



Yabancılara Türkçe kelime öğretiminde market broşürlerinden yararlanma¹

Yusuf Doğan^{a*}

^aGazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Türkçe Eğitimi Bölümü
Gazi University, Gazi Faculty of Education, Department of Turkish Teaching

APA Alıntı Biçimi:

Doğan, Y. (2014). Yabancılara Türkçe kelime öğretiminde market broşürlerinden yararlanma. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 10(1), 89-98

Öz

Son yıllarda hem yurt içinde hem de yurt dışında Türkçe öğrenmek isteyen yabancıların sayısı artmaktadır. Bu durum söz konusu alandaki çalışmaların da çoğalmasını sağlamıştır. Dil öğretiminde üzerinde durulan konuların başında “kelime öğretimi” gelmektedir. Sahip olunan söz varlığı hedef dildeki anlama ve anlatma becerilerini etkili bir şekilde kullanmayı doğrudan etkilemektedir. Bu yüzden yabancılara Türkçe öğretirken kelime konusu üzerinde hassasiyetle durmak gerekir. Bir dile ait kelimeler hedef kitleye öğretilirken çeşitli materyaller kullanılabilir. Bu kapsamda yararlanılabilecek materyallerden biri de market broşürleridir. Bu materyaller, günlük hayatın içinden alınmış, gerçek örnekler olduğu için öğrencinin dikkat ve motivasyonunu artırmaktadır. Market broşürleri, özellikle temel seviyedeki (A1 ve A2) öğrencilere, günlük temel ihtiyaçlarını giderme konusunda uygulama imkânı da sunmaktadır. Bu çalışmada dil öğretiminde kelime kazanımının önemi üzerinde durulmuş ve bu kapsamda market broşürlerinden nasıl yararlanılabileceği ele alınmıştır. Öğretmene ve öğrencilere sunduğu imkânlar göz önüne alındığında market broşürlerinin, yabancılara Türkçe öğretirken derslerde kullanılan materyaller arasında yer alması gerektiği düşünülmektedir.

© 2014 JLLS and the Authors - Published by JLLS.

Anahtar Sözcükler: yabancılara Türkçe öğretimi; kelime öğretimi; otantik materyal; market broşürleri

1. Giriş

İnsanlar arasında iletişimi sağlayan en temel araç olan dil, temel dil becerileri olarak adlandırılan dinleme, konuşma, okuma ve yazma becerilerinden oluşur. Kişinin bu becerileri kullanma düzeyi, sahip olduğu söz varlığı ile doğrudan ilişkilidir. Söz varlığını oluşturan unsurlar arasında kelime, deyim, kalıp söz gibi yapılar bulunmakla birlikte (Aksan, 1982) bunlardan kelime, en temel unsur olarak karşımıza çıkar. Bununla birlikte deyim ve kalıp sözler de çeşitli anlam bağları kuran kelimelerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır.

Kelimeler bir dilin yapı taşlarıdır. En basit bir istekten karmaşık yapıdaki duygu ve düşünceler kelimeler yardımıyla anlatılır. Bu yüzden kelime öğretimi, dil öğretiminin temeli sayılır.

Hem ana dili hem de yabancı dil öğretiminde kelime hazinesini geliştirmeye yönelik çalışmalar düzenli olarak ele alınır. Bu husus öğretim programlarında da üzerinde özellikle durulan konulardan biridir. Türkçe Dersi Öğretim Programı'nda “Öğrencilerin okuduğu, dinlediği ve izlediğinden

* Yusuf Doğan. Tel.: +90-312-202-83-57

E-mail address: ydogan@gazi.edu.tr

¹ Bu makale, I. Uluslararası Türkçe Eğitimi Sempozyumu'nda sunulan sözlü bildirinin genişletilmiş hâlidir.

hareketle, söz varlığını zenginleştirerek dil zevki ve bilincine ulaşmaları; duygu, düşünce ve hayal dünyalarını geliştirmeleri amaçlanmaktadır.” (MEB, 2006, s. 4) denilmektedir. Diller İçin Avrupa Ortak Başvuru Metni'nin “Genel Dil Düzeyleri” başlığı altında yer alan ifadeler şunlar örnek olarak verilebilir:

“Kişisel ayrıntılar ve somut gereksinimlerle ilgili çok basit bir temel ifade dizisine sahiptir.” (A1 Seviyesi),

“Günlük rutin, istek ve gereksinimleri gidermek için kısa, günlük ifadeler üretebilir.” (A2 Seviyesi)

Aynı Metnin “Sözcük Düzeyleri” başlığı altında da “Belirli somut durumlar için tek sözcük ve söz öbeklerinden oluşan temel sözcük bilgisine sahiptir.”, “Basit günlük gereksinimler için yeterli sözcük dağarcığına sahiptir.” ifadeleri yer almaktadır (MEB, 2009, s. 112, 114). Bütün bu hususlar dil öğretiminde kelime konusunun, çalışmaların başından itibaren göz önünde bulundurulması önemli başlıklardan biri olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan Türkiye’de ve dünyada Türkçe öğrenmek isteyen yabancıların sayısı gittikçe artmaktadır. 2005’te, yurt içinde ve dışında Türkçe öğreten merkez sayısı 57 ülkede 223 olarak tespit edilmişken (Dolunay, 2005, s. 267), son yıllarda dünyanın çeşitli ülkelerinde açılan Türk Kültür Merkezleri ile üniversitelerimiz bünyesinde kurulan Türkçe Öğretim Merkezleri dikkate alındığında bu sayının çok üstüne çıktığı söylenebilir. Bu durum, yabancılara Türkçe öğretimiyle ilgili çalışmaların artmasını sağlamıştır. Yapılan çalışmalarda materyal konusunun da farklı açılardan ele alındığı görülmektedir. Bu çalışmada yabancılara Türkçe kelime öğretiminde kullanılacak farklı bir araç olarak değerlendirilen market broşürleri üzerinde durulmuştur.

2. Yöntem

Derleme niteliğinde olan bu çalışmada öncelikle, dil öğretiminde kelime konusu ele alınmış, kelime öğretiminde göz önünde bulundurulması gereken hususlar üzerinde durulmuştur. Ardından yabancılara Türkçe kelime öğretiminde, otantik bir materyal olarak değerlendirilebilecek market broşürlerinin hangi amaçlar doğrultusunda kullanılabilirliğiyle ilgili örnekler verilmiştir. Çalışma kapsamında ele alınan broşürler, market zincirine sahip yedi büyük market tarafından 10-15 günlük periyotlar hâlinde yayımlanan broşürlerden oluşmaktadır. Söz konusu broşürlerdeki ürünler sınıflandırılmış, özellikle A1 ve A2 seviyesindeki yabancı öğrencilere, broşürlerden hareketle hangi kelimelerin nasıl öğretilbileceği belirtilmiş ve yapılabilecek çalışmalar örneklendirilmiştir.

3. Kelime öğretimi

Konu ne olursa olsun öğretim çalışmaları sırasında farklı duyu organlarına hitap etmenin öğrencilerin ilgisini ve dolayısıyla da başarıyı artırdığı bilinen bir gerçektir. Bu yüzden eğitim-öğretim faaliyetlerinde görsellerden yararlanmak ihmal edilmemesi gereken bir konudur. Konuya kelime öğretimi açısından bakıldığında, çalışmalar sırasında öğrencilere resim veya fotoğrafların gösterilmesi; kelimenin sadece yazılması ve düz anlatım yoluyla üzerinde durulması şeklinde yapılan anlatıma göre çok daha etkilidir. Görsellerden yararlanma aynı zamanda bir somutlaştırma çalışması anlamına da gelir ki bu husus dil öğretiminin her basamağında, özellikle başlangıç (A1, A2) seviyesinde göz önünde bulundurulmalıdır. Karakaş ve Karaca (2011) da öğretmenlerin dil öğretimini görsel açıdan desteklemek için çeşitli nesnelere ihtiyaç duyduklarını ve resimlerin dil öğretiminde en çok kullanılan materyaller arasında yer aldığını ifade etmektedirler.

Yeni öğretilen kelimelerin kalıcı olması, onların önce kısa süreli belleğe ardından da uzun süreli belleğe kaydedilmesiyle mümkündür. Bu süreçlerin oluşabilmesi için de bilginin dikkat çekici bir şekilde sunulması, günlük hayatla ilişkili ve yeterince yinelenmiş olması gerekir (Apaydın, 2007, s. 2).

Bundan dolayı, kelime öğretiminde göz önünde bulundurulması gereken hususların başında “dikkat çekicilik, günlük hayatla ilişkili olma, tekrar” gelmektedir.

“Kelime öğretimi ve kelime hazinesini geliştirme olayı yalnızca sözlüğe bakıp kelimelerin anlamlarını alıp cümleler yazma olayı değil”dir (Akyol, 1997, s. 46). Yabancılara Türkçe kelime öğretilirken özellikle ilk seviyelerde, öğrencilerin günlük hayattaki iletişim becerilerini kolaylaştırma ve geliştirmeye yönelik uygulamalar yapıldığında daha verimli sonuçlar alınacaktır.

Diğer taraftan kelime öğretiminde çeşitli, anlamlı ve etkileşimli öğrenme ortamları oluşturmak gerekir (Akyol, 2008). Bu şekilde yapılan çalışmalarda öğrencilerin dikkatlerinin daha canlı, gerçekleşen öğrenmenin daha kalıcı olacağı söylenebilir.

Kelime öğretiminde gerçek nesnelere hareket etmek de yapılabilecek uygulamalar arasında yer alır (Uçgun, 2006, s. 224). Bu uygulama nesnelere fotoğraflarını göstermek şeklinde hayata geçirilebilir. Bu çalışmada nesnelere, ürünlerin çeşitli özellikleri (renk, şekil, fiyat vb.) üzerinde durulabilir.

Bir dili öğrenenlerin hedef dili öğrenme amaçları çeşitlilik arz etse de her öğrencinin, öğrendiği dile, temel düzeyde iletişim kurabilecek kadar hâkim olması gerekir. Diğer bir ifadeyle hedef dilde dinleyerek ve okuyarak anlama, konuşarak ve yazarak da anlatma becerilerini kullanmak ve insanlarla temel düzeyde iletişim kurmak, bir dili öğrenen herkesin en temel amacı olmalıdır. Bu amaç doğrultusunda yeni öğrenilen kelimelerin de kullanıldığı kısa metinlerin, günlük hayatın içinden diyalogların oluşturulması ve bunlar üzerinde durulması kelime edinimi açısından gereklidir. İşte bunun için “Bir dili doğru konuşmak, doğru yazmak ve dinlediğini ya da okuduğunu doğru anlamak için, o dilin sözcüklerinin etkin bir kullanıcısı olmak önemli”dir (Altıkulaçoğlu, 2010, s. 39). Belirtilen nedenlerden dolayı dil öğretimi derslerinde kelime öğretimi, üzerinde önemle durulması gereken konuların başında gelir.

4. Kelime öğretimi ve bağlam

Dil öğretiminin temel kavramları arasında bağlam da yer alır. Vardar’a (2002) göre bağlam “bir dil birimini çevreleyen, ondan önce ya da sonra gelen birçok durumda söz konusu birimi etkileyen, onun anlamını, değerini belirleyen birim ya da birimler bütünü”dür. Dolayısıyla bağlam, anlam kurma sürecinde etkili olan bir unsurdur. Anlam kurma ise dil öğretimindeki başarıyı doğrudan etkiler. Bu yüzden yeni öğretilen kelimeler asla tek başına verilmemeli, bir bağlama, başlangıçta kısa bir cümleye yerleştirilmelidir. Böyle yapılmazsa kelimeler, yalıtılmış olur; yalıtılmış kelimeler de bir ses ya da sesler topluluğundan başka bir şey ifade etmez (Hameau, 1988, s. 302). Ayrıca “sürekli olarak bağlamsız belleme işlemlerine başvuran öğrenci, doyumluğa ulaşan belleği yüzünden başarısızlığa uğramaktadır” (Demircan, 1983, s. 148). Bu yüzden “Bir öğrenme konusunun anlamsal ağ ve bağlantılarla öğrenene sunulmasının onun kolayca anlamlı hale getirilebilmesinde etkili bir yol” (Budak, 2000, s. 23) olduğu bilinmektedir.

Yeni bir dil öğrenen öğrencilerin pek çoğu; yeni öğrendikleri kelimeler, kurallar vb. hakkında kendi geliştirdikleri, anlam ağ ve bağlantıları kurmayı içermeyen çeşitli çalışma şekilleri içerisine girer. Bu öğrenciler çoğu zaman istedikleri düzeyde başarılı olamazlar. Kelime veya kuralla ilgili bazı bilgiler zihinlerinde canlanır; ancak bu görüntü çoğu zaman bulanıktır. Bulanık, tam olarak hatırlanamayan bilgilerin sağlıklı bir şekilde kullanılması ise mümkün değildir. Bu bulanıklığı ortadan kaldırıp görüntüyü netleştirmenin en temel yolu öğrenilen konuyla ilgili anlam ağları kurmaktır. Bir dil öğretmeni, söz konusu anlamsal ağ ve bağlantıları kurma konusunda, vereceği örnekler ve yaptıracağı uygulamalarla öğrencilerine örnek olmalıdır. Görüldüğü gibi her öğrenmede olduğu gibi

kelime öğrenmede de “bağlam”, çalışmaları planlamada ve yararlanılacak kaynakları belirlemede önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

5. İletişim temelli dil öğretimi

Günümüzde dil öğretimi ve öğreniminde üzerinde ağırlıklı olarak durulan konulardan biri de iletişimsel boyuttur. Çünkü iletişimsel yetenek, dille yakın ilişki içindedir (MEB, 2009, s. 110). Bir kişinin, öğrenmekte olduğu dille ilgili çeşitli bilgileri, çevresindeki insanlarla iletişim kurarken kullanması durumunda, o bilgiler daha kısa sürede öğrenilmiş ve söz konusu bilgilerin kalıcılığı sağlanmış olacaktır.

Yabancılara Türkçe öğretimiyle ilgili eğitim içeriği hazırlanırken ele alınacak başlıklar arasında “iletişime yönelik işlevci kalıplar, topluma hizmet veren toplu ve farklı iş yerleri ve kurumlarda karşılaşılan dil” de yer almalıdır. Bu kapsamda “süpermarket, lokanta, pastane vb.” ortamlar oluşturularak farklı, gerçek yaşam sahneleri planlanabilir. Bunlara ek olarak öğretim ilkelerinden “yararlılık” kapsamında “günlük alınan gıda adları: ekmek, peynir, zeytin, çay, kahve, süt, tereyağ vb. gibi öğrencilerin kendileri ve yakın çevreleriyle ilgili olarak kullanabilecekleri sözcükler” iletişim amaçlı olarak kullanmaları için öğrencilere öncelikli olarak öğretilmelidir (Tosun, 2005, s. 24-26). Söz konusu kelimelerin öğretiminde yararlanılacak araçların seçimi ve kullanımı önem arz etmektedir.

Kelimelerin, sosyal kullanımlarına ve iletişim durumlarına uygun olarak ele alınması, hedef dilde kelime öğretirken önemlidir. Öğretilecek kelimeler öğrencilerin ihtiyaçlarına göre düzenlenmeli, yani ilgilerini çekmeli; kelimelerin yaygın ve sık olarak kullanılabilir olmasına özen gösterilmelidir. Kelimelerin kullanılabilir olması, gerçek yaşam ortamında kullanılmaları anlamına gelir (Figen, 2004, s. 122, 124). Bunu sağlamak için kelime ve bu kelimeleri öğretirken kullanılacak materyal seçiminde günlük hayatın içinden örnekler sınıfa getirilmelidir.

Öğrenmeyle ilgili kuramlardan olan bilgiyi işleme kuramına göre öğrenme bireysel olup bireyin yeni bir bilgiyi öğrenebilmesi için, öğrenme işine etkin olarak katılması, yani kendisine sunulan uyarıcıları seçmesi, bunları kendisi için anlamlı hâle getirmesi ve en uygun tepkiyi vermesi gerekir (Görgeç, 1999, s. 57). Öğrenci bunları yaptığında dili iletişime yönelik olarak kullanmış olacaktır. Bu da onun hedef dili işlevsel olarak öğrenmeye başladığının işaretidir. Netice itibarıyla dil öğrenmede iletişim boyutu önemlidir. Dilin temel yapı taşı olan kelimelerin öğretiminde de bu husus gözden uzak tutulmamalıdır.

6. Kelime öğretiminde farklı bir araç olarak market broşürleri

Ana dil öğretiminde olduğu gibi yabancılara Türkçe öğretiminde de kelime öğretimi ve edinimi önemli konuların başında gelmektedir. Çünkü anlama ve anlatma becerilerini kullanabilmenin temelinde öğrenilen kelimeler yatmaktadır.

Kelime öğretimi çalışmalarında çeşitli uygulamalar yapılmakta, farklı materyallerden yararlanılmaktadır. Demirel (1990, s. 126) kelime öğretiminde “dergi, mecmua, gazete ve duvar resimleri, poster, afiş” gibi görsel araçlardan yararlanılabileceğini belirtir. Sınıf ortamında alfabe, mevsimler, aylar, sayılar, saatler vb. ile ilgili poster ya da afişlerin olması dil öğretiminde işlevsellik adına önemlidir (Büyükikiz ve Hasırcı, 2013, s. 150). Ayrıca kelimeleri görsel olarak anlatan şekil, kroki, resimler; kelimenin doğru ve kolay kavranmasını sağlayıp çabuk unutulmasını engeller (Arslan ve Gürdal, 2012, s. 265). Sağladığı yararlar göz önüne alındığında, yabancılara Türkçe kelime öğretirken çeşitli ürünleri farklı özellikleriyle (renk, şekil, fiyat vb.) görebileceğimiz materyallerden yararlanılması gerekir.

Yeni bir dil öğrenirken sahip olunan kelime sayısının sınırlı olduğu ve cümle kurmada zorlanıldığı durumlarda kelime hazinesinin ne denli önemli olduğu net bir şekilde görülebilir. Bu yüzden yabancılara Türkçe öğretiminde de farklı uygulama ve materyallerle kelime öğretimi üzerinde durmak ve öğrencilerin kelime hazinelerini kısa sürede zenginleştirmek gerekir. Yeni öğrenilen her kelime, hedef dili öğrenme konusunda öğrencilerin motivasyonunu artıracaktır. Bu kapsamda öğretmenlerin en önemli görevlerinden biri öğrencilerini, farklı uygulamalar yardımıyla yeni kelimelerle karşı karşıya getirmek ve bu kelimeler konusunda tekrar çalışmaları yaptırmaktır. Diğer bir deyişle ders kitabında yer alan kelime öğretimiyle ilgili çalışmaların başka uygulamalar ve materyallerle desteklenmesi gerekir. Söz konusu materyaller arasında ele alınabilecek örneklerden biri de market broşürleridir.

Alışveriş faaliyetleri günlük hayatın vazgeçilmez unsurlarından biridir. Bazen alışveriş sırasında bazen de posta kutumuzda karşımıza çıkan market broşürlerini; yeni çıkan ürünler hakkında bilgi edinmek, indirimde olan ürünleri tespit etmek vb. nedenlerle dikkatli bir şekilde incelediğimiz zamanlar olmuştur. Bu materyallerden yabancılara Türkçe kelime öğretiminde de yararlanılabilir.

Öğrencilere öğretilecek temel söz varlığı belirlenirken doğal dilin esas alınması (Barın, 2003, s. 312) kelime öğretiminde dikkat edilmesi gereken konulardandır. Doğal dil, konuların öğrenciler tarafından daha iyi kavranması ve öğrenilen bilgilerin ders dışında kullanılmasında da etkilidir. Bu çerçevede, yukarıda da belirtildiği gibi, yabancılara Türkçe öğretiminde ihtiyaç duyulan şeylerden biri yardımcı ders materyalleridir (Arslan ve Gürdal, 2012, s. 266). Bu materyallerin niteliği, ele alınan konunun anlatımında ve öğrenciler tarafından anlaşılmasında, yani dersin verimli işlenmesinde önemlidir. Konunun önemi göz önünde bulundurulduğunda market broşürleri öğretmenlere pek çok fırsat sunmaktadır.

Bir dili yeni öğrenmeye başlayanlar için kitap yazarların çoğu renkler, insan gövdesi, giyim kuşam, saat, ev, aile, okul, çarşı, yemekler (yiyecekler) ... ile ilgili dersler planlamışlardır (Hameau, 1988, s. 302). Bu başlıklardan yiyecekler, çarşı, ev, renkler, giyim kuşam vb.leri ele alınırken market broşürleri kullanılabilir.

Market broşürlerinden, kelime öğretim çalışmalarının yanı sıra okuma, konuşma ve yazma becerilerinin geliştirilmesinde de yararlanılabilir. Bu kapsamda öğrencilerden, üzerinde durulan ürünleri kullanarak sözlü ve yazılı kısa diyaloglar oluşturmaları istenebilir. Bu tür uygulamalar canlandırma şeklinde yapılırsa, öğrencileri günlük hayata da hazırlayacağı için daha verimli olacaktır.

Dil öğrenmede hedef dili yaşamak önemlidir. Hedef dili yaşamak demek, dili “amaçlar doğrultusunda yeri geldiğinde doğru örneklerle kullanmak” anlamına gelir (İpekboyayan, 1994, s. 57). Yiyecek içecek isimlerinden evde kullanılan araç gereç isimlerine kadar pek çok kelime market broşürlerinde karşımıza çıkar. Öğretmene sunacağı imkânlar göz önünde bulundurulduğunda market broşürlerinin de “doğru örnekler” arasında sayılması gerekir.

Günlük hayattaki dilin içinden alınarak sınıfa getirilen ve kelime öğretiminde kullanılan market broşürleri, “gerçeklik” özellikleriyle öğrencilerin dikkatlerini çekecek bir nitelik taşır. Hayatın içinden örnekler, yapay bir dil ile oluşturulmuş örneklerden her zaman daha canlıdır ve daha çok ilgi çeker. Öğrenciler, market broşürleri vb. araçların, günlük hayatta da karşılıklarına çıkacağını bildiklerinden öğrencilerin söz konusu materyallere ilgileri daha canlı olacaktır. Derse karşı olan ilginin canlı olması da derslerdeki verimi artıracaktır.

Gerçek hayatın içinden alınmış otantik malzemelerin dil öğretiminde kullanılması son yıllarda dil öğretimiyle ilgili çalışmalarda karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak “dil öğretmek amacıyla üretilmemiş, günlük dilde karşımıza çıkan materyaller” şeklinde tanımlanan otantik malzemelerin; öğrencilerin motivasyonunu artırma, öğrencilere hedef dilin kültürüyle ilgili bilgiler sunma,

öğrencileri hedef dilin gerçek kullanımıyla karşı karşıya getirme, öğretme sürecinde daha yaratıcı uygulamalar sağlama gibi pek çok faydası vardır (akt. Kilickaya, 2004). Bu anlamda market broşürleri, özellikle başlangıç seviyesindeki derslerde, öğrencilerin hedef dilin günlük hayattaki kullanımı ve kültürü hakkında bilgiler edinmelerini sağladığı (Yigitoglu, 2007) için dil öğretiminde yararlanılması gereken kaynaklar arasında yer almaktadır.

Türkçe öğrenen yabancıların yiyecek, içecek, giyecek ile ilgili temel ihtiyaç maddelerini karşılayan kelimeleri öncelikli olarak öğrenmeleri gerekmektedir. Özellikle Türkçeyi Türkiye’de öğrenen yabancılar için bu durum çok daha önemlidir. Söz konusu başlıklar altında ele alınacak kelimelerin öğretiminde market broşürleri eşsiz bir materyal olarak karşımıza çıkar. Bu broşürleri öğrenci sayısınca temin etmek oldukça kolaydır. Öğretmenler bu sayede renkli görsellerden yararlanma imkânına sahip olurlar. Her öğrencinin elinde olan bu kaynak sayesinde hayat, derse getirilmiş olur. Böylelikle Türkçe öğrenen yabancıların, günlük ihtiyaçlarını karşılama durumlarıyla ilgili uygulama yapma imkânları da olur.

Öğrencilerin öğrenmeye çalıştıkları kelimeleri düşünüp kavramalarını kolaylaştırmak ve âdeta yaşayarak öğrenmelerini sağlamak için tekrarlar yoluyla pekiştirme ortamı oluşturmak da önemlidir (Aygün, 1999, s. 15; Pehlivan, 2003, s. 91). Market broşürlerinden hareketle öğretilecek kelimelerin tekrarı da hem sınıf içinde hem de sınıf dışında rahatlıkla ve öğrencilerin ilgisini çekecek şekilde gerçekleşecektir. Örneğin, sınıf içinde her öğrencinin elinde olan broşürler yardımıyla, üzerinde durulan kelimelerin de kullanıldığı soru-cevap alıştırmaları, kısa diyaloglar vb. çalışmalar veya öğrencilerin günlük hayatın içindeki alışveriş ortamlarında yapabilecekleri tekrarlar hedef kelimelerin öğrenilmesini kolaylaştıracaktır.

6.1. Market broşürleri kullanılarak yapılabilecek çalışmalar

Market broşürleri, başta kelime öğretimi olmak üzere çok çeşitli alıştırmalar yapmaya müsait öğretim araçlarıdır. Bu araçlar örneğin;

- a) Yiyecek, içecek, giyeceklerle ilgili kelimelerin,
- b) Ev eşyalarıyla ilgili kelimelerin,
- c) Renklerin,
- ç) Sayıların ve para tutarlarının,
- d) Ağırlık ölçüleri ve ambalaj şekillerinin,
- e) Kısa alışveriş diyaloglarının,

öğretiminde kullanılabilir. Aşağıda öncelikle market broşürlerinden hareketle öğretilebilecek kelime örnekleri listelenmiş, ardından çeşitli uygulama çalışmalarına yer verilmiştir. Broşürlerde yer alan ve üzerinde durulan ürünler sayesinde öğrencilere hedef dilin yiyecek kültürü, o ülkede yetişen ürünler hakkında bilgi verilmiş de olacaktır.

Yiyecek ve İçecekler

- a. **Kahvaltılık:** zeytin (yeşil zeytin, siyah zeytin), peynir (beyaz peynir, kaşar peyniri), domates, salatalık, biber, bal, yumurta, sucuk, çay, ekmek, ...
- b. **Meyveler:** elma, armut, portakal, çilek, muz, karpuz, kavun, mandalina, kayısı, şeftali, üzüm, erik, kiraz, kivi, ...
- c. **Sebzeler:** domates, biber, patlıcan, kabak, bezelye, fasulye, patates, soğan (kuru soğan, yeşil soğan), ...

- ç. **Tatlılar-Pastalar:** baklava, sütlaç, tulumba tatlısı, kazandibi, şekerpare, yaş pasta, kuru pasta, börek, ...
- d. **İçecekler:** su, ayran, süt, meyve suyu, kahve, ...
- e. **Kuruyemişler:** fındık, fıstık, leblebi (sarı, beyaz), kabak çekirdeği, ay çekirdeği, ...
- f. **Kuru gıdalar:** pirinç, bulgur, mercimek, nohut, makarna, ...
- g. **Et ve et ürünleri:** et, kıyma, köfte, balık, tavuk eti, sucuk, pastırma, salam, sosis, ...
- h. **Giyecekler:** gömlek, pantolon, ceket, kazak, mont, kaban, palto, çorap, terlik, ayakkabı, ...

Ev Eşyaları

- a. **Mutfak eşyaları:** tabak, bardak, tencere, tava, çatal, kaşık, çay kaşığı, bıçak, sürahi, bardak (su bardağı, çay bardağı), tuzluk, biberlik, peçete, bulaşık makinesi, buzdolabı, fırın, yemek masası, sandalye, ...
- b. **Diğer eşyalar:** halı, kilim, koltuk, sehpa, lamba, saat (kol, duvar, masa saati), elektrik süpürgesi, yatak, yorgan, yastık, havlu, bornoz, elbise dolabı, ayna, musluk, sabun, şampuan, perde, ütü, elbise askısı, ...

Renkler:

beyaz, kırmızı, yeşil, siyah, turuncu, mavi, sarı, kahverengi, mor, pembe, ...

Sayılar ve Para Tutarları:

Ürünlerin sayıları, kaçta satıldığıyla ilgili uygulamalarda bu bilgiler üzerinde durulabilir.

Ağırlık Ölçüleri ve Ambalaj Şekilleri:

Kilogram (kilo), gram; paket, kutu, demet, deste, ...

Kısa Alışveriş Diyalogları:

Öğrencilerden biri satıcı, diğeri müşteri rolünde kısa alışveriş diyalogları oluşturulabilir. İlk uygulamalarda diyaloglar öğretmen tarafından yazılır, sonraki uygulamalarda öğrenciler kendilerine göre diyalog metinleri yazarlar ve bu uygulama aynı zamanda yazma çalışması olarak düşünülebilir. Ardından bu diyaloglar sınıf karşısında öğrenciler tarafından canlandırılır.



Şekil 1. Market Broşürlerinden Alınmış Ürün Örnekleri

6.2. Diğer uygulamalar

a. Karşılaştırma Yapma: İki farklı marketin broşürleri öğrencilere dağıtılır. Öğrencilerden ellerindeki broşürlerde ortak olan ürünleri belirlemeleri ve ardından bu ürünlerin fiyatlarıyla ilgili bir karşılaştırma yapmaları istenir. Bu çalışma sırasında öğrencilerin “daha ucuz, daha pahalı”, “daha çok, daha az” vb. ifadeleri kullanmalarına dikkat edilir.

b. Alışveriş Listesi Hazırlatma: Öğrencilere, kimsenin yaşamadığı bir evde üç gün kalacakları söylenir. Evde bütün ev eşyaları vardır; ancak yiyecek ve içecek hiçbir şey bulunmamaktadır. Öğrencilerden, bu üç gün için ellerindeki market broşüründen hareketle bir alışveriş listesi hazırlamaları istenir. Sonrasında öğrenciler, hazırladıkları alışveriş listeleri hakkında konuşturulur. Uygulama sırasında öğretmen ve diğer öğrenciler, konuşan öğrenciye listesiyle ilgili çeşitli sorular sorabilir. Ayrıca öğrencilerin listelerindeki ortak ve farklı ürünler üzerinde de durulabilir.

c. Resimli Sözlük Hazırlatma: Öğrencilere, market broşürlerindeki ürünlerden hareketle resimli sözlük hazırlattırılabilir. Öğrencilerden, sözlükteki her kelimeyle ilgili cümleler oluşturmaları istenir. Bu sözlükten rastgele seçilen kelimelerle ilgili kısa konuşma alıştırmaları yaptırılabilir.

7. Sonuç

Yabancılara Türkçe öğretimi derslerinde pek çok araç-gereçten yararlanmak mümkündür. Öğrenci motivasyonunu ve başarısını artırmak için kullanılacak materyallerden biri de market broşürleridir. Bu materyallerden özellikle başlangıç seviyesinde (A1 ve A2) kelime öğretimi çalışmalarında yararlanılabilir. Market broşürlerinin kullanılmasıyla; çalışmalar çeşitlendirilmiş, görsel açıdan zengin materyaller kullanılmış, günlük hayatın içinden alınmış materyallerden (otantik materyal) yararlanılmış olur. Bu ise öğrencilerin derse olan ilgisini ve dersteki başarısını artırır.

Derste ele alınan örnekler, günlük hayatta öğrencinin karşısına çıktığında öğretim, ders dışında da devam ediyor demektir. Derste anlatılan, üzerinde durulan konu ve örneklerle ders dışında da karşılaşan öğrenciler, dersle hayat arasında bağlantı kurmuş olacaklardır. İşte bu yüzden market broşürleri vb. araçların yabancılara Türkçe öğretiminde kullanılması gerekir. Bu tür örneklerin, Türkçe öğrenen yabancılarda farklı bakış açılarının oluşmasına ve derslerdeki bilgilerin günlük hayata aktarılmasına katkı sağlayacağı unutulmamalıdır.

Kaynakça

- Aksan, D. (1982). *Her yönüyle dil (ana çizgileriyle dilbilim)*. Ankara: TDK Yayınları.
- Akyol, H. (1997). Kelime öğretimi. *Millî Eğitim*, Sayı: 134, s. 46-47.
- Akyol, H. (2008). *Türkçe ilk okuma yazma öğretimi*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Altıkulaçoğlu, S. (2010). Yabancı dil sınıflarında eşdizimli sözcük öğretimi ve anadilinin rolü. *Dil Dergisi*. Sayı: 148, s.37-52.
- Apaydın, D. (2007). *Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde sözcük öğretimi üzerine bir yöntem denemesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arslan, M. ve Gürdal, A. (2012). Yabancılara görsel ve işitsel araçlarla Türkçe kelime öğretim yöntemi, *Kastamonu Eğitim Dergisi*. Cilt: 20, No: 1, s.255-270.

- Aygün, M. (1999). Yabancı dil dersinde sözcük öğretimi ve sözcük dağarcığını geliştirme teknikleri, *Dil Dergisi*. Sayı: 78, s.5-16.
- Barın, E. (2003). Yabancılara Türkçe öğretiminde temel söz varlığının önemi, *Türklük Bilimi Araştırmaları*. S. XIII, s.311-317.
- Budak, Y. (2000). Sözcük öğretimi ve sözlüğün işlevi, *Dil Dergisi*. Sayı: 92, s.19-26.
- Büyükkız, K. K. ve Hasırcı, S. (2013). Yabancı dil olarak Türkçenin öğretiminde sözcük öğretimi üzerine bir değerlendirme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 10, S. 21, s.145-155.
- Demircan, Ö. (1983). Sözcük öğretimi ve Türkçe-İngilizce sözcük yapım türleri üzerine bir karşılaştırma, *Türk Dili*. Dil Öğretimi Özel Sayısı, Sayı: 379-380, s.146-159.
- Demirel, Ö. (1990). *Yabancı dil öğretimi: İlkeler, yöntemler, teknikler*. Ankara: Usem Yayınları.
- Dolunay, S. K. (2005). Türkiye ve dünyadaki Türkçe öğretim merkezleri ve Türkoloji bölümleri üzerine bir değerlendirme. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*. Ankara: Pegem A Yayınları.
- Figen, C. G. (2004). *İngilizce öğrenen yetişkin öğrencilere oyunlarla kelime öğretimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Görgeç, İ. (1999). Bilgiyi işleme kuramına göre öğrenme ve bellek, *Millî Eğitim*. Sayı: 141, s.54-57.
- Hameau, M.-A. (1988). Söz dağarcığı öğretimi (Çev.: Ramis Dara), *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakülteleri Dergisi*. Cilt: III, Sayı: I, s.301-305.
- İpekboyayan, S. (1994). Yabancı dil öğretimiyle ilgili temel tavsiyeler, *Dil Dergisi*. Sayı: 21, s.57-58.
- Karakaş, A. ve Karaca, G. (2011). Yabancı dil öğretiminde resmin materyal olarak kullanımı ve önemi. *Yaşadıkça Eğitim*, s. 109.
- Kilickaya, F. (2004). Authentic materials and cultural content in EFL classrooms. *The Internet TESL Journal*, Vol. X, No. 7.
- MEB. (2006). *Türkçe dersi öğretim programı ve kılavuzu*. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Devlet Kitapları Müdürlüğü.
- MEB. (2009). *Diller için Avrupa ortak başvuru metni: Öğrenme-öğretme-değerlendirme*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Yayınları.
- Pehlivan, A. (2003). Türkçe kitaplarında sözcük dağarcığını geliştirme sorunu ve çözüm yolları. *Dil Dergisi*. Sayı:122, s.84-93.
- Tosun, C. (2005). Türkçe'nin yabancı dil olarak öğretilmesi, *Journal of Language and Linguistic Studies*, Vol.1, No.1, 22-28.
- Uçgun, D. (2006). Yabancılara Türkçe öğretiminde sözcük dağarcığını geliştirme teknikleri, *Türklük Bilimi Araştırmaları*. S. XX, s.217-227.
- Vardar, B. (2002). *Açıklamalı dilbilim terimleri sözlüğü*. Multilingual Yayınları, İstanbul.
- Yigitoglu, N. (2007). Using supermarket flyers in ESL/EFL classes. *The Internet TESL Journal*, Vol. XIII, No. 7.

Using marketing brochures in teaching Turkish vocabulary to foreigners

Abstract

In recent years, the number of foreigners who want to learn Turkish has been increasing at home and abroad. This case has also led an increase in the number of the studies in this field. One of the issues in language teaching is vocabulary teaching. Vocabulary directly affects one's understanding and communication in the target language. Accordingly, the subject of vocabulary teaching should be given importance sensitively while teaching Turkish to foreigners. The various materials can be used while teaching vocabulary to the target students. One of the materials that can be used in this field is marketing brochures. Because these materials are authentic, they increase student's attention and motivation. Market brochures, especially for elementary level students (A1 and A2), make it convenient to meet their daily basic needs. In this study, the importance of acquisition of vocabulary in language teaching was emphasized and how to use the advantage of marketing brochures in this field was handled. Because of the opportunities offered to teachers and students, marketing brochures should be one of the materials to be used while teaching Turkish to foreigners.

Keywords: Teaching Turkish to foreigners, vocabulary teaching, authentic material, market brochures.

AUTHOR BIODATA

Yusuf Doğan is an assistant professor at Gazi University, Gazi Faculty of Education, Department of Turkish Teaching.