

Kültür Aktarımında Bireysel Sosyal Sorumluluk ve Dilin Doğru Kullanımı: Bir Afiş Tasarımı

Doç. Dr. Bahar Urhan
Doç. Dr. Çağrı Gümüş

Makale Geliş Tarihi: 22.08.2020
Yayına Kabul Tarihi: 10.04.2021

Özet

Kültür aktarımının en güçlü aracı olan dil toplumun kimliğini koruması bakımından oldukça önemlidir. Bu nedenle dilin doğru kullanımı, toplumların kimliğini muhafaza edebilmesini sağlar. Bu çalışmanın başlıca amacı dijital iletişimin de etkisi ile yozlaşmaya başladığı düşünülen dilimizin özellikleri ve kelimelerinin muhafaza edilmesinde toplumun nüvesi olan bireylerin sosyal sorumluluğuna dikkat çekmektir. Klavye ile yazı yazmaya alışan gençlerin, kelimelerin orijinal haline sadık kalmaya dikkat etmiyor olması bireysel sorumluluk bilincinin yeterli olmadığını göstermektedir.

Söz konusu durumun tespiti için, bir özel üniversitede öğrenim gören 18-22 yaş aralığında 218 öğrenciye yaygın olarak yanlış kullanılan kelimelerin, yazılı olarak doğru halinin bilinirliğini ölçmek üzere tasarlanmış kısa bir test eş zamanlı olarak uygulanmış, bu anketin sonuçlarına göre kelimelerin bilinirliğinde eksikler olduğu tespit edilmiştir. Durumun tespit edilmesinin ardından alan yazın taraması ile dilin kültürel miras olarak aktarımının önemi ortaya konulmaya çalışılmış ve dijital bir afiş tasarımı aracılığı ile söz konusu soruna çözüm önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Dil, İletişim, Tasarım, Kültürel Miras

INDIVIDUAL SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORRECT USE OF LANGUAGE IN CULTURE TRANSFER: A POSTER DESIGN

Abstract

Language, which is the most powerful tool of cultural transmission, is very important in terms of preserving the identity of society. For this reason, the correct use of the language can preserve the identity of societies. The main purpose of this study is to draw attention to the social responsibility of individuals who are the core of society in preserving the language features and words of Turkish, which is thought to be corrupted by the effect of digital communication. The fact that young people who are accustomed to typing with the keyboard, do not pay attention to remain true to the original state of the words shows that the individual responsibility awareness is not sufficient.

In order to determine the situation, a short questionnaire designed to measure the awareness of the misused words in written form was applied simultaneously to 218 students between the ages of 18-22 who were studying at a private university. After the determination of the situation, the importance of the transfer of language as a cultural heritage was tried to be revealed by literature review and a possible solution to the problem has presented via a digital poster design.

Keywords: Culture, Language, Communication, Design, Cultural Heritage.

Doç. Dr. Bahar Urhan. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Antalya. E-posta: baharurhan@akdeniz.edu.tr ORCID: 0000-0001-5559-9311

Doç. Dr. Çağrı Gümüş. KTO Karatay Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Konya. E-posta: cagrigumus79@gmail.com ORCID: 000-0001-5901-9708

Giriş

İletişimin teknoloji içine hapsolmaya başlaması ve buna bağlı olarak kendini gösteren toplumsal sorunlar yüzeysel olmaktan çıkmış, bilimin yardımı ile çözülmesi gereken habis olgulara dönüşmüştür. Bu durum tamamen teknoloji içerisine doğmuş olan yeni nesillerin farkına varamadığı, önceki nesillerin ise büyük bir tehlike olarak gözlemlediği bir gerçekliktir. Bu nedenle yeni nesillerin toplumsal değerlere olan duyarlılığını artırmak bir nevi kültürel yozlaşmayı engellemek anlamına gelebilmektedir. Çalışma içerisinde sıklıkla vurgusu yapılan bireysel sosyal sorumluluk olgusunun kültür aktarımı açısından incelenmesi alana sözü edilen sorunların çözümü açısından bilimsel katkı sağlayacaktır. Bu nedenle dijital nesillere kendi anlayacakları dilden yaklaşmanın, bu bağlamda da kısa ve etkili mesajlar vermenin etkinliği çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Kültür ve dilin ayrılmaz bir bütün olması, dilin yozlaşmasının kültüre verdiği zarar ve kültürel mirasın aktarılmasında bireylerin sorumlulukları, çalışmanın teorik çerçevesini oluşturmaktadır. Bu soruna çözüm olabilecek faaliyetlere uygun bir örnek olması bakımından afiş tasarımı ile farkındalık yaratılmak istenmiştir. Bireysel sosyal sorumluluğun geliştirilmesi ve mevcut sorunun çözümüne katkı sağlaması bakımından çalışma çerçevesinde sosyal medya ve dijital mecralarda sergilenmek üzere tasarlanan afişler ve bu afişlerin analizleri de çalışma içerisinde yer almaktadır. Mesajı kısa ve öz biçimde iletmesi ve yeni neslin aşına olması bakımından bir test biçiminde tasarlanan afişlerin amacı bireylerin bu konudaki eksikliğini test etmelerini, doğru formları kalıcı biçimde öğrenmelerini sağlamak ve kültür aktarımı açısından dilin doğru kullanımı konusunda gençlerin bireysel sosyal sorumluluklarının altını çizmektir.

Kültür ve Dil

Dilin bir bütün olarak; kültürün tanımı, ifadesi ve aktarımı açısından önemi oldukça büyüktür. Dilbilimsel ayrıntıların (hem içerik hem de form olarak) derin kültür anlayışı ile alaka düzeyi çok açıktır. Bir başka deyişle, dilsel biçimin kültürel önemi, hatları belirli kültürel düzenden çok daha gizli bir seviyede yer almaktadır (Sapir, 1985: 26). Kültürün hem özüne hem de şekline ait olan dil ve onun doğru kullanımı, bir çeşit kültürel kişilik özelliği olarak düşünülmelidir. Nasıl ki insanların kendilerine has hassasiyetleri mevcuttur, kültürlerin de en hassas olması ve muhafaza etmeye en özen göstermesi gereken özelliği, dili olmalıdır. Kültür dil aracılığı ile öğrenilmektedir.

Dilin öğretilmesi ve korunması sürecinde kültür gerek yazılı gerekse sözlü ve görsel araçlarla tutumlar ve eylemler yaratması bakımından bu sürecin

en önemli parçasıdır (Durmuş, 2019: 51). Öte yandan Edward T. Hall'a göre; madem kültür birtakım öğeleri aracılığı ile öğrenilebilmektedir, o halde öğretilbilir olduğu da ortadadır. Ancak bununla ilgili kültürü oluşturan öğeler içerisinde sadece dil öğretiminde başarılı bir çerçeve olduğu görülmektedir. Dil konusunda elde edilen öğretilme başarısının ölçütleri, kültürün diğer sistemlerine de uyarlanabilir. Dille ilgili bu ölçütler şunlardır:

1. Kökleri diğer ileri yaşam formları ile yaygın olarak paylaşılan biyolojik bir aktivite olmasına dayanmaktadır. Geçmişle bağı koparmamak şarttır.
2. Diğer sistemlere başvurmadan kendi terimleri içerisinde analiz yapılabilir. Böylece daha karmaşık birimler halinde oluşturulabilecek izole edilmiş bileşenler içerecek şekilde düzenlenebilir.
3. Kültürün geri kalanı dile de yansır ve dilin kendisi de kültürün geri kalanına yansır (1959: 61). Bu bağlamda dilin bir kültür ögesi olarak öğretilbilir olması mümkün hale gelmektedir. Bu ölçütler kültürün başka öğelerine (normlar, adetler, din vb.) uygulansa da dil öğretiminde elde edilen teknik yapıya benzer başarılı bir yapının oluşması mümkün görünmemektedir.

Bir toplumun dili, kültürü ve tarihi, birbirini tamamlamakta olan ve iç içe geçmiş kavramlardır. Tarihsel süreçte gerçekleşmiş olaylar ve farklı bakış açıları kültürü de etkilemiştir. Dil ve kültür devamlı olarak birbirini etkilemektedir bu nedenle de dilde ortaya çıkan yozlaşma ile kültürel yabancılaşma eşzamanlı olabilmektedir. Toplumlar kendi ihtiyaçları doğrultusunda dili meydana getirmiş ve kullanmaktadır. Dolayısıyla toplumun kullandığı kelimeler de ihtiyaçlarına cevap vermek üzere tasarlanmış seslerden ibarettir. Kültürleri ayakta tutan dildir bu nedenle bazı sosyal bilimciler toplumları dil-kültür sistemi olarak tanımlamaktadır (Karahisar, 2013: 73). Çamdereli'ye (2006) göre, dilin var olup sürdürülmesi için toplumun ortak bir dilde uzaklaşması gereklidir. Diller toplumların ortak akli, ortak deneyimi ve birikimidir bu nedenle ortak bir düşünce ile hayat bulmaktadır. Dil üzerinde sözü geçen uzlaşma sona erdiğinde ya da kaybolmaya başladığında ortaya çıkan karmaşa dilin toplumun ortak düşüncesi olabilme becerisini yitirmesine neden olacaktır. Bu bakış açısı ile toplumun ortaklığını yitirmesi ve kaybolması mümkün görünmektedir. Dilde meydana gelen olumsuzluklar toplumun tarihsel ve kültürel birikimini de tehlikeye sokmaktadır. Toplumlar üzerindeki etkisi herkesçe bilinen ve toplumları şekillendirme ve yön verme becerisine sahip olan kitle iletişim araçları, dilin doğru kullanılması ve kusurların elimine edilmesi bakımından önemli bir sorumluluk taşımaktadır. Yeni nesillerin kullandığı ve en fazla vakit geçirdiği sosyal medya ise günümüzün kitle iletişim araçları içerisinde en etkili araç olarak öne çıkmaktadır. Bu yüzden gençlere sosyal medya aracılığı ile ulaşmak ve

bu şekilde mesaj iletmek etkili bir yöntem olacaktır.

Sorumluluk ve Bireysel Sosyal Sorumluluk

Sorumluluk terimi felsefe alan yazınında, antik kökenleri olmasına rağmen, nispeten geç incelenmeye başlanmış bir kavramdır. Terimin, mesuliyetin doğası ve sonuçları ile ilgili tartışmalar sonucu ortaya çıkmış olduğu ve mesuliyetin sorumlulukla eşanlamlı olduğu kabul edilmektedir. McKeon, kavram tarihçesinde, sorumluluk isminin, 17. ve 18. yüzyıllarda, kral ya da parlamento tarafından gündeme getirilen suçlamalara cevap verilebilme fikirlerine atıfta bulunmak için İngilizce, Almanca ve Fransızca olarak görünmeye başladığını belirtmektedir. Buna göre sorumluluk güvenilir olma ve yükümlülükleri yerine getirme konusunda, ahlaki olarak hesap verme kabiliyetidir. Çok daha önce, Plato, Aristoteles ve Zeno dâhil olmak üzere Yunan filozofları, mesuliyet kavramını; adalet, görev ve haksızlıkla ilgili ceza analizlerinde kullanmışlardır. Çağdaş felsefede ise halen kabul edilen nedensellik ve sorumluluk çerçevesindeki iki yönü ile sorumluluğun anlamları ayırt edilmektedir (Schlenker, Britt, Pennington, Murphy ve Doherty, 1994).

Günümüzde birçok insan yardım kuruluşlarına ve sosyal sorumluluk fonlarına para bağışlamakta, doğa dostu ürünler tüketmekte, kan bağışlamakta ya da zamanlarını ve hatta bazen hayatlarını iyi amaçlar için feda etmektedir. Bu gibi sosyal davranışlar birbirine bağlı değişik motivasyonların bir karışımıdır. Bu motivasyonlardan ilki; gerçek ve özgün özgecilik tarafından yönlendiriliyor olmasıdır, çünkü insanlar farklı derecelerde iyi şeyler yapmayı ve yardım etmeyi istemektedir. İkincisi maddi teşvikler olabilmektedir çünkü bu gibi maddi katkıların vergiden düşülebilir olması durumunda insanların hayır kurumlarına maddi katkıda bulunma ihtimali daha yüksektir. Üçüncü olarak ise, yardımların toplumsal öz-saygı kaygısından da yönlendiriliyor olmasıdır. İnsanı yönlendiren bu davranışlar, başkalarının gözünde ve aynı oranda da insanın kendi gözünde kendisinin nasıl bir insan olduğunu tanımlamaktadır (Be' nabou ve Tirole, 2010: 3). İnsan, nasıl bir insan olduğu ile ilgili kendi içindeki algı arayışını sorumluluk duygusu ile eşgüdümleyebilir.

Bireysel sosyal sorumluluk, insanların toplumsal sorunlarla ilgili sergilediği bilinçtir ve kapsamı toplumun ihtiyaç ve taleplerine göre değişebilmektedir. Bireysel sosyal sorumluluk devletin ya da şirketlerin sosyal sorumluluk adı altında yapmakta oldukları eylemlerden farklıdır ve bu tür eylemlerin dışında, birey bazında gerçekleşmektedir. Bu eylemlerin gerçekleştirilmesinde bireyler herhangi bir çıkar gözetmez ve toplumsal normlar ve değerler çerçevesinde faaliyette bulunurlar. Buna göre bireysel sosyal sorumluluk:

1. Zorunlulukla gerçekleşmemesi bakımından üst düzey bir davranış şeklidir. Bireysel sosyal sorumlulukta gönüllülük esastır.
2. Bireylerin içinde yaşadığı toplumun sorunlarına ilgili olmasını gerektirdiğinden bir farkındalık süreci içerisinde gerçekleştirilen eylemlerdir.
3. Eğitim ve aile tarafından öğretilbilir özellikte olması bakımından, duyuşsal ve bilişsel bir süreç içermektedir.
4. Bir çeşit iş birliğidir ve etkili sonuç alabilmek adına doğal çevreden edinilen paydaşlarla bir proje şeklinde yönetilebilir.
5. Toplumun genel ve özel olarak düşünölebilecek tüm alanlarını kapsar ve bunlara dönük olarak gerçekleştirilir (Eraslan, 2011: 83). Bireysel sosyal sorumluluk bilinci ile yetiştirilen nesiller, sadece somut miraslarına değil soyut miraslarına da değer verir ve gönüllü olarak sahip çıkabilir. Bu gibi değerlerin korunması ve aktarılmasının kişilerin bireysel sosyal sorumluluğu ve topluma gönüllü olarak faydalı olmanın bir yolu olduğunun altını çizmek önemlidir. Dolayısıyla, hedef kitlesi gençler olan ve bu amaca hizmet edecek mesajları, gençlerin zihinlerinde yer etmesi amacıyla, görsel pekiştirme yoluyla sunmak oldukça faydalı olacaktır.

Yeni Nesiller ve Dil Kullanımı

Ferdinand de Saussure, yazının görüntüsünün, yazının sesinin yerini aldığı, insanın zihninin bu görüntüyü kaydettiğini ileri sürmektedir. Bu durumun yarattığı olumsuz sonuç ise çocukların ve gençlerin zihninde sosyal medyada görmüş oldukları yanlış kelimeleri olduğu gibi zihinlerine kaydediyor olmalarıdır. Üstelik Saussure, insanların görsel izlenimlerinin işitsel izlenimlerinden daha güçlü olduğunu açıklamakta bu da sosyal medyada Türkçe'nin yanlış kullanılmasının hafızada güçlü bir biçimde yer alması anlamına gelmektedir. Yeni nesillerin sıklıkla içinde bulunduğu sosyal mecralarda, kelime kısaltmalarını ve yanlış yazımı önemsemiyor olmaları, dil ve düşünce arasındaki bağın da giderek kaybolmasına neden olmaktadır (Karahisar, 2013). İnternet ortamının kendine has olarak üretmekte olduğu kültür içerisinde kendi öz kültürümüzü yitirmeye başladığımız açıktır bu da dilin kültüre has olan formunu kaybetmeye başlaması anlamına gelmektedir.

Günümüzde değişim hızına ayak uydurmakta zorlanılan teknolojik gelişmeler nedeniyle gençlerin kültürel mirası koruması ve aktarması bağlamında zorluğa neden olmakta, ancak buna çözüm olarak da teknolojinin kullanılması gerekliliği kendi içinde bir ironi haline gelmektedir. Çünkü teknoloji ve internet kavramlarının gücü kendini çoktan ispatlamıştır. Herkesin

her an her yerde olabilme imkânı, gençlerin zaman ve mekân kavramından uzaklaşmasına yol açmıştır. Bu derece teknoloji ile iç içe olmak ise tehlikelerinin yanı sıra içerisinde fırsatlar barındırmaktadır. Başka bir deyişle, küreselleşmenin kültürleri korumaya yardımcı bir süreç olarak değerlendirilmesi ve bu yönde çalışmalar yapılması mümkündür (Kasapoğlu Akyol, 2016: 151). Küreselleşme dilin dönüşümü ve değişiminin en etkili sebebidir ancak aynı zamanda, bu konuda tedbir alınmasının da en uygun zemini olabilir.

Dilin dönüşümü ve değişimi, o dili konuşan nesillerin kullanımı azaltmasının sonucunda, bir eskime olarak tanımlanmaktadır. Dilin değişmesi nesiller arası kültürel aktarımın başarısızlığı anlamına gelmektedir. Sosyologlar dilin değişmesi ve dönüşmesini biraz daha ileri boyuta taşıyarak somutlaştırmış ve nesiller sorunu adını vermişlerdir. Bu sorunun özü şudur; insanlar sürekli olarak doğar ve ölür, ancak bir kuşak kohortu olabilmek sosyo-kültürel bir olgudur. İnsanlar kuşaklar aracılığı ile tarihte aynı dilim içerisinde olmanın ruhunu taşımaktadır. Ve bu kuşakların kendinden öncekilerden etkilenme, kendinden sonrakileri de etkileme gücü vardır (Suslak, 2009: 202). Bu nedenle nesillerin ait oldukları kuşak içerisinde dil ile ilgili duyarlılıkları azalmaktadır ve dolayısıyla duyarsızlıkları da yeni nesillere olumsuz bir kültürel aktarım olarak kendini gösterecektir. Aynı şekilde önceki kuşağın görevi de aynı tarihsel dönem içerisinde birlikte yaşadığı alt kuşakların özelliklerine uygun bir biçimde, kültürel özellikleri teslim aldığı şeklini bozmadan aktarmaya çalışmaktır.

Sosyal Medya

Sosyal medya, bilgi edinmek, bilgi yaymak, iletişim kurmak veya toplumu bilinçlendirmek gibi amaçlar için kullanılmaktadır. Terim olarak bakıldığında sosyal medya, ağ teknolojileri aracılığıyla yapılan, etkileşim sağlamak ve iletişim kurmak amacıyla oluşturulan sistemlerdir. İnternet kullanıcılarına farklı uygulamalarla edinmek istedikleri bilgilere ve konulara ulaşma imkânı sunmaktadır. Erişim kolaylığının olması ve kendini yenileyebilmesi sosyal medyanın özellikleri arasındadır (Konuk ve Güntaş, 2019: 4). İnternetin gelişmesi ve yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte telefon ve bilgisayarlar hayatın her alanında kendini göstererek vazgeçilmez öğeleri haline gelmiştir. İçinde bulunduğumuz dönemin teknoloji dönemi olması nedeniyle hemen hemen herkes telefon veya bilgisayara sahip olmakta ve sıkça kullanılmaktadır. Günümüzde internet, insanlar arası iletişimi gerçekleştirmede büyük önem taşımaktadır. Çünkü internete her alanda ve her anda erişebilmemiz, mesafeleri gözetmeksizin telefon veya bilgisayar aracılığıyla iletişim kurmamıza, bilgilere rahatça ulaşabilmemize neden olur. Bunu gerçekleştiren de sosyal mecralardan sıkça yararlanırız.

Sosyal medya, kullanıcılara birbirleriyle bazı yollardan etkileşim kurmalarını – haber, fikirler, bilgi ve çıkarları paylaşarak sağlayan web siteleri, çevrimiçi araçlar ve diğer interaktif iletişim teknolojilerine çoğunlukla verilen addır. Sosyal medya katılım ve bağlantıyı teşvik eden toplulukların ve ağların inşasını içermektedir (Ayten, 2013:4).

Sosyal medya gönderileri, bloglar, videolar, basın bültenleri gibi çevrimiçi içerik üreten kanallar aracılığıyla hedef kitleyle iletişim kurulabilmektedir. Bireylerin sosyal medyada gönderi paylaşmak, kampanya oluşturmak, yorum ve beğenileri artırmak gibi amaçlarının dışında hedef kitleyle etkileşimde bulunma arzuları da vardır. Bulduğumuz zaman içerisinde sosyal medya reklamları aracılığıyla hedef kitleye ulaşmak mümkündür. Bu reklamlarda görülen en önemli özellik, reklamların tıklanması sonucu marka ile hedef kitle arasında etkileşimin gerçekleşmiş olmasıdır. Hedef kitlenin reklama beğeni ve yorum gibi geri bildirimlerde bulunması olumlu bir süreçtir (Uğurlu, 2018: 205-206). Sosyal medya reklamlarının geniş kitlelere ulaşma imkânı göz önünde bulundurularak genç bireylere ulaşmak ve bu doğrultuda onları bilinçlendirmek amacıyla altı sosyal medya reklamı tasarlandı. Bu tasarımlar aşağıda görüldüğü gibidir.

Yöntem

Bu çalışma, yeni nesillerin soyut kültürel miras olarak dil kullanımı ve bir sonraki nesle aktarımının bir bireysel sosyal sorumluluk olarak ele alınması amacıyla tasarlanmıştır. Çalışmanın temel sorusu, üniversite eğitimi almakta olan Y ve Z kuşağına ait bireylerin kendi dilleri içerisinde yer alan birtakım kelimelerin kullanımı ile ilgili bilgi eksikliği olup olmadığıdır. Bu nedenle orijinal yazımı sıklıkla karıştırılan kelimelerden oluşan çoktan seçmeli bir test gönüllü olarak katılımcı olan 19-25 yaş aralığında olduğu görülen 218 özel üniversite öğrencisine eş zamanlı olarak sunulmuş, kelimelerde karşılaşılan kullanım hataları tespit edilmiştir. Çalışmanın bir sonraki aşamasında ise bu hataların telafisi ve doğru bilgi verme ihtiyacını karşılayabilmesi açısından sosyal medyada görünmesi planlanan postlar tasarlanmıştır.

Bu postların tasarlanma amaç ve biçimi dikkate alındığında çalışma aynı zamanda tarama modelinde betimsel bir araştırmadır. Sosyal medya post tasarımlarının hazırlanması amacıyla 3 öğretim üyesi, 1 eğitim uzmanı, 1 metin yazarı, 1 iletişim uzmanı 2 grafik tasarımcıdan oluşan bir uzman grup oluşturulmuştur. Öncelikle Türkçe kelimelerin doğru ve yanlış kullanımları ile ilgili strateji (amaç, problem tanımlandı ve hedef kitle belirlendi) ve yaratıcı strateji (slogan ve hedef kitleye verilecek mesajlar hazırlandı.) geliştirilmiştir. Sonrasında mesajı doğrudan açıklayan, mevcut problemi ve çözümü birlikte sunan bir slogan yapısı tercih edilmiştir. Seri bir sosyal

medya postu olarak oluşturulan tasarımlar için özenle seçilen içerikler, ti-pografiye taşınmıştır.

Bulgular

Çalışma içerisinde sadece öz Türkçe kelimelerin yanı sıra dilimize başka dillerden geçmiş, Türkçeleşmiş ve sıklıkla kullanılmakta olan kelimeler de seçilmiştir. Burada altının çizilmesi gereken dilin doğru kullanımı ve söz konusu kelimelerin Türkçeleşmiş hali ile doğru biçimde kullanılıp kullanılmadığıdır. Türkçede bazı kelimeler kök bakımından belki Türkçe değildir, fakat Türkçeleşmiş ve Türkçenin malı olmuştur (Timurtaş, 2008). Gönüllü katılımcılara, gençlerin sosyal medya yazışmalarında doğru yazımını sıklıkla karıştırdığı gözlemlenen 30 kelime: herkes, meyve, çünkü, makine, naylon, yanlış, düğüm, aferin, şoför, yalnız, ekşi, aşçı, kibrit, atölye, tespit, amfi, ataş, kravat, kopya, leğen, nispet, pembe, şalter, tüyo, şarj, ritüel, garaj, unvan, tembih, mevta kelimeleri, hangisi doğru? sorusu eşliğinde yanlış yazımları ile birlikte sorulmuştur.

<i>Doğru Kelime</i>	<i>(%) f</i>	<i>Yanlış Kelime</i>	<i>(%) f</i>
Herkes	97,7	Herkez	5,3
Meyve	92,8	Meyva	7,2
Çünkü	100	Çünki	-
Makine	66,2	Makina	33,8
Naylon	95,9	Laylon	9,41
Yanlış	92,8	Yallış	7,2
Düğüm	98,2	Düyüm	1,8
Aferin	84,6	Aferim	15,4

Şoför	82,8	Şöför	17,2
Yalnız	100	Yannız	-
Ekşi	99,5	Eşki	0,5
Şarj	94,6	Şarz	5,4
Aşçı	89,6	Ahçı	10,4
Kibrit	98,2	Kirbit	1,8
Garaj	100	Garaş	-
Atölye	98,6	Atelye	1,4
Tespit	83,3	Tesbit	16,7
Amfi	86	Anfi	14
Ataş	90	Ataç	10
Ritüel	85,1	Rituel	14,9
Kravat	94,1	Gravat	5,9
Kopya	98,2	Kopye	1,8
Leğen	98,6	Leyen	1,4
Nisbet	78,3	Nispet	21,7
Pembe	99,1	Penbe	0,9

Şalter	46,6	Şarter	53,4
Tüyo	89,2	Tiyo	10,8
Unvan	25,7	Ünvan	74,3
Tembih	92,3	Tenbih	7,7
Mevta	10	Mefta	90

Tablo 1. Katılımcıların Türkçe Kelimeleri Doğru Kullanım Düzeyleri

Buna göre; herkes kelimesini katılımcıların %97.7'sinin doğru, %2.3'ünün yanlış kullandığı; meyve kelimesini katılımcıların %92.6'sının doğru, %7.4'ünün yanlış kullandığı; çünkü kelimesini katılımcıların tamamının doğru kullandığı; makine kelimesini katılımcıların %66.5'inin doğru, %33.5'inin yanlış kullandığı; naylon kelimesini katılımcıların %96.3'ünün doğru, %3.7'sinin yanlış kullandığı; yanlış kelimesini katılımcıların %92.7'sinin doğru, %7.3'ünün yanlış kullandığı; düğüm kelimesini katılımcıların %98.2'sinin doğru, %1.8'inin yanlış kullandığı; aferin kelimesini katılımcıların %84.3'ünün doğru, %15.7'sinin yanlış kullandığı; şoför kelimesini katılımcıların %82.5'inin doğru, %17.5'inin yanlış kullandığı; yalnız kelimesini katılımcıların tamamının doğru kullandığı; ekşi kelimesini katılımcıların %99.5'inin doğru, %0.5'inin yanlış kullandığı; şarj kelimesini katılımcıların %94.5'inin doğru, %5.5'inin yanlış kullandığı; aşçı kelimesini katılımcıların %89.4'ünün doğru, %10.6'sının yanlış kullandığı; kibrit kelimesini katılımcıların %98.2'sinin doğru, %1.8'inin yanlış kullandığı; garaj kelimesini katılımcıların tamamının doğru kullandığı; atölye kelimesini katılımcıların %98.6'sının doğru, %1.4'ünün yanlış kullandığı; tespit kelimesini katılımcıların %83.4'ünün doğru, %16.6'sının yanlış kullandığı; amfi kelimesini katılımcıların %86.2'sinin doğru, %13.8'inin yanlış kullandığı; ataş kelimesini katılımcıların %89.9'unun doğru, %10.1'inin yanlış kullandığı; ritüel kelimesini katılımcıların %85.8'inin doğru, %14.2'sinin yanlış kullandığı; kravat kelimesini katılımcıların %94'ünün doğru, %6'sının yanlış kullandığı; kopya kelimesini katılımcıların %98.2'sinin doğru, %1.8'inin yanlış kullandığı; leğen kelimesini katılımcıların %98.6'sının doğru, %1.4'ünün yanlış kullandığı; nispet kelimesini katılımcıların %78.3'ünün doğru, %21.7'sinin yanlış kullandığı; pembe kelimesini katılımcıların %99.1'inin doğru, %0.9'unun yanlış kullandığı; şalter kelimesini katılımcıların %53'ünün doğru, %47'sinin yanlış kullandığı; tüyo kelimesini katılımcıların %89'unun doğru, %11'inin yanlış kullandığı; unvan kelimesini katılımcıların %73.9'unun doğru, %26.1'inin yanlış kullandığı; tembih kelimesini katılımcıların %92.2'sinin doğru, %7.8'inin yanlış kullandığı; mevta kelimesini katılımcıların %90.3'ünün doğru, %9.7'sinin yanlış kullandığı, tespit edilmiştir. Bu kelimeler içerisinde sadece garaj, yalnız ve çünkü kelimelerinin katılımcılar tarafından yüzde yüz doğru kullanılıyor olması kelimelerin doğru kullanım oranının %10 olduğunu göstermektedir.

Ayrıca anketin sonunda isteğe bağlı olarak kişisel görüş ve önerilerini belirtmelerini istediğimiz açık uçlu bölümde dile getirilen 13 yorum içerisinde; Gerçekten doğru kullandıklarını hiç sorgulamadığımız kelimeleri yeniden sorgulamamıza vesile olduğunuz için çok teşekkür ederim...; En son bizim de doğrularını öğrenebilmek için yanlış yaptıklarımız karşımıza çıkabilir.; Bu şekildeki karışıklık düzeyi hafife alınmayacak kelimelerin doğru kullanımı, umarım bu anket sayesinde çoğalır, ifadeleri de gençlerin bu yönde bir çalışmaya ihtiyaç duyup, değerini takdir ettiklerini göstermektedir. Diğer 10 yorum ise teşekkür ve çalışmaya başarı dilekleri şeklindedir.

Ayrıca anketin sonunda isteğe bağlı olarak kişisel görüş ve önerilerini belirtmelerini istediğimiz açık uçlu bölümde dile getirilen 13 yorum içerisinde; Gerçekten doğru kullandıklarını hiç sorgulamadığımız kelimeleri yeniden sorgulamamıza vesile olduğunuz için çok teşekkür ederim...; En son bizim de doğrularını öğrenebilmek için yanlış yaptıklarımız karşımıza çıkabilir.; Bu şekildeki karışıklık düzeyi hafife alınmayacak kelimelerin doğru kullanımı, umarım bu anket sayesinde çoğalır, ifadeleri de gençlerin bu yönde bir çalışmaya ihtiyaç duyup, değerini takdir ettiklerini göstermektedir. Diğer 10 yorum ise teşekkür ve çalışmaya başarı dilekleri şeklindedir.

Sosyal Medya Postları Analizi

Çalışmada tasarlanan sosyal medya postları üç aşamada analiz edilmiştir:

Görsel

Sosyal medya post tasarımlarına ilk bakıldığında büyük puntolarla, siyah renkte ve kalın olarak yazılmış boşluklardan oluşmuş Türkçe kelimeler görülmektedir. Bu kelimelerin hemen altında ise boşlukları tamamlamak için gerekli olan harfler beyaz renkte ve daha küçük puntoda seçenekli halde yazılmıştır. Soru şeklinde yazılan boşlukları ve şıkları olan kelimenin altında mesaj yer almaktadır: Boşluklar Doğrularla Anamlı

Ana mesajın hemen altında ise Türkçenin güzelliğini ve anlam zenginliğini vurgulamak için seçilen kelimenin kök yapısı belirtilmiş, kelimenin Türkçe karşılığı bilgi olarak verilmiştir. Zeminde pastel renkler özellikle dikkatin öndeki yazıya verilmesi için kullanılmıştır. Görsel bize şu mesajları vermektedir:

Kelimenin Boşluklarla verilen kelimeyi hem konuşma hem de yazılı dilde doğru şekliyle kullanmamız gerekir. Eğer bu kelimeleri doğru şekliyle kullanmazsak Türkçemiz kirlenmektedir. Sen boşlukları kelimenin doğrusu ile doldurursan, dil kirliliğini de engellemiş olursun. Yapacağın tek şey boşlukları doğrularıyla doldurmaktır.

Metin

Metinler, görselde kullanılan ve postlara konu olan boşluklarla verilen ana kelimenin kısa açıklaması, şeklinde çalışılmıştır. Bu açıklama slogan ile desteklenmiştir. Görseli oluşturan boşluklarla verilmiş ana kelime, boşlukların doldurulması için gerekli olan harfler, bu kelimenin kısa açıklaması ve slogan olmak üzere 4 parçalı bir metin çalışması bulunmaktadır.

Örneğin;

Ana Kelime: Her---

Harfler: a) Kes b) Kez

Slogan: Boşluklar Doğrularla Anlamalı

Açıklama: Zamir (Herkes) İnsanların bütünü, cümle âlem.

Slogan

Boşluklar Doğrularla Anlamalı

Çalışmada, mesajını çok açık bir biçimde ortaya koyan, problemi ve çözümü birlikte sunan bir slogan yapısı tercih edilmiştir.

Sorun: Türkçenin Doğru Kullanımı.

Sorun Eylemi: Türkçenin doğru kullanımı

Çözüm: Boşluklar doğrularla anlamlı.



Şekil 1. Boşluklar Doğrularla Anlamalı konulu sosyal medya post tasarımları



Şekil 2. Boşluklar Doğrularla Anlamli konulu sosyal medya post tasarımları

Şekil 3. Boşluklar Doğrularla Anlamli konulu sosyal medya post tasarımları



Şekil 4. Boşluklar Doğrularla Anlamli konulu sosyal medya post tasarımları

Şekil 5. Boşluklar Doğrularla Anlamli konulu sosyal medya post tasarımları

Sonuç

Giderek bireyselleşen kültürlerde, toplumsal bilinç ve toplumsal sorumluluklardan ziyade bireysel olana vurgu yapmak ve bireylerin hassasiyetini kazanmak daha da etkili olmaktadır. Bu süreçte bireysel sosyal sorumluluk bilincini oluşturmaya ve sürdürmeye yönelik çalışmalar giderek daha da önem kazanacaktır. Yeni nesillerin değerlere olan bağlılığı giderek zayıflamaktadır. Genç kuşaklarla iletişim kurabilmek ve onların zihinlerinde bu değerlerin canlı kalmasını sağlamak gerekmektedir. Neredeyse sadece sosyal medyada dikkatlerini çekebilen olgulara hassasiyet göstermekte olan günümüz gençleri, dikkatlerini cezbedebilen olguların içeriklerini ise dikkat sürelerinin gitgide kısalması nedeniyle önemsememektedir. Bu durum, gençlerin sık sık test temelli sınavlarla bilgilerinin ölçülmesinin bir sonucu olarak düşünülebileceği gibi; kendilerine verilecek bilgilerin daha kısa ve öz olmasını beklemekte olduklarını ve içerikleri de bu şekilde özümstediklerini gözlemlemek de mümkündür. Bu nedenle afişler; kısa ve öz olarak mesajı iletmesi bakımından gençlerin zihinlerine ulaşabilecek doğru bir iletişim aracıdır.

Çalışma sonucunda gençlerin dili doğru kullanma konusunda yeterli hassasiyete sahip olmadığı tespit edilmiştir. Ancak kişisel ifadelerinde görüldüğü üzere bu konunun önemine de hassasiyet gösterildiği görülmektedir. Günümüz eğitim ve sosyal imkânların çatışması neticesinde vaktinin çoğunu dijital ortamda geçiren yeni nesillere ulaşmanın yolunun, dijital mecralar olduğu açıktır. Bu nedenle tasarlanan afişlerin bir kamu spotu niteliğinde ekranlara yansması gayri ihtiyari bir öğrenme ve bireysel sorumluluk süreci başlatabilir. Yeni nesillerin öğrenme biçimleri ve ilgi alanları dikkate alınarak yapılan sosyal bilinç oluşturma çalışmalarının, onların zihinlerine ve kültürel hafızalarına ulaşma konusunda daha verimli olacağı düşünülmektedir. Kültür yozlaşması tehlikesi ile karşı karşıya kalan milletlerin ilk hedefi yeni nesillere değerleri aktarmak olmalıdır. Ülkemizde, Dünya ülkeleri ile kıyaslandığında, ortalama sayının üstünde bir genç nüfus olduğu düşünüldüğünde, bu çabanın karşılıksız kalmayacağı ve öz kültürün çeşitli çalışmalarla muhafaza edilebileceği öngörülmektedir.

Tasarlanan afişleri görmesi beklenen hedef kitlenin, Türkçeyi doğru kullanma konusunda bilinçleneceği hem günlük hem de mesleki hayatında ana dilini doğru kullanmaya teşvik edilebileceği düşünülmektedir. Bu konunun ise bir çeşit bireysel sosyal sorumluluk olduğu bilinci yaratılması yeni nesillerin de kendilerinden sonra gelecek nesillere hassasiyet aşılması bakımından oldukça önemlidir. Bu mirası görsel ve yazılı mesajlar aracılığı ile aktarmanın kalıcılık bakımından da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu ve benzeri çalışmalar ile kültürün değerli olduğu ve korumak için çaba gösterilmesi gerektiği mesajı da

ayrıca alt metin olarak akıllarda kalacaktır. Gelecekte teknoloji tabanlı yaşam biçiminin daha da yaygınlaşacağı düşünüldüğünde büyük veriye bu çerçevede bir ilave yapmanın önemi aşikârdır.

Bu çalışmanın çıkış noktası çerçevesinde tasarlanacak daha büyük kapsamlı çalışmalar ile yeni nesillere bireysel sosyal sorumluluklarını benimsetmenin kolaylaşacağı düşünülmektedir. Bu nedenle ileriki çalışmaların zaman serisi çalışması şeklinde tasarlanması önerilebilir. Bu ve benzeri çalışmaların alan yazında yer alması gerekliliği de bilim insanlarının bireysel sosyal sorumluluğu olarak düşünülebilir.

Kaynakça

- Ayten, A. (2013). "Sosyal Medyada Türk Basını", *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 20, 2013, s. 4.
- Be' nabou, R. ve Tirole, J. (2010). "Individual and Corporate Social Responsibility", *Economica*, 77, 1–19, doi:10.1111/j.1468-0335.2009.00843.x.
- Çamdereli, M. (2006). "Medyanın Dilsel Etik Sorumluluğu", *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 9, 173-182.
- Durmuş, M. (2019). "Kültürlerin Temas Alanı Olarak Dil Öğretimi Süreçleri ve Mikro Saldırganlıklar", *Millî Folklor*, Yıl 31, Sayı 122, 50-63.
- Eraslan, L. (2011). "Bireysel Sosyal Sorumluluk Ölçeğinin (BSS) Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Aile ve Toplum Yıl: 12 Cilt: 7 Sayı: 24 Ocak-Şubat-Mart, 2011*. ISSN: 1303-0256.
- Hall, E. T. (1959). *The Silent Language*. New York: Doubleday & Company, Inc.
- Kasapoğlu Akyol, P. (2016). "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Örgün Eğitime Uygulanması: Ağaraştırması (Webquest) Örneği", *Millî Folklor*, Yıl 28, Sayı 111.
- Karahisar, T. (2013). "Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe", *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, Summer/Yaz – Cilt/Vol: 4 - Sayı/Num: 12*. DOI: 10.5824/1309-1581.2013.3.006.x
- Konuk, N.ve Güntaş, S. (2019). "Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı", *International Journal of Entrepreneurship & Management Inquiries (EMI)*, Cilt: 3, Sayı: 4, s.4.
- Sapir, E. (1985). *Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture and Personality*. Editör: David G. Mandelbaum, University of California Press. ISBN: 0-520-05594-2.
- Schlenker, B. R., Britt, T. W., Pennington, J., Murphy, R. ve Doherty, K. (1994). "The Triangle Model of Responsibility", *Psychological Review*, Vol. 101. No. 4. 632-652.
- Suslak, D. F. (2009). "The sociolinguistic problem of generations", *Language & Communication* 29, 2009. 199–209. doi: 10.1016/j.langcom.02.003.
- Uğurlu, S. (2018). "Sosyal Medya Sorumluluk Projelerinde, İçerik Üretimine ve Yarattığı Etkileşime Yönelik Bir İnceleme", *Asia Minor Studies*, Cilt: 6, Sayı: AGP Sempozyum Özel Sayısı 1, s. 205-206.

İnternet Kaynakları

- Timurtaş, F. K. (2008). "Medeniyet Dili, Türkçeleşmiş Türkçe, Zengin Dil", *Blogger.com: Lisanimiz*. <http://lisanimiz.blogspot.com/2008/07/medeniyet-dili-trkelemi-trke-zengin-dil.html> adresinden 01.09.2019 tarihinde alınmıştır.