

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDA KULLANILAN TÜRKÇE VE YOZLAŞAN BİR DEĞER OLARAK DİL ÜZERİNE

EROL, Gülbuğ
TÜRKİYE/ТУРЦИЯ

ÖZET

Kitle iletişim araçları halkın kültürel ve toplumsal değerlerini, insanoğlunun sahip olduğu başlıca değeri, yani kullandığı dili etkileme gücü yönünden en güçlü kaynak durumundadır. Bu güç bir bütün olarak ele alınmasını gerektiren değerleri olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Kitle iletişim araçları içinde buldukları toplumlarda köklü davranış ve tutum değişikliklerine yol açarlar; bazı günlük davranışları, tüketim alışkanlıklarını, etik ve estetik değerleri etkilemektedirler. Değerler, kültür, bireysel ve toplumsal kimlikler kitle iletişim araçları vasıtasıyla her gün yeniden harmanlanmaktadır çünkü kitle iletişim araçlarından hergün insanlara yaşamlarını hangi değerler üzerine kurmaları gerektiği söylenmekte; kitle iletişim araçları hergün iyi-kötü, doğru-yanlış üzerine yeni değerler sunmaktadır. Öte yandan, kitle iletişim araçlarında kullanılan Türkçenin gün geçtikçe ölçünlü dil kurallarından ayrı nitelikler sergilemeye başladığı bilinmektedir.

Dil sosyal olguların en önemli göstergelerinden biridir. Anlamın toplum tarafından kurgulandığını, dilin de kurgulanan anlamları yansıtan bir araç olduğunu belirten dilbilimcilere göre her dilsel metin o toplumun politik, kültürel ve tarihsel yapılanmasının getirdiği bilinci yansıtır. Bu medya metinlerine yansır. İletiler dil yolu ile aktarılır. Kitle iletişim araçlarının bireye ulaşma yolu dilsel anlatımdır. Yazılı medyada dilin aktarımı yazı ile, görsel medyada ses ile olur. Dil, toplumsal ve sistematik bir olgu olarak, bir iletişim biçimidir ve geniş toplumsal simgesel düzenin bir parçasıdır. Ancak, dil ve ideolojik sistem birbiri ile etkileşen, birbirini oluşturan bir döngü içinde bulunmaktadır. Bu nedenle, dil incelemelerinde toplumsal, toplum incelemelerinde de dilsel öğelerin vazgeçilmez önemi vardır. İdeolojiler bütününden oluşan simgesel düzen kendini dil yolu ile ifade etmekte, böylece dilin kullanımı ile oluşan söylemin çözümlenmesi sonucu bu toplumsal simgesel düzenin ayrıntılarına varılabilmektedir. Bireyi imgesel evreninden koparıp, simgesel düzeni benimsemeye koşullayan güç ilişkileri, değerler, ideolojiler, kimlik tanımlamaları gibi çeşitli toplumsal olguların dilsel kurgulamalar yoluyla yansması belirlenebilmektedir.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı her toplumda belirli zaman aralıkları ile sorgulanan kitle iletişim araçlarında kullanılan dili ele almak, kültüre ve

kültürel değerlere olan etkisini incelemek ve sözkonusu olguyu kitle iletişimi ile ilişkilendirmeye çalışmaktır. Bu anlamda kitle iletişim araçlarında kullanılan dilin kültürü ve kültürel değerleri nasıl ve ne ölçülerde etkilediği televizyon ortamından alınacak örneklerle açıklanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dil, ölçünlü dil kullanımı, medya, televizyonda kullanılan dil, toplum.

ABSTRACT

Mass media is the main source for affecting the cultural and social values, one of which is the language they use. This power affects positively or negatively the values that must be taken into consideration as a whole. Mass media in the culture makes important changes in the behavior and in the acts of people; affects consuming patterns, and ethical and aesthetic values. Values, culture, individual and social identities because mass media each day tells people o which values they must take into consideration; each day mass media presents new values on good and bad, right and wrong. On the other hand it is well known that the Turkish language used in mass media shows some peculiarities.

Language is one of the most important signs of social facts. To linguists who say that meaning is constructed within and by a society and language is a tool to reflect those meanings, each linguistic text also reflects that society's political, cultural and historical consciousness, which is reflected on media. Messages transfer by languages. The way used by mass media to reach people is to use the language. The transfer of language in printed media is the written language; in visual media is the spoken one. As a systematic and social phenomenon language is a means of communication and is a part of the symbolic social regularity. And language and the ideological system are in accordance with each other. Thus it is essential to refer social facts while studying language and in turn one must refer back to language while studying society. So symbolic regularity reflects itself by the use of language thus as a result of analyzing the discourse that is made by language it is possible to arrive at a conclusion on the cues of that symbolic regularity. The relationships of power that separate people from their mental images, values, cultural definitions of the identities and alike concepts can be defined by studying language. Within this context the main aim of this study is to handle the use of language in mass media, to analyze its effect on culture and cultural values, and to get a reply on the relation between language and mass media. How and to what extent the language used in mass media affect culture and cultural values are explained by examples taken from mass media.

Key Words: Language, the use of grammatically well formed language, media, the language used in media, society.

GİRİŞ

Bu çalışmanın başlangıç tarihi Mayıs 2006'dır. Mayıs 2006'da bir sosyal sorumluluk kampanyası başlatılarak dilinizden utanmayın sloganıyla Türkçe'nin korunması ve geliştirilmesi için adım atıldı. TRT ve yazılı basın özel yayıncılık öncesinde Türkçe'yi kurallarına uygun kullanmakta ve sunucular, yazarlar kullandıkları Türkçe ile başarı kazanmışlardı. Ancak 1990'lı yılların başında özel yayıncılık ile Türkçe'nin kirletildiği, bir yozlaşma sürecine zorla sokulduğu ve kültür ile birlikte yozlaşan Türkçe'yi güzel ve kurallarına uygun bir biçimde kullanma, en azından kitle iletişim araçlarından yayma sorunu gündeme hakim olmuştu. Özel televizyon yayıncılığının 1992 yılında başladığı düşünülürse 2006 yılının ortalarında konunun yine gündeme gelmesi önemini yitirmediğine ve yaşanmış olan gerçeğin halihazırda düzelmediğine işaret etmektedir.

Kuşkusuz radyo, televizyon, gazete ve dergi çalışanlarının ana dilleri Türkçe'dir. Anadil doğuştan kazanılan ve eğitim ile doruk noktasına çıkan bir yetidir. Elbette ki Türkiye geniş bir coğrafyadır ve eğitim bu coğrafyaya göre değişmektedir. Sözelimi ilköğretim zorunlu olmakla birlikte bu eğitimin içeriği Güneydoğu Anadolu Bölgesinde farklı, Doğu Karadeniz'de farklı ve İstanbul'da hatta aynı ilde bir semtten diğerine; bir özel okul ile devlet okulu arasında bile farklılık göstermektedir. Ancak okutulan temel kitap itibariyle standart sağlanmaktadır.

Bu bağlamda Türkiye'nin çeşitli yerlerinde doğup, eğitimini tamamlayan daha sonra yayıncılık mesleğini seçerek kamuoyu karşısına çıkan iletişimciler kullandıkları Türkçe ile ya takdir edilmekte ya da dil bilgisi kurallarına uymadığı ve bu tutumuyla kitleleri etkilediği için en önemli değerlerden biri olan dili yozlaştırma tehlikesiyle karşı karşıya bıraktığı için eleştirilmektedir.

Türk televizyonlarında kullanılan Türkçe'nin dinleyiciler tarafından nasıl algılandığını saptamak, bu dildeki ölçünlü dil kurallarından sapmaların niteliğini belirlemek için bir anket çalışması yapılmıştır. Bu çalışma ileride kitle iletişim araçlarında bilfiil görev alacak İletişim Fakültesi öğrencilerine uygulanmıştır.

Çağdaş dilbilimsel bulguların bir şekilde medya çalışanlarına sunulması hiç olmazsa sapmaların yoğunluğunun azaltmada etkili olabileceği kanıtlanması gereken bir olasılıktır. Televizyon kanallarında görülen dil sapmalarının tek nedeni üzerine çalışma ve çözüm önerisi getirmek akademisyenlerin görevlerindedir. Nitekim bu çalışmada Türkçede gözlemlenen değişimlerin niteliği saptandıktan ve bunların kaynağı belirlendikten sonra bu sapmaların nasıl önlenebileceği ve eksikliklerin nasıl giderileceği tartışılacak ve etkili öneriler getirilecektir.

1. Kitle İletişimi

Etkinin aktarılmasında görülen çeşitli ortamlara etkileşim araçları denir. Etkileşim araçları iletişim araçlarından daha kapsamlı olup iletişimsizliği de

içerir ve toplumsal ilişkilerin tümünde rastlanan en genel etki araçlarını kapsar. Toplumun etki gücünün bireylere duyurulması için tarih boyunca çok çeşitli etkileşim araçları kullanılmıştır; bunların temelinde dil yatar. Dil tüm etkileşim ve iletişim süreçlerinin başlangıcı ve de ürünüdür. Tüm iletişim araçları dili kullanır, kullanmak zorundadır. Dil hem kitle iletişim araçlarının hem de insan topluluklarının en önemli iletişim aracıdır. Dil ve iletişim olmasaydı belirli bir etkileşim alanı ve insan davranışlarını oluşturan kültürel ortam olmazdı (İsen ve Batmaz, 2002: 170-171).

Çağımıza damgasını vuran iletişim olgusu, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemini korumaktadır. İletişimin bir türü olan kitle iletişimi teknolojik gelişimle birlikte her geçen gün yeni bir boyut kazanmaktadır. Kitle iletişiminin gücü ve etkinliği özgür iletişim ortamını da eklemektedir. İletişim mesaj gönderme gibi basitliğin çok ötesindedir. İletişim bilinç kontrolünden geçerek düşünce ve davranışları yönetme değildir. İletişim söylenen söz, yazılan yazı, uygun duruş, radyodaki program, gazetede haber, reklam, internetteki arama motoru, kutudaki posta, sinema ve televizyondaki hareketli resim değildir. (Erdoğan, 2002) Az önce bahsettiklerimizle elde edilen, sürdürülen, üretilen, üretilmesine yardım edilen; kısaca insanın her an ve her yerde kendini üretme faaliyetidir.

Bu üretim ile var olan bölüşüm koşulları, egemenlik ve mücadelesiyle birlikte yeniden üretilir. Üretilen ve belli ellerde toplanan şeylerin kullanım için dağılımı, üretildiği yerde ve ötesine taşınması ve kullanıma sunulması vardır. Kullanıma sunulanın alınması ve kullanılması ve böylece bunların üretim gereksinimi ve koşullarını yeniden yaratması vardır. Bu üretim tarzı ilişkileri de yeniden üretir. Bu bilinçle üretim açıklanır, meşrulaştırılır ve karşıtlıklar getirilir.

İnsanoğlunun varoluşundan itibaren iletişim insan hayatının çok önemli bir yönü olmuştur. İnsanların büyük bir toplum içinde ve toplumu oluşturan diğer alt gruplarda yaşamaları, onları ve sosyal grupları birbirleri ile sürekli ilişkilere zorlar ve böylece her insan grubu sosyal ilişkilerin bir tür şebekesi olarak ortaya çıkar

Bu ilişkiler ancak iletişim yoluyla gerçekleştirilebilir. Diğer yandan her insan topluluğu bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek, göreneklerden ve insan toplumunun bir üyesi olarak elde ettiği birçok yetenekten bir kültüre sahiptir. Toplumun bireyleri bu kültürü sosyalleşme yoluyla kazanırlar. Sosyalleşmenin sağlanması için kişiler ve gruplar arasında iletişim zorunludur. Yani iletişim toplumların yaşamasını sağlayan zorunlu bir süreçtir.

İletişim Nedir? sorusunu maddeleyerek cevaplayalım.

- Günümüzde iletişim her şeyin dahil edildiği bir kavram olmuştur.
- İletişim bilgi, fikir, duygu ve düşüncelerin işaretler yolu ile aktarılmasıdır.

- İletişim bilgi üretme, iletme, algılama sürecidir.
- İletişim toplumun temelini oluşturan bir sistem; örgütlü ve sistemli yapının düzenli işleyişini sağlayan bir araç; bireysel davranışları etkileyen bir teknik; sosyal süreç açısından zorunlu bir bilim ve sosyal uyum için bir sanattır.
- İletişim kaynak ile hedef arasındaki ileti alış-veriştir.
- İletişim bir anlam iletme çabasıdır.
- Anlam veya mesaj iletme kişi ve/veya gruplar arasında olabilir.
- İletişim insanların duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarının sözlü ve/veya yazılı olarak iletilmesidir.
- 1948 yılında Laswell iletişimi tarif etmek için « Kim, kime, hangi kanaldan, neyi söylüyor, sonuçta hangi etkiler oluşuyor?» sorusunu sormaktaydı. Bu soru cümlesi iletişimin gerçekleşmesi için gerekli olan bütün öğeleri barındırmaktadır. İletişimin kaynağı, alıcısı, gönderilen mesaj, mesajın nasıl gönderildiği ve cevaptan oluşan bu öğeler bugün iletişim için aynen geçerlidir.

Toplumun tümünün veya önemli bir kısmının alıcı konumunda olduğu yani kitlelere yönelik iletişime kitle iletişimi denmektedir. Belli başlı kitle iletişim araçları gazete, kitap, radyo, TV, sinema, çeşitli dergiler, afişler ve internettir. Bu ortamlar çok geniş bir kitle tarafından takip edildiği için etkileme güçleri yüksektir. Kitle iletişim araçları haber ve diğer formatları ile dünyanın her tarafındaki insanları yönlendirmektedirler. Çok sayıdaki insan gerek boş vakitlerini geçirmek gerekse bilgi edinmek için medyaya yönelmektedir. Yayınların uzak mesafelere ulaşması kültürel sorunlara, medyada konuşan insanların da ölçünlü dil kurlarına uymamaları dilin yozlaşmasına yol açmaktadır.

2. Dil ve Dilin Özellikleri

İnsan, konuşan, düşünen ve değer üreten olması ile insandır. İnsan ile ilgili her tür yapıp-etme toplum içinde fikir ve duyguların iletilmesinden doğmuştur. İletişim çok geniş bir anlamda mesaj alış veriştir. İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen sosyal bir etkileşimdir. İletişim denince de akla ilk dil gelir.

Türkçede ‘dil’ dendiği zaman iki değişik nesne ve anlam akla gelir: Tat alma organı, beş duyudan biri olan dil ve iletişim aracı olan ‘dil’. Pek çok batı ve doğu dilinde de dil için iki farklı kelime bulunduğu görülür.

Dil ile duygu ve düşünceler, mesajlar aktarılır. İletişim bağlamında dil bir anlam taşıyıcısıdır. Anlam iletişimin anahtarı, iletişim sürecinin odak noktasıdır (Bingöl, 1999: 147). İnsanların söylenenleri anlaması ve dilsel üretimde bulunması kavramlar arasındaki ilişkileri görmesi, böylece saydam

bir biçimde düşünebilmesi ile olanaklıdır. İletişim açısından dildeki sözcüklerin belirginleştirilmesi ve tanımlanması önem taşımaktadır. Bu bağlamda dilbilim bilimsel dayanak sağlayarak iletişim kopukluğunu gidermeye ve ölçünlü dil kullanmaya olanak sağlamaktadır (İmer,1999; 41). İnsanlar ancak dil bilgisi kurallarına uyarlarsa aralarına anlaşma sağlanır. Chomsky bunun için sadece dil bilgisi kurallarına uymanın yeterli olmadığını söyleyerek sözdizimsel açıdan dil bilgisi kurallarına uygun fakat anlamsız cümleler de kurulabileceğini söyleyerek ünlü örneğini verir: Renksiz yeşil fikirler öfkeyle uyumaktalar. Bu durumda etkin bir iletişim için hem kelimelerin telaffuz kurallarına uyulmalı, hem doğru kelimeler doğru yerlerinde kullanılmalı hem de sözdizim kurallarına uyulmalıdır.

Genel tanımlara göre dil, bir insan topluluğunun aralarında anlaşma sağlama, iletişim kurmak üzere yerleşik dizgeleri kullanmasıdır. Bir başka deyişle dil, insanların konuşma organları tarafından üretilen değişken ve sesli sembollerin iletişim kurmak amacıyla bir sistem dahilinde kullanılmasıdır. Bu anlamda dili bir sistem olarak tanımlayan ilk düşünür İsveçli dilbilimci Saussure'dür.

Antik çağlardan beri dil üzerine çalışmalar yapılmıştır, kültür dil aracılığı ile incelenmiştir. Bağımsız bir disiplin olarak dilbilimi Ferdinand de Saussure 20. yy. başında kurmuştur.

Dilbilim dilin bilimsel olarak incelenmesi olarak tanımlanır. Dilbilim, genel olarak dil olgusunun, özellikle doğal dillerin incelenmesi için kuramlar ve olgular dizgesi oluşturur. Bu yüzden dilbilim bir bilimdir. 1950'lerden sonra pilot-bilim rolü üstlenen dilbilim beşeri bilimler içinde ayrıcalıklı bir yer kazanmıştır. Bugün budunbilim, toplumbilim, ruhbilim ve iletişim dilbilimin yöntem ve terimcesinden büyük ve önemli ölçüde yararlanmaktadır. Dilbilimin temel görevi dilin betimlemesini yapmaktır. Bu betimleme kuralcılıktan uzaktır ve tam olarak olguların gözlemlenmesine dayanmaktadır. Bu anlamda dilbilim matematiksel bir bilim dalıdır. Bir nesnesi, bir alanı ve bir yöntemi vardır.

Bir dilbilimci dilin genel bir kesiti olan kitle iletişim dili ve dilin öğretilmesi konularıyla ilgilenir. Günlük iletişim dili, reklam dili, bilim dili gibi dilin belirli kesitlerini yansıtır (Kocaman,1999; 59). Kitle iletişim araçları çok geniş kitlelere ve günün her saati ulaştığı için yayınlar okul kadar eğitici olmaktadır. Yeni değerlerin yerleşmesine zemin hazırlamaktadır. Elektronik iletişim her gün ve her saat insanoğluna yaşamlarını hangi değerler üzerine kurmaları gerektiğini durmaksızın söylemektedir. Sözgelimi, yaklaşık 1,5 saat boyunca seyrettiğiniz mafya dizisi size adaleti kendi başınıza sağlamanız gerektiği, kavgada kazanmanın erdem olduğu ve şiddeti hoş görme mesajlarını veriyor. Şiddet gösterme, başkaldırma adaletten, merhametten ve anlayıştan üstün tutuluyor. Bu mesajları patronuna kızmış bir erkek, komşusu ile tartışmış bir kadın, çok çeşitli kesimden öğrencilerle birlikte okuyan bir çocuk aynı anda alıyorlar. Bunun iki saatlik bir film olması mesajların iki saat boyunca kim bilir kaç kez tekrarlanacağına işaret

etmektedir. Büyük bir gerçeklikle hazırlanmış dizinin veya filmin hemen ardından hala bir şeyi elde etmek için anlayışın kavgaya üstün geleceğini söylenebilir mi? Ya da popüler, hit şarkıları çalan bir radyo istasyonunu gün boyu dinlediğinizi farz edelim. En son çıkan hit günde en az dört kez çalınırsa sözleri ister istemez zihninize yerleşecek, şarkının mesajı zihinlere kolaylıkla kazanacaktır.

Belki kişisel doğru ve yanlışlarımız medyadan bu kadar etkilenerek belirlenmez kısa vadede etkili olabilecek mesajlar uzun vadede silinebilir ancak sürekli olarak birbirine benzer dizi, film, şarkı, türkü gibi olgularla medya aracılığı ile tekrarlanırsa o mesajın çok etkili olacağı ve kamuoyuna yön vereceği açıktır. Bu durum tartışılmaya değer endişeleri beraberinde getirmiştir. Sözelimi insanlar ne kadar çok reklam seyredirse, TV izlenme saati artarsa televizyon içeriğindeki şiddet unsurlarının o kadar çok arttığı iddia edilmektedir. Bir toplum olarak değerlerimiz radyoda çalınan şarkı sözlerinden, filmlerdeki kahramanların konuşma biçiminden etkilenmektedir. Zaman zaman *hayret bişi, aloo, canım beni, ne alaka, naapıcanız?, gidek* gibi dil yanlışları popüler olmakta ve herkes tarafından kullanılmaktadır. İletişim araçlarının teknolojiye paralel gelişimi ve çeşitlenmesi eski bir bilim dalı olan etiği gündeme getirmiştir.

Devingen dizgeler arasındaki her türlü iletişimi ve denetimi sağlayan biçimsel dizgelere en geniş anlamıyla dil denir. Dil, canlılarla canlılar, canlılarla canlı sayılabilecek varlıklar, makineler ve cansızlar arasındaki iletişimi sağlayan açların temel ve genel adıdır.

Çağdaş dilbilimin kurucusu F. Saussure dilin bir dizge olduğunu söyler. Dil bir ilişkiler ağıdır. Dil birimlerinin tek başlarına anlamları yoktur; onlar ancak belli bir kesitteki ilişkiler sonucu anlamlarını kazanırlar. Sözelimi telefon sözcüğünün bundan 20-30 yıl önceki ile şimdiki anlam ayrımlarını anlamak gereklidir.

Kocaman, dilde üç temel bileşen bulunduğunu, bunların ses, yapı ve anlam bulunduğunu, öyleyse kitle iletişim araçlarının dilinin incelenmesinde bu üç bileşenin dikkate alınması gerektiğini ifade etmiştir. Türkçe için ses düzleminde en önemli özellik ünlü uyumudur: Birbirini takip eden hecelerdeki art ve ön ünlü dizgeleri. Türkçe sözcükler için bu durum bir sorun yaratmazken kitap, televizyon gibi yabancı kökenli sözcükleri kullanırken dikkatli olmayı gerektirir. Bu durum elektronik yayıncılıkta en çok vurgu yanlışlarına neden olur. İkinci olarak ses düzeni açısından ezgi yanlışlarından bahsedilebilir: Türkçe’de olumlu cümleler alçalan, sorular yükselen ezgiyle biter.

Yapı açısından bakıldığında cümle kuruluş biçiminin çok esnek olduğu söylenebilir:

- Çocuk okula gitti.
- Çocuk gitti okula.
- Okula çocuk gitti.

- **Okula gitti çocuk.**
- **Gitti okula çocuk.**
- **Gitti çocuk okula.**

Hepsi de dil bilgisi kurallarına uygundur.

Anlam düzleminde Kocaman dilde en çok sözcüklerin yerli yerinde kullanılmamasının dikkat çektiğini söyler. Bu noktada dilin ideolojik kullanımı da söz konusudur.

- Bize gidek! (Kocaman, 62)
- Gel bu oyları bölmeyek! (Seçmene)
- Sana kaç defa söyledim, sıraya gir! (Kocaman, 62)
- Seni kaç defa uyardım, sıraya gir!
- Canım! Ne tatlı bir kedi! (Kocaman, 62)
- Bu mesajı bir an önce forwardlayalım.
- Ne kadar erkencisin! (Randevusuna 1 saat geç gelen birine)
- Ahmet Batıkent'te oturuyor, Mine Konutkent'te, Dinçer de diken üstünde (Doğan, 1996: 85).

Yukarıdaki tümceler düz anlamın ötesinde lehçe, toplumsal rol, kişilik özellikleri, cinsiyet ve bağlama ilişkin bilgiler ediniyoruz. Kocaman, sözcüklerin etkisel anlamlarının etkili olmasına şu örnekleri verir:

- O henüz bir çocuk!
- Büyük adamdır O!
- Dil konusunda yararlı bir konuşma yaptı.
- Dil konusunda herkese ders verdi.

Bu örnekler de düz ve toplumsal anlam dışında kişinin bir olaya karşı tutumunu da belirtmektedir. Hatta vurgu ve tonlama ile etkisel anlam sağlanabilir (Kocaman 62).

Austin, Searle ve Grice dil toplumsal bir eylemdir diyerek bir tümce ürettiğimizde bunun sadece dil bilgisi yapısı sergileyen bir sözce / tümce değil, aynı zamanda işlevsel değeri olan bir edim olduğunu söylerler. 'TRT nesnel haber sunar.' denildiğinde hem bir tümce üretmiş oluyoruz hem de yükümlülük edimini gerçekleştiriyoruz. 'Zamlar kapıda' diyen sunucu uyarı edimini de yerine getirmektedir.

Görüldüğü gibi dil toplumsal davranışlardan biridir ve ortak kültürü, kimlikleri etkiler. Dil insan tasarımını anlatabilme yeteneğidir (İsen ve Batmaz, 2002: 173). Dil bir simgedir; bir üretim etkinliğinin sonucudur. Ancak zamanla bu üretim etkinliği biçimlendirme anlamında bir özellik kazanmıştır. O hâlde toplumsal

yaşam ve dil birbirlerini etkiler. Yaşam karmaşıklaştıkça veya basitleştikçe dil de ona göre değişir. Dil, aktardığı her ne ise onu etkiler ve biçimlendirir (Childe 1978'den Akt.: İsen ve Batmaz 2002: 174).

3. Dil Edinimi ve Eğitimi

Dilbilim, dilleri araştıran, inceleyen, bu dillerle ilgili kurallara varmayı amaçlayan, yöntemler geliştiren ve olanı olduğu biçimde gösteren –olması gerekeni değil– bir bilim dalıdır. Yani buyurucu değil, belirleyicidir. Dilbilimciler dilleri karşılaştırır, bir dildeki ifade gücünü arttırmanın yollarını gösterir. Bir dili öğreten kimse, dil öğreticisi, dilin benimsenmiş kurallarını belletir ve uygular. Bu noktada dil öğreticisi için olan o değil, olması gereken önemlidir.

Dilbilim konusunda bilgisi olmayan dil öğreticileri görevlerini tam anlamıyla yerine getiremezler çünkü, ancak dilbilim sayesinde dilin öğeleri, unsurları birer şekil olmaktan çıkar ve bir düzen içinde anlam taşıyan yapılar olurlar.

Türkiye'deki eğitim sistemi de bilgi yığdırmaya yatkın görünmektedir. Bu nedenle öğretici ve eğitimci yetiştiren, özellikle dil eğitimi verecek kişilerin dili tanıyıp anlamaları ve öğretebilmeleri için üniversitelerde dilbilim derslerinin okutulması iyi bir çözüm olarak görülmektedir.

Bir ülkenin radyo ve televizyonları sadece meslekî yayın ilkelerine uymakla yükümlü değildirler; yayında oldukları ülkenin dilini kusursuz ve yanlışsız olarak kullanmakla da yükümlüdürler. Anadilin öğrenilme yeri önce aile sonra okullardır. Ancak son on yılda medyanın bu konudaki işlevi her kurumun önüne geçmiştir. Bu anlamda medya geniş halk kitlelerine seslendiği için dili açık ve anlaşılır bir şekilde kullanmak zorundadır (Ercilasun, 1999: 31).

3.1. Anadil Edinimi

Psikodilbilim çalışmaları anadil ediniminin bilinçaltı vasıtasıyla gerçekleşen bir olgu olduğunu ortaya çıkartmıştır. Fromkin'in de belirttiği gibi beyinsel işlevleri yerinde olan ve normal toplumsallaşma ortamında bulunan iki yaşına gelmiş her çocuk içinde bulunduğu ortamda sözlü iletişimde bulunur. Söz konusu normal, olağan ortam bozulmadığı sürece çocuklar anadillerinin tüm temel yapılarını ve kullanım alanlarını öğrenir. Sanıldığı aksine çocuk ortamda konuşulan dili öğrenir, sözgelimi Çinli bir çocuk İngiliz ana-baba tarafından yetiştiriliyor ise Çinli olmasına rağmen İngilizce konuşur.

4-5 yaşlarında bir çocuk, yetişkinler gibi anadilinde soru sorabilir; olumlu ve olumsuz cümleler kurabilir; gerçek ve gerçektışı bilgiler aktarabilir; bir konu hakkında düşüncelerini söyleyebilir. Bunları yaparken kullandığı dil yapıları, anadilin dil bilgisi yapılarıyla yani sesbilim, biçimbilim, sözdizim ve anlambilim yapıları ile uyumludur. Çocuk bu alanlara ilişkin bilgileri içselleştirmiştir ve ileriki yaşlarda sözcük dağarcığını genişletecek, anadilin kullanımında etkin

olan uygunluk koşullarına duyarlılığını geliştirecek hatta dil bilgisine ilişkin ilk kuralları öğrenecektir (Bloom, 1972 ve Brown, 1973).

3.2. Anadil Öğretimi

Anadil olarak Türkçe eğitiminin içeriğini, yöntemini ve yaklaşımlarını saptamak amacıyla ilköğretim (1.-8. sınıflar) kurumlarında kullanılan Türkçe ders kitabı ve ek kitabı incelenmiştir. Bu kitaplara, çalışma kapsamında dil sapmalarını giderici nitelikte olup olmadığını saptamak üzere bakılmıştır. Bu noktadaki varsayım ilkokullardaki Türkçe kitaplarının anadil eğitimi yöntemi ve yaklaşımları açısından yeterli düzeyde oldukları; yetişkinlerde görülen dil sapmalarının kaynağının anadil öğretiminden farklı nedenlere dayandığıdır.

İncelenen kitaplarda saptanan anadil eğitimine ilişkin yaklaşım özelliklerini maddeler hâlinde aşağıdaki gibi özetlenebilir:

1. Yaklaşım tümdengelimdir. Yani genelden özele doğru gidiş vardır. Çocuk tarafından içselleştirilmiş bir olgu olan dile üst düzey bir inceleme ile yaklaşıp tanımlar ve genellemeler öğrencilere kurallar şeklinde öğretilmektedir.

2. Dil bilgisi ulamlarının tanımları geleneksel bir yaklaşım içinde, anlambilimsel özellikleriyle verilmekte ve bu ulamların yapısal özellikleri hiç durulmamaktadır.

3. Türkçe'nin sesbilgisi, vurgu ve ezgi düzeni üzerinde durulmamakta; yöresel şive ve lehçe farkları standart Türkçe'ye dönüştürülmemektedir.

4. Türkçe'nin kendi içinde kural dışı biçimlerine değinilmemektedir.

5. Dil bilgisi kuralları kuramsal bir listeleme biçiminde öğretilmektedir. Öğrencilere dilin kendi özellikleri öğretilmemektedir.

6. Öğrencilerden dil bilgisi kurallarını anlayıp özümsemeleri ve inceleme sonucunda kuralları kendi başlarına ortaya çıkarmaları hedeflenmiştir ancak bunu yaparken adların sesbilimsel özellikleri üzerinde durulmamaktadır.

7. Türkçede vurgunun genellikle son hecede olduğu ancak yer belirten adlarda vurgunun ilk hecede olduğuna dikkat çekilmemiştir. Ses yapısı açısından birbirine benzeyen, ancak birinci seslemdeki ünlünün kısa/uzun olması bakımından farklı olan **hakem/hâkim**, **rakip/takip** gibi sözcüklerin özelliklerine hiç değinilmemiştir. Bu yaklaşım anadilin içselleşmiş bir olgu olması gerçeğine ters düşmektedir. Bu nedenle Türkçe kitabındaki yaklaşım dil bilgisi kurallarının soyut bir anlatımı olmaktadır ve öğrenci içselleştirilmiş dil olgusunu bilinç düzeyine çıkartmamaktadır; öğrendikleri dil üzerine bir dizi kuralın ezberine dayanmaktadır (Şentürk, Emine ve Nazmi Şentürk, 1992).

4. Radyo ve Televizyonlarda Görülen Dil Sapmaları

Standart dil kavramı söyleyiş biçimleri ve dil yapılarıyla ilgilidir. Bir dili doğru ve güzel kullanmanın ilk şartı, standart dışında kalan söyleyiş biçimi

ve dil yapılarından kaçınmaktır. Kelimler doğru yerde ve doğru anlamlarıyla kullanılmalıdır. Ölçü anlaşılabilir olmaktır (Ercilasun, 31).

Ülkemizde kitle iletişim araçlarında, özellikle televizyonda kullanılan Türkçe'nin gün geçtikçe ölçünlü dil kurallarından ayrı nitelikler sergilemeye başladığı bilinmektedir. Özel yayıncılığın başlangıcıyla birlikte alınan önemler ne tam anlamıyla medya dünyasında geçerlilik kazanabilmekte ne de medya mensupları arasında ciddiyetle benimsenmektedir. Yabancı sözcüklerin kullanımı rahatsız edici sıklığa erişmiş, yabancı kaynaklı yayınlardan yapılan özensiz çeviriler sonucu çok sayıda yabancı deyiş biçimi günlük konuşma diline yerleşmiştir. Bu durum dil olgusuna duyarlı bir çok kişi tarafından özel yayıncılığın başlatılmasının yaklaşık onbeş yıl ardından tekrar dile getirilmektedir.

İleri sürülen bir başka görüş Türkçe'de gözlemlenen değişimin bir yozlaşma sürecini başlatmış olduğudur. Dilde yozlaşma kavramı, dilde görülen değişimlerdir ve sözkonusu değişim üzerine kişisel tutum ve yargıları belirtmektedir.

Dil dinamiktir, sürekli bir değişim içindedir ve bu değişimin önüne geçilemez. (Saussure, 1916; Bloomfield, 1933 ve Chomsky, 1965) Dilbilimciler gözlemledikleri olguları betimlerler; değer yargısı belirtmezler (Nasr, 1978). Bu nedenle, bu çalışmada yer alan olgular dil yanlışları olarak değil, dil sapmaları olarak nitelendirilmiştir. Gözlemlenen ve örneklenen sapmaların Türkçe'nin çağcılılaşma süreci içinde değerlendirilmesi gerektiği görüşü savunulmuştur (İmer, 1999).

İnsanların söylenenleri anlaması ve dilsel üretimde bulunması kavramlar arasındaki ilişkileri görmesi, böylece saydam bir biçimde düşünebilmesi ile olanaklıdır. İletişim açısından dildeki sözcüklerin belirginleştirilmesi ve tanımlanması önem taşımaktadır. Bu bağlamda dilbilim bilimsel dayanak sağlayarak iletişim kopukluğunu gidermeye ve ölçünlü dil kullanmaya olanak sağlamaktadır (İmer, 41).

4.1. Medya ve Dil

Medyanın toplumdaki işlevleri belli zaman aralıkları ile sorgulanır çünkü kitle iletişim araçları verilen mesajlar yığınsaldır, toplumun tamamına yakın bir kesimine ulaşır. İletiler dil ile aktarılır. Dolayısıyla medyanın bireye ulaşma yolu dilsel (ve görüntüsel) anlatımdır. Farklı kitle iletişim araçlarında dilin kullanımı farklılık gösterir. Sözelimi yazılı basında kullanılan dil yazı ile aktarılır; radyoda insan sesi ile.

Mutlu, günümüzde siyasal problematiğin, iktidar sahiplerinin ve bunlar arasındaki ilişkilerin değişmesi dil alanındaki tartışmaların niteliğini de değiştirmiştir. Toplumsal değişme pratikleri dil patriğine de müdahale eder. Değişen yaşam koşullarına, değişen ilişki örüntülerine, yapılaşmalarına, fikirlere, anlayışlara, ideolojilere, başkalaşımlara zorlar, ama sonuçta bu düzeydeki

değişmenin sınırlarını ve koşullarını dilsel sistem belirler. Bu nedenle dil pratiğini ve dil sistemini bir görmek ve söyleyiş bozukluklarını ve yabancı kelimelerin kullanılmasını dilin yozlaşması olarak tanımlamak politik bir tavrın belirimidir (Mutlu, 1999: 133-137).

Toplumsal dilbilim, bir dilin jargon, lehçe, ağız, argo gibi alt dallara bölündüğünü bu bölünmenin o toplumun coğrafi, demografik, etnik farklılaşmasından kaynaklandığını söyler. Bu nedenle, Mutlu değişen dil davranışlarını değerlendirirken tek bir ölçütten 'anlama'dan bahseder. Türkiye'deki dil tartışmalarını iç ve dış dinamikler olarak ikiye ayırır. Dış dinamikler küreselleşmenin etkisiyle, yabancı kelimelerin özellikle İngilizce kelimelerin Türkçe kelimelerin yerine geçmesi, bir başka deyişle yabancı unsurların dile yerleşmesidir. Dil düşünce ve kültür arasındaki sıkı ilişki düşünülecek olursa bu kaygı vericidir (Mutlu, 141). Bu politik ve ideolojik bir sorundur. İç dinamikler ise ölçünlü dil kullanılmaması ile ilgilidir. Dil bilgisi kurallarına uymayan tümce üretimi, özne-tümleç ve yüklem yanlışları ile sözcüklerin yanlış kullanımı iddialarıdır. Bunun en önemli nedeni de 1990'lı yıllarla başlayan tecimsel yayıncılıktır (Mutlu, 142-143).

Bu dinamiklerin birlikteliği sonucu Türkçe'nin ses düzeni de dil bilgisi yapısı da deforme olmuştur. Tecimsel yayınların başlamasından bu yana geçen sürede de ölçünlü dil kullanımı adına fazla yol alınamamıştır. Yayıncılıkta kullanılan dil bir amaç değil, araçtır. Ancak onun da bir ölçütü vardır, olmalıdır. Dilin yapısına, sözcüklerin seçimine, dil bilgisine, noktalama kurallarına, bunların yazıya ve söze dökümüne karar verecek olan kimdir?

İletişimcidir. İletişimci, diline hakim olandır. Dilini iyi kullanandır. İletişimci kitle iletişim aracının türüne göre iletişimde bulunan gazete veya televizyon muhabiri, köşe yazarı, ekrana çıkan program sunucusu, haber spikeri, yarışma sunan showmen, dizide oynayan oyuncu, senaryoyu yazan senarist vb.dir. Toplumsal değişimin, kültürün gelişiminin yansıması dilde görülüyor ise iletişimcinin dili kullanması çelişki yaratmakta ve tartışmalara yol açmıştır. Ayrıca tecimsel medyanın ne yayıncılığa ilişkin etik kurallar ne de dil konusunda belirgin anlayışları yoktur. Bazı kitle iletişim araçları belli bir ideoloji taşıyarak yayın yapıyorsa, o ideolojinin benimsediği dili kullanır. Bunun haricinde dil iletişimcinin sorumluluğundadır.

Medya kendi başına bir eğitim aracı değildir, ancak eğitici özelliği vardır. Bu nedenle, ölçünlü dil kullanılmalıdır. Medya için en önemli unsur olan rating yani izlenme oranı nasıl ki her biçimi ve içeriği belirliyorsa benzer şekilde dil de hedef kitlenin özelliklerine uygun olarak seçilmelidir. Kısa cümleler kullanılmalı ve gereksiz yere konuşulmamalıdır. Yazım kuralları ve noktalama işaretleri doğru uygulanmalıdır. Türk dili ezgisine uygun kullanılmalıdır.

5. Çalışma

Televizyon kanallarındaki dil sapmalarının niteliğini ve izleyicilerin bunlara duyarlılığını belirleyebilmek için yapılan çalışmada 20 lise öğrencisi, (Antalya il sınırları içinde), 54 hazırlık okulu öğrencisi, 33 İletişim Fakültesi 1. Sınıf öğrencisi, 21 İletişim Fakültesi 2. Sınıf öğrencisi, 39 İletişim Fakültesi 3. Sınıf öğrencisi ve 44 İletişim Fakültesi 4. Sınıf öğrencisi olmak üzere toplam 221 Akdeniz Üniversitesi öğrencisine anket verilmiştir. Çalışmadaki 6. denek grubu diğer olarak adlandırılmıştır ve bu grup Akdeniz Üniversitesi akademisyenleri ve idari memurları olmak üzere 25 kişidir. Böylece ankete katılan denek sayısı 236 olarak ortaya çıkmıştır.

Tablolarda *a* harfi lise, *b* harfi hazırlık okulu, *c* harfi 1. Sınıf, *d* harfi 2. Sınıf, *e* harfi 3. Sınıf, *f* harfi 4. Sınıf ve *g* harfi diğer denek grubunu yansıtmak üzere kullanılmıştır.

Tablo 1: Kullanılan Türkçenin Rahatsız Edip Etmediği
(Soru: Televizyonlarda kullanılan Türkçe sizi rahatsız ediyor mu?)

	Hiç	Bazen	Sık sık
A	0	12	8
B	8	18	28
C	1	9	23
D	5	6	10
E	2	17	20
F	0	5	39
G	0	0	25

Tablodan da görüleceği gibi, katılımcılardan 153 kişi ekranlarda duydukları Türkçe'den sık sık rahatsız olduklarını (bir başka deyişle katılanların % 64'ü); 67 kişi bazen rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir (% 28). Geriye kalan azınlık (% 6.7) – 16 kişi ise televizyonlarda kullanılan Türkçe'den rahatsız olmaktadır. Lise ve İletişim 4. sınıf öğrencileri ile personelin cevaplarına bakılacak olursa Türkçeden rahatsız olmuyorum diyen olamamıştır, hele İletişim personeli 25 kişi olarak ankete katılmışlardır ve 25'i de sık sık rahatsız olduklarını ifade etmişlerdir. Hangi harf ile ifade edilirse edilsin herkes sık sık ile Türkçeden rahatsız olduklarını ifade etmişleridir.

Tablo 2: Kullandığı Türkçe ile En Çok Rahatsız Eden TV**(Soru 2: Kullandığı Türkçe ile sizi en çok rahatsız eden TV Kanalı hangisidir?)**

ATV	44
Kral TV	40
Flash TV	38
Kanal D	35
Beyan etmedi	19
Show TV	18
Hepsi	17
Star	14
NUMBER 1	3
Samanyolu	2
TGRT	2
TV 5	2
Kanal 7	2

Rating'i en yüksek televizyon kanallarından bir olan ATV bu çalışmada dili en çok rahatsız eden kanal olarak tespit edilmiştir. Dilin ölçünlü kurallardan saptığı kanal olarak belirlenmiştir. Çünkü popüler yarışma programları ve diziler ağırlıklı olarak bu kanalda yayınlanmaktadır. Daha sonra evinden ayrı ve yurtda yaşayan öğrenciler tarafından en çok izlenen kanal olan Türkçe sözlü müzik kanallarından KRAL tespit edilmiş ve Vjlerinin, sunucularının çok fazla yabancı sözcük kullandıkları, söyleyiş bozuklukları yaptıkları, özne-tümleç-yüklem hatası yaptıkları ve kelimeleri cümle içinde yerli yerinde kullanmadıkları not edilmiş ve bu tüm sunucuları kapsayacak şekilde yanıtlanmıştır.

Tablo 3: Dili En Çok Rahatsız Eden Tür**(Soru 3: Daha çok hangi tür programlar sizi rahatsız ediyor?)**

YARIŞMA	118
EĞLENCE	47
MÜZİK	34
HABER	10
DİZİ	9
HEPSİ	7
TALKSHOW	6
SPOR	2
DİNİ	2
FİLM	1

Tablo 4: Kullandığı Türkçe ile En Çok Rahatsız Eden Program**(Soru 4: kullandığı Türkçe ile en çok rahatsız eden program hangisidir?)**

YA ŞUNDADIR YA BUNDA	68
KRAL TV Sunucuları	43
AVRUPA YAKASI	35

Anketin yapıldığı tarihte Ya Şundadır Ya Bunda Mehmet Ali Erbil'in sunduğu bir yarışma programıydı. Programda sunucu konukları ile sohbet ederken Türkçeyi doğru kullanmadığı gerekçesiyle ankete katılan 236 kişiden 68'i tarafından not edilmiştir. Program daha sonra canlı yayında sunucunun ihlal ettiği iddia edilen bir etik kuraldan ötürü yayından kaldırılmıştı.

43 kişi de az önce belirtildiği gibi sunucuların ölçünlü dil kurallarından uzaklaştığını ifade etmişleridir.

Bugün de yayında olan Avrupa Yakası o dönemde dizide ABD'de eğitim almış, şımarık zengin kızı Selin'in konuşma tarzından ötürü 35 kişi tarafından not edilmiştir. Tipi gereği Türkçe kullanamamış ancak konuşma tarzı özellikle gençler arasında bir ara çok popüler olmuştu. Zaman zaman argoya kaçan oha falan odum, buhran aabi Burhan yerine-, seslerdeki yanlışlar, vurgu hataları gibi pek çok olumsuz özelliği kendinde toplamış bir tip olarak Selin hem ilgiyle izlenmiş hem de eleştirilmişti.

Tablo 5: Günlük TV İzleme Süresi

(Soru 5: Günde kaç saat TV izliyorsunuz?)

LİSE	10
HAZIRLIK	10-15
1.SINIF	10-12
2.SINIF	8-10
3.SINIF	5
4.SINIF	5 saatten az
PERSONEL	4-8

Ankete göre lise çağındaki gençler televizyonu daha çok seyretmekteler. Ancak Hazırlık sınıfına kayıtlı öğrenciler de günde yaklaşık olarak 10-15 saat arasında TV izlemekteler. Bunu yurttan kalmalarına bağlı olarak ele almakta fayda vardır. Yine 1. sınıf öğrencilerinin de adaptasyon sorunlarının devam ettiği ve bir geçiş döneminde oldukları düşünülerek fazla TV izledikleri iddia edilebilir. 2. sınıftan itibaren İletişim Fakültesi öğrencilerinin hem medyaya ve değerlere karşı duyarlılıkları artmakta bu yüzden daha az TV izlemekte hem de ağırlaşan dersler yüzünden TV izlemeye çok fazla zaman bulamamaktalar. Personel ise Türk toplumunda vasati bir insandan çok daha az süreyle TV izlemektedirler.

Tablo 6: En Çok İzlenen Program Türleri
(Soru 6: En çok hangi tür programları izliyorsunuz?)

Haber	59
Talk-Show	34
Spor	25
Film	23
Belgesel	17
Müzik	17
Eğlence	16
Yarışma	15
Magazin	13
Dizi	10
Diğer	7

İletişim öğrencisi olmanın verdiği sorumlulukla en çok haber programları izleniyor çünkü derslerde de haberler sıklıkla konu ediliyor, haberlerden örnekler veriliyor. Ankete katılanlar talk-show, spor ve film izlemeyi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. 17 kişi de belgesel izlediğini ifade etmiştir. Tablı televizyon kültürü açısından sevindirici görünmektedir çünkü özellikle öğrenciler seviyeli programları izlemektedirler.

Tablo 7: Aksatmadan Seyredilen Programları
(Soru 7: Aksatmadan seyrettiğiniz TV Programlarını yazar mısınız?)

Kurtlar Vadisi	80
5 N 1 K	54
Beyaz Show	50

Dizide: 1. Kurtlar Vadisi, 2. Aliye, 3. Avrupa Yakası

Yarışmada: 1. Kim 500 bin İster, 2. Pasaparla not edilmiştir.

Veriler gençlerin yakın tarihin kurgusuna ve habere önem verdiğini açıkça ortaya koymuştur çünkü 236 kişiden 80 oy alan ve yakın geçmişimizde yaşanan Susurluk kazasının iç yüzünü dramatize eden Kurtlar Vadisi en çok seyredilen tür içinde dizi 10 oy almasına rağmen birinci olmuştur. 5 N 1K'nın sunucusu Cüneyt Özdemir ölçünlü dil kullanan bir gazetecidir ve haberi işleyiş tarzıyla da yumuşak, renkli ve akıcıdır. Aktüel bir eğlence programı olan Beyaz Show da 4 kişi gibi az bir farkla üçüncü sırada yer almıştır.

Tablo 8: En Çok Seyredilen Tv Kanalı**(Soru 8: En çok seyrettiğiniz TV Kanalını yazar mısınız?)**

Kanal D	48
NTV	42
CNBC-E	32
Show TV	30
ATV	40
TRT 1	17
Discovery	10
Kral TV	9
Power Türk	8

Bu veriler NTV ve CNBC-E tematik kanalların izlendiğini göstermektedir. Bu kanallar yayıncılık anlayışları açısından eğlence türüne yer vermediği için yayınları daha bilgilendiricidir.

Tablo 9: Tespit Edilen Dil Yanlışları**(Soru 9: tespit ettiğiniz dil yanlışlarını yazar mısınız?)**

İngilizce Sözcük kullanımı	200
Telaffuz yanlışları	230
Kelimelerin cümlede yanlış kullanılması	154

Ankete katılanlar birden fazla yanıt vererek en çok Türkçeye dâhil edilen yabancı kelimelerden, telaffuz hatalarından ve kelimelerin bir cümle içinde yerli yerinde kullanılmamasından dolayı rahatsızlık duyduklarını ifade etmişlerdir. Ancak 2006 Mayıs ayından itibaren Aksoy, 1990'da yer alan dil sapmaları çerçevesinde bazı tespitlerde bulunuldu.

Çalışmamızda ikinci olarak Antalya il sınırları içinde yayın yapan ulusal ve yerel kanalların değişik türde programları izlenmiş ve bunlarda gözlemlenen dil sapmaları kaydedilmiştir. Bu sapmaların çoğunlukla

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Yabancı sözcük kullanımı (e-mail, IMF ay em ef VIP vi ay pi) (yapımcı ve yayıncı yerine DJ, VJ)</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Söyleyiş biçimi (gereksiz uzatmalar: defîle, alfabe, kelîme, azami, nişan, vaka, şekili, RTÜĞÜN, İrağa, hukuğa, ayıp etmek→ayıbetmek, naapıyosun, ööle işte, ritîmi)</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Deyimler ve kalıplaşmış ifadeler (sunucu bir deyim kullanıyor ve doğru da kullanıyor ama, bağlam yanlış vakit geçsin diye, süre dolsun diye yerli yersiz konuşuyor)</i>

● <i>Kelimelerin yeri ve anlamları</i>
● <i>Türk harfleri (show, fax, www...com.tr, ...@.. com'dan bana mail atabilirsiniz.)</i>
● <i>Yapıları yanlış olan sözcükler (onun bu programa katılabilmemesi için hiçbir neden yok)</i>
● <i>Birbirleriyle karıştırılan sözcükler (sunucu öngörü yerine özgüven diyor, bağlı yerine bağımlı vb.)</i>
● <i>Okuma-yazma-söyleme yanlışları (devalüasyon-devalüasyon, röportaj-röportaj, müzik-müzik, Azarbaycan-Azerbaycan, mütevazi-mütevazi, depresyon-depresyon)</i>
● <i>Yazım yanlışları (bu da yazılı medyada görülmesine rağmen alt yazılarda ^ kullanılmaması hala-kar gibi, mı soru ekinin bitişik yazılması)</i>
● <i>Yanlış anlamla kullanılan sözcükler (Erdoğan haberi öğrenince şok oldu, şok haber, şok sözcüğü bir durumu gösterir, addır. Sıfat biçimi şoke olmak, şoke etmektir. Fiil hali şoka sokmaktır.)</i>
● <i>Gereksiz sözcükler (yaa, işte, üüfff)</i>
● <i>Yinelemeler (ilginize, alakanıza)</i>
● <i>Gereksiz yardımcı ekler (vergisel reform, içsel faktörler ve dışsal)</i>
● <i>Çelişen sözler (herhâlde albüm 1990!larda çıktı zannedersen, bizce bu parçayı bir numaraya taşıyan bu şeker klip olsa gerek, aşağı yukarı üç ay önce piyasalara giren...)</i>
● <i>Tamlama yanlışları (Dışişleri eski bakanı)</i>
● <i>Özne yanlışları (Bu klip yurtdışında çekildi ve çok da para harcandı.)</i>
● <i>Tümleç yanlışları</i>
● <i>Yüklem yanlışları</i>
● <i>Kelimelerin yanlış yerde kullanılması (Gitti yaaa şarkı bi anda.)</i>
● <i>Çeviri kokan sözler (kendine iyi bak, ba baay, nonstop eğlence devam ediyö, flaş haber)</i>
● <i>Bozuk anlatımlar (dikkati sağlamak, size iii ki doğdun yaptık.)</i>
● Atasözlerinde yanlışlar: <i>Eldeki kuş, havada uçandan iyidir. Bu İngilizce'den gelme bir deyiştir. Elindekini kıymetini bil veya sahip olduğunla yetin, demek daha doğru olabilir.</i>

alanlarında olduğu görülmüştür. Dilbilime dayanarak bir dilin kullanılmasında temiz, kirli, güzel, çirkin gibi yakıştırmalar yapılamaz çünkü dilbilim yanlış düzeltmeye çalışmaz ve doğru için saptamalar yapmaz. Bir dilin aşırılığa kaçmadan kullanılmasını dilbilim açısından açıklamak zordur (İmer, 45-46).

Bu örneklerin sayısı arttırılabilir. Ne var ki, televizyon kanallarındaki dil sapmalarının niteliğini ortaya çıkartmak açısından yukarıdaki örnekler yeterlidir. Dil sapmaları yalnızca yabancı sözcüklerin kullanılması ve vurgu ile sınırlı değildir. İkinci olarak sunucu olarak televizyonlarda çalışan insanların yaptıkları dil sapmaları idareciler ve akademisyenler tarafından da dikkate alınmıyor olmalıdır ki, mutlak düzelme yolunda adımlar atılmamaktadır. Bu durum dikkate alınmamanın ötesinde akıllara kitle iletişim araçlarında görülen dil sapmalarının fark edilmediği sorusunu da getirmektedir. Her iki durum da dil sapmalarının kaynağının anadilin yapısının yeterince öğrenilmediği ve bireylerde anadil yapısının bilinçli bir düzeye getirilmemiş olduğuna işaret etmektedir.

SONUÇ

Dil, insanoğlunun sahip olduğu belki de en önemli değerdir. Dil konusundaki tartışmalar ideolojiktir, çünkü dil toplumsal bir yapıdır. Dil üzerine yapılan tartışmalar milat öncesine dayanır. Babil Kulesi söylencesine göre, insanı yaratan diğer insanların gücünü kırmak için onların her birini farklı bir dile mahkûm eder. Platon dili, dili kullananın niyetini aktarmasındaki özsel bir araç olarak tanımlar. Mutlu bu ki örneği dil ile toplum arasındaki ilişkiyi açıklamak için verir ve ekler 'dil toplumsal var oluşumuzun biçim, içerik ve tarzını şekillendiren bir etkendir.' (Mutlu, 134).

İsen ve Batmaz, topluluk hâlinde yaşayabilme ve bu yaşayışı tasarımsal düzeyde yeniden kurabilme yeteneğinin koşulu olarak gelişkin beyin yapısından bahsederler. İnsanlar ancak böyle bir tür düşünce organına sahip olduktan sonra dilde var olan sözcükleri üretmişler ve ortak anlamlar içeren simgeler üzerinde kurulu bir dil yaratabilmişlerdir (İsen ve Batmaz, 171). Ortak anlamlar dilin ölçünlü kullanımı açısından son derece önemlidir çünkü ortak anlam iletişim kurar. Barthes'a göre dil, hem toplumsal bir kurumdur hem de bir değerler dizgesidir. Toplumsal bir kurum olarak dil, hiçbir biçimde edim değildir; birey dili ne tek başına yaratabilir ne de değiştirebilir. Dil özü bakımından toplumsal bir sözleşmedir. İletişim sağlayabilmek için dile tümüyle uymak gerekir (Barthes 1969'dan Akt.: İsen ve Batmaz, 2002: 172).

Ercilasun'a göre Türkçeyi en iyi şekilde kullanmak sadece mesleki bir sorumluluk değil; milli bir görevdir. Ölçünlü dil, bir dilsel toplulukta belgelerüstü bir anlaşma aracı olarak tanınan ve benimsenen ve kurumlaşan dildir. Dili en iyi şekilde, en güzel şekilde kullanmak hem yazı hem de konuşma dilinde ölçünlü dilin yapılarına uygun normları kullanmak gerekmektedir.

Sadece konuşmak adına konuşmamalı, boğaz dokuz boğum misali düşünerek ve tartarak konuşulmalıdır. Bu anlamda lise ve üniversitelerde yalnızca Türkçe dil bilgisi dersleri verilmemeli, sözlü kompozisyon dersleri ile de öğrencilerin Türkçe'ye hakim olmaları sağlanmalıdır. Zaman zaman sosyal sorumluluk kampanyaları ile gündeme getirilen yozlaşan veya yitip giden değerlerimizin yeniden kazanımları veya toplumun daha geniş bir kesimi tarafından benimsenmeleri için kitle iletişim araçları yani medya payına düşen görevi yerine getirmelidir.

Mağara resimlerinden uydular arası iletişime, avcı-toplayıcı, mistik toplum yapısından modern tekno-kültüre geçişi yaşayan günümüz postmodern dünyasında sürekli ve hızlı bir iletişim akışı yaşanmaktadır. Öyle bir iletişim ortamında yaşıyoruz ki toplumsal, siyasal ve kültürel davranışlarımız temelinden etkileniyor, değerlerimiz erozyona uğruyor, içinde yaşadığımız dünya gittikçe daralıyor. Artık kendi ülkemizin coğrafyası ile sınırlı değiliz, bu yüzden birbirine benzemeyen kültürlerle ilişki kurmak zorundayız. Elektronik medyanın en etkin silahı olan imge ve sözcük bombardımanı altında ezilen gösteri toplumu bireyi ise her gün ve her saat yaşamını hangi değerler üzerine kurması gerektiğinin bilinçaltına yerleştirilmesini uysallıkla kabul etmekte; değerler karmaşasına neden olan bu kaos içinde en büyük hasara maruz kalan değerler artık uçsuz-bucaksız bir coğrafyanın, uluslararası söylemde adı küreselleşme olan bir egemenin, egemen güçleri tarafından dayatılmaktadır. Modern kültür endüstrisi bireyleri adeta yadsımakta, onların benliklerini çalmakta ve bunu da elektronik medya aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bireyin değerlerinin erozyona uğramasının tek sorumlusu belki başka televizyon olmak üzere elektronik medya değildir ama en etkin kitle iletişim aracı olma kapasitesiyle görsel-işitsel erişimin günümüzde kazandığı ivme yalnız iletişim bilimcileri değil; sosyolog, antropolog ve psikologlardan oluşan tüm toplumbilimcileri, aydınları, düşünürleri ve bazı akademisyenleri kaygılandırmaktadır. Meya, durmaksızın yeni doğrular, yeni güzeller, yeni iyiler üretmektedir. Etik ve estetik referansların yokluğu insanlığı sanata karşı duyarsızlaştırmaktadır. Sayısız kanal ve sayısız formattaki programlar her türlü kitsch unsur ve ürünler dışında estetik ölçütler içeren sanat ürünlerine ilgi göstermemekteler. Fransız düşünür Baudrillard estetik kodlardaki belirsizliğin, estetik zevk ve yargıya ilişkin hassas terazinin kayboluşunu vurgulayarak medya, bilgi-işlem ve video teknikleri sayesinde herkesin fiilen yaratıcı olduğu kanısına varmıştır. Artık her şeyin bir estetik referansa başvurmada teknolojinin marifetiyle ve kolaylıkla estetize edilebildiği günümüzde etik ve estetik standartları korumak çok güçleşmiştir. Benzer şekilde değerlerimizi ve düşünce yapımızın bir parçası olan dilimizi de. Medyanın çeşitli adlar altında sunduğu bu değerler amalgamı, elektrik kültürünü başta ederek kitsch unsurları yaşamın her alanına sokmakta ancak bu da değerlerimizde yozlaşmaya yol açmaktadır (Erol, 2006).

Bu sebeple kitlelere seslenen medya yayıncılık anlayışını gözden geçirerek özellikle yayınlardan daha çok etkilenen gençlerin izlediği programlarda ölçünlü dil kurallarına uyulmasını sağlamalı, onları yanlış bir biçimde konuşmaya özendirmemelidir. Medya elbette ki salt bir eğitim aracı değildir ancak verilen eğitime denk olmalı ve verilen dil eğitimine ters düşmemelidir. Tüm medya çalışanları ve tüm eğitimciler Türkçe'nin kullanımı konusunda medyaya destek olmalıdırlar.

“Bir ulusun ilerlemesi her şeyden önce o ulusun bireylerinin ilerlemesine bağlıdır. Bireylerin potansiyelini geliştirmeyen ve şevkini kamçılamaayan yönetimler ekonomik, siyasal veya kültürel hiçbir alanda gelişemezler. Gelişmemiş ülkelerin çoğunun temel sorunu, doğal kaynakların kıtlığı değil, insan kaynaklarının kıtlığıdır. Bu yüzden ilerlemek isteyen uluslar önce insan kaynaklarını geliştirmeye yönelmelidirler. Bu, eğitim ile gerçekleşir. Eğitim de bireylerine kalkınma maksadıyla faydalı bilgi ve beceriler kazandırmalıdır. Bir ulusun fertlerinin umutlu oluşu, ruhsal ve bedensel yönden sağlıklı oluşu toplumsal kalkınmanın önde gelen koşuludur.” Bu sözler ünlü iletişim sosyologu Frederick Harbison'a aittir. Bu sonuca da kalkınma çabası içinde olan 75 ülkeyi inceledikten sonra varmıştır. Biliyoruz ki eğitim hem bireyler arası hem de toplumsal iletişim ortamlarında gerçekleşir. Bu nedenle eğitimi etkileyen ilk unsurlardan biri iletişimidir.

Yaşamın her ortamında izlenen elektronik iletişim toplumsal yaşamı ciddi bir şekilde etki altında tutar. İnsanoğlunun tutum ve davranışlarından başlayarak yargılarına kadar pek çok alanda değişimin gerçekleşmesi iletişim olanakları ile olmuştur.

Daha gelişmiş ve daha refah bir toplum istiyorsak ‘Biri Bizi Gözetliyor’, ‘Gelinim Olur musun?’, ‘Pop Star’ gibi programlar yerine toplumun genel sorunlarını ele alan ve bu sorunlara çözüm arayan ve insanların, toplumun geleceğinden kaygı duyan bireyler olmaları sağlansaydı daha farklı bir toplum olabilir miydik acaba? Toplumların gelişmişliklerinin en önemli göstergesi elbette ki yalnızca kitle iletişim araçlarında yer alan programlar değil ancak kitle iletişimiminin eğitim üzerindeki etkisini sorgulamazsak daha iyiye, daha doğruya ve daha güzele ulaşmak zor olacaktır.

KAYNAKÇA

Aksoy, Ö. A., (1990), **Dil Yanlışları**, Emel Matbaacılık.

Bingöl, A., “İletişim Bağlamında Mantık ve Dil”, **İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: IX, 1999, ss.145-159.

Bloom, L. M., (1972), **Language Development: Form and Function in Emerging Grammar**, Cambridge, M.I.T. Press.

Bloomfield, Leonard (1933). **Language**, London, Sage.

Brown, R. O., (1973), **A First Language: The Early Stages**, Cambridge, Harvard University Press.

Chomsky, N., (1965), **Aspects of The Theory of Syntax**, Cambridge, University of M.I.T. Press.

Doğan, G., (1996), “Söylemde İlginçlik ve Duygu Bağıntısı”, **Dilbilim Araştırmaları Dergisi**, Hacettepe Üniversitesi, S: 85.

Ercilasun, A. B., (1999), “Türkçe'nin Yapısına Uygunluk Bakımından Radyo Ve Televizyon Yayınlarında Kullanılan Türkçe”, **Radyo Ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı İçinde**. Ankara, TRT Eğitim Dairesi. 31-36.

Erdoğan, İ., (2002), **İletişimi Anlamak**, Ankara, Erk: “Giriş”.

Erol, G., (2006), “Kültürel Öncü Sanat ve Medyanın Rolü Üzerine Bir Değerlendirme”, **8. Ulusal Sanat Sempozyumu-Bildiri'ler İçinde**. Ankara, Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi.

İmer, K., (1999), “Dilbilim Açısından ‘Doğru-Temiz-Güzel Türkçe Kullanımı’ ve ‘Türkçe'nin Aşırılığa Kaçmadan Kullanılması’”, **Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı İçinde**. Ankara, TRTEğitim Dairesi, ss. 41-48.

İsen, G.-Batmaz, V., (2002). **Ben ve Toplum**, İstanbul, Om.

Kocaman, A., (1999), “Kitle İletişim Araçlarında Dil Kullanımının Boyutları”, **Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı İçinde**. Ankara, TRT Eğitim Dairesi, 59-64.

Laswell, H., (1948). *The Structure and Function of Communication In The Society*, W. Schramm ve D. F. Roberts (Ed). *Process And Effects Of Mass Communication*, 1960, Urbana, University of Illinois Press.

Mutlu, E., (1999), “Dil ve Toplum Popüler Dil Eleştirilerinin ‘Eleştirisi’ ”, **Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı İçinde**. Ankara, TRT Eğitim Dairesi. 31-36.

Nasr, R. T., (1978), **The Essentials of Linguistic Science**, London, Sage.

Saussure, F., (1954), **A Course in General Linguistics**, Trans. W.Baskin, New York, Philosophical Library.

Searle, J. R., (1969), **Speech Acts**, Cambridge, England, Cambridge University Press.

Victoria, F., (1983), **An Introduction to Language**, New York: Holt, Rinehart And Winston.