

IV. ULUSLARARASI
DÜNYA DİLİ
TÜRKÇE
SEMPOZYUMU
BİLDİRİLERİ
22-24 ARALIK 2011
MUĞLA

II. CİLT

EDİTÖR
Doç. Dr. Mehmet Naci ÖNAL



Muğla Üniversitesi

IV. Uluslararası Dünya Dili Türkçe Sempozyumu
II. Cilt

Editör:

Doç. Dr. Mehmet Naci ÖNAL

ISBN : 978-605-4397-21-1 (tk.)
978-605-4397-23-5 (2.c.)

1. Baskı

30 Nisan 2012 / Ankara
500 Adet

Kapak Tasarımı

Okt. Özden IŞIKTAŞ

İletişim

Muğla Üniversitesi Edebiyat Fakültesi
48170 - Kötekli Yerleşkesi / Muğla

Tel : 0 252. 211 14 30
0 252. 211 14 84
0 252. 211 15 55

E-posta : dunyadiloturkce2011@mu.edu.tr

Genel Ağ Sayfası: <http://www.dunyadiloturkce2011.mu.edu.tr>

Bildiri metinlerinin içeriğinden yazarları sorumludur.



Sayfa Tasarımı

Grafiker®

Grafik-Ofset Matbaacılık Reklamcılık

Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

1. Cadde 1396. Sokak No: 6

06520 (Oğuzlar Mahallesi)

Balgat-ANKARA

Tel : 0 312. 284 16 39 Pbx

Faks : 0 312. 284 37 27

E-mail : grafiker@grafiker.com.tr

Web : grafiker.com.tr



Baskı, Cilt

Grafiker®

Ofset Yayıncılık Ltd. Şti.

Kazım Karabekir Caddesi

Ali Kabakçı İşhanı 85/3

İskitler-ANKARA

Tel : 0 312. 384 00 18

Faks : 0 312. 342 16 52



İÇİNDEKİLER

DEDE KORKUT OTURUMU

Ali AKAR

- Bölge Dili Olarak Türkçe.....3
Turkish as a Regional Language

Hatice Nur ERKIZAN

- Türkçenin Dünya Dili Olma Olanağı Üzerine Felsefi Bir İnceleme.....9
*A Philosophical Investigation on the Possibility of the
Turkish Language's Becoming a World Language*

Muammer TUNA

- Küreselleşme ve Bilim Dili Olarak Türkçe.....17
Globalization and Turkish as a Scientific Language

Roida RZAYEVA OKTAY kızı

- Postmodern Bağlam ve Türkçe.....23
Postmodern Discourse and Turkish

Hatice P. ERDEMİR - Ayşegül KADIŞ

- Bir Lisan, Bir İnsan ve Türkçe.....27
A Language, a Person and Turkish

H. Ahmet KIRKKILIÇ - Behice VARIŞOĞLU - Oğuzhan SEVİM

- Türkçe Öğretmeni Adaylarının Hızlı Okuma ve Anlama Becerilerinin İncelenmesi.....39
Turkish Teacher Candidate's Examination of Speed Reading and Comprehension Skills

Şener DEMİREL

- Türkçeyi Güzel Ve Doğru Kullanma Bağlamında “Türkçe Öğretmeni Adaylarının
“Konuşma Eğitimi” Dersinin Amaç ve Kazanımlarına Erişme Düzeyleri Üzerine Bir Çalışma.....45
*The Pre-Service Turkish Language Teachers' Degree of Achieving the Aims and Objectives
of the Course “Teaching of Speaking” in the Context of Good and Accurate use of Turkish*

Fatma ŞAHAN GÜNEY

- Çağdaş Türk Lehçelerinin Öğretiminde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....55
Some Problems in Teaching Turkic Languages and Ideas for their Solutions

Mehmet KURUDAYIOĞLU - Gamze ÇELİK

- Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni Adaylarının
Ölçme-Değerlendirme Yeterliliklerine İlişkin Algıları.....63
*Preservice Turkish Language and Literature Teachers' Perceptions Toward their
Competence in Measurement and Evaluation*

İsa YILMAZ

- Türkçe Öğretmeni Adaylarının Öğretim Sürecini Planlama ve Düzenlemeyle İlgili Görüşleri.....75
Turkish Teacher Candidates' Views on Education in the Planning and Regulation

Alfiya YUSUPOVA

- XX. Yüzyıl Sözlüklerinin Karşılaştırılması Bakımından Yapılan İncelemenin Bazı Sonuçları.....81
Some Results of the Comparative Examination of XIX Century Dictionaries

Aynur KADİMALİYEVA

İlk Yazılı Kaynaklarımızdan Sayılan Hüsameddin Hasan b. Abdilmumin Hoyi'nin
 "Tohfeyi Hüsam" Sözlüğünde Budun Betimsel Sözvarlığının Kıyaslamalı Analizi..... 85
*Comparative Analysis of Ethnographical Words in the One of the First Glossary Sources
 of the Husameddin Hasan Ibn Abdilmomin Khoyi's Dictionary "Tohfatul Husam"*

Bülent ÖZKAN

Türkiye Türkçesinin Eşdizim Sözlüğü..... 93
Collocation Dictionary of Turkey Turkish

Şaban DOĞAN

XV.- XVIII. Yüzyıllar Arasında Anadolu Sahasında Türkçe Yazılmış Tıp ve Eczacılık Sözlükleri..... 103
Turkish Medical and Pharmacy Dictionaries Written Between XV-XVIII Centuries in Anatolia

Faruk ÖZTÜRK

Kırgızca Sözlüklerin Sınıflandırılması..... 115
Classification of the Kyrgyz Dictionaries

Halil Sercan KOŞİK

Bilinmeyen Bir Fransızca-Türkçe Atasözü ve Deyimler Sözlüğü:
 Mehmet Emin'in Durûb-ı Emsâl-i Fransevî Lugatçesi..... 125
*A Unkown French-Turkish Dictionary of Proverbs and Idioms:
 Mehmet Emin's Glossary of Durub-ı Emsal-i Fransevi*

Duken MASİMZHANULI

Geleneksel Çin Kültüründeki Türk Dili ve Medeniyeti Kalıntıları..... 135
Turkish Language and Civilization Remnants of Traditional Chinese Culture

Nimetullah HAFİZ - Tacida Zubçeviç HAFİZ

Sırbistan ve Kosova'da Dünya Dili Olarak Türkçe..... 145
Turkish as a Global Language in Serbia and Kosova

İsrafil BABACAN

Türkçenin Farsça Üzerinde Etkisine Dair Bir Sözlük..... 151
A Dictionary About Affect of Turkish Language Upon the Persian Language

Ahmed ABDULLAH Necm

Mısır Halk Dilindeki Türkçe Kelimeler..... 157
Turkish Words in Egyptian Colloquial Dialect

Osman CÜME

Çin'deki Türkoloji Merkezleri ve Onların Çalışmalarına Kısaca Bakış..... 161
Review on Studies of Turkology Research Centers in China

İzzet EGE

Amerika Yerli Dillerinin Türkçe Kökenleri..... 163
Turkish Roots of American First Nations' Languages

YUNUS EMRE OTURUMU**Abdurrahman GÜLBAYAZ**

Çağdaş Dil Edinim Kuramları Ve Japonya'da Dil Öğretimine Türkçe Somutundan Bir Bakış..... 175
*Contemporary Language Acquisition Theories and a Look at the Language Education
 in Japan in Connection With Turkish*

Ali TEMİZEL

İran’da Türkiye Türkçesinin Öğretimine Yönelik Çalışmalar.....187
Studies in Iran About Teaching of Turkish

Mehmet KARA

Avrupa Dilleri Öğretimi Ortak Çerçeve Metni Doğrultusunda Türkçe Öğrenen Yabancılara
 A1-A2 Seviyesinde Türkçe Öğretim Programı Örneği.....197
*A Sample of Turkish Language Teaching Syllabus For Foreigners Who Learn Turkish
 At A1 & A2 Level in Terms of Common European Framework*

Halil İteriş KUTLU

Mainz Johannes Gutenberg Üniversitesi Türkoloji Merkezinde
 Yabancılara Türkçe Öğretiminde Kullanılan Teknikler.....221
*The Techniques Used in Teaching Turkish to Foreigners in Center of Turkology
 in Johannes Gutenberg Universty of Mainz*

Elif KIR - Emrah ÖZCAN - Gülümser EFEOĞLU

Yıldız Teknik Üniversitesi, İngilizce Öğretmenliği Lisans Öğrencilerinin
 Yabancı Dil Olarak Türkçe Lisans Programına İlişkin Algıları.....225
*Perceptions of Undergraduate Students in Elt Department At Yıldız Technical University
 With Respect to Undergraduate Program of Teaching Turkish as a Foreign Language*

Gülden TÜM - Tolunay EKİZ - Ferhan KARABUĞA - Melike KARAÇAM

Yabancı Dil Türkçe Ders Kitaplarında Aile Kavramının Yansıması.....237
The Reflection of Family Concept in Turkish Course Books for Foreigners

Bülent ÖZKAN - Özlem YILDIRIM - Erdem DİNÇ

Tahir TAHİROĞLU - Sinan YALÇINKAYA
 Bilim Dili Olarak Türkçe: Göz Bilimi Terimleri Üzerine Derlem Tabanlı Bir Araştırma Projesi.....245
Turkish as a Scientific Language: A Corpus-Based Research on Terms of Ophthalmology

Banu SITKI ÖZKUL

Yarlıkların Kırım Hanlığı’nın Yönetim Yapısına İlişkin Sözcük Varlığı.....253
Vocabulary of Yarlıqs About the Management Structure of Crimean Khanate

Ceyhun SARI

Evliya Çelebi Seyahatnamesi’nin Dili [Muğla ve Antalya Kısımı].....265
Language of Evliya Celebi’s Travel Book [Part of Mugla and Antalya]

Şerife KALAYCI

Türkçe ve İngilizcede İnsanlar İçin Kullanılan Ortak İsimler.....271
Common Personal Names Used Both in Turkish and English

Ferîştah Funda UYSAL

Mücerreb-nâme’de Yer Alan Türkçe Tıp Terimleri.....281
The Turkish Medical Terms in the Mucerreb-nâme

Eyüp BACANLI

Tarihi ve Çağdaş Türk Dil Türlerinde Karşılaştırma Sıfatlarındaki Düzensizlikler.....293
The Irregularities of the Comparative Adjectives in Historical and Modern Turkic Languages

Ahmed Sami EL AYDI

Azerbaycan Yazarı Kemal Abdulla’nın “Eksik El Yazma” Romanında Ortak Türkçe.....299
Common Turkish in Azeri Writer Kemal Abdulla’s Novel “Incomplete Manuscript”

Gülsine UZUN

Doğu Türkistan Kırgız Türkçesinde Yer Alan Türkçe ve Moğolca Ortak Kelimeler Üzerine -II-..... 305
Common Turkish And Mongolian Words In East Turkistan Kırgız Turkish -II-

Nilgün İSMAİL

Romanya'da Yaşayan Türk-Tatar Toplumunu Tarafından Konuşulan Türkçe..... 311
The Turkish Language Spoken by the Turk-Tatar Community Living in Romania

Yurdal CİHANGİR

Kıbrıs'ta Yaşayan İki Farklı Toplumun Dil ve Kültür Etkileşimi Açısından
 Atasözleri ve Deyimlerinin Değerlendirilmesi..... 319
*Evaluation of Proverbs and Terms Used by two Different Communities in
 Cyprus from the Perspective of Language and Culture*

Berdi SARIYEV

Türkmencenin Ses Bilgisini Öğretmekte Satrancın Önemi..... 325
The Importance of Using Chess in Teaching Turkmen Language Phonology

Şentaç ARI

KKTC'de Türkçe Dersi Öğretim Programının Uygulanmasındaki
 Yeterlilik Üzerine Bir Değerlendirme..... 333
Qualifying for a Evaluation on the Turkish Trnc in the Implementation of the Curriculum

Sedat BALYEMEZ

Bildirme Ekinin Dil Bilgisi Öğretimindeki Yeri Üzerine..... 339
About Copula in Grammar Teaching

Özge KARAKAŞ

2005 Türkçe Öğretim Programında Önerilen Yöntem ve Tekniklerin Programdaki
 Etkinliklere Yansıması Üzerine Bir Değerlendirme..... 345
*Evaluation About the Methods and Techniques Suggested in 2005 Turkish Language
 Education Programme and Their Reflection on the Activities in the Programme*

Aliye İlkay YEMENİCİ

5E Öğrenme Modeli ve Bu Modelin Türkçe Öğretimine Uyarlanmasına İlişkin
 Bir Uygulama Örneği..... 353
5E Learning Model and an Application Example of the Model on Teaching Turkish

Eda NABİOĞLU

Fiilimsiler Konusundan Yola Çıkarak Dil Bilgisi Öğretiminin
 Sayısal Derslerle İlişkisinin Değerlendirilmesi..... 363
*The Evaluation of the Connection of the Education of Grammar With
 Mathematical Courses Starting With the Subject of Verbals*

KARAMANOĞLU MEHMET BEY OTURUMU**Mustafa ÇETİN**

Yabancılara Türkçe Öğretiminde Beden Dili Kullanımı Gösterisi..... 373
A Workshop Using Body Language for Teaching Turkish to Foreigners

Mihai MAXİM

Romanya'da Osmanlıca Öğretimi ve Osmanlı Araştırmaları..... 375
Ottoman Studies in Romania & The Teaching of Ottoman Turkish in Romania

Gülcanat BEGİMOVA	
Kazak ve Türk Dillerinde Diplomatik Terimlerin Semantik Özellikleri.....	383
<i>Meaning Diplomatic Terms and Names in Kazakh and Turkish Languages</i>	
Nesrin FEYZİOĞLU	
Sözlü Kültür Taşıyıcısı Olarak Masal Dili (Mit Dili) Türkçe.....	389
<i>Legend (Myth) Language Turkish Such as Oral Culture Carrier</i>	
Abdulahkim MEHMET	
Günümüz Türk Dizi ve Filmlerinin Türkçenin Yayılmasındaki Rolü ve İlgili Problemler.....	403
<i>The Effect of Recent Turkish TV Serials, and Movies on the Spreading of Turkish and Problems About it</i>	
Hamdi TOPÇUOĞLU	
Tema Destekli Anadili Eğitimi.....	407
<i>Theme Based Native-Language Learning</i>	
Mehmet Naci ÖNAL	
Tekerlemeli Masalların Dili.....	413
<i>The Language of Twister Tales</i>	
Nurten SARICA	
Anne-Çocuk İletişiminde Ezgileme.....	425
<i>Mother-Child Communication and Intonation</i>	
Nabi KOBOTARIAN	
Kültür Taşıyıcı Olan Âşıkların Dili.....	431
<i>Culture Carrier Ashigs's Language</i>	
Aysun DURSUN	
Bedduaların Estetiği.....	435
<i>Aesthetics of Curses</i>	
Sibel TURHAN TUNA	
Mitik Bilinç Bağlamında “Kıskanç Kız Kardeşler” Adlı Olağanüstü Türk Masalının Sembol Dilinin Çözümlemesi.....	443
<i>Extraordinary Turkish Fable Which is Named ‘Kıskanç Kız Kardeşler’ of Symbolic Language in Mythic Conscious</i>	
İsmail YAKIT	
Günümüzde Türkçe Katliamı.....	457
<i>The Massacre of Turkish Language at Present</i>	
M. Volkan COŞKUN - Hale IŞIK	
Yazılı Basında Türkçe.....	461
<i>Turkish in Printed Media</i>	
Bedri SARICA	
Türkçede Yabancı Özel Adların Yazımı.....	467
<i>Turkish Spelling of Foreign Proper Nouns</i>	
Levent KURGUN	
Elektronik İletişim Araçları Türkçeyi Bozuyor Mu?.....	475
<i>Do Electronic Communication Tools Have a Negative Impact on Turkish?</i>	

Gültekin ERDAL	
Grafik Tasarım Ürünlerinde Türkçenin Kullanımı.....	485
<i>Using of Turkish in the Products of Graphicol Design</i>	
Mustafa KARATAŞ	
Kültürel Pazarlama ve Yazılı Türk Basınında Türkçe.....	491
<i>Cultural Marketing and Turkish in Turkish Print Media</i>	
Mehlika GENCER KAYA	
İnternetin Türkçe Üzerindeki Etkileri.....	503
<i>The Influence of Internet on the Turkish Language</i>	
Nuri YÜCE	
Türkçenin Öğretiminde Alfabenin Önemi.....	507
<i>Die Bedeutung Des Alphabets Für Den Unterricht Des Turkischen</i>	
Eyyup COŞKUN - Hatice COŞKUN	
İlköğretim Okullarında Bitişik Eğik Yazı Eğitiminin Uygulanma Düzeyi.....	511
<i>The Practice Level of Cursive Italic Script Education in Primary Schools</i>	
Mehmet TEMİZKAN	
İlköğretim 6. 7. 8. Sınıf Türkçe Ders Kitaplarındaki Yazma Etkinliklerinin Yaratıcı Yazma Açısından İncelenmesi.....	521
<i>The Analysis of Writing Activities in Terms of Creative Writing in Primary Schools 6. 7. 8. Grade Turkish Couors Books</i>	
Kelime ERDAL	
Çocuk Kitaplarında Çocuklara Öğretilen Türkçe.....	541
<i>Turkish Taught in Children's Books</i>	
Mehmet KURUDAYIOĞLU - Özlem ÇETİN	
Temel Beceriler ve Türkçe Öğretimi.....	551
<i>Basic Skills and Turkish Education</i>	
Namık Kemal ŞAHBAZ	
Atasözleriyle Okuma-Yazma Öğretimi Üzerine Bir Çözümleme.....	565
<i>An Analıysis on Literacy Teaching With Proverbs</i>	
Veysi ÜRÜNDÜ	
İki Dilli Ortamlardaki İlköğretim Öğrencilerinin Türkçe Algısı.....	575
<i>The Perception of Turkish of the Primary School Students in Bilingual Environments</i>	

M. FUAT KÖPRÜLÜ OTURUMU

Abdurrahman GÜZEL - Hatice Çiğdem YILDIRIM	
19. Yüzyılda İngilizce Olarak Yazılmış Türkçe Öğretimi Kitaplarının Dilsel, Edimbilimsel Ve Toplumdilbilimsel Açılardan Öncelenmesi.....	585
<i>Analysis of Turkish Language Education Books Written in English in 19. Century From Linguistic, Pragmatic and Sociolinguistic Aspects</i>	
Fatma AÇIK	
Türkçe Öğretimi Üzerine Yabancı Yazarların Hazırladığı Ders Kitaplarında Söz Dağarcığı ve Kültürel Unsurlar: "A Practical Grammar of the Turkish Language", "Turkish Literary Reader" ve "Gramatika Turetskogo Yazıka" Örneklemlerinde.....	597
<i>Course Books Prepared by Foreigners on Turkish Teaching Vocablary and Cultural Values: "A Practical Grammar of the Turkish Language", "Turkish Literary Reader" and "Gramatika Turetskogo Yazıka"</i>	

Neslihan KARAKUŞ Türkçe Ders Kitaplarındaki Metinlerin Yeterliliği Üzerine Bir Örnek Çalışma (Okuma Kültürü Teması Örneği).....	611
<i>A Case Study on Adequacy of Texts in Turkish Textbooks (The Case of Love Theme)</i>	
Ahmet Zeki GÜVEN İlköğretim II. Kademe Türkçe Dersinde Teknolojik Araç-Gereçlerin Kullanımı.....	623
<i>Usage of Technological Instruments in Second Degree Primary Education in Turkish Lesson</i>	
Soner SAĞLAM - Erhan SOLMAZ Orta Öğretim Türk Edebiyatı Ders Kitaplarında Somut Olmayan Kültürel Mirastan Yararlanılması Üzerine Bir Değerlendirme.....	631
<i>An Evaluation About the Usage of Non Tangible Cultural Heritage on Secondary Education Turkish Literature Course Books</i>	
Şadan ALTINOK 12. Sınıf Dil ve Anlatım Ders Kitabındaki Metinlerin Dilin Kültür Taşıyıcılığı Bağlamında Değerlendirilmesi.....	635
<i>An Assessment on the Texts in 12th Grade "Language and Narration" Textbook in the Context of Language's Culture Conveyor Aspect</i>	
Mehtap SOLAK SAĞLAM - Erol SAKALLI İlköğretim İkinci Kademe Türkçe Ders Kitaplarında Öğrencilerin Kelime Dağarcığını Zenginleştirme Etkinliklerinde Deyimlerin Yeri.....	643
<i>The Place of Idioms Within the Vocabulary Activities in Secondary School Textbooks</i>	
Muharrem DAŞDEMİR Dil Biliminin Işığında Yabancılar Türkçe Öğretimi.....	649
<i>Turkish Teaching to the Foreigners Under the Light of Linguistics</i>	
Cihan ÖZDEMİR Yabancı Öğrencilerin Türkçe Konuşma Becerilerinin Geliştirilmesi.....	653
<i>Developing Speaking Abilities of Foreign Students in Turkish Language</i>	
Gülden TÜM - Melike SÖKMEN - Öznur AKGÜL - Yasemin SEVİMLİ Yabancı Dil Türkçe Öğretiminde Karşılaşılan Sesletim Sorunları ve Çözüm Önerileri.....	661
<i>Phonological Problems in Teaching Turkish as a Foreign Language and Suggestions for Solutions</i>	
Mehrali CALP İşitsel-Dilsel Yaklaşımın "Yabancılar Türkçe Öğretiminde" İşe Koşulması.....	673
<i>Auditory-Linguistic Approach is used to Work "Teaching Turkish to Foreigners"</i>	
Mustafa ÇETİN Dil Öğretiminde Teknolojiye Bağlı Gelişmeler ve Yabancılar Türkçe Öğretiminde E-Kitap Uygulamaları.....	691
<i>Technology Based Advancements in Language Teaching and E-Book Applications in Teaching Turkish to Foreigners</i>	
Céline AYDIN Ders Yönetim Sistemi Platformlarının Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretimine Katkısı.....	699
<i>The Contribution of Online Learning Platforms for Teaching Turkish as a Foreign Language</i>	
Vesile YILMAZ Görev Odaklı Dil Öğretim Yöntemi ile Yabancı Dil Türkçe Öğretimi.....	705
<i>Using Task-Based Method in Teaching of Turkish as a Foreign Language</i>	

Funda TOPRAK

Kıyasü'l-Enbiyâ'da Yaratılış Kıssası ve Kaynaklardaki Arka Planı Üzerine Bir Değerlendirme.....713
An Evaluation on the Kıyasu'l-Enbiya and its Background at Sources

Ali Abbas ÇINAR

Alevî Gülbankları (Duaları): Ses, Nefes ve Kültür.....721
Alevi Gulbanks' Prays: (Sound, Breath and Culture)

Halil İbrahim ŞAHİN

Türkmen Folklor Araştırmaları Tarihinde Dönemler, İsimler ve Eğilimler.....729
Periods, Researchers and Orientation in History of Turkmen Folklore Studies

Ayşe Hilal TUZTAŞ

Göçer Sarıkeçili Yörüklerinde Dil ve Kültür İlişkisi.....741
Langauge and Culture Relation in Göçer Sarıkeçili Nomads

Mehmet Surur ÇELEPİ

Âşık Ömer'in Tarihî Şahsiyetlerin Vasıflarını Telmih Ettiği Sevgili.....753
Lover of Aşık Ömer to Whom he Alluded the Characteristics of Historical Figures

PANELLER**KLASİK TÜRK EDEBİYATI EĞİTİMİNİN SORUNLARI****Hüseyin AYAN**

Klâsik Türk Edebiyatı Eğitiminin Sorunları.....767

Gönül AYAN

Eski Türk Edebiyatı Eğitimi.....769

Pervin ÇAPAN

Klâsik Türk Edebiyatı Eğitiminin Sorunlarına Çözüm Önerileri.....773

TÜRK DİLİ EĞİTİMİNİN SORUNLARI**Emine YILMAZ**

Türkiye Türkolojisi ve Karşılaştırma(ma)lı Dilbilim.....779

TÜRK HALK EDEBİYATI EĞİTİMİNİN SORUNLARI**Saim SAKAOĞLU**

Üniversitelerde Okutulan Türkçe Derslerinin Hedefe Ulaşamamasının Gerçek Sorumluları Kimlerdir?.....793

Ali Berat ALPTEKİN

Âşık Şiiriyle İlgili Bazı Sorunlar.....799

Esmâ ŞİMŞEK

Halk Şiiri İle İlgili Bazı Problemler (Tür, Şekil, Kafiye ve Redif Konusunda).....805

Mehmet AÇA

Rus Dili ve Türk Lehçelerinde Kaleme Alınan Kaynakların Türkiye'deki Halk Bilimi Araştırmalarına Kazandırılması Sorunu.....811

Sempozyum Katılımcı Listesi.....821

KÜLTÜREL PAZARLAMA VE YAZILI TÜRK BASININDA TÜRKÇE

CULTURAL MARKETING AND TURKISH IN TURKISH PRINT MEDIA

Mustafa KARATAŞ*

ÖZET

İnsanlık tarihinde içinde bulunulan dönemin belirlediği ihtiyaçlar, önce üretimin, sonra satışın, daha sonra pazarlamanın ve 1980 sonrası da toplumsal pazarlamanın önem kazanmasına neden olmuştur. Pazarlamanın tarih boyunca ticaretle birlikte geliştiği ve son dönemdeki çağdaş pazarlama anlayışında sadece mal ve hizmetlerin değil; fikirlerin, eşyaların, tecrübelerin, olayların, şahısların, yerlerin, bilgilerin ve kültürlerin de pazarlandığı görülmektedir. Kültürün en önemli ögesi olan dil, pazarlamada hem araç hem de pazarlanan bir ürün olabilmektedir. Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak çeşitlenen ve gelişen kitle iletişim araçları günümüzde dilin pazarlama aracı ve pazarlanan ürün olarak kullanıldığı en önemli pazarlama alanlarıdır.

Türkçe günümüz yazılı Türk basınında her türlü pazarlama unsuru için araç olarak kullanılmaktadır; ancak küreselleşen dünyanın güçlü devletlerinin baskısı altında kalan Türklerin, örneklere bakıldığında, ana dilleri olan Türkçeyi kendi milletlerinin zihninde dahi tutundurabilecek şekilde pazarlamadıkları görülmektedir. Türkçenin uluslar arası bir güç kazanabilmesi için önce kendi milletince hak ettiği değerin verilmesi gerekmektedir. Bu konuda kitle iletişim araçlarının etkisi, millî eğitimden daha güçlü bir konumdadır. Türkçenin kitle iletişim araçlarında etkili bir şekilde pazarlanmamasından dolayı, ana diline karşı “olumsuz tutum” sahibi ve buna bağlı olarak da “öz güvensiz”, “millî bilinç yoksunu” nesiller yetişmektedir. Bundan dolayı, Türkçenin öncelikle yazılı Türk basınında etkili bir şekilde pazarlanması tüm Türk aydınlarının görevi olmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Pazarlama, Yazılı Basın, Türkçe.

ABSTRACT

Firstly production, afterwards sale, subsequently marketing and after 1980 social marketing became important through the requirements of the terms in the history of humanity. In the modern marketing concept which has developed with trade in the history and existing, it is seen that not only products and service also ideas, goods, experience, events, characters, places, knowledge and culture are marketed. Language, the essential element of culture, can be both a tool and a marketed product. The mass media which is varied and flourishing with the development of technology is the leading marketing area for the language which is used as a marketing tool and product at the present day.

In Turkish print media, Turkish is used as a tool for all sorts of marketing, however Turkish is remained under pressure of powerful countries of global world therefore as in the examples, Turkish has not been marketed their native language on a promotional basis even in their nations' mind. Firstly Turkish nation should set a high value on their native language so Turkish language can gain its well deserved international power. The effects of mass media is stronger than public education in this respect. Turkish language is not marketed effectively in mass media hence the new generation is growing in negative attitude to their native language and depending on this fact they are lack of self confidence and national consciousness. Consequently, marketing of Turkish on print media effectively should be mission of all Turkish intelligentsia.

Key Words: Cultural Marketing, Print Media, Turkish Language.

* Okt., Muğla Üniversitesi Rektörlüğü, Türk Dili Bölümü.

1. Giriş

Pazarlamanın tarih boyunca ticaretle birlikte geliştiği ve son dönemdeki çağdaş pazarlama anlayışında sadece mal ve hizmetlerin değil; fikirlerin, eşyaların, tecrübelerin, olayların, şahısların, yerlerin, bilgilerin ve kültürlerin de pazarlandığı görülmektedir. Kısaca, “*Kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak değişimleri gerçekleştirmek üzere; fikirlerin, malların ve hizmetlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, dağıtılması ve tutundurulması için yapılan planlama ve uygulama süreci*” (İslamoğlu 2008: 15) olarak tanımlanan pazarlama, insanların yerleşik hayattan (tarıma dayanan uygarlık), endüstri uygarlığına ve en sonunda da kapitalist burjuva toplumuna geçiş sürecinde, ticaretin gelişmesi ve buna bağlı olarak “artık değer”in ortaya çıkmasıyla önem kazanmış bir etkinliktir (Şenel 2009: 1001-1020).

İnsanlık tarihinde içinde bulunulan dönemin belirlediği ihtiyaçlar; önce üretimin, sonra satışın, daha sonra pazarlamanın ve 1980 sonrası da toplumsal pazarlamanın önem kazanmasına neden olmuştur. Ekonomik açıdan güçlü olan ülkelerin özellikle iletişim teknolojisindeki hızları, dünyayı tek kutuplu bir hale getirmeye başlamıştır. “Küresel çarşı” olarak adlandırılan dünyadaki yaklaşık 6 milyarlık nüfusun çoğu yoksul olmasına rağmen, iki milyar insan bu çarşıdaki “sadık müşteriler” olarak değerlendirilmektedir (İslamoğlu 2008: 15-16).

Geçmiş coğrafi keşiflere kadar geri giden günümüzün sömürge dünyasında güç, daha çok ekonomiye dayanmaktadır. Ekonomik olarak güçlü olan devletler ise bu güçlerini, her türlü bilgi ve teknolojide en iyiyi üretebilmekten, üretileni pazarlayabilmekten ve bunları satabilmekten alırlar. Bunun karşısında, geri kalmış ya da gelişmekte olan (!) ülkeler de üretemeyen, daima alıcı/tüketici konumunda ülkeler durumunda oldukları için güçlülerin ürettiklerinin pazarı olmaktan kendilerini kurtaramamaktadırlar. Böylece günümüzde “güçlü”, üreten, pazarlayan ve satan iken, “zayıf” (belki de gelişmekte olan!) tüketen, pazar haline gelen ve satın alan konumunda olmaktadır. Bu durumda, üreten-üret(e)meyen ikiliği günümüz dünyasının en önemli güç belirleyicisi olmaktadır ve bu gücü, başta ekonomik olmak üzere siyasi ve kültürel etkenlerin belirlediği görülmektedir.

Pazarlamada temel hareket noktası “satıcı ile alıcı arasında gerçekleşen çıkar veya kâr amaçlı ilişki” olduğuna göre bu ilişki sonucunda ekonomik olduğu kadar, siyasi veya kültürel birtakım çıkarlar da elde edilebilmektedir. Dolayısıyla, gücü elinde bulunduranlar ürettikleriyle birlikte başta dil olmak üzere sahip oldukları kültür öğelerini de satabilmektedirler. “Hamburger” ile birlikte “fast food” kültürünün, sigara markaları ile “kovboy” (Türkçesi “sığırcı çobanı”) kültürünün, kot markaları ile İngiliz kültürünün (ör. Shakespeare), kahvaltıda tüketilen mısır gevreği ile Amerikan kahvaltılık kültürünün, kısacası “Amerikan rüyası” kavramının oluşturulmaya çalışılması, ürün ile birlikte kültürün de pazarlanmasıyla gerçekleştirilmektedir.

Günümüzde her şeyin tek tipleştiği, tek tipleştirildiği bir dünyada yaşanmaktadır. “Küreselleşme” adı verilen bu süreçte, “evrensel güçler” tarafından “farklı renklere saygı” duyulmaya ve bunlar yaşatılmaya çalışılsa da, daha doğrusu buna çalışıldığı söylene de, durumun hiç de böyle olmadığı görülmektedir. Dünyanın dört bir yanına ulaşan “modern pazarlamacı güçler” (Alaeddin Şenel’in ifadesiyle sömürgeci!) nedeniyle insanlar, benzer şekilde giyinmeye, yemek yemeye, davranmaya, kısacası yaşama-ya alıştırılmaktadır.¹

İçinde bulunduğumuz yüzyılda gücünün ürettiği teknoloji, öncelikle iletişim alanında kendini göstermektedir. İnsanların, “istedikleri an”, “istedikleri her bilgiyi”, “istedikleri her yere veya kişiye” ve “çok hızlı” bir şekilde ulaştırabilmelerini sağlayan bu süreç, yazılı basının etkili kullanılmasıyla başlamış, 1930-1950 arası radyonun ve 1950 sonrası da televizyonun ortaya çıkması ile en verimli dönemine ulaşmıştır (Kocadaş 1996: 3). Özellikle uydu yayınlarının başlaması ve son yirmi yılda internet alanındaki

¹ Kenyalı bir düşünürün sözü, pazarlamanın gücünün insanları sömürmek için nasıl kullanıldığına çok iyi bir örnektir: “Hıristiyanlar buraya geldiğinde bizim topraklarımız, onlarınca İncilleri vardı. Bize gözlerimizi kapatıp ibadet etmeyi öğrettiler. Gözlerimizi açtığımızda onlar topraklarımızı, bizse onların İncil’ini almıştık.”

inanılmaz gelişim sayesinde “kitle iletişimi” en etkili dönemini yaşamaktadır. Bu sayede, görüntülü kitle iletişim araçları (televizyon ve internet) hemen hemen her eve girmiş bulunmaktadır. Bundan dolayı, insanlar dünyada olanları veya öğrenmek istediklerini olduğu gibi değil, farkında olmadan, birilerinin “seçtikleri gibi” ve “seçtikleri kadar” görebilmektedirler. Böylece gerçeğin şekli ve sunuş biçimi istenildiği gibi değiştirilmekte ve bu gerçek hakkında düşünülmesi gerekenler kitlelere pazarlanmaktadır. Böylece insanlar gerçekleri kitle iletişim araçlarından süzülmesiyle öğrenilmektedirler (Huxley 1990: 180). Böylece kültür üretim, sunum ve pazarlama sürecindeki bir metaya dönüştürülerek süreç, kapitalist sistem içerisinde tam bir endüstri halini almaktadır. İşte bu sektöre “kültür endüstrisi” adı verilmektedir.²

2. Dilin Pazarlanması

Kültür endüstrisinde her türlü kültürel değer birer ürün olarak düşünülmektedir. Dolayısıyla, kültürün en önemli ögesi olan dil de, pazarlamada hem araç hem de pazarlanan bir ürün olabilmektedir. Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak çeşitlenen ve gelişen kitle iletişim araçları, günümüzde dilin hem pazarlama aracı hem de pazarlanan ürün olarak kullanıldığı en önemli pazarlama kanallarıdır.

İnsanların dili kullanarak toplum haline gelmesi ve bu şekilde yaşaması ne kadar doğal ise bu toplulukların da başka topluluklarla farklı yollarla (komşuluk, savaş, ticaret, evlilik vb.) etkileşim içerisine girecek birbirlerinden yeni bir bilgiler öğrenmeleri veya birbirlerine farklı bilgiler öğretmeleri de o kadar doğaldır. İnsanların doğal ve sosyal çevre kaynaklı bilgilenmeleri, kendi ürettiklerinden çok komşularından öğrendiklerinden oluşabilmektedir. Dolayısıyla insanlık tarihi öğrenmeler ve öğretmeler tarihi olarak değerlendirilebilmektedir (Karaağaç 2008: V).

Bu öğrenme ve öğretme süreci dilde kendini “alıntı” ve “verinti” şeklinde göstermektedir. Temelinde öğrenme ihtiyacının yattığı ve topluma yeni bir bilgi kazandıran alıntılara “Bilgi Alıntıları” denir. Bu tür alıntılar güçlüden güçsüze yöneliktir. Temelinde siyasî, ekonomik üstünlük, moda, özentî vb. kökenli dil dışı psikolojik alıntılara ise “Özenti Alıntıları” denir (Karaağaç 2002, 97-109).

Pazarlama sürecinde pazarlayan “verinti yapan”, kendisine ürün pazarlanan ise “alıntı yapan” konumdadır. Söz konusu pazarlama olduğuna göre, toplumlar arası alışverişlerde toplumun üretme ve pazarlama gücü ile dil ilişkileri arasında çok sıkı bir bağ bulunmaktadır; çünkü üreten topluluklar yeni bir ürünü, ona ana dillerinden verdikleri adla üretmek hem bilgi üretmiş hem de dillerine kelime kazandırmış olurlar. Böylece, bilgi alışverişi bir dil alışverişine dönüşmektedir.

Bu bilgiler göz önüne alındığında bir dilin iki farklı şekilde pazarlanabileceği görülmektedir:

1. Üretim Gücüyle Pazarlama: Üreten, pazarlayan ve satan (güçlü) toplulukların dilinin en geçerli dil olması durumunda tüketen, pazar olan ve satın alan (zayıf) topluluklar her alandaki yeni bilgilerin adlarını veya terimlerini geçerli dilden alıntı yapmak zorunda kalır. Bu alıntılar genelde bilgi kaynaklı olmakla birlikte, bunlar özentî alıntıları da olabilmektedir ve daha çok ses ve kelime düzeyindedir.

Burada üretilen bilgi, bu bilgiye ihtiyaç duyan topluluklara özellikle kitle iletişim araçları ile pazarlanmaktadır. Bu pazarlamada temel amaç “ürün”ü satabilmektir. Ayrıca, bilgi üreten toplumun dili iş hayatının ve eğitim hayatının aranan özelliği olmaktadır; çünkü örneğin günümüzde, yayınların dünya çapında takip edilebilmesi için bu yayınlar dünyanın en çok kullanılan yabancı dili olan İngilizce yapılmaktadır. Dolayısıyla iş veya eğitim hayatında yabancı dil öğrenmek bir zorunluluk haline gelmiştir.³ Bu top-

² İlk kez Horkheimer ve Adorno’nun 1947 yılında yayımladıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserde kullanılarak ortaya atılan “kültür endüstrisi” kavramı, kültür ürünlerin metalaşarak bir endüstri haline getirildiği düşüncesinden hareket ederek ortaya atıldığı kaydedilmiştir. (Kurt, Yaman Ayşegül (2009: 41)

³ Türkiye’de günümüzde, belli başlı üniversitelerin atama ölçütlerine bakıldığında İngilizce bir makalenin puan değerinin Türkçe bir kitaba eşit olması, yabancı dil eğitiminin yaygınlığı yanı sıra yabancı dille eğitimin de artık birçok üniversitede görülmeye başlaması bu tür pazarlamanın başarıya ulaştığının etkili örnekleridir. Ayrıca Üniversiteler Arası Kurulun aldığı karara göre, (http://www.uak.gov.tr/sinav/yabancı_dil.pdf) 2014 yılından itibaren doçentlik sınavı başvurularında sadece İngilizcenin kabul edilmesine karar vermesi de konunun aslında bir yabancı dil meselesi olmadığını, İngilizcenin pazarlanma başarısı olduğunu çok açık göstermektedir.

lumlar arası ilişkiler dikkate alındığı doğal bir durumdur. Burada yabancı dilden yararlanmak esastır. Bu zorunluluk durumunda, örneğin İngilizce eğitimi için kursların, kitapların, yayınların etkili bir şekilde pazarlanması da bu pazarlama türüne girmektedir. Bugün Türkiye’de en çok alıntı yapılan alan, İngilizce olarak üretilmiş bilim ve teknoloji alanlarıdır. Bilim ve teknolojide üretilmiş bilgilerin, dolayısıyla bu alandaki kelime ve terimlerin alınması bu tür bir pazarlama gücünün sonucudur.

2. Üretim Gücünün Psikolojik Etkisiyle Pazarlama: Üreten, pazarlayan ve satan (güçlü) toplulukların “güçlü, saygın ve özenilesi” olması onların dillerinin de en güçlü, en saygın ve en özenilesi dil olduğu algısının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Karataş 2008: 95-97). Bu etkiye kapılan öz güveni zayıf, millî bilinç yoksunu topluluklara, güçlü topluluğun dili “her alanda bilinmesi gereken, kaçınılmaz bir ihtiyaç olan dil”⁴ şeklinde sunulmaktadır. Temel amacın “ürün haline dönüştürülmüş dili” pazarlamak ve toplumu sömürge olmaya götüren en kestirme yol olan bu sunum müzik, spor, magazin, moda, günlük konuşma vb. çok farklı alanlarda kendini göstermektedir. Bu yolla, hiçbir zaman ihtiyacı olmayacağı halde insanlara İngilizce öğrenmeleri gerektiği sık sık ifade edilmektedir.⁵ Ancak bu özentî alanlarının en etkili şekilde pazarlandığı ortam görüntülü ve yazılı basındır. Özellikle günlük gazetelerdeki, “*Kaynanaların İngilizce Kursu*”, (15.12.2007, Hürriyet Cumartesi), “*Momy Bana Ball At*” (02.10.2007, Hürriyet Pazar), “*Ev kadınlarına İngilizce*” (17.12.2005, Radikal), “*Siz How Are You, Biz I Love You*” (03.04.2005, Milliyet), “*İngilizce hazırlanan İzmir Gazetesi’nin Şubat sayısı çıktı*” (07.02.2007, Sabah), “*İngilizce Defter Kapaklarını İstila Etti*” (23.11.2006, Radikal) vb. haberler bu tür pazarlamaya örnek olarak verilebilir.

Pazarlama toplum içerisinde gerçekleşen bir süreçtir ve kimliklerle de ilişkisi vardır. Bu konuda geliştirilen “Sosyal Kimlik Kuramı”na⁶ göre kişi, mensubu olduğu grubun güç, konum ve saygınlık nitelikleri birbirinden farklı sosyal yapılarına göre yeni bir kimlik kazanır ve bu kimliğe sosyal kimlik adı verilir. Sosyal kimliğe sahip kişiler cinsiyet, etnik özellikler ve yaşlara göre sosyal bir sınıflandırmaya tâbi tutulurlar. Böylece, bu süreç sonucunda oluşan kalıpyargıların etkisiyle üyesi olunan grubun özelliklerine sahip olduğu varsayılır. Bu sınıflandırma ve karşılaştırma, gruplar arasındaki benzerliklerin veya farklılıkların abartılmasına neden olur. İçinde bulunulan grubun, nitelikleri bakımından, diğer gruplardan üstün olduğu düşünülür. Böylece karşı grubu küçümseme davranışı ortaya çıkar (Demirtaş 2003: 123-144).

Bu kuram, bir toplum içindeki grup üyeliğini, grup süreçlerini ve gruplar arası ilişkileri inceleyen bir kuramdır; ancak bu kuramdan hareket ederek toplumlar arası ilişkilerin de benzer süreçler açısından değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Buna göre, içinde yaşadığı toplumun sahip olduğu güce göre (başta ekonomi olmak üzere, siyasî ve kültürel güç) yeni bir sosyal kimlik kazanan kişiler, benzer özelliklerine göre, örneğin Amerikalılar olarak adlandırılır. Bu süreç içerisinde kişiler; Amerikalılık sosyal kimliklerinden hareketle, Amerikanların (Belki de Amerika’nın devlet olarak) sahip olduğu düşünülen tüm özellikleri taşıdığını sanabilir. Kısacası, Amerika’da yaşayan bir kişinin, kendinin (Amerikan), kültürünün (Amerikan kültürü), dilinin (İngilizce) Amerika kadar güçlü olduğunu düşünmesi kaçınılmaz bir sosyo-psikolojik bir süreçtir. Böylece kişi, dâhil olduğu toplumun gücünü göz önüne alınca toplumunun, dolayısıyla sosyal kimliğinin diğer topluluklardan üstün olduğunu düşünür ve bu durumda karşı grubu küçümseme davranışı ortaya çıkabilir.

Bu kurama yeni bir bakış açısıyla, güçsüz görülen grup veya toplum açısından bakılınca, bu küçük (zayıf, güçsüz) görülen grubun yine aynı süreç sonucunda karşı grubu ve onun tüm özelliklerini (örneğin İngilizce) en güçlü, en saygın nitelikler olarak görmeye başladığı söylenebilir. İşte bu süreç kişinin güçlü olan ya da olduğunu sandığı topluma özenmesine ve böylece de kendi toplumuna yabancılaşmasına

⁴ Örnek için bkz. <http://www.hurriyet.com.tr/advertorial/18654780.asp> (E.T. 09.09.2011)

⁵ Örnek için bkz. <http://www.youtube.com/watch?v=7fEf8UP1VXY> (E.T. 09.09.2011)

⁶ 1970’lerde Henri Tajfel ve John Turner tarafından geliştirilen “Sosyal Kimlik Kuramı”, gruplar arası algı ve davranışı açıklamada temel güdüsel ve bilişsel süreçlerin yerini vurgular. Bu kuram *sosyal kimlik, sosyal sınıflandırma, sosyal karşılaştırma, en küçük grup paradigması, iç grup kayırmacılığı* ve *sosyal yapı* temel kavramları üzerine kuruludur. Ayrıntılı bilgi için bkz. Demirtaş 2003.

neden olabilir. Bu süreç tarihte bazı güçler tarafından bilinçli olarak yürütülmüş ve zayıf toplumların sömürülmesi amacıyla kullanılmıştır.

Bahsi geçen bu yabancılaştırma süreci sonucunda toplum içinde yaşayan kişiler, her konuda olduğu gibi güçlünlüğün diline de özenerek toplumuna yabancılaştırmaya başlar. Günlük hayatta ihtiyacı yokken üstünlük veya farklılık sağlamak, saygınlık dürtüsü vb. amaçlarla yabancı kelimeler kullanmaya, yabancı dilde müzik dinlemeye, yabancı dilde yazısı olan kıyafetler giymeye ve böylece de “yabancı gibi” olmaya başlar. Böylece “başkası gibi olmaya özendirmeye yönelik kültürel pazarlama” gerçekleşmiş ve pazarlamacılar da amaçlarına ulaşmış olur.

Kitle iletişim araçlarını elinde bulunduran güçlerin, yerel değerlerin (millî kültür) küresel inşasını gerçekleştirmeleriyle ortaya çıkan ve “küresel köy”ün değerlerinden oluşan “küresel kültür” günümüzde Batı kaynaklıdır ve bu kültürün dili de İngilizcedir. Dolayısıyla da dünyadaki kültürel akış, tıpkı suyun akışı gibi yukarıdan aşağıya, yani güçlüden zayıfa doğru ve İngilizce olarak gerçekleşmektedir (Taylan, Arklan 2008: 85-89). İngilizce özellikle 1950’den sonra dünyada insanların ortak yabancı dili (lingua franca) durumundadır ve bundan dolayı, kitle iletişim araçlarında da en etkili pazarlanan kültür ürünü haline gelmiştir.

3. Bir Kültür unsuru Olarak Türkçenin Yazılı Türk Basınındaki Yeri

21. yüzyıl iletişim teknolojisinin ortaya çıkardığı “kitle iletişimi” aslında yazılı iletilerin geniş kitlelere ulaşabilmesi için basım tekniklerinin (matbaa) ortaya çıkmasıyla hız kazanmıştır (Ozankaya 1980: 161). Dolayısıyla, günümüzde en etkili kitle iletişim araçları televizyon ve internet olmakla birlikte, şimdilik, insanlık tarihinde en uzun süre ve en etkili biçimde kullanılan kitle iletişim “kanal”ının “yazı” olduğunu söylemek mümkündür.

Dünyanın gelişmiş ülkelerinde kültürel pazarlamanın en etkili yolu olarak kullanılan kitle iletişim araçlarının ve özellikle yazılı basının⁷ günümüz Türkiye’sinde genelde Türk kültürü, özelde ise Türkçenin çıkarı gözetilerek ne kadar etkili kullanıldığının anlaşılması için yazılı basındaki yayınların incelenmesi gerekmektedir. Bu yayınların incelenmesi, yukarıda kuramsal olarak anlatılmaya çalışılan “kültürel pazarlama” konusunun somut örneklerle desteklenmesini sağlayacaktır.

Türkiye’de günlük basılan ve Türkçe yayımlanan gazetelerde Türkçe, bir konu olarak “Haberler” ve “Köşe Yazıları” başlıkları altında yer almaktadır.

3.1. Haberler

3.1.1. Türkçe Etkinlikleri (Konferans, Bilgi Şöleni, Açılış, Dil Bayramı vb.): Türkçe ile ilgili konferans, bilgi şöleni, açılışlar, yarışma, yabancılara Türkçe öğretimi, Türkçeye dair söyleşiler, dil bayramları dolayısıyla yapılan etkinlikler bazı gazetelerde, önemli sayfalarda olmasa da yer alabilmektedir:

“Türkçe Konuş Kampanyası” (14.12.2006, Milas Gazetesi)

“Dilinizden Utanmayın”, (13.11.2005, Hürriyet IK)

“Türkçe oylon Türkçe şüylöş” (17.11.2006, Vatan)

“Türkçenin 100 Akları Geliyor” (21.02.2007, Zaman)

“Marmaris’te yabancılara Türkçe kursu ” (11.12.2005, Hürriyet)

“Singapur uçakta Türkçe öğretiyor” (10.12.2005, Hürriyet)

3.1.2. Türkçe Adlandırma ve Tabela

Türkçede son dönemde hızı çok artan özentî alıntılarının en belirgin ve görülebilir, somut örneklerinin karşımıza çıktığı alanlar çeşitli “varlık, marka, şahıs, yer” vb. adlandırmaları ve yine bir tür adlandırma

⁷ Bu çalışmada “yazılı basın” ifadesiyle Türkiye’de günlük yayımlanan Türkçe gazeteler kastedilmektedir.

olarak kabul edebileceğimiz “iş yeri adlandırmaları”dır. “Türkçenin kirlenmesi”nden söz edildiği her konuşmanın başlıca örnekleri arasında olan bu konular bazı gazetelerin de dikkatini çekmekte ve sorun haber olarak yazılı basında yer alabilmektedir:

3.1.2.1. İş Yeri Tabelası

- “Çanakkale’de işyerlerine Türkçe isim zorunluluğu ” (24.11.2005, Ortadoğu)
- “Hospitallar hastane cafeler kafe oldu ” (08..12.2005, Vatan)
- “Yabancı isme ruhsat yok ” (20.11.2005, Hürriyet)
- “Tabelada ‘yabancı’lığa son” (24.11.2005, Radikal)
- “Türkçe Olimpiyatları’ndan etkilendi yabancı iş yeri isimlerine savaş açtı” (16.06.2006, Zaman)

3.1.2.2. Marka/Varlık Adlandırmaları ve Türkçe Kılavuz

- “Anadolu Kaplanları İtalyanca Kükrüyor” (22.06.2003, Sabah Pazar)
- “Markada Yabancı İsim Tartışması” (22.01.2006, Hürriyet IK)
- “Türkçe İsimle Çıkacaktı İtalyanca Linea’yı Seçtiler” (20.11.2006, Sabah)
- İçişleri Bakanı A. Aksu: “Yabancı Köpekler Türkçe İsimleri Anlamıyor” (30.04.2006, Hürriyet)
- “We Want Turkish tags on all products” (Türkçe Kullanma Kılavuzu) (28.08.2006, Sabah) (Dört gün süren seri haberin 1.’si)

3.1.2.3. Yer Adlandırmaları

- “Efes’e Türkçe İsim Tepkisi” (06.06.2007, Hürriyet Ege)
- “Uzaydaki Türk İsimleri” (14.10.2007, Milliyet)
- “12 bin 211 köyün adı değiştirilmiş” (13.05.2009, Radikal)

3.1.3. Türkçe İle İlgili Güncel Olaylar

Türkiye’deki yazılı basına konu olan güncel olayların bazıları ya doğrudan Türkçenin konu olduğu olaylar olabilmekte ya da konusu ne olursa olsun bir şekilde bazı gazetelerce Türkçeyle ilişkilendirilerek gündeme taşınmaktadır:

- “Hacı Benedikt’ten Türkçe Şov!” (30.10.2006, Yeniçağ)
- “İngilizce Söyleyince Türk İzleyiciler Öfkelenildi” (31.11.2007, Vatan)
- “Formula 1’de Türkçe tartışması” (26.05.2005, Posta)
- “Portakal’da İngilizce skandalı” (11.12.2006, Tercüman)
- “Anadilime gelen ödül ” (11.12.2006, Radikal)
- “Türkçe’de Nasıl Diyorsunuz Siz!” (08.06.2008, Vatan)

3.1.4. Türkçe ve Teknoloji

Türkçe ile diğer diller arası ilişkilerin yüzyılımızda en sıkı olduğu alan, bilim ve teknolojidir. Bilim ve teknolojinin üretim ve yayılma dili İngilizce olmasından dolayı Türkçedeki alıntıların çoğu İngilizce kökenli kelimelerle girmiş bilim ve teknoloji alanına ait kelimelerdir. Bu konuyla ilgili yaşanan sorunlar veya sevindirici gelişmeler bazı gazetelerde haber olarak yer alabilmektedir:

- “Cep Telefonunda Türkçe SMS 1 Nisan’da Başlıyor” (21.03.2008, Hürriyet)
- “Türk Mühendisleri Geliştirdi İntel Birinci Seçti” (21.11.2008, Hürriyet)
- “Türkçe kısa mesaja fazla ödeme 12 Eylül’ün eseri ” (12.10.2006, Sabah)
- “Türkiye’ye özel Türkçe konuşan VAIO’lar ” (08.12.2006, Hürriyet)
- “Sony’den Türkçe bilgisayar ” (06.12.2006, Posta)
- “Türkçe karakter şartı 1 Temmuz’da devrede, ‘ğ’siz telefon satılmayacak” (17.05.2009, Zaman)

3.1.5. Güncel Türkçe Kullanımı

Türkçenin günlük kullanımında (cümle kurgusu, kelime seçimi, söyleyiş, tonlama ve vurgulama, ünlemleme) dildeki bilgi ve özentili alıntılarını kendini göstermektedir. Bilgi alıntılarının dilde kullanılması, dünyadaki her dil için doğaldır ve diller için kaçınılmazdır. Aslında özentili alıntılarının kullanılması ve bunların sıklığı da doğaldır; ancak dillerin varlığını güçlü bir şekilde sürdürebilmeleri açısından sakıncalıdır görülmektedir. Bu sakıncalar gündelik hayatta birtakım iletişim sorunlarına yol açabilmektedir. Bu konuda güncel gazetelerin bazılarında dönem dönem yer almaktadır:

“sn swyrm” (19.10.2006, Sabah)

“2b?n2b?=???” (To be or nt to be) (09.12.2005, Radikal)

“Türkçe’yi Turkche konusharock mı yasuck’la suck?” (19.12.2008, Sabah)

“Türkçe’de Yozlaşma Tehlikesi İle Karşı Karşıyayız” (22.12.2005, Yakamoz)

“Al ananı git” Türk deyimiymiş!” (17.12.2006, Cumhuriyet)

“Didim’de su faturaları bile İngilizce” (18.09.2005, Milliyet Pazar)

“Sık Kullanılan Yabancı Sözcükler” (08.09.2005, Cumhuriyet)

“Gençler artık ‘İnternet dili’yle konuşuyor” (31.05.2011, Zaman)

3.1.6. Türkçe ve Dünya

Türkçenin dünyadaki durumu veya yabancıların Türkçeyle olan ilişkileri de yazılı basınınımızın dikkatini çekebilmektedir:

“Çocuklarınızla Hangi Dilde Konuşuyorsunuz” (15.02.2008, Hürriyet)

“100 kere Türkçe!” (Tanzanya’dan İstiklal Marşı, Vietnam’dan ‘ham çökelek’ (02.06.2007, Zaman)

“Türkçe AB’nin temel dili olacak” (13.11.2005, Hürriyet)

“CIA Türkçe bilen arıyor ” (20.12.2005, Milliyet)

“İngilizce, Arapça ve Türkçe” (20.04.2011, Hürriyet)

“Papandreu’dan Türkçe açılımı” (21.02.2011, Yeniçağ)

“Etiyopya’da Türkçe Olimpiyatları coşkusu” (10.04.2011, Zaman)

“Türkçe Konuşan Ülkeler Zirvesi...” (16.11.2006, Cumhuriyet)

3.1.7. Türkçe ve Müzik

Türkiye’de kültür hayatında yaşanan değişimler kendisini her alanda göstermektedir. Müzik bu değişimleri yansıtan en önemli kültür ögesidir. Bestenin sözle yani güfte ile buluşmasından ortaya çıkan eserlerde kullanılan dil de her türlü değişimin (bozulma, gelişme) en somut göstergesi olarak kendini belli etmektedir. Dolayısıyla günümüzde güftesine bulaşmış İngilizce sözler, özentili alıntılarını olarak “Türk müziği”nde yer almaktadır. “Türk müziğindeki İngilizce sorunu ve bu müzikle ilgilenenlerin Türkçe karşısındaki tutumu da yazılı basın tarafından haberleştirilebilmektedir:

“Kıraç ‘Türkçe Albüm Yapın’ Savaşı Başlattı” (?)

“Türkçe, caza İngilizce Kadar İyi Oturmuyor” (?, Hürriyet)

“Fuzûlî Okuyarock Müzik Yapıyor” (03.04.2005, Zaman)

“Eurovision’un perde arkası ” (09.03.2006, Güneş)

“Tarkan İngilizce Natalie Türkçe söylüyor ” (15.12.2005, Sabah Günaydın)

“Türkçe Şarkı Sözü Yazmak Çok Zor” (17.12.2006, Akşam)

“Tarkan’ın Albümü Deyimler Sözlüğü”, (27.12.2007, Hürriyet)

3.1.8. Türkçe ve Futbol

Günümüzde Türkiye’de her alandaki “yabancı” sorunu dile yansımaktadır. Örneğin, özellikle Türkiye’ye transfer edilen yabancı futbolcu ve teknik direktörlerin ana dili Türkçe olan futbolcularla, Türk basınıyla olan ilişkileri bazı dönemlerde tartışılmaktadır. Gerek bu tartışmalar gerekse futbol ile ilgilenenlerin Türkçe ile olan ilişkisi, çok nadir de olsa, yazılı basına yansıtılmaktadır:

“Kartal Yuvası Açılıyor” (05.04.2007, Fanatik)

“Yattara’dan ‘Türkçe’ Sitem”, (20.07.2011, Fanatik)

“Türkçe bana Çince gibi geliyor” (04.12.2006, Radikal)

3.1.9. Türkçenin Yazımı (Alfabe)

Türkçenin yazımı ile ilgili olumsuz durumlardan biri de Latin esaslı Türk alfabesinde olmayan harflerin yazılı basında sıkça kullanılmasıdır. Tartışması Tanzimat dönemine kadar geri giden alfabe konusu, farklı boyutlarıyla hâlâ gündemdeki yeri korumaktadır. Bu nadir olarak yazılı Türk basınında yer almaktadır:

“Türk Cumhuriyetleri Ortak Latin Alfabesinin Neresinde” (15.12.2007, Zaman)

Kültür ve Turizm Bakanı Atilla Koç: “Alfabe 32 Harf Olmalı” (05.04.2007, Zaman)

“Diyanet: Türkçe Alfabe Bilmeyene Arapça Yok” (17.04.2009, Haberturk)

3.1.10. Türkçe ve Siyaset

Türkiye Büyük Millet Meclisinin Türkçe ile ilgili çalışmaları, diğer bazı çalışmaları gibi dikkat çekme- se de bazen takip edilen konulardan biri olabilmektedir. Ayrıca dil, niteliği açısından her zaman siyaset malzemesi olarak kullanılmıştır. Bundan dolayı Türkiye’de özellikle farklı etnik gruplarla ilgili her türlü çalışma doğal olarak dilden de söz etmektedir. Bu konuyla ilgili çalışmalarda bu dillerin yazı dili olarak kullanılması, hatta resmî dil olması talep edilebilmektedir. Bu nedenle çıkan tartışmalarda elbette Türkçe de hakkında söz edilen dillerin başında gelmektedir. Yazılı basında bu konu özellikle 2011 yılında çok sık yer almış bir konudur:

“Meclisin ‘Güzel Türkçe’ İçin Önerileri Hazır” (09.06.2003, Cumhuriyet)

“Yabancı dil dersi zorunlu olsun” (15.04.2005, Milliyet)

“Doğulu’nun sözleri milletvekillerini gerdi ” (21.12.2006, Yeni Asır)

“Yeni anayasayı Türk Dil Kurumu’nun uzmanları da inceleyecek ” (03.09.2007, Zaman)

“Resmi dilin yanına ikinci dil koymak ülkeyi böler” (26.12.2010, Zaman)

“Kimse anadilde konuşmayı yasaklayamaz” (12.09.2010, Posta)

“Osmanlı’da resmi dil” (05.01.2011, Milliyet)

“Ana dil için kurs açılmalıdır” (17.05.2003, Yeniçağ)

3.1.11. Türkçe ve Türk Dil Kurumu

Türk Dili Tetkik Cemiyeti adıyla 12 Temmuz 1932’de Mustafa Kemal Atatürk’ün talimatıyla kurulan Türk Dil Kurumunun temel görevleri başlangıçtan beri Türk dili üzerinde araştırmalar yapmak, yapılmasına destek olmak ve Türk dilinin güncel sorunlarıyla ilgilenmek, bunlara çözüm yolları bulmak olarak belirlenmiştir. 1982’de kabul edilen Anayasa ile Türk Dil Kurumu ve Türk Tarih Kurumu, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu çatısı altına alınmasıyla birlikte Türk Dil Kurumunun yapısında meydana gelen değişiklik o günden bu günlere kadar her zaman tartışma konusu olagelmiştir. Tartışmaların konusu “Türkçe” olarak görünse de aslında bunların altında yatan temel neden “ tarafların” siyasî görüşü ve o açıdan Türkçenin görünüşü idi. Dolayısıyla, aslında dil tartışması gibi görünen birçok tartışmanın siyasî tartışmalar olduğu açıktır.

Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde kurulan Türk Dil Kurumu özellikle son dönemde her türlü bürokratik soruna rağmen basım-yayın, araştırma, teknoloji kullanımı, yazılı basınla ilişkiler vb. konularda ta-

rihinin en verimli dönemlerinden birini Başkan Prof. Dr. Şükrü Halûk Akalın döneminde yaşamakta ve Türk diline hizmet etmeye devam etmektedir; ancak eski bir hastalık olan Türkçeye siyasî açıdan bakmak önemli bir kısım gazeteci tarafından sürdürüldüğü için televizyonlarda daha yaygın olmakla birlikte, yazılı Türk basınında da TDK çalışmaları ve etkinlikleri göz ardı edilmekte veya özellikle yeni kelime üretme konusundaki çabaları alay konusu edilmeye devam etmektedir. Dolayısıyla, gazetenin siyasî konumuna göre TDK'nin etkinliklerinin, çabalarının sıkça basında yer aldığını söylemek mümkündür:

- “Türk Dil Kurumu Dilimizi Zayıflattı” (17.12.2006, Vakit)
 “Yap-Man!” (04.12.2005, Takvim)
 “TDK’ya Göre Başbayan” (?)
 “Haydi ‘geçgeç yap’” (07.03.2008, ?)
 “TDK’dan diyet’e besi düzeni ” (21.11.2005, Hürriyet)
 “Tdk ‘lolo’yu nasıl öğretti? ” (23.11.2005, Tercüman)
 “Türkçenin ‘badigartları!’” (22.03.2205, Radikal)
 “Çok cooluz, hadi bye!”, (03.10.2006, Radikal Genç)
 “ ‘Eksik Etek’ sözlükten çıktı ” (27.12.2010, Milliyet)
 “Sadece dil değil zihniyet müzesi” (21.03.2011, Hürriyet)

3.1.12. Türkçe ve Eğitim

Türkiye’de gerek ilköğretim ve lise gerekse üniversite eğitiminde Türkçenin nasıl yer alacağı konusu, özellikle de “yabancı dil eğitimi” ve “yabancı dille eğitim” konuları ve son dönemde de “ana dilde eğitim” ve “ana dil eğitimi” çok tartışmalıdır. Tartışılan bu konunun farklı yönleri yazılı Türk basınında yer alabilmektedir:

- “Yabancı dil mi, yabancı dille eğitim mi? ” (14.04.2006, Milliyet)
 “Oyun oynayarak dil öğreniyorlar” (20.02.2011, Milliyet)
 “Eğitimde çift dil avantajı” (10.12.2010, Cumhuriyet)
 “Sporla Türkçe öğrenimi” (04.04.2011, Yeniçağ)
 “Önce Türkçeyi Öğretin”, (26.03.2011, Sözcü)

3.2. Köşe Yazıları

Yazılı Türk basınında Türkçenin haberlere konu olan yönlerinin yanı sıra, gazetelerde yazan köşe yazarları da Türkçe konusuna değinen yazılar yazmaktadır. Bazı gazetelerde genellikle sadece Türkçe ile ilgili yazı yazan köşe yazarları bulunmaktadır:

Mustafa Önder, Yeniçağ; Hakkı Devrim, Radikal (Dil Yaresi), Feyza Hepçilingirler, Cumhuriyet Kitap Eki (Türkçe Günlükleri), Nemciye Alpay, Radikal Kitap Eki (Dil Meseleleri, 25.3.2001-14.9.2007), Arslan Tekin, Yeniçağ, (Türkçesi).

Bununla birlikte, başlı başına Türkçeye dair konulara ayrılmış bir köşesi veya bölümü olmayan, ancak yazıları arasında Türkçe ile ilgili olan yazarlar da bulunmaktadır. Bu yazarlar çeşitli gazetelerde tıpkı haber konularında olduğu gibi Türkçe etkinlikleri, Türkçe adlandırma ve tabela (iş yeri tabelası, marka/varlık adlandırmaları ve Türkçe kılavuz, yer adlandırmaları), Türkçe ile ilgili güncel olaylar, Türkçe ve teknoloji, güncel Türkçe kullanımı, Türkçe ve dünya, Türkçe ve müzik, Türkçe ve futbol, Türkçenin yazımı (harfler), Türkçe ve siyaset, Türkçe ve Türk Dil Kurumu, Türkçe ve eğitim gibi gündeme yansıyan konularda düşüncelerini ifade ettikleri köşe yazıları yazmaktadırlar. Bu köşe yazılarından bazıları şunlardır:

Ahmet Bican Ercilasun : “Yine Türkçe hakkında” (16.02.2011, Yeniçağ); “Yeni Lisan Hareketi ve Türkçüler Günü” (26.05.2011, Yeniçağ)

Hasan Pulur: “Konuşturan sözlük...” (04.04.2011, Milliyet); “İki dilden sonra iki bayrak” (24.12.2010, Milliyet)

İskender Pala: “Tatlı dil, acı dil” (08.02.2011, Zaman)

Metin Münir: “Davul tozu müzesi”(20.12.2006, Milliyet)

Nemciye Alpay: “Bir dilcinin yazıları üzerine (v)” (17.09.2004, Radikal); “AKDITYKTDK sözlüğü” 14.10.2005, Radikal)

Nurettin Demir: “Dilinden kim utanıyor?”(13.11.2005, Radikal)

Sadi Somuncuoğlu: “1876 Anayasası, “Devletin dili Türkçe bilmeyen mebus olamaz” diyor.” (16.05.2009, Yeniçağ)

Zeynep Göğüş: “Avrupalı Türkçe konuş!” (27.01.2007, Hürriyet)

Adnan Binyazar: “Türkçe Konuşana İçki Yok” (03.06.2008, Cumhuriyet)

Afet Ilgaz: “Türküz, dilimiz Türk, lehçemiz püskevit” (23.05.2011, Yeniçağ)

4. Sonuç

1. “Pazarlama” kavramı sadece, “Ben Türkiye’yi pazarlıyorum.” cümlesini kullanan yöneticilerimizin anladığı gibi “satmak” anlamıyla algılanmamalıdır; çünkü kültür gibi manevî değerlerin pazarlanması, maddî değerlerin pazarlanmasından çok farklıdır. Bu çalışmada “pazarlama”, “millî amaçlara ulaşmayı sağlayacak değişimleri gerçekleştirmek üzere fikirlerin geliştirilmesi ve kabul edilmesinin sağlanması” anlamında kullanılmıştır. Dolayısıyla yazılı basın kullanılarak pazarlama yoluyla millî çıkarlar beklemek mümkün ve doğaldır. Türk kültürünün en önemli ögesi olan Türkçe, günümüz yazılı Türk basınında “haber” ve “köşe yazıları”nda konu olarak karşımıza çıkmaktadır; ancak bu yayınlar hem nicelik açısından hem de Türk halkını Türkçe konusunda bilgilendirmek ve Türkçe bilincine sahip kılmak açısından, bazı gazete ve yazarların tüm çabalarına rağmen çok yetersizdir.

2. Türkiye’nin günümüzdeki güç odaklarının karşısındaki durumu göz önüne alınınca, dünyada genel kabul gören yabancı dil İngilizceyle mücadeleyi Türkçenin lehine çevirmek şimdilik mümkün görünmemektedir. Hatta Türklerin öncelikli hedefi İngilizce ile mücadele etmek olmamalıdır.

3. Türkçenin tarihinden, yayıldığı geniş coğrafyadan ve her türlü bilim, kültür ve sanat eseri üretebilme-yi sağlayan muntazam yapısından aldığı gücü, dünyadaki ana dili Türkçe olan Türkler tarafından dahi bilinmiyorsa veya bu güç önemsenmiyorsa, bu durumda öncelikli olarak Türklerin bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi, kısacası Türkçenin Türklere çok etkili bir şekilde pazarlanması gerekmektedir.

4. 21. yüzyılın dünyasında yazılı ve görüntülü basının gücü karşısında bu iki hedefin sadece Milli Eğitim ile çözülemeyeceği ortadadır. O halde Türkçeyi dünya dili yapabilme hayalinin bir basamağı olarak öncelikle hedef kitle olan milletimize; üretme, pazarlama ve satma gücümüz nispetinde, yazılı ve görüntülü basın kullanılarak Türkçenin gücü anlatılmalı ve bu konuda milletimizin bilinçlendirilmesi için çalışılmalıdır.

5. Bu çalışmanın temeli, Türkçenin kitle iletişim araçlarında (özellikle yazılı basında) etkili bir şekilde pazarlanması olmalıdır.

6. Türkçenin gücünün ve öneminin farkına varılması, ve bu gücün yazılı basında etkili bir pazarlama yöntemi kullanılarak milletimize sunulması, milletimizin tıpkı Kurtuluş Savaşı’nı Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde kazanmamızın temel nedeni olan “öz güven” duygusunu yeniden kazanmasını sağlayacaktır.

7. Öz güvenini yeniden kazanmış Türk milleti, Türkçenin dünyada daha önemli bir konuma gelebilmesi konusunda her türlü bilim, kültür ve sanat eserini ortaya koyabilecek gücü kendisinde bulacak ve bu üretimler Türkçeyi de zenginleştirecektir.

8. Son olarak şunu ifade etmek istiyorum: 1934-1938 yılları arasında “İngiliz Hint Hükümeti” konseyi üyesi olan Thomas Macaulay’ın, İngilizceyi Hint eğitim dili olarak öngörmesini ve bunu diğer alternatiflere rağmen, yönetime kabul ettirmesini, “Minute on Indian Education” (Hint Eğitimi Üzerine Rapor) adlı yazısında şöyle açıkladığı söylenmektedir (YILDIRIM 2006: 82):

“Sınırlı imkânlarımızla, bütün insanları [Hintlileri] eğitmeye kalkmak imkânsız. Biz, şu anda, bizimle yönettiğimiz milyonlarca kişi [Hintli] arasında tercüman olabilecek bir sınıf oluşturmak için elimizden gelenin en iyisini yapmalıyız. Kan ve renk bakımından Hintli; ama düşünce, ahlâk ve zekâ bakımından İngiliz bir sınıf.”

Türk milleti “kan ve renk bakımından Türk; ama düşünce, ahlak ve zekâ bakımından” başka bir millete tâbi olabilecek bir millet değildir. Tarihimiz bu uğurda verdiğimiz mücadelelerle doludur. Kurduğumuz devletler de bunların şeref taçlarıdır. O halde küçük bir Amerikalı sınıf olmak istemiyorsak dünyaya hükmedenlerin silahıyla, yani pazarlama yöntemleriyle mücadele edilmelidir ve bu mücadeleye önce milletimizin Türkçeye olan ilgisinin, hassasiyetinin artırılmasıyla, yani Türkçenin milletimize pazarlanmasıyla başlanmalıdır.

Kaynaklar

- Demirtaş, H. Andaç, (2003), “Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar”, *İletişim Araştırmaları*, S. 1(1), s. 123-144, Ankara.
- Huxley, Aldous, (1990), “Ekranların Arkasında Kimler Var?”, *Enformatik Cehalet*, Derleyen Nabi Avcı, Rehber Yay., Ankara.
- Karaağaç, Günay, (2002), *Dil, Tarih ve İnsan*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- Karaağaç, Günay, (2008), *Türkçe Verintiler Sözlüğü*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Kocadaş, Bekir, (1996), *Kitle İletişim Araçları ve Siyaset Kurumuna Etkisinin Analizi*, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Kurt, Yaman Ayşegül, (2009), *Adorno ve Horkheimer’in Kültür Endüstrisi Eleştirisi Üzerine Bir İnceleme*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Şenel, Alâeddin, (2009), *Kemirgenlerden Sömürgecilere İnsanlık Tarihi*, İmge Yayınevi, 2. Baskı, Ankara.
- Taylan, Hasan Hüseyin; ARKLAN, Ümit, (2008), “Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. X, S. 1, Haziran, s. 85-97, Konya.
- Yıldırım, Çiğdem, (2006), “Sömürge Sonrası Edebiyat”, *Edebiyat ve Eleştiri Dergisi*, S. 88, s. 81-89, Ankara.