, problem durumlarını belirleme aşaması, grup oluşturma süreci, rol beklentileri ve sorumluluk alma, uygulama, ilişkilendirme ve izleme-değerlendirme süreci, dilsel, uzamsal ve müziksel süreçler şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 4.

Görsel Okuma Etkinliği 4

| Hafta | 4.Hafta |
|------------------------------|--|
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) |
| Sınıf | 6,7 ve 8 |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma T.8.3.20. T.8.3.21. Konuşma T.8.2.1. Yazma T.8.4.3. T.8.4.13.T.8.4.8. T.8.4.17 |
| İlişkili Zekâ Alanları | Sözel Zekâ Alanı, Görsel Zekâ Alanı, Sosyal Zekâ, Bedensel Zekâ |
| Araç Gereçler | Etkileşimli tahta, bilgisayar |
| Derste Kullanılan Künyesi | Kısa Filmin Orman, M. (2012). Kent Bayram Reklamı. UK: Lowe İstanbul |
| | İlke ve Yöntemler |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Oluşturmacı Yaklaşım |
| Öğretim Stratejisi | Buluş Yoluyla Öğretim, Sunuş Yoluyla Öğretim |

Aydın, N., & Tunagür, M. 6-8. Sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerini geliştirmeye yönelik reklam metin temelli etkinlik tasarımları.

| | |
|--|---|
| Öğretim Yöntemi | Düz Anlatım Yöntemi, Tartışma Yöntemi, Örnek Olay, Drama Yöntemi |
| Öğretim Tekniği | İstasyon Tekniği |
| Ön plana çıkan İlkeler | Yaşama Yakınlık, Açıklık, Sosyallik, Etkin Katılım Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler |
| <hr/> | |
| Dikkat Çekme Aşaması Öğretmen, öğrencilerin dikkatini çekmek için bir bayram anısını paylaşır ve ardından öğrencilere şeker dağıtır. Güdüleme Bu aşamada öğretmen, öğrencilere işlenecek konunun öneminden ve ders saati içerisinde edinilecek bilgilerin gündelik hayatta ne işe yarayacağından bahseder. Hedeften Haberdar Etme Öğretmen öğrencilerine reklam metni hakkında bilgilendirme yapar. Kısa zamanda çok şey anlatma esasına dayandığını söyler ve son olarak da reklam metninin görsel ve işitsel unsurlar yardımıyla bir toplumsal yaşantı kesitini belirli bir olay ve durum örgüsü içinde anlatan hareketli bir anlatım çeşidi olduğu belirtir. Ön Koşul Öğrenmelerin Tamamlanması Öğretmen, reklam metninin izlenme süresinde; reklam filmindeki gelişimi ve sonucu hakkında tahminde bulunacaklarını, reklam filmlerinin belirli bir içeriğe sahip olduğu ve filmlerde öğrencilere belirli mesajların verildiği gibi ön koşul öğrenmeleri tamamlayıcı bilgiler sunar. | |
| <hr/> | |
| Keşfetme Aşaması Katılım Etkinliği Öğretmen, izleteceği videoya olan ilgilerini artırmak için “ <i>İşte Bayram Geldi</i> ” adlı şiiri okur. Dönüt Etkinliği Öğretmen reklam metinlerinde belirli bir zaman, mekân, kişiler tarafından gerçekleştirilen olayların anlatıldığından bahseder. | |
| <hr/> | |
| Gelişme Aşaması Uygulama Etkinlikleri Öğretmen etkileşimli tahtada reklam metnini izletir. Video bittikten sonra öğrencilere şöyle bir soru yöneltilir: Bayram ile ilgili ne öğrendiniz? Sızce farklı toplumlarda nasıl bayramlaşıyordunuz? Eğer bir bayram reklamı yapmak isteseydiniz bu nasıl olurdu? Sınıfta etkin katılımın sağlanması için kısa bir bayram oyunu canlandırılır. Sınıfta iki grup oluşturulur birinci gruba eski bayramlarla ilgili bir metin verilir ve canlandırmaları istenir ikinci gruba da yeni nesil bayramlarla ilgili bir metin verilir ve canlandırmaları istenir daha sonra yapmış oldukları iki canlandırma arasındaki benzerlikler ve farklılıkları görme adına sorular yöneltilir. Daha sonra öğrenci izlediği videodan çıkardığı ana düşünceleri açıkladığı bir metin kaleme alınması istenir. Metni yazarken yazım kılavuzundan yararlanmaya, günlük hayattan örnekler kullanmaya yönlendirilir. Reklam metnindeki “Bayram” teması hakkında kendi ailesinde yaşanan bayram ritüellerini ele alması istenir. Kaleme aldığı metnin içindeki ana düşünceyi zenginleştirmek adına mizahi öğeler kullanması beklenir. Belirlenen ana fikir uygun başlık bulunur ve metin tamamlanır. Öğrencinin kaleme aldığı metnin sınıfıyla ve okuluyla paylaşılması sağlanır. Buna ek olarak “Bayram” teması ile ilgili bir konuşma hazırlamaları istenir. Konuşma bittikten sonra diğer öğrencilerin konuşmayı değerlendirmelerini ister. Diğer öğrencilerden, bir sonraki ders için konuşma yapar arkadaşlarının konuşmasını bir adım ileriye götürecek bir konuşma hazırlamalarını ister. Öğrencinin kaleme aldığı metnin sınıfıyla ve okuluyla paylaşılması sağlanır. Şiir ve kompozisyon yarışmalarına katılım teşvik edilir. Özetleme Süreci İlk olarak “Bayram” temalı reklam metninin olay haritası çıkarılır. Sonrasında öğrencilerden reklam metninin özetlenmesi beklenir. | |
| <hr/> | |
| Değerlendirme Aşaması Sözel Zekâ Süreci Bu süreçte öğretmen öğrencilerin sözlü ve yazılı dili etkin bir şekilde kullanıp kullanmadığına bakar. Öğrencilerin yazdıkları metinden hareketle aktif kelime haznelerinin geniş olup olmadığına bakılır. Görsel Zekâ Süreci Öğretmen reklam metninden hareketle öğrencilerin yazdıkları metinde olayı nasıl betimlediklerine bakar, hayal güçlerini ne kadar ileriye taşıdıklarını değerlendirir. Sosyal Zekâ | |
| <hr/> | |

Öğrenciler bayram konulu drama sayesinde bir iletişim, etkileşim içine girerler bu sayede kendilerini daha iyi ifade edebilmede başarılı olabilirler.

Bedensel Zekâ

Beden dilini etkin bir şekilde kullanıp kullanmadıklarına bakılır.

Tablo 4’te gösterildiği gibi etkinlik süreci; güdüleme, hedeften haberdar etme, ön koşul öğrenmelerin tamamlanması, katılım,dönüt ve uygulama etkinlikleri, özetleme, sözel zekâ, görsel zekâ, sosyal zekâ ve bedensel zekâ etkinlikleri şeklinde tasarlanmıştır.

Görsel Okuma Etkinliği 5

| | |
|----------------------------------|---|
| Hafta | 5. Hafta |
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) |
| Sınıf | 6,7 ve 8 |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma T.8.3.20. T.8.3.24. Konuşma T.8.2.2. Dinleme T.8.1.3. Yazma T.8.4.3. T.8.4.13.T.8.4.16. T.8.4.17 |
| İlişkili Zekâ Alanları | Sözel Zekâ Alanı, Görsel Zekâ Alanı, Sosyal Zekâ, Bedensel Zekâ |
| Araç Gereçler | Renkli Tahta Kalemleri, Etkileşimli Tahta, Tahta Kalem, Tahta Silgisi, Ders Defteri, Kalem, Silgi, Maske, Kitap Ayracı |
| Derste Kullanılan Filmin Künyesi | Kısa Tanyer, D. (Yönetmen/Senaryo Yazarı). (2012). Ziraat Bankası [Film], Happy People Project. |
| | İlke ve Yöntemler |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Yapılandırmacı Yaklaşım |
| Öğretim Stratejisi | Buluş yoluyla öğrenme, Sunuş yoluyla öğrenme |
| Öğretim Yöntemi | Anlatım Yöntemi, Tartışma Yöntemi. |
| Öğretim Tekniği | Soru-cevap Tekniği, Beyin Fırtınası Tekniği |
| Ön plana çıkan İlkeler | Yaşama Yakınlık, Güncellik, Somuttan Soyuta, Kolaydan Zora, Öğrenciye Görelik, Etkin Katılım, Bilinenden Bilinmeyene, Yakından Uzağa, Ekonomiklik, Açıklık Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler |

Dikkat Çekme Aşaması

İpucu Etkinliği

Öğretmen yüzünde Yeşilçam karakterlerinden birinin maskesiyle sınıfa girer ve öğrencilere “Yüzümdeki maske size tanıdık geliyor mu?” diye sorar. Olumlu cevap veren öğrencilere “Nerede gördünüz?” diye bir soru yönelterek karakterin yaşamlarındaki yerini tespit eder. Ardından öğrencilere “Bu karakterlerin toplumumuzdaki yeri sizce nedir?” diyerek konuya dair ön bilgilerini sınar.

Keşfetme Aşaması

Katılım Etkinliği

Peki izlediğiniz metinle yaşamınız arasında bir benzerlik var mıydı?” sorusunu sorduktan sonra aldığı olumlu cevaplar doğrultusunda bu benzerliklerin ne olduğunu ve izlediklerinden hangi dersi çıkardıklarını paylaşmalarını ister.

Dönüt Etkinliği

Öğretmen reklam metninin belirli bir zamanda ve mekânda geçtiğini, belirli kişi ve olaylar çerçevesinde oluştuğunu anlatır ve bunların hangi türlerle benzerlik gösterdiğini sorar. Cevap veren öğrencilere olumlu geri dönüş yapar.

Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Etkinliği: Öğretmen bu süreçte milli birlik ve dayanışma kavramları ile ilgili hatırlatmalarda bulunur. Reklam metninde verilmek istenen bir mesaj olduğunu ve bu içeriğe dikkat etmeleri gerektiğini belirterek onlardan, metindeki olayların gelişimine dikkat etmelerini ister.

Gelişme Aşaması

Uygulama Etkinlikleri

Öğretmen, metnin bir bölümünü izlettikten sonra durdurur, nasıl sonuçlanacağına dair öğrencilerden tahminde bulunmalarını ve not almalarını ister. Reklam metninin ikinci kez ve tam olarak izletilmesinden sonra “Tahmin ettiğiniz ve karşılaştığınız sonuçlar arasındaki farklar nelerdir?” diye sorar. Doğru tahminde bulunan öğrencilere Yeşilçam baskılı ayraçlar hediye eder.

Bilgiye Ulaşma ve Bilgiyi Yapılandırma Etkinlikleri

Öğretmen, öğrencilerden izledikleri reklam metnindeki hikâye unsurlarını gerçek unsurlarla karşılaştırıp, arasındaki farkları belirten notlar almalarını ister. Bu kısımda reklam metni izleme aşaması tamamlandıktan sonra öğretmen, sınıfta beşli gruplar oluşturup “Metindeki karakterler millî birlik ve dayanışma temasına ne şekilde değinmişlerdir?” sorusunu sorduktan sonra öğrencilerden aralarında tartışmalarını ister. Gruplar kendi aralarında bu kavramlar üzerine tartışarak bir sonuca ulaşır ve öğretmen, grupların her birinden bir kişinin millî birlik ve dayanışma kavramları üzerine konuşmasını ister.

Özetleme Süreci

Bu süreçte öğretmen tahtaya reklam metniyle alakalı bir hikâye haritası çizer ve öğrencilerden bu haritayı doldurmalarını ister. Daha sonra öğretmen öğrencilerden konuya yönelik hikâye edici bir metin yazmalarını ve yazdıkları metne uygun başlık bulmalarını söyler. Gönüllü olan birkaç öğrenci yazdıklarını paylaşır ve metinlerdeki yazım yanlışları sınıftaki diğer öğrenciler tarafından düzenlenir.

Değerlendirme Aşaması

Sözel / Dilsel Zekâ:

Bu süreçte öğretmen, öğrencilerin kendi millî kültür öğelerini kavrayıp kavrayamadıklarını değerlendirilmiştir. Derste öğrencilere hazırlıksız konuşmalar yaptırılarak öğrencilerin dili kullanma ve konuşma becerileri ölçülmüştür.

Bireysel / Öze dönük Zekâ:

Öğrencilerin olaylara, durumlara ve hayata karşı farklı bir pencereden bakıp bakamadıkları, zihnindeki bilgileri ve öğrendiklerini gerçek hayatla ilişkilendirip, ilişkilendiremedikleri öğrenilmeye çalışılmıştır.

Müzikal / Ritmik Zekâ:

Öğrencilerin reklam metnindeki müziği duyduktan sonra müziğe karşı olan ilgi ve tutumları, öğrencilerde oluşturduğu hissiyatlar değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Tablo 5’te gösterildiği gibi etkinlik süreci; ipucu, katılım, dönüt, ön koşul öğrenmeleri tamamlama, uygulama, bilgiye ulaşma ve bilgiyi yapılandırma etkinlikleri, özetleme süreci, sözel /dilsel, bireysel/öze dönük ve müzikal/ritmik zekâ etkinlikleri şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 6.

Görsel Okuma Etkinliği 6

| | |
|---------------------------------------|---|
| Hafta | 6. Hafta |
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) |
| Sınıf | 6,7 ve 8 |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma T.8.3.15. Konuşma T.8.2.1. Dinleme T.8.1.11.T.8.1.13. Yazma T.8.4.2. T.8.4.7.T.8.4.15. T.8.4.16. T.8.4.17. |
| İlişkili Zekâ Alanları | Görsel (Uzamsal), Sözel (Dilsel), Kişiler Arası (Sosyal) |
| Araç Gereçler | Ders kitabı, etkileşimli tahta, tahta kalemi, A4 ya da defter, kalem, silgi, kalemıraş |
| Derste Kullanılan Kısa Filmin Künyesi | Pehlivanlı, Can. J. (2019). Yolum Sensin. TR.:Norr Film. (Yolum Sensin, 2019) |
| | İlke ve Yöntemler |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Yapılandırmacı Yaklaşım |
| Öğretim Stratejisi | Buluş Yoluyla Öğretim |

| | |
|------------------------|--|
| Öğretim Yöntemi | Örnek Olay, Tartışma, Soru-Cevap |
| Öğretim Tekniği | Büyük Grup Tartışması, Soru-Cevap Tekniği, Rol Oynama |
| Ön plana çıkan İlkeler | Yaşama Yakınlık, Güncellik, Somuttan Soyuta, Öğrenciye Görelik, Etkin Katılım, Bilinenden bilinmeyene Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler |

Dikkat Çekme Aşaması

İpucu Etkinliği

Öğretmen “Hedef nedir?”, “Sizce Atatürk’ün hedefi neydi?”, “Sizin hedefiniz nedir?” sorularını sorar ve öğrencilerin ön bilgilerini kontrol eder. İzletilecek reklam metni ile ilgili ipuçları verilir.

Hedeften haberdar etme etkinliği

Öğretmen, dersin “Hedef, Atatürk, Atatürk olmak ve Atatürk’ü anlamak” kavramlarının üzerinden işleneceğini öğrencilere söyler. 10 Kasım ile ilgili reklam metni izletileceğini belirtir.

Keşfetme Aşaması

Katılım Etkinliği

Öğretmen, reklam metnini izletmeden önce metinde geçen kavramları tahtaya yazar ve öğrencilere bu kavramlardan ne anladıklarını sorar. Öğrencilerin cevapları dinlenir ve sınıfta tartışma yapılır.

Dönüt Etkinliği

Öğretmen, cevapları dinledikten sonra reklam metninde geçen kavramları açıklar ve öğrencilerin cevaplarıyla karşılaştırır. Bu kavramların reklam metnindeki zaman, mekân, şahıs döngüsü içerisinde bir yer ve anlamı olduğunu belirtir. Daha sonra reklam metni izletilir ve öğrencilerden metinde dikkatlerini çeken yerleri not etmeleri istenir. Ardından metinde geçen şahıs, mekân ve eşyalara dikkat edilmesi gerektiği belirtilerek 2. kez izletilir ve öğrencilerden yazdıkları notları karşılaştırmaları istenir.

Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Etkinliği

Reklam metni izletilmeden önce Atatürk hakkında genel bilgiler verilir. Öğrencilere konu ile ilgili sorular sorulur. Reklam metni izlemeye hazır hâle getirilir.

Gelişme Aşaması

Problem Durumlarını Belirleme Aşaması

Reklam metni belli aralıklarla durdurulmak üzere 3. kez izletilir. Çocuğun okula gitmek istemediği bölümde reklam metni durdurulur. “Sizce okula neden gitmek istemiyor?” şeklinde sınıfa bir soru yöneltilir. Cevaplar alınır. Metnin devamında Hasan, öğretmenin ona verdiği rolü ezberlemeye çalışır ve bu görevde kendine bir güvensizliği olduğu görülür. Öğretmen, reklam metnini ilgili bölümde durdurur. “Hasan, ona verilen Atatürk rolünü canlandıracağı için neden bu kadar endişeli olabilir?” şeklinde öğrencilere bir soru yöneltilir. Bu bölümde öğrencilerden, belirtilen probleme bir çözüm bulmaları istenir ve düşünmek için zaman verilir. Daha sonra cevapları dinlenir.

Grup Oluşturma Süreci

Bu süreçte ilk olarak canlandırma etkinliği hakkında sınıfa bilgi verilir. Daha sonra öğrencilerden dört grup oluşturulur.

Rol Beklentileri ve Sorumluluk Alma Süreçleri

Gruplar oluşturulduktan sonra öğretmen her gruptan bir temsilci seçer. Her grup kendi kurallarını belirler. Bu süreçte temsilcilerden beklenen grup üyelerinin olumlu bağlılıklarını, katılımlarını ve etkileşimlerini sağlamaktır.

Uygulama Etkinlikleri

Reklam metninden sonra Atatürk’ün ortaokul, lise, üniversite, askerlikteki ilk görevi, kurtuluş savaşı, cumhuriyetin ilanı sırasındaki hâllerini farklı farklı öğrenciler canlandırırlar. İlk öğrenci Atatürk’ün çocukluk çağını canlandıracaktır; “Okula başlayacaktım ve içimde büyük bir heyecan vardı. Annem ve babam bu konu hakkında farklı düşüncelere sahiptiler. Annem, geleneksel eğitim veren mahalle mektebine gitmemi istiyordu...”, lise çağını canlandıracak olan diğer bir öğrenci; “Düşüncelerimde matematik öğretmenim Yüzbaşı Mustafa Bey çok etkili oldu.” şeklindeki konuşmalarla etkinlik devam eder. Daha sonra Atatürk’ün farklı yaş ve durumlarındaki hâllerini canlandıran öğrencilerin hepsi el ele tutuşur ve ellerini bırakmadan çember oluşturur, ortaya başka bir öğrenci geçer, çember açılır ve ortadaki öğrenci; “Benim naçiz vücudum elbet bir gün toprak olacaktır, ancak Türkiye Cumhuriyeti ilelebet payidar kalacaktır. İşte ben de Atatürk’ün düşüncesi ve ilkeleriyim. Ben sizin zihinlerinizde, kalbinizde ve vatan için yaptığımız her işte ebediyen sizinle yaşayacağım. İşte Atatürk olmak budur.” diyerek son konuşmayı yapar ve böylece canlandırma etkinliği bitirilir.

İlişkilendirme Süreci

Canlandırma etkinliği bittikten sonra sınıftaki öğrenciler, daha önce öğretmen tarafından belirlenen gruplara ayrılır. Öğrencilerden, canlandırma etkinliği ve reklam metni arasındaki ilişkinin bu gruplarda

tartışılarak değerlendirilmesi istenir. Seçilen temsilcilerin düşünceleri sınıfta paylaşımları istenir. Daha sonra öğrencilerden, Atatürk'e karşı hislerini ifade eden bir yazı yazmaları ve yazdıkları yazılarda Atatürk'ün sözlerinden de yararlanılarak yazım kurallarına uygun bir çalışma yapmaları istenir. Bir sonraki derste; öğrencilerden yazılarını sınıfta okumaları istenir ve sınıf tarafından seçilen dört çalışma sınıf veya okul panosunda sergilenir. Ders sonunda öğrencilerden, bu etkinliğin kendilerine ne kattığı hakkında fikirlerini belirtmeleri istenir.

Değerlendirme Aşaması

İzleme-Değerlendirme Süreci

Bu süreçte soru-cevap tekniği kullanılarak öğrencilerin konuya farklı açılardan bakıp bakamadıkları ve eleştirel düşünceleri değerlendirilmeye çalışılır. Öğretmen, rol yapan öğrencileri gözlemler ve farklı kişiliklere bürünme konusundaki yeterliliklerini değerlendirir.

Dilsel Süreçler

Öğrencilere, reklam metni ile ilgili sorular sorulur. Öğrencilerin konuşma becerileri, kelime kullanımları, cümle kurma becerileri ölçülür. Öğrencilerden kısa bir değerlendirme yazısı yazmaları istenerek yazınsal becerileri değerlendirilir. Daha sonra yazdıklarını sınıftakilerle paylaşmaları istenerek okuma seviyeleri değerlendirilir.

Uzamsal Süreçler

Bu süreçte öğretmen; öğrencilerin izledikleri reklam metninde yer alan mekânları, mekânlar arası geçişleri, görsel unsurları fark etme ve ayırt etme becerilerine yönelik değerlendirme yapar.

Kişiler Arası Süreçler

Grup çalışmaları ve yapılan canlandırma etkinliğiyle öğrencilerin birbirleriyle olan etkileşimleri ve koordinasyonları desteklenir.

Tablo 6'da gösterildiği gibi etkinlik süreci; ipucu, hedeften haberdar etme, katılım, dönüt ve ön koşul öğrenmeleri tamamlama etkinliği, problem durumlarını belirleme aşaması, grup oluşturma, rol beklentileri ve sorumluluk alma, ilişkilendirme, izleme-değerlendirme, dilsel, uzamsal ve kişiler arası süreçler şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 7.

Görsel Okuma Etkinliği 7

| Hafta | 7.Hafta |
|---------------------------------------|---|
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) |
| Sınıf | 6,7 ve 8 |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma T.8.3.15. T.8.3.22.T.8.3.29. Konuşma T.8.2.2. T.8.2.4. Dinleme T.8.1.8.T.8.1.10. Yazma T.8.4.12. T.8.4.13. |
| İlişkili Zekâ Alanları | Dilsel zekâ, uzamsal zekâ, sözel zekâ ve görsel zekâ |
| Araç Gereçler | Etkileşimli tahta, tahta kalemi, ders kaynak kitabı, fotoğraflar ve medya metinleri |
| Derste Kullanılan Kısa Filmin Künyesi | Ahmet Yaman, Sinem Hekimoğlu, Yeliz Soylu, Gökcem İslam tarafından hazırlanan Tek İhtimal Zaferadlı reklam https://www.youtube.com/watch?v=szzluRLIWng&feature=youtu.be İlke ve Yöntemler |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Yapılandırmacı Yaklaşım |
| Öğretim Stratejisi | Sunuş yoluyla öğrenme stratejisi, Buluş yoluyla öğrenme stratejisi |
| Öğretim Yöntemi | Örnek olay yöntemi, rol oynama ve drama |
| Öğretim Tekniği | Düz anlatım yöntemi, örnek olay yöntemi ve Soru-cevap tekniği |
| Ön plana çıkan İlkeler | Öğrenciye görelilik ilkesi, yaşama yakınlık ilkesi, güncellik ilkesi. Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler |

Dikkat Çekme Aşaması

İpucu etkinliği:

Öğretmen sınıftaki öğrencilere bazı sorular yöneltir. Sorular şu şekildedir: ‘Sizce zafer ne demektir?’, ‘Bildiğiniz bir zafer örneği var mı?’ , ‘siz ülkenizin istikbali için neler yaparsınız?’ Öğrenciler sorular hakkında biraz düşünür ve sorulara cevap verir.

Hedeften Haberdar Etme Etkinliği:

Öğretmen soruların cevabını aldıktan sonra Çanakkale ile alakalı sınıfa getirdiği bir haber metnini öğrencilerine okur. Öğrencilere bu haber metni ile alakalı düşüncelerini sorar ve birkaç öğrenciden fikrini alır.

Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Süreci:

Bu süreçte öğretmen önce bazı kavramların anlamını öğrencilere tekrar hatırlatır. Hatırlatılan kavramlar şunlardır: Bakış açısı, objektiflik, özgünlük. Daha sonra bir metnin (yazılı, görsel ve görsel-işitsel) başlığından hareketle içeriği hakkında bir yorumda bulunulabileceğinden bahseder.

Keşfetme Aşaması

Katılım Etkinliği

Öğrencilere reklam metinleriyle ilgili bilgiler verilir. Reklam metinlerinin etkisinden ve konuyu ilgi çekici hâlde anlatıldığından bahsedilir. Öğrencilere reklam metinleri sizin dikkatinizi çeker mi, reklam metinleri sizi etkiler mi? soruları sorulur. Bu sorularla öğrencilerin ilgisi sağlanır.

Dönüt Etkinliği

Öğrencilere reklam metinlerini işlevleri ve yararları hakkında bilgiler verilir.

Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Süreci:

Öğretmen öğrencilere Türk milletinin tarihte bağımsızlık için vermiş olduğu mücadeleleri anlatır. Ardından Çanakkale Savaşı hakkında ön bilgi verilir. Öğrencilere anlamlarını bilemeyecekleri düşünülen kelimeler tahtaya anlamlarıyla birlikte yazılır.

Gelişme Aşaması

Problem Durumlarını Belirleme Aşaması

Bu aşamada ilk olarak reklam metni öğrencilere izletilir. Daha sonra öğrencilere böyle bir savaş durumu ile karşılaşsalar neler yapacakları sorulur.

Grup Oluşturma süreci:

Öğretmen öğrencilere izledikleri metinden hareketle bir drama etkinliği yapacağını ve bunun içinde gönüllü birkaç öğrencinin olup olmadığını sorar. Gönüllü olan öğrencileri tahtaya çıkarır, diğer öğrencilerin de hazırda beklemelerini, her an onları da başka bir rol için kaldırdığını söyler.

Rol Beklentileri ve Sorumluluk Alma Süreçleri:

Gönüllü öğrencilere asker, vatandaş ve düşman askerler olarak roller verilir. Bu durumda nasıl davranacağı tamamen öğrenciye bırakılır.

Uygulama Süreci:

Öğretmenin gözetimi altında drama etkinliği başlar. Öğrenciler, aldığı roller çerçevesinde doğaçlama olarak yaşanan anlardan bir kesit canlandırmaya çalışır. Düşman askerleri yurda saldırır. Askerler ve halk tek vücut olarak yurdu onlardan korur ve yurdu temizler. Ölenler yaralananlar olur. Öğretmen sınıftan birkaç kişi kaldırır hemşire, doktor rolleriyle oyuna katar. Sonunda bir zafer kazanılmıştır. Öğrenciler bunun için sevinçlerini gösterir.

İlişkilendirme Süreci

Öğretmen önce bir bütün hâlinde öğrencilerin reklam metnini izlemelerini sağlar. Daha sonra metnin içeriğine uygun kısa bir metin yazmalarını öğrencilerden ister. Yazdıklarına uygun başlık seçmelerini söyler. Bu süreçte öğrencilerden son olarak drama tekniği ile geliştirilen bakış açısı doğrultusunda reklam metninin içeriğini değerlendirmelerini ister. Metnin konusuyla alakalı fikirlerini söylemek üzere birkaç öğrenci kalker ve hazırlıksız konuşma yapar.

Değerlendirme Aşaması

İzleme-Değerlendirme Süreci

Bu süreçte öğretmen öğrencilerin izledikleri reklam metninin içeriğine uygun bir şekilde farklı metinler yazıp yazamadıklarını, yazdıkları metne uygun başlık bulup bulamadıklarını değerlendirir.

Dilsel Süreçler

Bu süreçte öğretmen öğrencilerin izledikleri metinde geçen olay ya da olayların gerçek hayatta gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini sorgulayıp sorgulamadıklarını, simgesel düşünüp düşünemediklerini ve ön bilgilerini harekete geçirip geçiremediklerini değerlendirir.

Uzamsal Süreçler

Bu süreçte öğretmen genelde öğrencilerin kısa filmdeki biçim, renk, en ve boy gibi unsurlara dönük farkındalıkları değerlendirmeye çalışmıştır.

Aydın, N., & Tunagür, M. 6-8. Sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerini geliştirmeye yönelik reklam metin temelli etkinlik tasarımları.

Müziksel Süreçler

Bu süreçte öğretmen genelde öğrencilerin kısa filmdeki ritim, tını, melodi gibi unsurlara duyarlılıklarını değerlendirmeye çalışmıştır.

Tablo 7’de gösterildiği gibi etkinlik süreci; ipucu, hedeften haberdar etme, katılım ve dönüt etkinliği, ön koşul öğrenmeleri tamamlama süreci, problem durumlarını belirleme aşaması, grup oluşturma, rol beklentileri ve sorumluluk alma, uygulama, ilişkilendirme, izleme-değerlendirme, dilsel, uzamsal ve müziksel süreçler şeklinde tasarlanmıştır.

Tablo 8.

Görsel Okuma Etkinliği 8

| | | |
|---------------------------------------|---|--|
| Hafta | 8.Hafta | |
| Uygulama Süresi | 2 ders saati (40+40 dk.) | |
| Sınıf | 6,7 ve 8 | |
| Öğrenme Alanı | Görsel Okuma | |
| Geliştirilen Temel Beceriler | Okuma, Dinleme, Konuşma, Yazma | |
| İlişkili Kazanımlar | Okuma | T.8.3.15. T.8.3.11. T.8.3.13. |
| | Konuşma | T.8.2.1. |
| | Dinleme | T.8.1.8. T.8.1.10. |
| | Yazma | T.8.4.2. T.8.4.7. T.8.4.15. T.8.4.16. T.8.4.17. |
| İlişkili Zekâ Alanları | Görsel, Sözel, Sosyal Zekâ | |
| Araç Gereçler | Etkileşimli tahta | |
| Derste Kullanılan Kısa Filmin Künyesi | Yolum Sensin Atatürk”, Koç Holding 10 Kasım Reklam Filmi 2019 | |
| | İlke ve Yöntemler | |
| Öğrenme-Öğretme Yaklaşımı | Bilişsel Yaklaşım | |
| Öğretim Stratejisi | Buluş Yoluyla Öğretim Stratejisi | |
| Öğretim Yöntemi | Örnek Olay | |
| Öğretim Tekniği | Beyin Fırtınası, Soru- Cevap | |
| Ön plana çıkan İlkeler | Hedefe görelilik, Hayatilik, Bütünlük, Bilinenden bilinmeyene | |
| | Dersin İşleniş Aşamaları /Etkinlikler | |

Dikkat Çekme Aşaması

İpucu Etkinliği

Öğretmen, sınıfa gelip çevrelerinde zorluklarla ve sorunlarla baş eden birilerinin olup olmadığını, eğer varsa ne gibi zorluklarla baş ettiklerini, nasıl baş ettiklerini öğrencilerine sorar. Öğretmen, Atatürk hakkında ne bildiklerini sorar ve öğrencilerin Atatürk’le ilgili bildiklerini tahtaya yazar. Ardından öğretmen, öğrencilerden Atatürk’ün ne tür zorluklarla mücadele ederek bulunduğu konuma geldiği hakkında bildiklerini söylemesini ister. Öğretmen öğrencilerin verdiği bu cevapları da tahtaya yazar. Öğretmen bundan sonra öğrencilerin verdiği cevapları birbiriyle ilişkilendirir. En sonunda öğretmen, öğrencilerine “Çevrenizde yaşayacağınız zorluklarla nasıl baş edersiniz ve bu zorlukların üstesinden gelmek için mücadele eder misiniz, yoksa bu problemlerden kaçmayı mı tercih edersiniz?” şeklinde sorular yönelterek “Soru-Cevap” tekniğiyle öğrencilerin daha aktif şekilde derse katılımları sağlanacaktır.

Hedeften Haberdar Etme Etkinliği

Öğretmen, öğrencilerin cevaplarından sonra onları verdikleri cevaplar için tebrik eder. Öğretmen, öğrencilerine birtakım zorluklarla karşılaştıkları takdirde kaçmak yerine sonuna kadar mücadele etmelerinin daha doğru olduğunu söyler. Öğretmen, öğrencilerine hayatta güçlü olmak için ve amaçlarına ulaşmak için zorluklarla mücadele etmek gerekebileceğini söyler. Öğrencilere hayatta nelerin zor olabileceği sorusunu yöneltir. Alınan cevapları tahtaya yazılır.

Ön Koşul Öğrenmeleri Tamamlama Süreci

Öğretmen önce Atatürk' le ilgili bazı bilgileri verip onun kişilik yapısıyla ilgili belli başlı yönleri öğrencilere anlatır. Daha sonra öğrencilerine Atatürk'le ilgili reklam metni izleteceğini ve bu reklam metnini izledikten sonra değerlendirmelerini isteyeceğini söyler.

Keşfetme Aşaması

Ön Koşul Öğrenmelerinin Tamamlanma Etkinliği

Reklam metni öğrencilere izletilmeden önce bu metinlerin de giriş-gelişme-sonuç bölümlerini içerdiği gibi temel bilgilerin üzerinden geçilir. Ardından öğrencilere Atatürk hakkında neler bildikleri sorularak öğrenciler reklam metnini izlemeye/dinlemeye hazır hâle getirilir.

Gelişme Aşaması

Uygulama Etkinlikleri

Öğretmen, reklam metnini öğrencilere iki kez izlettikten sonra izlenen reklam metni hakkında fikirlerini alır (Reklam metnini arada bir durdurarak metin hakkında düşüncelerini ve metnin devamında neler olabileceğini sorar).

Bilgiye Ulaşma ve Bilgiyi Yapılandırma Etkinlikleri

Reklam metninin izletilmesinin ardından öğretmen, öğrencilerden Atatürk hakkında yeni bir şeyler öğrenip öğrenmedikleri hakkında düşüncelerini alır. Reklam metninde yer alan çocuğun “Atatürk gibi olabilmek” konusunda ne şekilde adımlar atabileceği hususunda tartışılır.

Özetleme Süreci

Öğretmen, Atatürk ve Atatürk'ün çıktığı yolda verdiği mücadeleler hakkında neler bildiklerini belirleyebilmek için öğrencilere belli sorular yöneltir. Atatürk'ün bizlere emanet ettiği bu vatani, daha iyi seviyelere taşıyabilmek için bireysel olarak yapabileceklerimiz konulu bir tartışmaya giriş yapar. Öğrenciler tartışmaya katılır.

Değerlendirme Aşaması

İzleme-Değerlendirme Süreci

Öğrencilerin izletilen reklam metnini anlayıp anlamadıkları, reklam metninden hareketle olayı ve olayın ne şekilde geliştiğini anlayıp anlamadıkları değerlendirilir.

Dilsel Süreçler

İzletilen reklam metniyle beraber, öğrencilerin ön bilgilerinin harekete geçip geçmediği gözlemlenir.

Uzamsal Süreçler

Bu süreçte öğrencilerin izledikleri reklam metninden hareketle metinde geçen biçim ve renk gibi mekânsal unsurları fark edip etmedikleri değerlendirilir

Müziksel Süreçler

İzletilen reklam metninde öğrencilerin ritim ve melodi gibi unsurlara karşı olan duyarlılıkları değerlendirilir.

Tablo 8’de gösterildiği gibi etkinlik süreci; hedeften haberdar etme etkinliği, ön koşul öğrenmeleri tamamlama süreci, ön koşul öğrenmelerinin tamamlanma, uygulama, ve bilgiye ulaşma ve bilgiyi yapılandırma etkinlikleri, özetleme, izleme-değerlendirme, dilsel ve müziksel süreçler şeklinde tasarlanmıştır.

Bütünleştirilmiş yaklaşımın esas alınarak hazırlandığı görsel okumaya dayalı 8 reklam metin temelli etkinlik; öğretim ilke, yöntem, strateji ve teknik ile ilişkili zekâ alanlarının işe koşularak işlevsel hâlde kullanılmasına olanak sunan bir yaklaşım doğrultusunda geliştirilmeye çalışılmıştır. Etkinlikler öğrencilerin salt görsel okuma becerilerini değil çok yönlü gelişimlerini sağlamayı hedefleyen bir yaklaşım doğrultusunda hazırlanmaya çalışılmıştır. Nitekim tüm etkinliklerde diğer dil becerilerinin geliştirilmesine imkan tanıyacak etkinliklerin hazırlanması öğrencilerin kendilerini farklı yöntem ve stratejilerle ifade etmesine olanak sunabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

21. yüzyıl, teknolojinin oldukça etkin ve yaygın olduğu bir çağdır. Bu yüzyılda teknolojiye dayalı yaşanan gelişmeler, bireylerin birtakım becerileri kazanmasını ve bu becerileri etkin olarak kullanmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle görsellerin hayatın her alanında yer edinmesi, bireylerin görsel okuma becerilerini geliştirme ve etkili bir şekilde

kullanmalarını gerekli hâle getirmiştir. Okul çağına gelen çocukların okul öncesi eğitimden başlayarak eğitim yaşamları boyunca bu öğrenme alanına ilişkin beceriler kazanmaları ve bu becerileri etkili bir şekilde kullanmaları bir gereklilik hâline gelmiştir. Ayrıca öğrencilerin akademik yaşamlarında başarılı olma ve dil becerilerini bilinçli bir şekilde kullanabilen bir birey olmada görsel okuma becerisinin etkisi yadsınmaz bir gerçektir.

Eğitim-öğretim sürecinde görsel unsurların kullanılmasının olumlu sonuçlar verdiği bilinmektedir. Görsel becerilerin kazandırılması ve görsel okuryazarlık kavramının geliştirilmesi, bireysel gelişime katkı sunmaktadır. Bu becerinin geliştirilmesi bir program kapsamında ve bir öğretici rehberliğinde gerçekleşmektedir. Bu durumda görsel unsurların sınıf içinde ve öğrenme sürecinde etkili kullanılması için öğretmenlerin görsel öğretim teknik ve yöntemleri gibi görsel okumaya dayalı becerilerine sahip olmaları gerekmektedir (Stokes, 2005). Ayrıca bu becerinin kazandırılmasında yalnızca öğretmenlere değil ailelere de görevler düşmektedir. Görselliğin ve görsel okuryazarlığın öneminin gittikçe artmasına rağmen bu beceriye gereken önemin verilmediği görülmektedir. Nitekim 2005 Türkçe Öğretim Programı'nda (1-5. sınıflar) da ilk defa görsel okuma ve görsel sunu kavramına yer verilmiş, bu doğrultuda öğrencilerin bu beceriyi kazanarak üst düzey düşünme becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede görsel okuma becerisi ile öğrencilerin akıl yürütme, analitik düşünme, çıkarımda bulunma, eleştirel yaklaşma ve değerlendirme yapabilme becerilerinin de geliştirilerek yaşama hazırlanmaları hedeflenmiştir (Sarıkaya, 2017). Fakat Çam-Aktaş, (2010) programda görsel okumaya ilişkin kazanım sayısının sınırlı olduğunu, kazanımların sınıf düzeyinde dengeli bir dağılımının olmadığı ve çalışma kitaplarında bu alana yönelik etkinlik sayısının çok az olduğunu belirtmektedir. Özşarı (2015) da alanda yapılan diğer çalışmalar sonucunda görsel okumanın öğrencilerin eleştirel okuma becerilerini geliştirdiği, anlamlandırma, analiz yapma, ana fikir bulma, özetleme gibi becerileri geliştirerek akademik başarıya olumlu bir katkı sağladığını ifade etmektedir. Kuru (2008) ise araştırmasında öğrencilerin görsel okuma becerisini kazanmaktan hoşnut oldukları, bu beceriyi kazanmanın Türkçe dersine olan ilgiyi arttırdığı ve yaparak yaşayarak öğrenmelerine katkı sunduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bu beceriyi kazanmalarının sonucunda öğrencilerin özgüvenlerinin arttığı ve kendilerini ifade etme becerilerinin geliştiği bulgusuna ulaşılmıştır. Özellikle ilköğretim çağındaki çocukların reklamlar üzerinden iletmeye çalışılan mesajlara eleştirel bir açıdan bakmalarının sağlanması ve bu kapsamda çalışmaların yapılması önem taşımaktadır. Bu sebeple birinci sınıftan itibaren bu becerinin kazandırılmasına ilişkin kazanımlara yer verilmesi ve etkinliklerin sayılarının artırılması gerekmektedir. Çünkü öğrencilerin günlük hayatta sıklıkla karşılaştıkları kitle iletişim araçlarının iletmeye çalıştığı mesajları anlama, yorumlama ve çıkarım yapabilme becerilerini kazanmaları oldukça önemlidir (Çam Aktaş, 2010).

Bu çalışmada, 2005 Türkçe Öğretim Programı'ndaki amaç ve kazanımlar göz önünde bulundurularak 8 haftayı kapsayan 8 görsel okuma etkinliği geliştirilmiştir. Bu etkinlik örneklerinin ilgili alan yazındaki araştırmacılara, öğretmenlere ve eğitimcilerle rehberlik edeceği düşünülmektedir. Etkinlikler haftalar şeklinde tablollaştırılmış, uygulama süresi, öğrenme alanı, geliştirilen temel beceriler, ilişkili kazanımlar, ilişkili zekâ alanları, araç gereçler, ilke ve yöntemler başlıkları kapsamında sunulmuştur. Ders işleniş süreci; dikkat çekme, keşfetme, gelişme ve değerlendirme aşamaları bağlamında detaylandırılmış ve bu aşamalar kapsamında ders süreci ayrıntılı bir şekilde verilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmanın görsellerin öğrencilerin dil becerilerine, duyuşsal ve bilişsel süreçlerine etkisinin incelenebileceği çalışmalara kaynak olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda birtakım öneriler getirilmiştir.

- Türkçe Öğretim Programlarından çıkarılan görsel okuma alanı yeniden öğretim programına alınabilir.
- Eğitim fakültelerinde görsel okuma alanıyla ilgili ders verilebilir.
- Ders kitaplarında görsel okumaya yönelik etkinliklerin sayısı artırılabilir.
- Görsel okuma alanı ile ilgili uygulamaya dönük araştırma yapmaları artırılması için bu kapsamda etkinlik önerisi sunan çalışmalar yapılabilir.

Katkı Oranı Beyanı: Birinci yazar araştırmanın bulgular ve yöntem bölümüne, ikinci yazar ise araştırmanın giriş, kuramsal, sonuç kısmı ile makalenin rapor hâline getirilmesine katkı sunmuştur.

KAYNAKLAR

- Ateş, M. Sur, E., & Çelik, H. (2020). Türkçe öğretmenlerinin görsel okumayla ilgili görüşlerinin değerlendirilmesi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 1-15. <http://doi:10.38089/ekvad.2020.0>
- Aydemir, Ö. E. (2016). *Dördüncü sınıf Türkçe dersi öğretim programının görsel okuma ve sunu becerilerini geliştirme açısından incelenmesi* (Tez No. 421737) [Yüksek lisans tezi, Bartın Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Başaran, M. (2013). Türkçe Öğretimi El Kitabı. Abdurrahman Güzel & Halit Karatay. (ed.), *Görsel Okuryazarlığı* (birinci baskı) içinde (s. 351-378). Pegem Akademi Yayınları.
- Batı, U. (2012). *Reklamın dili*. Alfa Yayınları.
- Berger, J. (2016). *Görme biçimleri*. Metis Yayınları.
- Çam Aktaş, B. (2010). İlköğretim 1-5. sınıflar Türkçe öğrenci çalışma kitaplarındaki görsel okuma etkinliklerinin incelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 105-122. <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRFME1qQTVPUT09>
- Çarkıt, C. (2019). 2018 Türkçe dersi öğretim programı çerçevesinde hazırlanan 8. sınıf Türkçe ders kitabının değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1368-1376. <http://doi:10.17755/esosder.516915>
- Deniz, K., Tarakçı, R. & Karagöl, E. (2019). Okuma kazanımları açısından ortaokul Türkçe ders kitapları. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 7(3), 688-708. <https://doi.org/10.16916/aded.569153>
- Feinstein, H. (1993). Visual literacy in general education at the University of Cincinnati. *Journal of Visual Literacy*, 13(2), 89-96. <https://doi.org/10.1080/23796529.1993.11674486>
- Göçer, A. & Tabak, G. (2012). İlköğretim 5. sınıf Türkçe öğrenci çalışma kitaplarının görsel okuma etkinlikleri bağlamında incelenmesi. *İlköğretim Online Dergisi*, 11(3), 790-799. <http://ilkogretim-online.org.tr>
- Gültaş, G. (2012). *İlköğretim birinci sınıf türkçe kitaplarındaki görsel okuma etkinlikleri ile ilgili öğretmen görüşleri*. (Tez No. 327795) [Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi.] <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Güneş, F. (2007). *Türkçe öğretimi ve zihinsel yapılandırma*. Nobel Yayınları.
- Güneş, F. (2013). Görsel okuma eğitimi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-17. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/43569>

Aydın, N., & Tunagür, M. 6-8. Sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerini geliştirmeye yönelik reklam metin temelli etkinlik tasarımları.

- Harms, J. & Kellner, D., Toward. (2004). Critical theory of advertising, *Illuminations* <http://www.uta.edu/huma/illuminations/kell6.htm>
- İşeri, K. ve Baştuğ, M. (2016). Yeni Türkçe dersi öğretim programının değerlendirilmesi. *International Journal of Language Academy*. 4 (4) s. 17-35
- Keskinkılıç, F. (2014). *İlköğretim programlarında yer alan görsel okuryazarlık kazanımlarının değerlendirilmesi* (Tez No. 381576) [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir
- Küçükerdoğan, R. (2011). *Reklam nasıl çözümlenir?* Beta Yayınları.
- Oring, S. (2000), A call for visual literacy, *School Arts, April*, s. 58-59 <https://www.thefreelibrary.com/a+call+for+visual+literacy.a061524607>
- Özsarı, İ. (2015). *İlkokul birinci sınıf öğrencilerine yönelik 'görsel okuma eğitim programının geliştirilmesi ve etkililiğinin sınanması* (Tez No. 421493) [Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Sarikaya, B. (2017). Türkçe öğretiminde görsel okuma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 779-196.
- Sever S., Kaya Z. & Aslan C. (2006). *Etkinliklerle Türkçe öğretimi*. Morpa Yayınları.
- Stokes, S. (2005). Visual literacy in teaching and learning: a literature perspective. *Electronic Journal for the Integration of Technology in Education*. 1 (1), 10-18.
- Tuncer, S. E. (2018). *Yazılı basında yer alan reklam metinlerinin gösterge bilimsel çerçevesi* (Tez No. 511974) [Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir
- Wernick, A., (1996), *Promosyon kültürü: reklam, ideoloji ve sembolik anlatım*. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Williamson, J. (2001). *Reklamın dili* (Çev. Ahmet Fethi). Ütopya Yayıncılık.

Extended Abstract

Introduction

In the society we live in, the communication and information acquisition styles of individual shaving have changed with the effect of technology and gained new dimensions. This change has directly affected the educational processes, the expectations and needs of learners and teachers. In parallel with the developments, the understanding of reading has also changed.

Technological developments have affected the content of printed materials and paved the way for visuals. Technological devices such as computers, phones and tablets have replaced the understanding of reading from documents and paved the way for reading on the screen. In this case, it has been revealed that visual stimuli are encountered more frequently and are more naturally affected by visuals. Today, almost all materials such as magazines, textbooks, television and billboards contain visuals. These developments have brought along the concept of visual reading (Ateş et al., 2020). The lack of visual reading area of the program is a striking finding. As a matter of fact, in the context of 21st century skills and in this age, it has become a necessity for learners and teachers to develop, understand and explain their visual skills within the framework of computers, tablets, smartphones and the unlimited visual world possibilities offered by these devices.

Purpose

The fact that the studies in the field of visual reading could not reach the desired variety, number and level made it necessary to conduct such researches. In this context, 6-8. It is aimed to develop visual reading skills of primary school students with original activities through advertising texts. In line with this stated purpose, an answer was sought to the following question.

Method

In this study, which aims to develop activity suggestions for the development of visual reading skills, the scanning model was used. In this context, the relevant literature was scanned, researches, documents and books related to visual reading were examined. As a result of the literature reviewed, a framework was designed for visual reading and advertising texts and activities were prepared accordingly. In the preparation process, 8 activity proposals covering 8 weeks were presented, taking into account the aims, principles and achievements of the program. Based on the relationship between language skills, it is thought that these activities will improve not only visual reading skills, but also listening, speaking, reading and writing skills. As a matter of fact, there are targets to be developed regarding skills in each activity. In the preparation of the activities, the approach that Sever refers to as the "integrated approach" was taken as a basis. This approach is "in education; mastery learning, active learning, brain-based learning, multiple intelligences, constructivism; question-answer, discussion, demonstration, group work, brainstorming, gamification, observation, exam, etc. teaching approach methods and techniques" (Sever, Kaya, & Aslan, 2006).

Conclusion

The 21st century is an era in which technology is very effective and widespread. Technological developments in this century require individuals to acquire certain skills and use these skills effectively. In particular, the presence of visuals in all areas of life necessitated individuals to develop their visual reading skills and to use them effectively. It has become a necessity for school-age children to acquire skills related to this learning area and to use these skills effectively throughout their education life, starting from pre-school education. In addition, the effect of visual reading skills on students' academic life and on being individuals who can use their language skills consciously is an undeniable fact.

In this research, visual reading activities covering weeks were developed by taking into account the aims and achievements of the Turkish Curriculum. It is thought that these activity examples will guide researchers, teachers and educators in the relevant literature. The activities were tabulated in weeks and presented under the headings of practice time, learning area, basic skills developed, relevant acquisitions, relevant intelligence areas, tools, principles and methods. course process; It has been detailed in the context of attracting attention, discovery, development and evaluation stages and the course process has been tried to be given in detail within the scope of these stages. It is thought that this research will be a source for studies examining the effects of visuals on students' language skills, affective and cognitive processes. In this direction, some suggestions have been made. Visual readings should be removed from Turkish Curriculum and included in the

Aydın, N., & Tunagür, M. 6-8. Sınıf öğrencilerinin görsel okuma becerilerini geliştirmeye yönelik reklam metin temelli etkinlik tasarımları.

curriculum. In higher education institutions that train teachers, lessons related to visual reading should be given as in other skills.

Etik Kurul Belgesi: Bu çalışma herhangi bir canlı üzerinde gerçekleştirilmediği için etik kurul onay belgesi alınmasını gerektirmemektedir.