

# KÜRESELLEŞME SÜRECİNİN ÇEVİRİ OLGUSUNA YANSIMALARI

Faruk YÜCEL  
Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi

Dünyayı etkisi altına alan küreselleşme süreci, başka alanlarda olduğu gibi çeviribilimde de bazı paradigmalarda değişmesine yol açmıştır. Geleneksel çeviri kuramlarının tersine, erek odaklı bir yaklaşımı savunan Skopos, Çoğuldizge (Polysystem) ve Betimleyici Çeviri Araştırmaları (Descriptive Translation Studies) gibi kuramlar, çeviride erek kültürü temel alarak, küreselleşmede egemen olan yerelleştirici bir anlayışı savunmaktadırlar. Buna bağlı olarak erek dil okurunun, çeviri etkinliğini biçimlendirmedeki önemi de gittikçe artmıştır. Bu makalede, yirminci yüzyılın ikinci yarısında çeviribilimde görülen değişimi küreselleşme olgusu açısından nasıl yorumlamak gerektiği irdelenmektedir. Ele alınan çeviri kuramlarıyla ilgili yaklaşımlarda küreselleşme anlayışıyla örtüşen niteliklerin neler olduğu ortaya konurken, bu niteliklerin çeviri kuramlarını nasıl ve ne yönde etkilediği de burada tartışılacaktır. Bu çerçevede, küreselleşmede olduğu gibi çeviri yaklaşımlarında da kültürler arasında var olan güç ilişkilerinin önemine değinilecektir. Konuyu daha somut kılmak amacıyla bu ilişkilerin çeviri bağlamında günlük hayatımıza nasıl yansıdığı gösterilmeye çalışılacaktır.

## ANAHTAR KELİMELELER

Küreselleşme, Çeviri Etkinliği, Yerelleştirme, Güç İlişkileri, Erek Okur Odaklılık.

# REFLECTIONS OF GLOBALIZATION ON TRANSLATION AS A DISCIPLINE

Faruk YÜCEL

Dokuz Eylül University, Faculty of Arts and Sciences

The globalisation process which influences the world deeply, marks some shifts on some paradigms in translation studies just as in other disciplines. Contrary to conventional translation theories, target oriented theories such as the Skopos Theory, Polysystem Theory and Descriptive Translation Studies, claim the idea of localisation, characteristics of globalisation, and take the target culture as a basis in translation. In this respect, target readership poses an important factor in translating. This paper addresses how changes observed in translation studies during the second half of the 20th century can be interpreted in terms of *vis a vis* globalisation. Qualities regarding attitudes towards translation theories and what these qualities are in terms of globalisation as well as how and in what ways these qualities have an impact on translation theories will be presented. In this respect, emphasis will be made on the importance of power relations present in globalisation but also between cultures which have different approaches to translation. To make things clear, how these relationships reflect on our everyday lives in the context of translation will be revealed.

## KEYWORDS

Globalisation, Act of Translation, Localisation, Power Relations, Target-orientedness.

## 1. GİRİŞ

Geçen yüzyılın sonlarına doğru olumlu ve olumsuz anlamda sıkça duymaya başladığımız ve yaşamımızın her alanında etkisini sürdüren küreselleşme olgusu hiç kuşkusuz çeviri edimini de etkilemiştir. Küreleşmenin bağlı olduğu ve onu biçimlendiren etmenlerin başında gelen ticaret ile iletişim ağının gelişmesiyle/genişlemesiyle çevirinin önemi günümüzde daha da artmıştır. Dolayısıyla dünyanın küreselleşme sürecinin işleyişinde vazgeçilmez bir araç konumuna gelen çeviri olgusuna yirmi birinci yüzyılda nasıl bakıldığını irdelemek kaçınılmaz olmuştur. Aksi takdirde küreselleşme bağlamında çevirinin nasıl bir işlev gördüğü, küreselleşmenin çeviri yoluyla kültürleri nasıl etkilediği, kültürler arasında var olan güç dengelerinin çeviriye nasıl yansıtıldığını anlamak güçleşecektir. Çeviri olgusunu etkileyen küreselleşme, dünya dilleri arasında İngilizce'nin günümüzde kültür ve ticari pazarlar arası iletişimde egemen bir konuma sahip olması nedeniyle başka dillerin İngilizce'ye oranla daha geri planda kalmasına yol açmıştır. Bunun sonucunda küreselleşme, dilsel çeşitliliğe karşı bir gelişimi dolaylı yoldan desteklemektedir. Bu çalışmada da görüleceği gibi, küreselleşme süreci, daha çok 'çok-dillilik' üzerine kurulu olmasına karşın, kültürler arasındaki güç dengelerinin söz konusu çeşitliliği göz ardı etmektedir. Bu çalışmada, küreselleşme süreciyle birlikte, küreselleşmenin en önemli araçlarından biri olan ticari yönün/niteliğinin, çeviriyi nasıl biçimlendirdiği ele alınacaktır.

Küreselleşme sürecinde çevirinin farklı işlevlerini ele almadan önce, genel olarak küreselleşmeden ne anladığımıza kısaca değinmekte yarar var. Küreselleşme genel anlamda, üretim biçimlerinin, mali politikaların, toplumsal olguların, bilgi paylaşımının - ulusal sınırların da aşılmasıyla - farklı olguları birbirine bağlı süreçlere dönüştürerek birden çok toplumu etkisi altına alan bir süreç olarak tanımlanabilir. Bugün için Çin'deki üretim biçiminin, Amerika'daki borsaların durumunun, Avrupa'nın bir ülkesinde meydana gelen terör olayının, yabancı bir ülkede yapılan seçimlerin sonuçlarının birçok ulusu ilgilendiren/etkileyen bir konu/sorun olmaya başlaması artık küreselleşme bağlamında son derece doğal karşılanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, ekonomi, siyaset, terör gibi konular; teknolojik olanaklar ve uluslararası bağlantılar nedeniyle salt bir topluma yönelik olmaktan çok, toplumlar arası bir alan içerisinde değerlendirilmektedir. Artık dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelebilecek bir olay ya da bir devlet başkanının söylediği önemli bir söz, anında dünyanın her yerine ulaşmakta ve etkilerini farklı yerlerde kısa zamanda göstermektedir. Ülkeler arasındaki güç dengelerinin sonucunda gelişmiş bir ekonomiye sahip olan toplumlarda meydana gelen olumsuz/beklenmedik bir olayın, daha az gelişmiş olan toplumları bazen olayın ortaya çıktığı yerden daha çok etkileyebilmesi gibi farklı sonuçlara da yol açabilmektedir.

Benzer ya da aynı olguların kültürleri farklı biçimde etkilemesi, salt o kültürün kendine özgü niteliğinden kaynaklanmamaktadır. Çünkü

küreselleşen dünyada birbirine bağlı olan toplumsal gelişmelerin yansımaları, kültürler arasında var olan dengeler tarafından belirlenmektedir. Kaplan'ın da haklı olarak vurguladığı gibi, "(...) dünyada halklar, uluslar, sınıflar arasında, dolayısıyla da kültürler, dil toplulukları ve diller arasında eşitsiz bir ilişki(nin) ol(ması), bu alanda apaçık bir dengesizliğin hüküm sür(mesi)," (Kaplan, 2002, 269) çeviri edimini de etkilemektedir. Bunun ötesinde, ulusal ekonomilerin uluslararası düzlemde yapılan anlaşmalarla birbirine bağımlı biçimde işlemesi ya da borsa gibi kuruluşların ulusal sermayenin denetiminden çıkması yabancı şirketlerin yerel kuruluşlara olan ilgilerini artırmıştır. Ülkeler arasında ürün ve kişilerin serbest dolaşımı da küreselleşmenin sınırsız bir biçimde varlığını sürdürdüğüne işaret etmektedir. Örneğin bu bağlamda turizmin her kesimden insana yönelik olmasının getirdiği canlanma, yabancı dillere/kültürlere olan ilgiyi artırmıştır.

Küreselleşmeye ilişkin saydığımız bütün bu gelişmelerle çeviri olgusu arasında nasıl bir ilişki olabilir? Çeviri, dünyadaki küreselleşme sürecini nasıl etkilemektedir? Küreselleşme sürecinde öncü rol oynayan toplumlarla bu süreçte daha az belirleyici olan toplumlar arasında var olan güç ilişkileri/ dengeleri çeviri olgusuna nasıl yansımaktadır? Bu ve buna benzer soruları bu çalışmamızda eleştirel bir biçimde sorgulamaya çalışacağız.

## **2. TİCARİ ÜRÜNLERDE EGEMENLİĞİN SİMGESİ OLARAK DİL**

Küreselleşmenin sonucunda sınırların gittikçe belirsizleştiği, haberleşmenin/iletişimin hızlandığı, kolaylaştığı/ucuzladığı, uluslararası siyasi ve ticari ilişkilerin yoğunlaştığı bir dünyayı çeviri olgusunu hesaba katmadan düşünmek neredeyse olanaksızdır. Çünkü uluslararası düzlemde gerçekleşen küreselleşme sürecinde, kültürler/diller arasında yapılan anlaşma ve görüşmelerde çeviri, iletişimi sağlayan bir köprü konumundadır. Simgesel anlamdaki bu köprünün nasıl kurulduğunu anlayabilmek için öncelikle küreselleşmenin en yaygın ve etkin olduğu uluslararası ticaretin işleyişinde çevirinin nasıl bir işlevi olduğunun ortaya konması gerekmektedir. Bilindiği gibi, dünyadaki kaynaklardan yararlanma ve ticarete pazar payını artırma savaşlarında üretilen ürünlerin doğru/etkili biçimde tüketicilere pazarlanması son derece önemlidir. Zira tüketicinin talepleri ve gereksinimlerini yeterince dikkate almayan bir kuruluşun ürününün küresel düzlemde varlığını fazla sürdürmesi güçtür. Pazarlanan ürünlerin erek kitlenin gereksinimleri doğrultusunda belirlenmesi, söz konusu ürünün satış başarısını artıracaktır. Başka bir söyleyişle, ürünler var olan gereksinimlere yanıt vermeli ya da söz konusu kitlede yeni bir gereksinim uyandırmalıdır. Bu amaçlara ulaşılması ancak 'yerinde' alınan kararlarla olasıdır. Sözgelimi, ürününü dünya pazarlarında satmaya çalışan bir işveren, bu ürünü satmak istediği ülkede bulunan bir tanıtım

ve pazarlama ajansı ile bağlantıya geçmektedir. Bu ajansta, konusunda uzman bir kişi olarak görev yapan çevirmen, üretici firmanın istekleri/beklentileri doğrultusunda pazarlanacak ürün hakkında bilgi aldıktan sonra, bu bilgileri erek kültürün diline nasıl çevrilmesi gerektiğine karar vermektedir. Ürün hakkındaki bilgiler, ürünün adı gibi konular, alınan kararlara göre değiştirilmektedir. Burada ürünün hangi erek kitleye yönelik olduğu, erek kitlenin kültür ve gelir düzeyinin nasıl olduğu, hedeflenen kitlenin üründen neler bekleyebileceği, çeviri yapılırken göz önünde bulundurulması gereken konulardır. Çünkü Smith'in de reklam metinlerinin çevirisi bağlamında altını çizdiği gibi, bu tür metinlerin erek kültürdeki işlevi belirleyicidir. Reklamlarda işlenen konu ve motifler başka bir kültürde farklı karşılanabileceği gibi her kültürün kendine göre bir 'bağlam gereksinimi' (Kontextbedarf) vardır. Smith özellikle birbirine yakın olan Amerikan, İngiliz ve Alman kültüründeki 'bağlam gereksinimi', Japon, Çin ve Arap kültüründekine oranla daha düşüktür (Smith, 1998, 230-240). Bu açıdan bakıldığında, bir çevirmen, kaynak kültürdeki bir reklamı, metni ve görsel malzemesiyle bire bir çevirmek yerine, reklamın kaynak kültürde nasıl bir etki yarattığına bakarak benzer bir etkisinin erek kültürde nasıl sağlanabileceğini göz önünde bulundurmalıdır. Altay'ın "Reklam Çevirisi" adlı makalesinde belirttiği gibi, bir ürünün pazarlanmasında dilsel aktarımın başarı sağlamak için yeterli değildir. Çünkü "(...) çeviri kendi başına soyut olarak algılanabilecek bir olgu değildir. Yapıldığı kültürel ve zamansal boyutuyla birlikte ele alınmalıdır"<sup>1</sup> (Altay, 2000, 39-40). "Çevirinin başarısı reklam metninin anlamsal ve işlevsel eşdeğerliğinin bulunmasına bağlıdır" (Gülmüş, 2004, 120). Bir ürünün pazarlanmasında böyle bir eşdeğerliliği çeviride sağlayabilmek ancak erek tüketici kitlesinin içinde bulunduğu kültürel ve zamansal boyutunun hesaba katılmasıyla olasıdır.

Bir ürünün pazarlanmasına ilişkin bütün bu çalışmalar yapıldıktan sonra yabancı bir ürünün bir toplumda hangi basılı ve görsel medyada/araçlarla tanıtılacağı, nasıl pazarlanacağı da aynı bağlamda ele alınabilir. Sayılan bütün bu süreçler çeviriyle doğrudan ilintilidir. Seslenen kitle ile çevirinin niteliği arasında bir koşutluk sağlanmamışsa, ürünün pazarlanmasının başarılı olması beklenemez. Bu açıdan bakıldığında, küreselleşen pazar ekonomisinde çevirinin işlevsel niteliği nasıl olmalıdır, sorusu akla gelmektedir.

1 Altay, makalesinde reklam metinlerin çevirisinde karşılaşılan sorunların nedenlerini gruplandırarak sözcük sözcüğüne çevirinin güçlüklerini örneklerle göstermektedir. Genel anlamda karşılaşılan sorunları Altay beşe ayırmaktadır: 1. Reklamlarda sözcüklerle resmetmenin olması; 2. Reklamı yapılan bir ürünün adının yan anlamı önemliyse; 3. Kaynak ve erek dilin gramer yapıları farklıysa; 4. Reklamlarda ses oyunlarının olması; 5. Reklamlarda sözcük oyunlarının olması. (Altay, 2000, 35-39). Reklam dünyasında kullanılan teknik ve teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bu sorunları çeşitlendirmek olasıdır. Sözgelimi, reklamlarda kullanılan görsel ve işitsel malzemelerin çevirisinde kaynaklanan sorunları farklı bir yaklaşımla irdelemek gerekmektedir.

### 3. KÜRESELLEŞMENİN SONUCU OLARAK YERELLEŞTİRME ANLAYIŞI

Küreselleşme sürecinde en çok dikkati çeken konuların başında yerelleştirme/yerleştirme kavramı gelmektedir. Küreselleşmiş olan dünya pazarlarında bir ürünün etkin biçimde pazarlanması, onun tüketicinin içinde bulunduğu değerlerin/normların gözetilmesiyle olasıdır. Tüketicilerin küresel pazarlamada odak alınması, ürünlerin erek alıcıya uygun hale getirilmesini gerektirmektedir. Bir ürünün erek kitleye uygun hale getirilmesi, bu ürünlerin ve ona ait bilgilerin 'yerelleştirilmesiyle' olasıdır. Bu da ürünün erek kültür alıcısının niteliklerine göre yeniden 'pazarlanmasını' zorunlu kılmakta, daha doğrusu, ürünler ulaşılmak istenen tüketicinin niteliğine göre değiştirilmektedir.

Çeviri tahinde de karşılaşılan 'yerelleştirme' kavramı küreselleşmedeki kavramla ne oranda örtüşmektedir? İleride de görüleceği gibi, her iki alanda da yerelleştirme anlayışında erek kitle odak alınmaktadır. Her ne kadar küreselleşme evrensel bir anlayışı yansıtsa da, bu kavramın yerelleştirmeden ayrı düşünülmeyeceği tartışma götürmez. Bunun nedeni, küreselleşmenin bir yandan dünyada ortak bir kültürü oluştururken, öte yandan ulusal değerlerin gittikçe daha çok önem kazanmasına yol açmasıdır. Çünkü kendi kültürel/ulusal değerleriyle çelişen, o değerlere karşı olan bir olgu küreselleşemez. Uluslararası alanda etkin olabilmek için yerel değerlerin dikkate alınması zorunludur. Avrupa Birliği'nde ve uluslararası alanlarda yapılan görüşmelerde/toplantılarda özellikle yerel dilin kullanılması bunun en somut göstergesidir. Küresel bir yapılanmanın sonucu olan uluslararası kuruluşlarda yerel dillerin güç dengelerine bakılmaksızın aynı derecede temsil ediliyor olması, bir anlamda diller arasında bir 'eşitliği' de sağlamaktadır. Bundan dolayı, bu kuruluşlarda üye olan ülkelerin sayısı kadar çevirmen sayısı bulunmaktadır.<sup>2</sup>

Küreselleşme sürecinde etkin bir rol oynayan çevirinin yerelleştirmeyi nasıl gerçekleştirdiğini tartışmadan önce, yerelleştirme kavramını bu bağlamda biraz daha açıklamak gerekmektedir. 'Yabancılaştırma'nın karşıtı anlamında kullanılan 'yerelleştirme' kavramı, çeviri tarihi ve biliminde yabancı bir kültüre özgü olan dilsel ve kültürel bir göstergesi, erek kültürdeki okurları odak alarak değiştirmektedir.<sup>3</sup> Başka bir söyleyişle, yerel kültüre göre yabancı olan bir etmeni yapıtı/ürünü erek kitleye, onun kültürüne uygun duruma getirilmesi anlamında kullanılmaktadır. Burada vurgulanan uygunluk, erek kitlenin beklenti ve gereksinimlerinin çeviri

2 Avrupa Birliği'nin çeviri işleriyle ilgili çeviri merkezi olan 'Directorate-General for Translation' (DGT), 2003 yılına kadar katılan yeni üyelerle birlikte, bu alanda farklı dillerde ve alanlarda görev yapan, sayısı yaklaşık iki bini bulan çevirmenin 110 dilde çevirmenlik hizmeti verdiği dünyanın bu alanda en büyük işverenidir (Norberg, 2003, 11).

3 Bu kavramlar çeviri tarihinde, farklı metin türlerinden yola çıkarak ilk kez Antik dönemde Cicero, daha sonra kutsal metinler bağlamında Hieronymus ve Luther tarafından kullanılmıştır. Ancak çeviri açısından bu kavramları ayrıntılı biçimde tanımlayan/irdeleyen Schleiermacher olmuştur (Vermeer, 1998; Klöpfer, 1967; Stögrig, 1993).

yaklaşımında esas alınmasıdır. Başka bir söyleyişle, çevrilen bir yapıtta erek kitlenin yadırgayacağı, uzak duracağı yabancı etmenlerin çeviriden çıkarılıp yerine söz konusu kitlenin kolay benimseyeceği bildik/alışılmış değerleri/göstergeleri konulmaktadır. Çeviri tarihine bakıldığında, yerelleştirici yaklaşımı yansıtan farklı görüşler ileri sürülmüştür. Çeviri ediminin başladığı dönemden itibaren yerelleştirici yaklaşımları, zaman zaman uyarlayıcı çalışmalar biçiminde de görmek olasıdır. Antik dönemden başlayarak yirminci yüzyıla kadar hemen hemen her dönemde görülen uyarlayıcı çeviri yaklaşımında, kaynak alınan yapıtlara özgü olan konu, biçim, olay ve kişilerin ulusal kültüre/dile göre değiştirilmesinde çevirmenlerce bir sakınca görülmemiştir.<sup>4</sup> Bu yaklaşımın temelinde, kimi zaman ulusalcılık, başkalarına göre üstün olma, kimi zaman ise dilsel ve kültürel bilincin gelişmemiş olması yatmaktadır. Yirminci yüzyılda çeviride görülen yerelleştirici yaklaşımlarda kaynak metne bağlı kalınmakla birlikte, çevirinin yabancılığını okura duyumsatmamak için çeviride bazı değişikliklerin yapılması gerektiği savunulmuştur. Daha çok yazmsal, sonraları ise kutsal metinlerde ortaya çıkan bu yaklaşımda, çeviride alınan kararlarda 'anlamın' altı çizildiği görülmektedir.<sup>5</sup> Bu çeviri yaklaşımlarında ölçüt olarak metinlerde anlaşılır olma kaygısı daha çok ön plana çıkmaktadır.

### 3.1. Yirminci Yüzyılda Çeviri Kuramlarında Yerelleştirmenin Önemi

Yukarıda yapılan saptamaların ışığı altında, yerelleştirici çeviri yaklaşımı ile küreselleşme arasındaki bağı yorumlamaya çalışalım. Bunu yapabilmek için, bu ilişkiyi destekleyici bazı kuramsal görüşlerden yola çıkmak gerekmektedir. Küreselleşme olgusunu, ticari ilişkiler açısından, bir yandan güçlü tarafın belirleyiciliğine, öte yandan hedef kitleye yönelik kararların alınmasına bağlı bir dizge olarak düşünürsek, bu konunun yirminci yüzyılın ikinci yarısında çeviribilimde bazı kuramlarda farklı biçimde dile getirildiği bilinmektedir. Yirminci yüzyılda yerelleştirici çeviri yaklaşımını savunan kuramların başında, 'erek odaklı' olarak adlandırılan Hans J. Vermeer'in "Skopos", Itamar Even-Zohar'ın "Çoğuldizge" (Polysystem) ve Gideon Toury'nin "Betimleyici Çeviri" (Descriptive Translation) kuramlarıyla küreselleşme arasında ortak konuların/sorunların olduğu söylenebilir. Farklı açılardan da olsa bu kuramlarda yerelleştirici bir

4 On yedinci yüzyılda Fransa'da yaygın olan bu yerelleştirici yaklaşım, Fransız hukukçu ve dil araştırmacısı Gilles Ménage'nin 'güzel sadakatsizlik' anlamındaki 'la belles infidèles', yerelleştirici çeviri yaklaşımın en uç noktası olan uyarlamacı bir anlayışı yansıtmaktadır. Çeviri için seçilen yapıtlar, Fransızca'nın mükemmelleştirilmesi için birer alıştırma ve yardımcı bir araç gibi görülmüştür (Moumin, 1967, 37).

5 Luther ilk kez bunu dini metinlere uygulayarak "Ein Sendbrief vom Dolmetschen" (Çeviriye İlişkin Açık Mektup) adlı yazısında Incil'in geniş kitleler tarafından anlaşılması için dilinin halkın düzeyine indirgenip Almancaştırılması gerektiği görüşünü savunmuştur (Luther, 1973, 15).

çeviri yaklaşımı savunulmaktadır. Her ne kadar kuramlar çevirinin işlevi konusunda birbirinden farklı görüşler ileri sürseler de, bu kuramların 'erek odaklı' olmaları, çevirinin küreselleşme bağlamında nasıl yorumlanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Çünkü bu kuramların çeviride erek kültürü çıkış noktası yapmaları, küreselleşmenin vazgeçilmez koşullarından biri olan yerelleştirmeye örtüşmektedir. Dolayısıyla uluslararası alandaki değişen güç ilişkilerinin çeviriye olan yansımalarını gösterebilmek için çeviride 'yerel' değerleri ölçüt alan erek odaklı olan çeviri yaklaşımlarını göz önünde bulundurmamak kaçınılmazdır. Gerek bir toplumun içerisinde, gerekse toplumlar arasında değişen güç ilişkileri, Çoğuldizge ve Betimleyici Çeviri kuramlarında daha çok toplumsal normların çeviriye nasıl biçimlendirdiğini işaret etmesine karşın, bu ilişki Skopos kuramında çevirmenin işverenle olan anlaşması ve onların belirlediği amaçlar doğrultusunda kurulmaktadır.

İki kuramın da erek kültürdeki normların altını çizmesi, çeviri tarihinde uzun süre egemen olan kaynak metnin 'dokunulmazlığını' ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle, kaynak metinden farklı olsa da, erek kültürde çeviri olarak görülen her metin çeviri olarak kabul edilmektedir.<sup>6</sup> Çünkü çeviriyi belirleyen siyasal, toplumsal, ekonomik etmenler, çevirinin bir anlamda erek kültürün gereksinmelerinin bir sonucu olarak görülmesine yol açmıştır. Ancak güç ilişkilerinin çeviri sürecinde kimleri, nasıl etkilediği konusu iki kuramda farklı biçimde dile getirilmektedir. Betimleyici kuramlar olarak nitelendirilen Çoğuldizge ve Betimleyici Çeviri Araştırmaları, çeviri ürününü değerlendirirken kültürde 'var olan' etmenleri betimlemeyle başlarken,<sup>7</sup> Skopos kuramı bu etmenleri çeviri sürecinin bir parçası olan çevirmen-işveren-okur arasındaki ilişkinin biçimlenmesi bakımından vurgulamaktadır.<sup>8</sup> Buna bağlı olarak işverenin istekleri doğrultusunda ortaya konan çevirinin amacı ve işlevi, kültürde 'var olan' koşullar tarafından belirlenmektedir. Çeviri amacının kültürde 'var olan' koşullarla örtüşmesi, çevirinin erek okurun beklentisine uygun kılınmasıyla çeviride başarı sağlanmaktadır. Başka bir söyleyişle, okurun çeviriye karşı olumsuz bir tutum içinde olmamasına Skopos kuramında dikkat edilmektedir.<sup>9</sup> Böyle bir yaklaşım, aynı zamanda çevirinin yapılmasını sağlayan işverenin

6 Vermeer, Toury ve Even-Zohar'ın çeviriye ilişkin görüşlerinde erek kültür odak alındığından dolayı çevrilmiş olan her yapıtın, kültürün bir parçası ve onun etkisi altında yaratılan bir ürün olması, çevrilen yapıtların değersizliği/gereksizliği kabul edilmemektedir. Çünkü çeviri de erek kültürdeki bütün metinler gibi iletişimsel bir ortamın sonucudur.

7 Bengi-Öner, Toury'nin betimleyici kuramı bağlamında, çevirilerde olası ya da olması gerekenden çok, "gerçekten olan ilişkiler(den)" yola çıktığını vurgulamaktadır. Böyle bir yaklaşım, çeviri sürecini kanıtlanabilir ve gözlemlenebilir kılmaktadır (1999, 18-29).

8 Vermeer, işvereni salt çevirmene görevi veren kişi olarak sınırlandırmamaktadır. Çeviri edimini başlatan etmenlerden biri olan işveren, çevirmenin kendisi de kaynak metnin yazarı da olabilir (Vermeer, 2004, 265).

9 Vermeer, çevirinin başarısını erek okurun göstereceği tepkiyle ölçmektedir. Okurun çeviriye karşı olumsuz bir tepki duyması, çeviriyi başarısız kılmaktadır. Ancak Vermeer tepki kavramını geniş anlamda almak gerektiğinin altını çizmektedir. Bazen çeviriye karşı duyulan tepki zamansal nedenlerden dolayı gecikebilir, dile getirilmeyebilir ya da okurda düşüncel anlamda kalabilir. Bu nedenle tepkiyi 'potansiyel' ve 'gerçek' olmak üzere ikiye ayırmaktadır (Vermeer, 1983, 55).



satış kaygısının bir sonucu olarak yorumlanabilir. Betimleyici kuramlarda çeviri süreci odak alınmadığından, çevirinin işlevinin/amacının Skopos'ta olduğu gibi pragmatik (yararçı) bir yaklaşım olduğu savunulamaz. Bu kuramın, genel alanda çeviri ürününden yola çıkması, çeviri sürecinden önce belirlenen 'olası' etmenleri dikkate almayarak, çeviri ürününün ortaya çıktığı 'ortamı' irdelemeyi gerektirmiştir. Skopos kuramında olduğu gibi, burada önsel bir işlev ya da genel geçer bir yaklaşım söz konusu değildir. Bu açıdan bakıldığında, yapıtın/ürünün istenilen biçimde hedef/erek kitleye ulaşmasını göz önünde bulunduran Skopos kuramıyla küreselleşme olgusu arasında benzerlikler olduğu biçiminde bir saptama yapılabilir. Genel olarak Skopos kuramına ilişkin saydığımız bu nitelikleri, küreselleşme olgusunun Skopos'a yansımaları olarak kabul edilebilir mi?

#### 4. KÜRESELLEŞME BAĞLAMINDA EREK ODAKLI ÇEVİRİ KURAMLARININ ÖNEMİ

Erek odaklı olan ve çeviriyi işlevsel açıdan ele alan Skopos kuramında, çevirinin amacı okurun çeviriye gösterdiği tepki ile ilişkilendirilmektedir. Daha açık bir söyleyişle, bu kuramda okurun istendik bir tepki verebilmesi için, öncelikle çevirinin nasıl bir etki yaratmasına karar verilmelidir. Çevirinin amacı bu etkinin açık biçimde tanımlanmasını gerektirmektedir. Skopos kuramında çevirinin amaca ve onunla eşdeğer olan işleve odaklanmasının en iyi göstergesi, bu kuramın, Yunanca'da amaç anlamına gelen "Skopos" sözcüğüyle adlandırılmasıdır.<sup>10</sup> Çevirinin amacı, bir etmene bağlı olmaktan çok, karmaşık sayılabilecek süreçlerden ve buna bağlı olan kararlardan oluşmaktadır. Burada işverenin beklentileri, 'çıkarları', çevirmenin bu beklentiyi gerçekleştirecek bir uzmanlığa sahip olması ve okurun olumsuz tepkisine yol açmayan, onun beklentilerine, kültürüne uygun bir çevirinin yaratılması ölçüt alınmaktadır (Reiss/Vermeer, 1991, 106-107). Örneğin, çevirinin amacını belirleyen işveren konumunda olan yayınevini, öncelikle kitabı okuyacak olan hedef okur kitlesinin beklentilerini göz önünde bulundurması durumunda çeviri kitabının satışında ve yeniden basılmasında sorunlar yaşanması büyük bir olasılıktır.

Görüldüğü gibi, bir amaca yönelik işlevsel bir çeviri anlayışının savunulduğu Skopos kuramı ile küreselleşen ticari ilişkilerin işleyişi arasında sıkı bir bağdan söz edilebilir. Çünkü bu kuramda dile getirilen görüşler, küreselleşme anlayışına yönelik uygulamaları destekler niteliktedir. Skopos kuramında bir ürünün/yapıtın çeviri aracılığıyla en uygun biçimde erek kitleye ulaşmasının başarı olarak nitelendirilmesi, küreselleşme sürecindeki yerelleştirme anlayışıyla örtüşmektedir. Skopos

<sup>10</sup> Yunanca'da amaç, hedef anlamına gelen Skopos'u Reiss/Vermeer işlev anlamında da kullanmaktadırlar (Reiss/Vermeer, 1991, 96). Dolayısıyla önceden belirlenmiş olan bir amaç doğrultusunda çeviri metni istenilen işlevi yerine getiriyorsa çevirinin Skopos'u gerçekleştirmiştir.

kuramında bir kaynak metinden yola çıkılarak yapılan çevirinin, okura göre değişebilir olması, geleneksel çeviri anlayışının küreselleşmeye bağlı olarak bu kuramda artık geçerlilik taşımadığını kanıtlamaktadır. Skopos kuramına yöneltilebilecek eleştirilerin başında, erek kitlenin görece beklentilerine yönelik olan çevirinin amacının, küreselleşme sürecinde sık sık karşılaşılan ‘metalaştır(ıl)ma’ olgusuyla ilişkilendirilebilir olması gelmektedir. Okur/Tüketici, çeviriden/üründen memnunsa, daha doğrusu, onu ‘rahat’ biçimde ‘tüketebiliyorsa’, Skopos yerine gelmiş demektir. Ancak böyle bir yaklaşım özellikle biçim ve biçem kaygısının egemen olduğu yazınsal metinlerde karşılaşılan sanatsal niteliğe zarar verebileceği göz ardı edilmektedir. Her ne kadar Skopos kuramı erek odaklı ve işlevsel bir çeviri yaklaşımını savunsa da, çevirideki amacın değişmesiyle kaynak metne olan bağlılık ve onun sanatsal ‘bütünlüğü’ korunmuş olacaktır. Bu açıdan bakıldığında, Skopos kuramının göreceli yaklaşımı, çevirmenin farklı kararlar alabilmesini olası kılmaktadır.

Skopos gibi erek odaklı olan Çoğuldizge ve Toury’nin Betimleyici Çeviri kuramı küreselleşme bağlamında ele alındığında, bu kuramların çevirinin işleyiş aşamaları yerine, makro düzlemde çeviriyi etkileyen güç ilişkilerine odaklandıkları görülmektedir. Bu kuramlarda, çeviriyi etkileyen, onu biçimlendiren, çevirinin öyle olmasına neden olan etmenlerden yola çıkıldığından, bu etmenler sorgulanmaktadır. Bu çerçevede, her çevirinin erek kültürde/yazında ortaya çıkmasını sağlayan belli bir işlevi olduğu savunulmaktadır.<sup>11</sup> Bu işlevler, Skopos’ta olduğu gibi çeviriden önce karar veren kişiler tarafından değil, tarihsel bir takım koşullar tarafından belirlenen kültürel gereksinimlere ve siyasal duruma bağlı olarak belirlenmektedir. Bu da doğal olarak bu kuramlarda nedensellik ilişkilerinin önemli bir yere sahip olduğu gerçeğini göstermektedir. Çeviriler bu kuramlarda, kimi zaman yerel kültürdeki koşulların etkisinde gelişebileceği/ortaya çıkabileceği gibi, kimi zaman ise çevirilerin yerel kültürü etkilemesi söz konusudur. Küreselleşme sürecinde pazarlanan ürünler insanların tüketim alışkanlıklarını değiştirebilmektedir. Ancak bu alışkanlıklar genellikle kültürden kültüre göre değiştiğinden, pazarlanan yeni ürünlerin de kültürden kültüre farklı sunulmasını gerekli kılmaktadır.

Betimleyici çeviri kuramlarının küreselleşme olgusuyla örtüşen bir başka tarafı ise, yapıtların/ürünlerin yerel kültürdeki/yazındaki güç ilişkilerinin altının çizilmesidir. Dolayısıyla bir ürünün yerel kültürde yaratacağı etki, o kültürdeki güç dengelerinin niteliğine göre değişebilmektedir. Sözgelimi, önceden ya da yeni çevrilmiş bazı yapıtların bir kültürde kısa zamanda güncellik kazanması, o dönemde meydana gelen sosyo-kültürel yapıyla koşut nitelikler göstermektedir. Bir kültürde egemen/güçlü olan bir anlayışın, çeviride uygulanan normları belirlemesi, neyin, ne zaman, nasıl

11 Erek kültürdeki normlar tarafından biçimlendirilen çevirinin işlevini yerine getirmesi, Toury’e göre onun belirli bir dilde/yazında “(...) bir boşluğu dolduruyor olması(dır)” (Toury, 2004, 236).

çevrileceğinde etkili olmaktadır. Küreselleşen dünyada hangi normların geçerlilik kazandığı ya da güncel olduğu, genellikle gelişmiş ülkelerin aldığı kararlara bağlıdır. Gelişmekte olan ya da az gelişmiş olan ülkeler, gelişmiş ülkelerin teknoloji, üretim araçları ve parasal kaynaklar gibi maddi desteğine farklı oranda bağımlı olduklarından, o ülkelerde güncel olan bir konu kısa zamanda başka ülkelerde de güncellik kazanabilmektedir. Örneğin İngilizce’ye Japonca’dan çevrilen bir romanın Amerika’da en çok satanlar listesine girmesiyle, daha önce bir başka ülkelerin yazın dünyası tarafından tanınmayan bir kitap, kısa zamanda birçok dile çevrilebilmektedir. Ya da gelişmiş bir ülkenin ünlü bir aktörünün yazınsal değeri düşük olan bir romanının kendi ülkesinde geniş bir tanıtımla yayınevleri tarafından desteklenmesi, başka ülkelerdeki yayınevlerinin ilgisinin bu kitaba yönelmesi ve bu kitabın yayınevlerince çevrilmesi gibi örneklerle artık küreselleşen dünyamızda gün geçtikçe daha sık karşılaşılmaktadır. Ancak basılı ve görsel yayın dünyasında karşılaşılan bu tür olguların her zaman başarı sağladığı söylenemez. Çünkü bir yapıta/ürüne duyulan ilgi, genellikle bir kültürün içinde bulunduğu koşullara göre değişebilmektedir. Daha açık bir söyleyişle, bir kültürde başarı elde eden bir yapıt/ürün, başka bir kültürde aynı başarıyı her zaman elde edemeyebilir. Betimleyici çeviri kuramları bu bağlamda bir yapıtın görece olan ‘başarısını’ ya da ‘başarısızlığını’ tarihsel koşullara dayanarak açıklamaktadırlar. Benzer bir ilişki, küreselleşen pazar ekonomisi için de geçerlidir. Bir kültürde pazarlanan bir ürüne gösterilen ilgi, bir başka kültürde aynı sonucu vermeyebilir. Sözgelimi, batı kültürüne özgü olan siyasal-tarihsel içerikli bir çağ romanının bir uzak doğu ülkesinin diline yapılan çevirisi, o ülkedeki okur kitlesi tarafından aynı ilgiyle karşılanmayabilir. Burada okurların beklentilerini büyük ölçüde belirleyen sosyo-kültürel alt yapının önemi büyüktür. Bu açıdan bakıldığında, küreselleşme olgusunu da içine katarak yapılacak olan betimleyici bir çeviri çalışmasının, farklı dönemlerde hangi ürünlerin/yapıtların değer kazandığı/talep gördüğü ve bunun ardında yatan kültürel etmenlerin neler olduğunun daha nesnel biçimde irdelenmesine yardımcı olacaktır. Kaplan, her ne kadar erek odaklı olan Skopos ve Betimleyici Çeviri kuramlarında küreselleşmeye ilişkin görüşlerin dile getirilmediğini savunsa da, (Kaplan, 2002, 271-272) bu kuramlardaki yaklaşımların genel anlamda küreselleşmenin etkisiyle biçimlendiği unutulmamalıdır.

Güç ilişkilerinin çeviri yoluyla bir dile yansması en somut biçimde, bir dildeki yabancı etmenlerin yoğunluğuna bakılarak görülebilir. Bir çeviride yerel dilden ve onun dünya görüşünden ne kadar çok uzaklaşmış olursa, söz konusu çeviri o kadar çok yabancı etmenin etkisi altındadır demektir. Buna karşın, bir çeviride yerel kültüre özgü izler çoksa, o yapıtta yerelleştirici bir yaklaşımın ağırlık kazandığından söz edilebilir.<sup>12</sup> Burada gelişmiş ülkelerin dış ülkelere sattıkları ürünlerin adlarını, hatta içerdikleri ürün bilgilerini

12 Örneğin yurt dışına ihraç edilen Türk ürünlerine verilen yabancı adlar, Türkçe’nin küresel pazarda etkisini azaltmaktadır. Oysa gelişmiş ülkelerin ürünlerinin isimlerine bakıldığında, bu isimlerin yerelleştirilmeden kullanıldığı görülmektedir. Bu yaklaşım, küresel güç ilişkilerinin bir sonucudur.

yerel tüketicinin diline çevirmemeleri, ürünle özdeşleşen yerel dile aynı zamanda küresel bir güç olma niteliği kazandırmaktadır. “Aroma”, “soft”, “light”, “hijyen” gibi sözcüklerin karşılıkları çoğu dilde olmasına karşın, ısrarla bu sözcüklerin çevrilmeden kullanılması, yerel kültür açısından ele alındığında, toplumda dil bilincinin yeterince gelişmemiş olduğu; yabancı kültür açısından ise, bunun bir gücü simgelediği söylenebilir.

Yerel kültürdeki tarihsel koşulların ve güç dengelerinin değişmesi, kimi zaman bu kültürde güçsüzlüğe/yetersizliğe neden olmaktadır.<sup>13</sup> Bu dönemlerde kültürler daha çok başka kültürlerin etkisi altında kalmaktadır. Özellikle bu dönemlerde yerel dil/yazın dış dünyadan gelen etkilere açık bir yapıdadır. Küresel bağlamda güçlü bir ekonomiye sahip olan bir kültür başka bir kültürü birçok alanda olduğu gibi, çeviri yoluyla da etkileyebilir. İki kültür arasındaki güç dengesi ne kadar derinse, güçlü olan tarafın kendi izlerini diğer kültürde daha çok bırakması ya da etkilemesi kaçınılmazdır. Çünkü belirleyici olan taraf, kendi değerlerini/ürünlerini daha çok ‘pazarlayacağından’, daha az güçlü olanı etkileyecektir. Örneğin yabancı şirketlerin ürettikleri ürün ve filmler, geniş halk kitlelerinin konuştuğu dilde, eğer o dili korumaya yönelik kurumsal bir yapı gelişmemişse ya da toplumda dil bilinci yetersiz düzeydeyse, yerel dil kendi yapısıyla çelişen bir söylem biçimi geliştirebilir. Yerel ürünler ya da kuruluşlar olmalarına karşın kendi ürünlerinde yabancı sözcükleri/adları yeğleyen kuruluşların bir kültürde sayıca çok olması, küreselleşmedeki güç ilişkisinin bir yansımasıdır. Yerel bir pazarda sunulan ürünlerde gereğinden fazla yabancı isimlerin kullanılması, ‘dil kirliliği’ denen olguya neden olabilir. Bunun en açık kanıtı, gelişmiş ülkelerde bile gençlerin kendi dillerindeki sözcükleri kullanmak yerine medyada yapılan çevirilerin de etkisiyle İngilizce sözcükleri yeğlemeleridir.

Yerel ürünleri yurt dışında pazarlanırken ürünlerde kullanılan diller, küreselleşmede hangi kültürün egemen olduğunu göstermektedir. Ürünlerin üzerinde bulunan bilgilerin hangi dillere çevrilmiş olduğu ya da yabancı ürünlerin yerel kültürde pazarlanmasına karşın, ürün bilgilerinin o kültürün diline çevrilmemesi küreselleşmedeki güç dengelerini yansıtmaktadır. Küresel ticarete çevirilerin hangi dilden yapıldığı, dışsatımın yoğunluğuyla doğru orantılı değildir. Başka bir söyleyişle, pazarlanan ürünlerdeki bilgilerin hangi dile çevrildiği, küresel güç ilişkilerinde dillerin ne kadar geçerlilik kazandığı ile ilintilidir. Avrupa’da pazarlanacak bir ürüne ait bilgilerin Avrupa’da ekonomik anlamda egemen olan kültürlerin dillerine çevrilmesi zorunludur.

13 Even-Zohar yazındaki güç ilişkilerini betimlemek için ‘çevresel’ ve ‘merkezi’ konumları kullanmaktadır. Merkezi konumda olan bir çeviri yerel yazında “(...) yenilikçi güçlerin bir parçasıdır (...)” (2004, 194). Buna karşın çevresel konumdaki çeviri ise, “(...) egemen olan bir yazın tipinin saptadığı alışılmış ‘norm’lara göre biçimlendirilmiş ve tutuculuğun başlıca etkilerinden biri olmuştur.” (197).

Öte yandan, küreselleşme sürecinde her ne kadar egemen kültürün etkisi artsa da, yerel değerlere sahip çıkma, onları koruma da önem kazanmıştır. Sözgelimi, Türklerin yoğun biçimde yaşadığı Almanya'da pazarlanan ürünler hakkındaki bilgiler gittikçe daha sık Türkçe'ye çevrilmektedir. Bilindiği gibi uzun yıllardan beri Almanya'da yaşayan Türkler'e daha önceleri olmayan böyle bir seçeneğin sunulmuş olması, küresel anlayıştaki bir zihniyet değişiminin sonucudur.<sup>14</sup> Bu değişim, küreselleşen pazar ekonomisinin salt dış pazara değil, iç pazara da yöneldiğinin bir kanıtıdır. Almanya gibi yabancı insanların yoğun biçimde yaşadığı çok kültürlü ülkelerde artık üreticiler, kendi toplumlarındaki tüketim oranlarını artırıp daha çok kazanç sağlamak için toplumun bir parçası konumuna gelen farklı etnikteki insanların dillerini ürünlerinde kullanmaktadırlar. Özellikle para biriminin Almanya'da değişmesinden sonra yaşanan ekonomik sıkıntılar üreticilerin daha geniş bir tüketici kitlesine yönelmelerini kaçınılmaz kılmıştır. Bunun en çarpıcı örneği, 'Volswagen' firmasının 'etnik pazarlama bölümü', "Volswagen Türkçe konuşuyor" sloganıyla Almanya'daki üç milyonu aşkın Türk'e hizmet vermek için satış nokta ve çağrı merkezlerinde Türkçe konuşabilen personelin çalıştırılmasıdır.<sup>15</sup>

Küreselleşmenin etkisiyle toplumların/kültürlerin birbirine daha çok yaklaşması, yabancı/farklı olan kültürlerle karşı olan ilgiyi artırması, farklı bir bakış açısının ve dünya görüşünün ürünü olan yapıtların çeviri yoluyla niceliksel olarak da artmasına yol açmıştır. Yurt dışında yazınsal alanda verilen yerel ödüllerin özellikle dünyada egemen olan kültür anlayışının dışında bulunan bir dünyayı, bir söylem biçimini dile getiren yabancı yazarlara verilmesi, bunun en belirgin kanıtlarıdır. Küreselleşmeyle birlikte daha önce başka kültüre özgü olan sorunlar artık egemen kültürlerin de ilgi alanına girmiştir. Bu çerçeveden bakıldığında, küreselleşme süreci yerel değerleri kimi zaman dış dünyaya karşı savunmasız bırakmış, kimi zaman da onu korumanın yollarını yine kendisi arama yoluna girmiştir. Dolayısıyla Aijaz Ahmad'ın, egemen kültürlerin birçok alanda tekilci konumda olmalarının "(...) kültürler arasında (...) alışverişi neredeyse olanaksız duruma ge(tirdiği)" (Kaplan, 2002, 270) savı tam anlamıyla gerçeği yansıtmamaktadır. Verilen örneklerle de açıkça görüldüğü gibi, küreselleşme sürecinde tüketici profiline ön plana çıkmasını yerel

14 Bu değişim aynı zamanda Almanya'da yaşayan Türkler'in tüketim alışkanlıklarını değiştirmeleriyle de ilintilidir. Daha önce para biriktirip ülkelerine geri dönmeyi düşünen Türkler, Almanya'da asgari düzeyde tüketime katılmaktaydılar. Ancak Alman kültürüyle daha uyumlu olan üçüncü kuşağın Almanya'da yetişmesi ve Türkler'in orada yatırımlarını artırmalarıyla, ailelerin ülkelerine geri dönme istekleri azalmıştır. Bütün bunlar Türkler'in artık para biriktirme kaygısının yok olmasına, aynı zamanda tüketim güçlerini artırmalarına neden olmuştur. Bunun ayırımında olan Alman üreticiler, ürünlerinde Türkçe'nin kullanımını artırmışlardır.

15 Bu konuda Emre Özpeynirci'nin Hürriyet Gazetesi'nde çıkan haberine bkz. <http://www.usakgundem.com-haber.php?id=1564> (21.02.2007)

değerlerin önemini artırdığı söylenebilir.

## 5. SONUÇ

Skopos gibi Çoğuldizge ve Betimleyici Çeviri kuramları da çevirilerin erek kültürün bir ürünü olarak değerlendirilmesi, çeviriyi anlamlı kılanın erek kitle olması, çeviri olgusunun bütünsel bir açıdan erek kültürün gereksinimleriyle bağdaştırılması, çeviride göreceli yaklaşımların, yerleştirici anlayışın ön plana çıkması, bu kuramlarla küreselleşme olgusu arasında bir örtüşme olduğunu göstermektedir. Bu açıdan yorumlandığında, küreselleşme olgusunun çağdaş çeviri kuramlarını nasıl etkilediğini somut biçimde görmek olasıdır. Skopos kuramı, küreselleşme bağlamında pazar ekonomisine bağlı işleyişin çeviri sürecini nasıl biçimlendirdiğini göstermesine karşın, betimleyici kuramlar daha çok küreselleşmedeki güç ilişkilerinin çeviriyi nasıl biçimlendirdiğini, kuramsal düzlemde irdellemektedirler. Skopos kuramı çeviriyi mikro düzlemde ele alırken, betimleyici kuramlar çeviride kültürü ve onun tarihsel konumunu göz önünde bulundurduklarından çeviriye makro düzlemde yaklaşmaktadırlar. Bu tür farklılıklar her iki kuramı birbirinden ayırır da, çeviri ediminde erek kültür normlarının çoğul bir dizge içerisinde ele alınması, bu kuramların birbirini tamamladığını göstermektedir. Küreselleşme sürecinde gerek çevirinin nasıl etkilendiğini, gerekse çevirinin bu süreçteki rolünün neler olduğu daha iyi anlayabilmek için her iki kuramdan da yararlanması, bütüncül bir çeviri yaklaşımı için kaçınılmaz olmuştur.

## KAYNAKÇA

- Altay, A.** (2000). Reklam Çevirisi, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Cild: 17, Sayı: 1, Ankara, s. 33-41.
- Bengi-Öner, I.** (1999). Çeviri Eleştirisi Bağlamında Eleştirel Bilincin Oluşması ve Eleştiri, Üst-Eleştiri, Çeviribilim İlişkisi, (ed.) Işın Bengi-Öner, *Çeviri Bir Süreçtir... Ya Çeviribilim?* İstanbul: Çeviribilimsel-Forum 2, s. 111-136.
- Even-Zohar, İ.** (2004). Yazımsal Çoğuldizge İçinde Çeviri Yazının Durumu. (çev. S. Paker), (ed.) Mehmet Rifat, *Çeviri(bilim) Nedir? Başkasının Bakışı*. İstanbul: Dünya Yay., s. 191-200.
- Gülmüş, Z.** (2004). Sözcük Oyunlarının Çevirisi. IV. Uluslararası Dil, Yazın ve Deyişbilimi Sempozyumu Bildirileri, Çanakkale, s. 115-122.
- Kaplan, İ.** (2002). Küreselleşmenin Bakımsız Güç İlişkileri Bağlamında Çeviri Kuramlarına Yeniden Bakış. (ed.) B. B. Gülen/İ. Boztaş/C. Veldhues, *Tranlation Studies in the New Millennium, Proceedings from the 1. International Conference on Translating and Interpreting*, Bilkent University, Ankara: Bizim Büro Basımevi Yay., s. 267-273.
- Klöpfer, R.** (1967). *Die Theorie der literarischen Übersetzung. Romanische-deutscher Sprachbereich*. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Luther, M.** (1973). Sendbrief vom Dolmetschen, (ed.) Hans Joachim Störig, *Das Problem des Übersetzens*, Band 8, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, s. 14-32.
- Mounin, G.** (1967). *Geschichte, Theorie, Anwendung*. München: Stauffer Verlag.
- Norberg, U.** (2003). *Übersetzen mit doppeltem Skopos. Eine empirische Prozess- und Produktstudie*. Stockholm: Acta Universitatis Upsaliensis.
- Özpeynirci, E.** (2005). Volkswagen Almanya'da Artık Türkçe Konuşuyor. <http://www.usakgundem.com/haber.php?id=1564> (21.02.2007)
- Reiss, K./Vermeer, H. J.** (1991). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Smith, V.** (1998). Werbetexte, (ed) Mary Snell-Hornby vd., *Handbuch Translation*, Tübingen: Stauffenburg Verlag, s. 238-242.

**Störig, H. J.** (1973). *Das Problem des Übersetzens*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

**Toury, G.** (2004). Çeviri Normlarının Doğası ve Çevirideki Rolü (çev. A. Eker), (ed.) Mehmet Rifat, *Çeviri(bilim) Nedir? Başkasının Bakışı*. İstanbul: Dünya Yay., s. 233-252.

**Vermeer, H. J.** (1983). *Aufsaetze zur Translationstheorie*. Heidelberg.

**Vermeer H. J.** (1998). Eine tranlatorische Dreiechgeschichte: Wahrheit, Treue und Schönheit – Versuch eines historischen Bogenschlags. (ed.) M. Ammann ve H. J. Vermeer, *TEXTconTEXT, 1 – Vol. 12 = NF 2*, Heidelberg.

**Vermeer, H. J.** (2004). Çevirinin Doğası – Bir Özet. (çev. Ş. Bahadır – D. Dizdar), (ed.) Mehmet Rifat, *Çeviri(bilim) Nedir? Başkasının Bakışı*. İstanbul: Dünya Yay., s. 257-266.