
Kuram ve Uygulamada SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Social Sciences: Theory & Practice

ISSN: 2619-9408

Geliş/Received: 27.05.2024 Kabul/Accepted: 26.06.2024

Makale Türü: Araştırma

Sosyal Medya Ünlülerinin Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi*

*Elifnur AKGÜL**

*Bayram BAŞ***

ÖZ

Sosyal medya ortamları haber, iletişim, eğitim, bilgi paylaşımı gibi farklı birçok alanda kullanılmaktadır. Milyonlarca insanın etkileşimde bulunabileceği, düşüncelerini ve edinimlerini paylaşabilecekleri geniş bir alan sunmaktadır. Öyle ki sosyal medya ortamlarını dil öğretimi amacıyla kullanan pek çok kullanıcı karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya ünlüleri olarak andığımız ve yüz binlerce takipçisi olan bu öğretiler dikkate değer bir niceliktedir. Araştırmanın amacı ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin Türkçe öğretimindeki etkisini belirlemek, bahsi geçen kişilerin sosyal medyada Türkçe öğretim yöntemlerini, içeriklerini ve bu yöntemlerin öğrenme sürecine olan katkılarını derinlemesine incelemektir. Araştırma, ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin Türkçeyi ikinci dil olarak öğretmeye yöneldikleri bir ortamdaki durumu incelediğinden nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması ile yapılandırılmıştır. Araştırmada sosyal medya ünlülerinin paylaşımları/içerikleri doküman olarak incelenmiş; ana dili Türkçe olmayan 5 sosyal medya ünlüsü, 13 yabancı uyruklu Türkçe öğrenici ve yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde uzman 2 kişi ile yarı yapılandırılmış sorularla görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen bulgular, sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde önemli bir materyal sağlayıcısı olduğunu, sosyal medya ortamları üzerinden sistemli bir yabancı dil eğitimi vermeseler de yabancı dil olarak Türkçe öğretimine potansiyel katkı sağladıklarını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi, Sosyal Medya, Sosyal Medya Ünlüleri

Teaching Turkish As a Foreign Language By Social Media Celebrities

ABSTRACT

Social media platforms are utilized in various fields such as news, communication, education, and information sharing. They provide a broad space where millions of people can interact, share their thoughts, and acquire knowledge. Notably, most users employ social media platforms for language teaching. These educators, often referred to as social media influencers, have significant amount of followings sometimes numbering in the hundreds of thousands. The aim of this research is to determine the role and impact of non-native Turkish social media influencers in teaching Turkish, to examine their teaching methods, content, and the contributions of these methods to the learning process in-depth. As this study investigates the context where non-native Turkish social media influencers are teaching Turkish as a second language, it is structured using the case study method, one of the qualitative research approaches. The research involved analyzing the posts/content of social media influencers as documents; conducting semi-structured interviews with five non-native Turkish social media influencers, thirteen foreign learners of Turkish, and two experts in teaching Turkish as a foreign language. The findings indicate that social media influencers provide

Atf Bilgisi: Akgül, E. & Baş, B. (2024). Sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretimi. *Kuram ve Uygulamada Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 264-278. Doi: 10.48066/kusob.1490937

* Bu çalışma, Elifnur Akgül'ün Prof. Dr. Bayram Baş danışmanlığında hazırladığı "Sosyal Medya Ünlülerinin Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Ana Bilim Dalı, Yabancılar Türkçe Öğretimi, elifnurakgul23@gmail.com, ORCID: 0009-0003-5054-716X

** Prof. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi Bölümü, bbas@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3569-9395

significant material for teaching Turkish as a foreign language. Although they do not offer a systematic foreign language education through social media platforms, they contribute potentially to the teaching of Turkish as a foreign language.

Keywords: Teaching Turkish as a Foreign Language, Social Media, Social Media Celebrities

Giriş

Dil bireylerin bilgi birikimlerini, duygularını ve düşüncelerini aktarmalarını sağlayan başlıca iletişim aracıdır. Onu konuşan toplumun yaşayış biçimini, kültürünü, dünya görüşünü, diğer toplumlarla kurduğu ilişkileri yansıtan bir aynadır. Bireyler arasında anlaşmayı sağlayan toplumsal sistemdir (Dilaçar, 1968). Bireyler yaşama, ait olduğu toplumun dilini öğrenmekle başlar. Beraberinde ana dili ile dünyayı anlayıp yorumlamakta yetersiz kalan insanlar yabancı dil öğrenmeye ihtiyaç duyarlar (Yorgancı, 2021). Günümüzde milletlerarası sosyal, kültürel, ekonomik, siyasi ve ticari ilişkilerin artması, ulaşım imkânlarının zenginleşmesiyle ana dilin yanı sıra ikinci hatta üçüncü dil öğrenimi gerekli görülür (Sayar, 2019).

Bilim, sanat ve teknikte ulusal sınırların çoktan aşıldığı dünyada yabancı dil iletişimin en gerekli araçlarından biri olarak değerlendirilir (Soner, 2007). İkinci dil öğrenimi ve öğretimi, özellikle küreselleşen dünyada giderek artan bir ilgiyle karşılanmaktadır. İkinci bir dil öğrenmek, farklı kültürleri, ritüelleri öğrenmenin yanı sıra, kişinin dünyaya bakış açısını değiştirir (İşcan, 2011). Nitekim ikinci dil, bireylerin başka toplumlarla etkileşim kurmalarını, iletişim becerilerini geliştirmelerini, kişisel gelişimlerine katkıda bulunmalarını ve sosyo-kültürel birikimlerini şekillendirmelerini sağlar. Bu bağlamda, yabancı dil olarak Türkçe öğretimi de çeşitli nedenlerden dolayı uluslararası alanda önemli bir konuma sahiptir. Akademik çalışmalar, ticari faaliyetler, diplomatik temaslar, Türklere olan sevgi vb. amaçlarla Türkçe öğrenilmek istenmektedir (Erdem, 2009).

Türkçe öğretimi süreci, öğrencilere dilin okuma, yazma, dinleme ve konuşma becerilerini kazandırmayı amaçlayan ve kültürler arası etkileşimi mümkün kılan önemli bir süreçtir. Bu süreçte kullanılan yöntemler ve öğretim materyalleri öğrencilerin dil becerilerini olabildiğince geliştirebilmeleri için zenginleşmiştir. Öyle ki geleneksel sınıf ortamlarının dışına çıkarak teknolojinin ve sanal dünyanın sunduğu yeni imkânlarla çeşitlenmiştir. İnternetin bunun bir sonucu olarak da sosyal medyanın eğitimle bütünleşmesi ile farklı eğitim/öğretim ortamları oluşmuştur. Sosyal medya öğrenme-öğretme ortamlarının yapısını değiştirdiği gibi bu ortamların daha geniş kitlelere, zaman ve mekân sınırı olmadan erişimini kolaylaştırmıştır (Sarsar vd., 2015). Özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması, dil öğretiminde yeni dönüşümlere olanak tanımıştır.

Sosyal medya haber, iletişim, eğitim, bilgi paylaşımı, arkadaş takibi gibi farklı alanlarda ilgi çekmekte ve insanlara düşüncelerini, edimlerini paylaşabilecekleri geniş bir alan sunmaktadır (Baz, 2018). Özer'in (2019) yaptığı çalışmada sosyal medyayı eğitim amaçlı kullananların varlığı dikkat çekmektedir. Nitekim Facebook, Instagram, YouTube ve TikTok gibi sosyal medya ortamları dil öğrencileri için büyük bir materyal sağlamakta; öğrencilere dil öğreticileri ve diğer dil öğrencileri ile etkileşim kurma imkânı sunmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu görsel ve işitsel içeriklerin zenginliği dil öğrenimini daha cezbedici hâle getirmektedir. Sosyal medya dil öğrencilerine sadece materyal sağlayıcı veya bilgi kaynağı olarak değil aynı zamanda öğrencilerin iletişim becerilerini aktif olarak kullanabileceği bir eğitim ortamı olarak da görülmektedir. Öyle ki sosyal medya ortamlarını dil öğretimi amacıyla kullanan birçok kullanıcı karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya ünlüleri olarak andığımız ve yüz binlerce takipçisi olan bu öğreticiler dikkate değer bir niceliktedir.

Instagram, YouTube ve TikTok'ta Türkçe öğretimi yapan sosyal medya ünlüleri, eğitici içerikler üreterek Türkçe öğrencilerine pratik yapma imkânı sunmakta, dil bilgisi, kelime bilgisi, cümle çevirileri vb. konularda öğrencilere katkı sağlamaktadır. Tüm bunların yanı sıra sosyal medya ünlülerinin paylaştığı kültürel içerikler, Türkçe öğrencilerinin Türk kültürünü ve yaşam tarzını daha yakından tanımalarına imkân vermektedir.

Sosyal medyanın eğitimde kullanılmasına yönelik alanyazında birçok çalışma görülmektedir. Bu çalışmalar genel olarak Türkçe öğretiminde sosyal ağ kullanımı, öğrenme ve öğretme süreçlerinde sosyal medyanın kullanımı, sosyal medyanın eğitimde kullanımına yönelik okul idaresinin, öğretmenlerin, öğrencilerin tutum ve görüşleri, eğitimde sosyal medyayı kullanma düzeyleri gibi çalışmalardan oluşmaktadır (Güler ve Sali, 2021; Sayar vd., 2015; Çangal, 2019; Gültaş, 2021; Feyzioğlu, 2016; Yaylak ve İnan, 2018). Ancak sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretimi üzerine hiç çalışma yapılmamış, sonuçlarının olumlu ve olumsuz yönde etkiler yaratıp yaratmadığı henüz incelenmemiştir. Çalışmanın temel problem durumunu bu düşünce oluşturmaktadır.

Araştırmada We Are Social ve Meltwater ortaklığında yayınlanan Dijital 2024 Küresel Genel Bakış Raporu'na (2024) göre etkileşimin ve rekabetin en yüksek olduğu video paylaşımları, canlı yayınlar, hikâyeler ile yabancı dil olarak Türkçe öğretiminin desteklendiği YouTube, Instagram ve TikTok ortamlarında ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin Türkçe öğretimi ele alınarak değerlendirilecektir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, sosyal medya ortamlarında ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin Türkçe öğretimindeki etkisini belirlemeyi, bahsi geçen kişilerin sosyal medyada Türkçe öğretim yöntemlerini, içeriklerini ve bu yöntemlerin öğrenme sürecine olan katkılarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında sosyal medya ünlülerinin öğretimi planlaması, uygulaması ve değerlendirmesi durumları ele alınarak öğretimin niteliği ortaya konulacaktır. Yapılan araştırmalar ve araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular, bu kişilerin dil öğretimi sürecindeki rolünün anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın problem durumu "Ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretimi süreci nasıldır?" olarak belirlenmiştir. Problem durumuna bağlı olarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- a. Sosyal medya ünlülerinin sosyal medya hesaplarındaki derslerin yapılandırılması nasıldır?
- b. Sosyal medya ünlülerinin dersleri uygulaması nasıldır?
- c. Sosyal medya ünlülerinin sosyal medya hesaplarındaki ölçme ve değerlendirme süreçleri nasıldır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Ana dili Türkçe olmayan yabancı sosyal medya ünlülerinin Türkçeyi ikinci dil olarak öğretmeye yöneldikleri bir ortamdaki durum inceleneceğinden araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması gerçekleştirilmiştir. Durum çalışması bir ortamı, bir nesneyi, belgeleri veya belirli bir olayı detaylı şekilde inceleme olarak tanımlanır (Berg ve Lune, 2016).

Araştırmaya konu olan yabancı sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretim durumları birden fazla başlık altında inceleneceğinden ve her bir durum kendi içinde alt başlıklardan oluştuğundan araştırma, "tek bir durum için birden fazla alt tabaka ya da birimin bulunduğu" (Yin, 2017) iç içe olma esasına dayalı tekli durum deseni ile yapılandırılmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın doküman incelemesi gerçekleştirilen çalışma grubunu, sosyal medya ortamlarında on binlerce takipçisi/abonesi olan, beğenileri ve video izlenmeleri binleri bulan, çeşitli içerikler üreterek Türkçe öğretimine katkı sağlayan yabancı uyruklu 23 YouTube, 30 Instagram ve 23 TikTok sosyal medya ünlüsünün sosyal medya hesapları, görüşme yapılan çalışma grubunu ise 5 ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlüsü, 13 yabancı uyruklu Türkçe öğrencisi ve yabancı dil olarak Türkçe alanında uzman 2 kişi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında incelenen sosyal medya ünlülerinin Instagram, TikTok ve YouTube ortamları üzerinden yaptıkları tüm paylaşımları doküman olarak kabul edilmiş ve araştırmada “doküman incelemesi” veri toplama aracı olarak esas alınmıştır. Doküman incelemesinin yanı sıra sosyal medya ünlüleri, sosyal medya ünlülerini takip eden dil öğrencileri ve yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde uzman eğitimcilerle sosyal medya ünlülerinin Türkçe öğretimi üzerine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın bir diğer veri toplama aracı da “görüşme” olarak belirlenmiştir. Bu teknikle odaklandığımız konu olan yabancı uyruklu sosyal medya ünlülerinin Türkçe öğretimi üzerine yarı yapılandırılmış sorular kullanarak konunun detayına inmek amaçlanmıştır. Hazırlanan görüşme formu ile ilgili olarak yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde uzman bir akademisyen ve bir Türkçe öğretmeni olmak üzere iki uzmanın görüşleri alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında YouTube, Instagram ve TikTok ortamlarında paylaşılan reelsler, shortslar, hikâyeler, videolar, canlı yayınlar, yorumlar gibi çeşitli kaynaklardan toplanan veriler ile sosyal medya ünlüleri, yabancı uyruklu Türkçe öğrencileri ve yabancı dil olarak Türkçe öğretimi alanında uzman eğitimcilerle yapılan görüşme sonucundan çıkan veriler, içerik analizi ile çözümlenmiştir.

İçerik analizi süreci; verilerin dikkatli bir şekilde hazırlanması, kodlanması ve yorumlanması neticesinde ortaya çıkan sonuçların paylaşılmasıdır (Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2015). Analiz sürecinde veriler dikkatle gözden geçirilmiş ve verilerin önemli bulguları belirlenmiştir. Daha sonra belirlenen alt problemler etrafında veriler düzenlenmiş ve sınıflandırılması sağlanmıştır

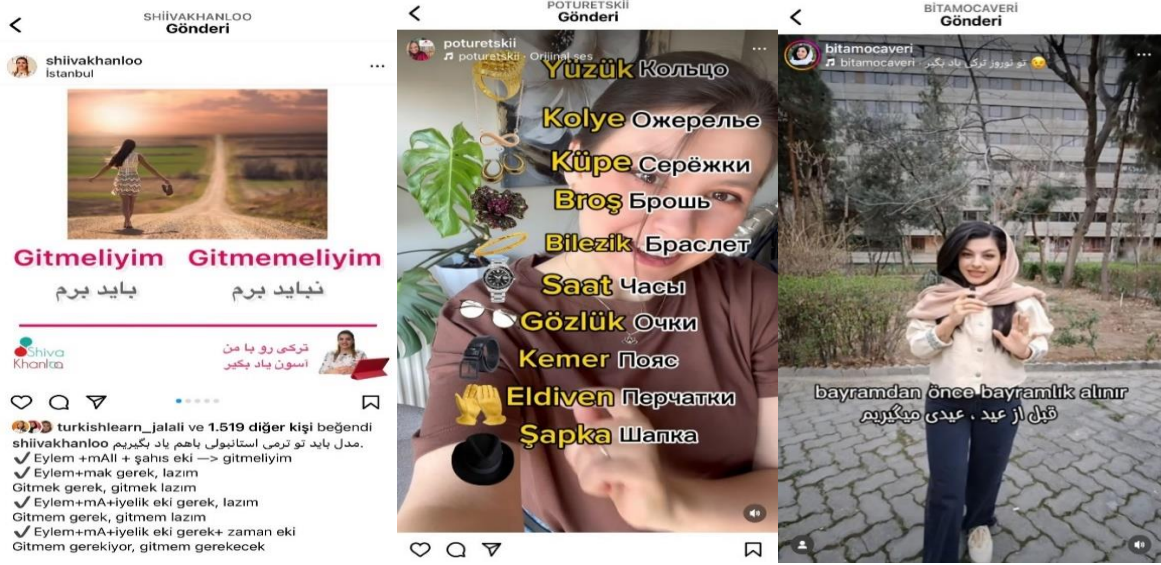
Bulgular

Ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretimi süreçlerine yönelik elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır:

Sosyal Medya Ünlülerinin Dersleri Planlamasına ve Yapılandırmasına Yönelik Bulgular

Sosyal medya ünlülerinin derslerini planlaması ve yapılandırması kapsamında ele alınan başlıklar sosyal medya ünlülerinin benimsedikleri temel yaklaşım, dil öğretim yöntemleri, eğitim öğretim ilkeleri ve oluşturdukları içeriklerin öğretim programlarına uygunluğudur.

Instagram, YouTube ve TikTok ortamları üzerinden incelenen veriler sosyal medya ünlülerinin ağırlıklı olarak geleneksel yaklaşım olan “Dil Bilgisi, Kelime ve Kültür” yaklaşımlarını benimsediklerini göstermektedir. Paylaşımlarda yoğun olarak dil bilgisi öğretimi, kelime öğretimi, kültürel aktarımlar görülmektedir. Şekil 1’de sırasıyla dil bilgisi, kelime ve kültür yaklaşımlarına örnek olarak verilebilecek gönderiler yer almaktadır.



Şekil 1. Dil bilgisi, Kelime ve Kültür Yaklaşımına Yönelik Örnekler

Sosyal medya ünlüleri paylaşımlarında dil bilgisi yapılarının ve açıklamalarının kaynak dil ile hedef dilin birbirleriyle karşılaştırılarak vermesi ve birebir çevirinin merkeze konumlandırılması sebebiyle dil bilgisi-çeviri yöntemini yoğun olarak kullanmaktadır. Paylaşımlarda dil bilgisi-çeviri yönteminin yanı sıra işitsel-dilsel yöntemin varlığı da göze çarpmaktadır. Türkçenin yapısını gösterecek cümlelerin seçildiği ve bu cümlelerin tekrarlı telaffuzlarla verildiği görülmektedir. Öğretim gerçekleştirilirken takipçi veya abone olarak adlandırılan öğrencinin ana dilinde açıklamalar yapılmakta, alıştırmalar yoluyla dil bilgisi kuralları verilmekte veya kuralların anlaşılması için basit cümleler kurulmaktadır. Şekil 2’de sırasıyla dil bilgisi-çeviri yönteminin ve işitsel-dilsel yöntemin kullanıldığına yönelik örnekler görülmektedir.



Şekil 2. Dil Öğretim Yöntemlerine Yönelik Örnekler

Sosyal medya ünlülerinin paylaşımlarında hayatilik ve güncellik ilkeleri ön plana çıkmaktadır. Şekil 3'te görüldüğü üzere yaşamın kendisinden örneklerle içeriklerini zenginleştirmekte ve işledikleri konularla güncel yaşam arasında ilişki kurmaktadırlar. Yapılan görüşmelerde sosyal medya ünlüleri, öğrencilerin ihtiyaç ve beklentilerine göre paylaşımlar yaptığını ifade ettiğinden öğrenciye yönelik ilkesinden de söz edilebilmektedir.



Şekil 3. Kullanılan Eğitim Öğretim İlkelerine Yönelik Örnekler

Öğretim programları, öğrencilere sistematik bir şekilde belirli bilgi ve becerileri kazandırmayı hedeflemesi sebebiyle öğretmenler tarafından takip edilmesi ve derslerini buna göre planlaması gereken önemli bir unsurdur. Sosyal medya ünlülerinin paylaştıkları içerikler ve yapılan görüşmeler dikkate alındığında sosyal medya ünlüleri dil öğretim programlarından (CEFR, Türkiye Maarif Vakfı Yabancılar için Türkçe Öğretim Programı, MEB Türkçe Öğretim Programı) herhangi birine tâbi olmadıkları görülmektedir. Türkçe öğretimine katkı sağlamak amacıyla sosyal medya ünlülerince hazırlanan içeriklerde yabancı dil öğretim programları kazanımlarına ve izleniş tablolara rastlanmamaktadır.

Sosyal Medya Ünlülerinin Dersleri Uygulamasına Yönelik Bulgular

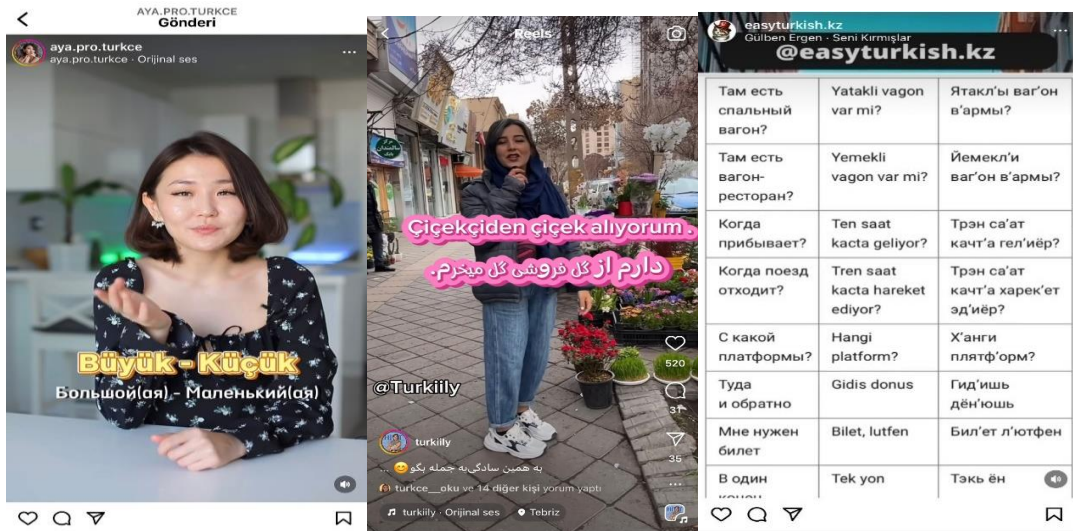
Sosyal medya ünlülerinin Instagram, YouTube ve TikTok'ta yabancı dil olarak Türkçe öğretimini uygulaması kapsamında paylaşım içerikleri, öğretim dilleri, söz varlığı ve kültür aktarımı, oluşturdukları içeriklerin seviyelerle, dil becerileriyle ve dilin kullanım alanlarıyla ilişkisi ele alınmıştır.

Sosyal medya ünlüleri eğitim videoları, dil bilgisi anlatımları, kelime dağarcığı genişletme çalışmaları, metin çevirileri, telaffuz çalışmaları gibi görsel ve işitsel içeriklerle öğrencilerin kendi hızlarında ilerlemelerine olanak tanıyarak yabancı dil olarak Türkçe öğretimini eğlenceli hâle getirmektedir. Sosyal medya ünlüleri dizi kesitlerine, şarkı sözlerine, günlük konuşma diline paylaşımlarında yer vererek özgün materyaller oluşturmakta ve öğrencilerin ilgisini çekmektedir. Şekil 4'te sosyal medya ortamları üzerinden oluşturulan bu içeriklere örnekler verilmektedir.



Şekil 4. Sosyal Medya Ünlülerinin Paylaşım İçeriklerine Yönelik Örnekler

Ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin tamamı dil öğretimini aracı dil ile gerçekleştirmektedir. Yabancı dil olarak Türkçe öğretimini gerçekleştirirken kendi ana dillerinde öğretim yapmaktadır. Şekil 5'te de örnekleri görülen kelimeler, cümleler, kalıp ifadeler ve dil bilgisi yapıları hem hedef dilde hem de aracı dilde sesletilmektedir. Ancak tüm açıklamalar sosyal medya ünlüleri tarafından aracı dil ile yapılmaktadır.



Şekil 5. Sosyal Medya Ünlülerinin Aracı Dil Kullanımına Yönelik Örnekler

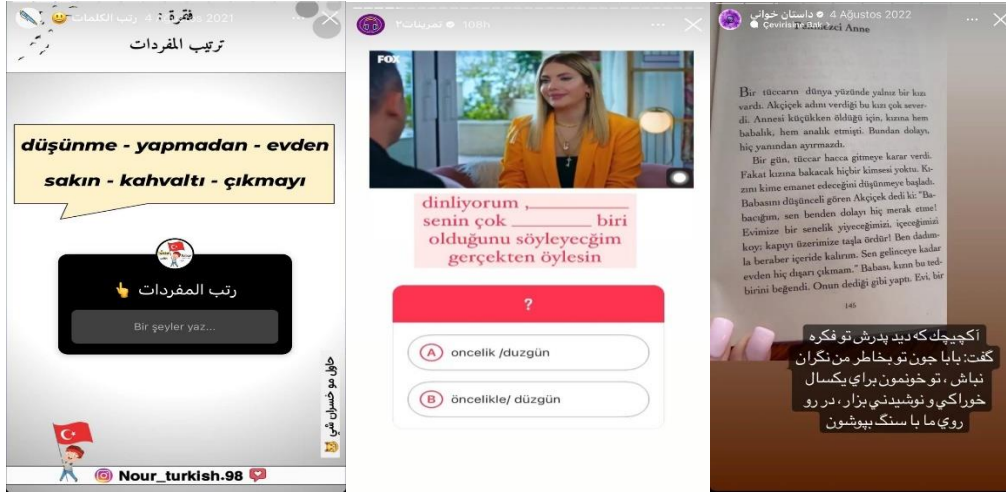
Sosyal medya ünlülerinin içeriklerinde, D-AOBM'nin (Diller için Avrupa Ortak Başvuru Metni) ortak başvuru seviyeleri olan A1-A2-B1-B2-C1 veya temel-bağımsız-yetkin kullanıcı gibi seviyelerin dikkate alınmadığı görülmektedir. Ünlülerin, YouTube kanallarına, Instagram ve TikTok hesaplarına bakıldığında seviye sıralamasına uygun içerikler paylaşılmamaktadır. Paylaşımlarda etkileşim için her seviyeden takipçiye/aboneye göre içerikler bulmak mümkün olmakla birlikte yoğun olarak temel seviyeye yönelik içerikler bulunmaktadır. Şekil 6'da kelime öğretimi yapılırken her seviyeden öğrenciye hitap ettikleri görülebilmektedir.



Şekil 6. İçeriklerin Dil Seviyeleriyle İlişisine Yönelik Örnekler

Sosyal medya ünlülerinin Instagram, YouTube ve TikTok'ta dört temel dil becerisinin gelişimi yönünde içerikler geliştirmediği ve tüm dil becerilerinin gelişimine sosyal medya ortamlarında yoğunlaşmanın mümkün olmadığı görülmektedir. İncelenen dokümanlardan ve yapılan görüşmelerden hareketle yazma, dinleme ve okuma becerilerinin gelişimine dayalı içerikler geliştirdiği ön plana çıkmaktadır.

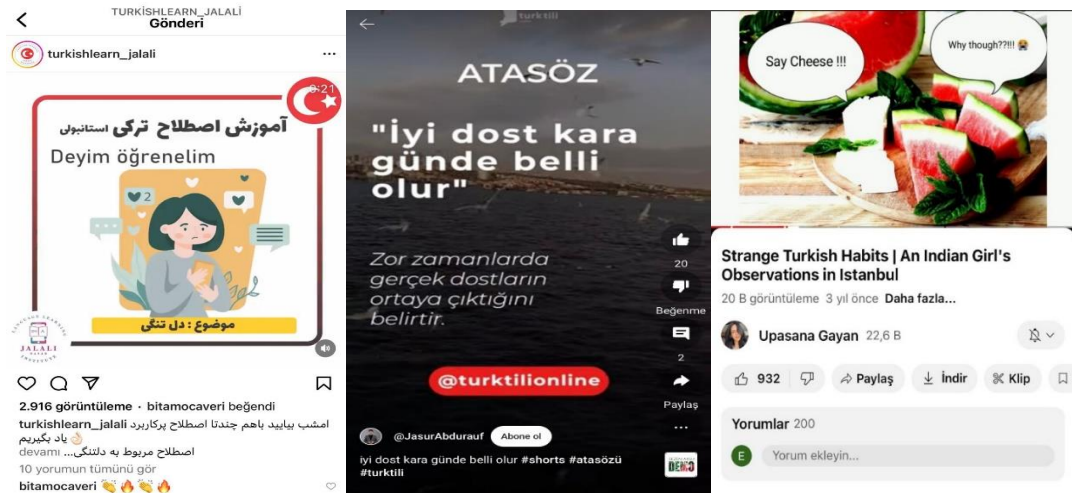
Sosyal medya ünlüleri, videolarının ve gönderilerinin altına takipçilerinin/abonelerinin yorumlar yazmasını, sordukları sorulara cevap vermesini, gönderilerine ve hikâyelerine DM'den dönüş yapmasını bekleyerek öğrencilerin yazma becerisine katkı sağlamaya çalışmaktadır. Ünlülerin şarkı paylaşımları, çizgi film ve dizi kesitlerine yer vermeleri, dinleme becerilerini ölçmeye çalışan paylaşımları ile etkili iletişimin temelini oluşturan dinleme becerisini önemsedikleri söylenebilmektedir. Kimi sosyal medya ünlüsünün içeriklerinde hikâye ve metin okuması yaparak, bu metinlere yönelik sorular sorarak öğrencilerin okuma becerisini geliştirmeye yöneldiği görülmektedir. Ünlülerin Türkçe öğrencilerinin konuşma becerilerini geliştirmeleri yönünde telaffuz çalışması ile katkı sağladığı söylenebilmektedir. Ancak ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin sesletimleri doğru olsa da vurgu ve tonlamalarında hatalar görülmektedir. Ayrıca ünlülerden birkaçının dört temel dil becerisini geri plana atarak tamamen dil bilgisi öğretimine dayalı içerikler sunduğu görülmektedir. Şekil 7'de sırasıyla yazma, dinleme/izleme, okuma becerilerini geliştirmeye yönelik paylaşılan içeriklere örnekler sunulmaktadır.



Şekil 7. İçeriklerin Dil Becerileriyle İlişisine Yönelik Örnekler

Öğrencilerin öğrenme amaçları doğrultusunda belirlenen dilin kullanım alanlarının kişisel, kamusal, mesleki ve eğitsel alan olduğu düşünüldüğünde sosyal medya ünlülerinin bu alanların tamamıyla ilgili paylaşımları görülmektedir. Instagram, YouTube ve TikTok'taki hesaplar genel olarak tarandığında sosyal medya ünlülerinin paylaşımlarında genel olarak kişisel alana yoğunlaştığı görülmekte bunun yanı sıra diğer kullanım alanlarına da değindikleri söylenebilmektedir.

Sosyal medya ünlüleri, Şekil 8'de birkaç örneği görülen içeriklerinde sıklıkla atasözlerine, deyimlere, şarkı sözlerine, jargonlara yer vererek söz varlığı aktarımına; kültürümüzdeki müziklere, yemeklere, sanatlara, alışveriş, yemek, tanışma, bayram, doğum günü gibi durumlarda kullanılan kültürel kalıplara ve toplumda yaygın olan jest ve mimiklere yer vererek kültür aktarımına potansiyel katkı sağlamaktadır.

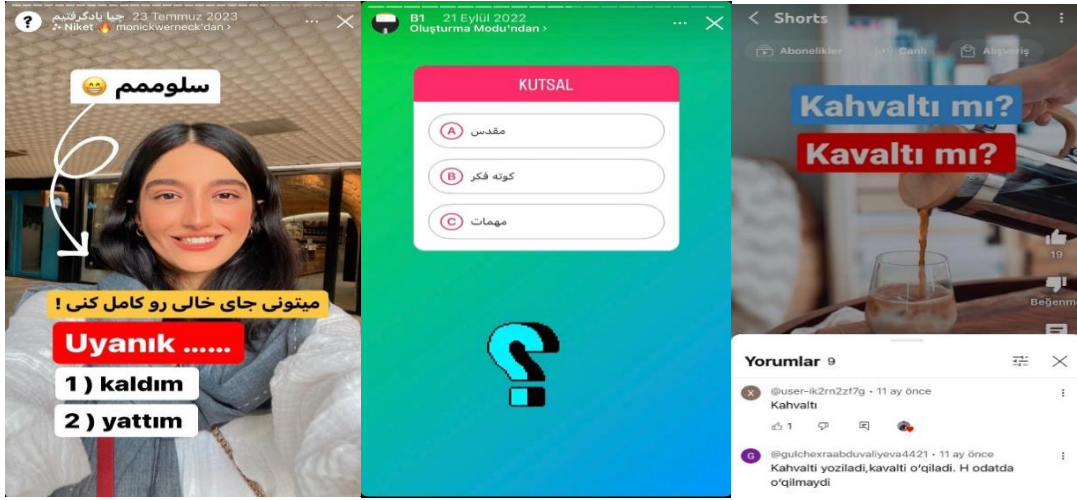


Şekil 8. Söz Varlığı ve Kültür Aktarımına Yönelik Örnekler

Sosyal Medya Ünlülerinin Ölçme ve Değerlendirme Süreçlerine Yönelik Bulgular

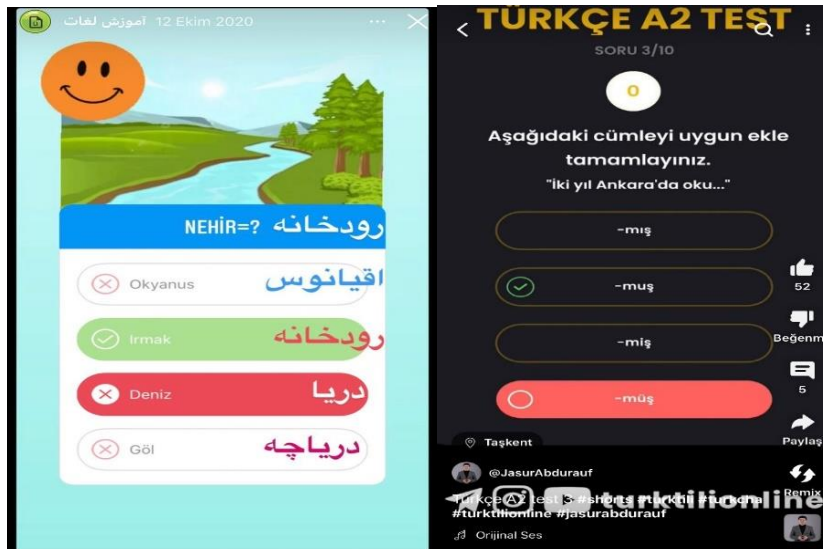
Sosyal medya ünlülerin paylaşımlarında abonelerine/takipçilerine sıklıkla sorular yönelttiği görülmektedir. Şekil 9'da da birkaç örneği görülen bu sorular genellikle çeviri, doğru-yanlış, boşluk doldurma soruları ve açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Ünlüler, DM veya yorumlar aracılığı ile abonelerinin/takipçilerinin sorulara cevap vermesini beklemektedir. Öyle ki yorumlar ve hikâye paylaşımları kontrol edildiğinde öğrenciler katıldığı da görülmektedir. Ancak incelemelerden ve 5

sosyal medya ünlüsüyle yapılan görüşmelerden elde edilen bulguya göre bu ölçüm, öğrencilerin gelişimini ölçmek amacıyla değil de takipçilerin/abonelerin ihtiyaçlarını belirlemek, bir sonraki paylaşımlarını buna göre oluşturmak ve etkileşim sağlamak amacıyla yapılmaktadır.



Şekil 9. Sosyal Medya Ünlülerinin Ölçme Süreçlerine Yönelik Örnekler

Çoktan seçmeli, boşluk doldurma ve doğru yanlış şeklindeki sorular ölçme aracına örnek gösterilebilecek olsa da öğrencilere soruları yönelten sosyal medya ünlüleri tarafından değerlendirme yapılması söz konusu değildir. Sosyal medya üzerinde doğru ve yanlış cevaplar anlık olarak bildirildiğinden veya ilerleyen paylaşımlarda doğru cevaplar verildiğinden öğrencilerin öz değerlendirme yaptıkları söylenebilir. Öğrenci Şekil 10'da görüldüğü üzere işaretlediği şıkkın yeşil yandığını gördüyse doğru yaptığını, işaretlediği şıkkın kırmızı yandığını gördüyse yanlış yaptığını anlamaktadır. Açık uçlu soruların cevapları ise sosyal medya ünlüsü tarafından bir sonraki hikâyede aktarılmaktadır.



Şekil 10. Sosyal Medya Ünlülerinin Değerlendirme Süreçlerine Yönelik Örnekler

Sonuç ve Tartışma

Çalışmada, ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin Instagram, YouTube ve TikTok gibi ortamlarda yabancı dil olarak Türkçe öğretim süreci incelenmiştir.

Barın'ın (2004) "Her insan yabancı dil öğrenirken ilk önce kendine psikolojik bir duvar örer ve zaman zaman da bu yeni dili öğrenemeyeceğini düşünür. Bu yüzden yabancı dil öğretilirken her türlü sıkıcılık ve zorluktan uzak durulmalıdır." sözlerinde vurguladığı gibi sosyal medya ünlülerinin dil öğrencilerinin yani takipçilerinin/abonelerinin dikkatini çekmek, etkileşimi sağlamak ve izlenebilirliği artırmak adına eğlenceli, kısa süreli, ilgi çeken, merak uyandıran, sıkıcılık ve zorluktan uzak paylaşımlarla Türkçe öğretimi için materyaller hazırlayarak içerikler geliştirdiği görülmektedir.

Çalışma, sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretimini planlaması ve yapılandırması kapsamında "dil öğretimi alanında kullanılan eski yaklaşımlar olarak adlandırılan geleneksel yaklaşımları" benimsediğini ve sıklıkla dil bilgisi çeviri yöntemini kullandığını ortaya koymaktadır (Güneş, 2011). Çalışmaya konu olan ünlülerin işitsel-dilsel nadiren de bilişsel yönetime başvurdukları görülmektedir. Bunun yanı sıra öğrenciye görelilik, hayatilik ve güncellik ilkeleri üzerine yabancı dil olarak Türkçe öğretimini yapılandırdıkları söylenebilmektedir.

Ana dili Türkçe olmayan sosyal medya ünlülerinin dizi kesitleri, şarkı sözleri, günlük hayatta kullanılan cümlelerin çevirileri ve dil bilgisi anlatımları ile oluşturduğu içeriklerde aracı dil kullandığı tespit edilmiştir. Yabancı dil öğretim yöntem biliminde aracı dil, yabancı dil öğretimi sürecinde kullanılan dil olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2022). Sosyal medya ünlüleri genellikle ana dillerini aracı dil olarak kullanmaktadır. Sosyal medya ünlülerinin aracı dili aşırı kullanımı sosyal medya hesaplarını çeviri sayfası haline getirmektedir.

Sosyal medya ünlülerinin içeriklerinin Avrupa Ortak Başvuru Metni (CEFR) ve Türkiye Maarif Vakfı Yabancılar için Türkçe Öğretim Programı'na uyum sağlamadığı görülmektedir. Yabancı dil olarak Türkçe öğretimine katkı sağlamak amacıyla sosyal medya ünlülerince hazırlanan içeriklerde dil öğretim programları kazanımlarına ve izlenice tablolarına rastlanmamaktadır.

Çalışmada, sosyal medya ortamlarında üretilen içeriklerin paylaşılma sıralamasında D-AOBM'nin ortak başvuru seviyeleri olan A1-A2-B1-B2-C1 veya temel-bağımsız-yetkin kullanıcı gibi seviyelerin dikkate alınmadığı tespit edilmiş ve ünlülerin her seviyeden karışık bir şekilde içerikler paylaştıkları görülmüştür. Bununla birlikte ünlülerin paylaşımlarında temel seviyeye ait dil bilgisi anlatımlarının, kelime ve cümle çevirilerinin yoğunluğu ile karşılaşılmasıdır.

Dil kişisel alanda, kamusal alanda, mesleki alanda ve eğitimsel alanda kullanılmaktadır (Avrupa Konseyi, 2020). Bu alanların hepsinde kişilerin bulunduğu yerler, yaşadığı olaylar, etkileşim içinde olduğu kişiler, kullandığı nesnelere değişkenlik gösterebilmektedir (Sallabaş ve Sağlık, 2020). Sosyal medya ünlülerinin paylaşımlarında kişisel alanın yoğunluğu dikkat çekerken kamusal, eğitimsel ve mesleki alanlara da hitap ettiği görülmektedir.

Dil öğrenen aynı zamanda o dili kullanmaya başlayandır. İkinci/yabancı dil olarak Türkçe konuşabilmek için sesletim, sözcük bilgisi, cümle bilgisi yeterli değildir (Kurt ve Göçer, 2022). Türkçenin eğitimi ve öğretimi sürecinde dört temel dil becerisinin istendik düzeyde edinilmesi ve geliştirilmesi öncül amaçlardandır (Lüle Mert, 2014). Bu becerilerden her birinin birbiriyle uyumlu şekilde gelişmesi oldukça önemlidir. Türkçenin eğitimi ve öğretimi sürecinde dört temel dil becerisinin istendik düzeyde edinilmesi ve geliştirilmesi hedefi göz önüne alındığında sosyal medya ünlüleri tarafından bu tam anlamıyla gerçekleştirilememektedir.

Çalışmada dinleme/izleme becerilerinin gelişiminde sosyal medya ünlülerinin paylaşımlarının etkili olduğu ancak sesletimlerdeki tonlama ve vurgunun doğru olmaması nedeniyle bu durumun

yanlış öğrenmelere yol açabileceği düşünülmektedir. Okuma becerisi bazı ünlüler tarafından hikâye/metin okumalarıyla desteklenmekte, yazma becerisi çoğunlukla yorumlar ve DM üzerinden gelişmektedir. Konuşma becerisi ise genellikle telaffuz çalışmaları boyutunda kalmaktadır ve bazı sosyal medya ünlüleri için yabancı dil olarak Türkçe öğretimi dil bilgisi öğretiminden öteye gidememektedir.

Yabancı dil öğretimi yalnızca hedef dilin dil bilgisi ile kelimelerini öğretmek ve temel dil becerilerini kazandırmak değil, bunların yanı sıra o dilin kültürünün de öğretimidir (Memiş, 2016). Sosyal medya ünlülerinin Türkçenin söz varlığını ve Türk kültürünü paylaşımlarında sıkça yansıtarak kültür elçisi rolünü üstlendikleri görülmekte ve bu paylaşımlarda, Türklere, Türk kültürüne ait her unsura rastlanmaktadır.

Sosyal medya ünlülerinin ölçme ve değerlendirme süreçlerinde yeterli olmadığı, yalnızca etkileşim almak amacıyla takipçilerine sorular yönelttikleri ancak dil gelişim sürecinde sistematik bir değerlendirme yapmadıkları belirlenmiştir.

Sonuç olarak, sosyal medya ünlülerinin yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde önemli bir kaynak olduğu ancak içeriklerinin dil öğretim programlarına tam anlamıyla uyum sağlamadığı ve dil becerilerinin tüm yönlerini kapsamadığı ortaya konulmuştur. Ünlülerin daha yapılandırılmış ve dil öğretim programlarına uygun içerikler üretmeleri, dört temel dil becerisinin dengeli bir şekilde geliştirilmesine katkı sağlayacak materyaller hazırlamaları ayrıca ölçme ve değerlendirme süreçlerini de dikkate almaları önerilmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği

Bu çalışmada, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi'nde belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergede *Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler* başlığı altında açıklanan eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 01.07.2022 tarihli 2022.07 belge sayılı izni kapsamında yürütülmüştür.

Yazarların Katkı Oranı

Çalışmada yazarların eşit oranda katkısı bulunmaktadır.

Çıkar Çatışması

Çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Avrupa Konseyi (2020). *Diller İçin Ortak Başvuru Metni: Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme*, (çev. Milli Eğitim Bakanlığı). Strasbourg: Council of Europe Publishing
- Barın, E. (2004). Yabancılara Türkçe Öğretiminde İlkeler. *Hacettepe Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)*, 1, 19-30. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/326575>
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295. <https://doi.org/10.26466/opus.470118>
- Berg, B.L. & Lune, H.(2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (Çev. A.Arı). Konya: Eğitim Yayınevi

- Çangal, Ö. (2019). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretiminde Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretici Görüşleri. *Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğretimi Doktora Programı*, 1.Öğrenci Sempozyumu, 67-93 <https://124.im/W1bjuR2>
- Dilaçar, A. (1968). *Dil, diller ve dilcilik*. Türk Dil Kurumu. <https://kutuphane.tdk.gov.tr/details?id=38163>
- Erdem, İ. (2009). Yabancılara Türkçe Öğretimiyle İlgili Bir Kaynakça Denemesi. *Journal of Turkish Studies*, 4-3, 888-937.
- Feyzioğlu, B.İ. (2016). Eğitimde sosyal medyanın kullanılmasına ilişkin okul yöneticileri ve öğretmen görüşleri. (Yayın No: 430950), Yüksek Lisans Tezi, Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Güler, A., Halıcioğlu, M.B. & Taşgın, S. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma*. 2.Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Güler, T.D. & Sali, M.K. (2021). Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde sosyal ağ kullanımı: Bir durum çalışması. *International Journal of Innovative Approaches in Education*, 5(3), 236-254. doi: 10.29329/ijiape.2021.374.1
- Güldaş, Ş. (2021). *Okul Yönetim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Öğretmen Görüşleri*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Harran Üniversitesi
- Güneş, F. (2011). Dil öğretim yaklaşımları ve Türkçe öğretimindeki uygulamalar/Language teaching approaches and their applications in teaching Turkish. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 123-148. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/183308>
- İşcan, A. (2011). Türkçenin yabancı dil olarak önemi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 29-36.
- Kurt, A., & Göçer, A. (2022). Türkçenin ikinci/yabancı dil olarak öğretiminde konuşma becerisinin kazandırılması ve geliştirilmesi amacıyla vlog (video blog) kullanımı. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8(1), 1-21. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2128016>
- Lüle Mert, E. (2014). Türkçenin eğitimi ve öğretiminde dört temel dil becerisinin geliştirilmesi sürecinde kullanılabilir etkinlik örnekleri. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 2(1), 23-48. <https://www.anadiliegitimi.com/tr/download/article-file/14849>
- Memiş, M.R. (2016). Yabancı dil öğretiminde eğitim ortamı ve kültür aktarımı / Educational environment and cultural transmission in foreign language teaching, *TURKISH STUDIES -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 11(9), 605-616. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9506>.
- Özer, M. A. (2019). *Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanımı*. (Yayın No.537401) [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Sallabaş, M. E., & Sağlık, H. (2020). Yabancılara Türkçe öğretim setlerinde yer alan konuşma etkinliklerinde dilin kullanım alanları. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 5(1), 237-249. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1128139>
- Sarsar, F., Başbay, M., & Başbay, A. (2015). Öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medya kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2). <https://doi.org/10.17860/efd.98783>
- Sayar, E. (2019). Yabancı Dil Olarak Türkçe Öğrenme Nedenlerine Yönelik Bir İhtiyaç Analizi: Cibuti Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Yabancı Dil Olarak Türkçe Araştırmaları Dergisi*, 5, 95-108. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/767129>
- Soner, O. (2007). Türkiye’de yabancı dil eğitiminin dünü bugünü. *Öneri Dergisi*, 7(28), 397-404. <https://doi.org/10.14783/Maruoneri.684553>
- WeareSocial (2024). Erişim Adresi <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024>
- Yaylak, E., & İnan, S. (2018). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitimde sosyal medyayı kullanma düzeyleri. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 62-87.

Yılmaz, Ş. (2022). Araç dil kullanımı açısından yabancı dil öğretim yöntemleri üzerine. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 27, 274-283. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2382803>

Yin, R. K. (2017). *Durum çalışması araştırması uygulamaları*. (İ. Günbayı, Çev.). Nobel.

Yorgancı, O.K. (2021). Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde podcast (sesli yayın) kullanımının üretici dil becerilerine etkisi (Yayın No.675888) (Doktora Tezi), İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.

Extended Abstract

Introduction

Social media influencers offer valuable opportunities for Turkish language learners by creating educational content that enhances their understanding of grammar, vocabulary, and sentence translation. Additionally, the cultural content shared by these influencers helps learners gain a deeper insight into Turkish culture and lifestyle.

The literature on the use of social media in education includes many studies. These studies generally explore how social media is utilized in learning and teaching processes, the attitudes and opinions of school administrators, teachers, and students toward social media in education, and the extent of its use in educational settings. However, there has been no research specifically on the role of social media influencers in teaching Turkish as a foreign language, nor on whether their impact is positive or negative. This gap in the research forms the basis of our study.

According to the Digital 2024 Global Overview Report published by We Are Social and Meltwater (2024), YouTube, Instagram, and TikTok are the platforms with the highest interaction and competition. These platforms support the teaching of Turkish as a foreign language through features like reels, shorts, video posts, live broadcasts, and stories. Our research aims to identify the role and impact of non-native Turkish social media influencers in teaching Turkish and to conduct an in-depth analysis of their teaching methods, content, and the contributions of these methods to the learning process.

The primary research question is: "How do non-native Turkish social media influencers teach Turkish as a foreign language?" To address this question, we explore the following sub-questions:

- a. How are the lessons structured on the influencers' social media accounts?
- b. How do influencers conduct their lessons?
- c. What are the influencers' methods for measuring and evaluating progress?
- d. How do influencers self-assess their planning, implementation, and evaluation of teaching?
- e. What are the opinions of Turkish language learners about the teaching provided by influencers?
- f. What do experts think about the influencers' methods of teaching Turkish?

Research Model

Since our research examines how non-native social media influencers teach Turkish as a second language, we used a qualitative research method, specifically a case study. Our study involves multiple aspects of teaching Turkish as a foreign language, each with its own sub-units, and thus is structured using a single-case embedded design (Yin, 2017).

Research Group

For the document analysis, our research group includes 23 YouTube influencers, 30 Instagram influencers, and 23 TikTok influencers who contribute to teaching Turkish with their content and have tens of thousands of followers, likes, and video views. The interview group consists of 5 non-native Turkish social media influencers, 13 foreign learners of Turkish, and 2 experts in teaching Turkish as a foreign language.

Data Collection Tools

We considered the posts of social media influencers as documents and used document analysis as our primary data collection tool. Additionally, we conducted interviews with social media influencers, language learners from social media platforms, and educators specialized in teaching Turkish as a foreign language to gather opinions on how influencers teach Turkish.

Data Analysis

The data collected from various sources, such as reels, shorts, stories, videos, and comments shared on YouTube, Instagram, and TikTok, along with the data obtained from interviews with social media influencers, foreign learners of Turkish, and experts, were analyzed using content analysis.

Results and Discussion

Our study investigates how non-native Turkish social media influencers teach Turkish as a foreign language on platforms like Instagram, YouTube, and TikTok. Learners have the opportunity to improve their language skills by being exposed to the target language through social media. The engaging, brief, and interesting posts created by influencers facilitate language learning and increase motivation, making language teaching more effective and interactive both visually and audibly.

The study found that most influencers use traditional methods, often referred to as "old approaches," and frequently use the grammar-translation method (Güneş, 2011). Although less common, some influencers use audio-lingual and cognitive methods. In content that includes excerpts from series, song lyrics, translations of everyday sentences, and grammar explanations, it was observed that all influencers use an intermediary language. This content is generally at a basic level and heavily relies on the intermediary language (mostly their native languages), which can lead to a loss of meaning and make it difficult to achieve proficiency in the target language. There were no indications of language teaching programs' achievements or curriculum tables in the influencers' posts, and it was found that many influencers are unaware of the programs used in language teaching. The sequence of content shared on social media platforms did not follow levels such as A1-A2-B1-B2-C1 or basic-independent-proficient user, which are the common reference levels of the CEFR. Personal content predominates in influencers' posts, with only a few addressing public, educational, and occupational domains. The influencers' posts were effective in developing listening and viewing skills, but unclear toning and emphasis in pronunciation could lead to incorrect learning. Reading skills are supported by some influencers' story/text readings, while writing skills mostly develop through comments. Speaking skills often remain at the level of pronunciation practice, and for some influencers, language teaching is limited to grammar instruction. It was observed that social media influencers frequently act as cultural ambassadors by reflecting Turkish vocabulary and culture in their posts. It was noted that influencers are insufficient in measurement and evaluation processes, only posing questions to their followers for interaction without systematic evaluation in the language development process.

In conclusion, social media influencers are significant resources in teaching Turkish as a foreign language. However, their content does not fully align with language teaching programs and does not cover all aspects of language skills. It is recommended that influencers produce more structured content in line with language teaching programs, prepare materials that contribute to the balanced development of the four fundamental language skills, and consider measurement and evaluation processes.