



Medya Dili Türkçe



Adem Yılmaz*



Vildan Keleşoğlu**

Küreselleşen Yeni Yayıncılık Faaliyetlerinde Ekran Dilinin Dönüşümü: Türkçenin Kullanımı

1. Giriş

Dil; bir toplumun dünü, bugünü, geleceği, kısacası toplumsal kimliğidir. Kuşkusuz dil, iletişimsel alanda anlamlandırma sürecini inşa ederken aynı zamanda bu alanın nesilden nesle aktarılması ve kültürel birikime katkı sağlaması noktasında en önemli araç işlevini üstlenmektedir. İletişimin toplumsallık alanında oluşturulan benlik ve kültürel inşa, dil ile birlikte gelişmektedir. Bu noktada dili tahribata uğrayan toplumların, önce kültürleri ve nihayetinde kimlikleri erozyona uğramaktadır. Tarihsel süreçte kültürel aktarım, araçları iletişim tekno-

lojilerinde yaşanan gelişmelerle değişim gösterse de dil bu sürecin temel ögesi olarak varlığını devam ettirmiştir. Öte yandan kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı, kültürel aktarım ve dil kullanımında yeni bir sorumluluk alanını da beraberinde getirmiştir. Özellikle 1980'lerden itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan küreselleşme olgusu, dillerin uluslararası bir boyuta taşınmasına neden olmuştur. Öyle ki küresel sermayeyi elinde bulunduran egemen güçlerin ekonomik tahakkümü, kültürel alanda da etkisini göstermiş ve diğer kültürler üzerinde bir bozulma meydana gelmeye başla-

*Prof. Dr., Erzurum Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

**Arş. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İletişim Fakültesi



miştir. Liberal demokrasilerde kültürel tahakkümün kitlesel boyuta ulaşmasında kullanılan en etkili araç ise, dördüncü güç olarak kabul edilen medya araçları olmuştur. Medya ve kültür ilişkisinin Türkiye'deki kırılma süreçlerinden biri ise 1980'lerde yaşanan gelişmelerle birlikte başlamıştır. Nitekim küreselleşmenin etkisi ve deregülasyon politikalarıyla birlikte siyasal, ekonomik ve kültürel alanlarda bir dönüşüm süreci yaşanmaya başlamıştır. Sürecin medya, dil ve kültürel temsilin üzerindeki etkisi ise kamu yayıncılığı tekelinin kırılarak özel yayıncılık faaliyetlerinin başlamasıyla gerçekleşmiştir.

Sayısı giderek artan özel işletmeler, pazardaki paylarını koruyabilmek ve daha çok pay alabilmek adına, ticari birer işletme anlayışıyla yayıncılık faaliyetlerini gerçekleştirmişlerdir. Dolayısıyla kamu yayıncılığından miras kalan Türkçenin doğru kullanılması ilkesinin arka plana atılmasıyla dil üzerinde bozulmalar meydana gelmeye başlamıştır. Dilin medyada kullanımına ilişkin doğru temsili kamu yayıncılığından başlayarak tecimsel yayıncılık mecrasına doğru yayılsa da sermayenin rekabeti bu hassasiyetin önüne geçmiştir. Türkçeyi doğru kullanma anlayışını yayın ilkesi edinen kamu yayıncılığı anlayışı ise geçmişten günümüze milli değerlerimizi korumaya yönelik politikalar izlemiştir. Öte yandan, görsel tüketimin ön plana çıkması ve milli değerlerin temsilinde ticari kaygıların yaşanması, yayıncılık faaliyetlerindeki çeşitliliği sınırlandırmaktadır. Bu noktada çalışmada öncelikle, dil ve kültür arasındaki ilişki ele alınarak medyanın bu süreçteki rolü ve etkisi, küreselleşme çerçevesinde incelenmiştir. Öte yandan dil, kültür ve medya bağlamında dilin doğru kullanımı ve kültürel çeşitlilik noktasında üzerine yayıncılık faaliyetlerinin üstlendiği işlev ve izledikleri politikalar tartışılmıştır.

2. Dil, Kültür ve Medya

İnsan için kaçınılmaz bir edim olan iletişim, bir iletinin aktarılması boyutunun yanı sıra ortaklığı ve birlikteliği; yani bireysel bir süreç olmasının yanı sıra toplumsal bir süreç olmayı da kapsamaktadır (Oskay 2017: 393). İletişim, nitelediği "communa" yani toplumsallık noktasında dilin, düşüncenin gelişmesi ve kültürel birikimin korunması açısından önemli bir süreç olarak kendini göstermektedir. Nitekim iletişimsel eylem alanında insanı anlamlandıran temel öge ait olduğu kültürdür. Bulunduğu kültür tarafından inşa edilen insan, iletişimsel eylemi de bu kültür çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Bir toplumda yaşayan insanların belirli tarihsel süreç içerisinde ürettiği değerlerin tümü olan kültür hem içinde bulunduğu grubu şekillendirmekte hem de o gruba göre şekillenmektedir. İnsanların içinde bulunduğu kültüre katkısı ise üretim noktasında devreye girmektedir. Dolayısıyla insanlığın kültürel üretim bazında elindeki en önemli araç dildir. Öyle ki tarihsel süreçte kültürel aktarım noktasında kullanılan araçlar değişse de bu araçları belirleyen olgu her daim dil olmuştur. Kültürel kimliğin yanı sıra iletişimin bir yansıması olarak dil, toplumsal ortam içerisinde şekillenmektedir. Başka bir deyişle, değerlerin nesiller arası aktarımının temel belirleyicisi olan dil, aynı zamanda bireysel kimliğin inşasında da temel edimdir.

Toplumlaşma içerisinde düşüncenin, anlamın ve dilin gelişimi birlikte gerçekleşmekte; dili zayıflayan toplumların bilinci de zayıflayarak toplumsal yığınlar hâline gelme tehlikesiyle karşılaşmaktadır. Bunun en güzel örneği George Orwell'in 1984 romanında görülmekte; insanların düşüncesini yok edebilmek için öncelikle dili ve dolayısıyla kültürü, geçmişi ve tarihi yok edilmektedir (Uysal 2012: 138). Öyle ki bir toplumu diğerlerinden ayıran temel unsur kullandığı dil



ve bu dil birlikteliği ile oluşturduğu kültürdür. Dil, düşünce, kimlik ve kültür aynı toplumsal ortam içerisinde gerçekleşmektedir. Bu toplumsal ortamın temel belirleyicisi insan olsa da değerler dizisinin yansıtıldığı farklı araçsal ortamlar bulunmaktadır. Geçmişte sözlü ortamlarda aktarılan kültür ve dolayısıyla dil, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde araçsal bir yapıya bürünmüştür. Nitekim günümüzde kitle iletişim araçlarının üstlendiği bu işlevi geçmişte ozanlar ve halk şairleri gerçekleştirmekteydi. O dönemdeki aktarıcıların kullandığı ifade ve kalıpların nasıl ki dil ve kültürel ürünü aktarım üzerinde bir değişim yaratabilecek etkisi varsa, günümüzde de bu etki kitle iletişim araçları tarafından üstlenilmektedir. Sayısı giderek artan kitle iletişim araçları, bu araçlara ulaşım kolaylığını artırmakta ve dolayısıyla daha geniş bir alana hitap etmektedir. Kısacası tarihsel süreçte önceleri farklı aktarıcılarla gerçekleşen kültürel aktarım süreci günümüzde çok daha kolay bir şekilde yayılım gösteren medya araçlarına bırakmıştır. Kültürün kitle iletişim araçlarıyla aktarımındaki olumlu ve olumsuz çıktılar da bu noktada devreye girmektedir. Öyle ki daha büyük bir uğraş ve maliyet gerektiren ileti aktarımı, yaygınlaşan

kitle iletişim araçlarıyla çok daha uğraşsız bir eyleme dönüşmüştür. Bu olumlu çıktıyı olumsuzla çeviren nokta ise aktarım sırasında tahribata uğrayan kültürel öğelerdir. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının yaydığı etki, onun dördüncü güç olarak kabul edilmesiyle ortaya konulmaktadır. Nitekim bir toplumun dilini kontrol eden ve etki eden güç, kültürü de kontrol etmektedir (Adeniyi, Bello 2015: 65). Bu durumda kültürel tahakkümün kurulmasında kullanılan kitle iletişim araçları, dilin tahakkümüne de aracılık eden ve kültürel çeşitliliğin sınırlandırılmasına neden olan bir etkiye dönüşebilmektedir.

Kısacası kültür ve dil ile ortak değerlerin üretilmesinde, medya önemli bir roledir. İletişime geçişteki en etkili araç olarak dil, aynı zamanda içinde anlam kazandığı toplumun kimliği rolünü üstlenmektedir. Nitekim bir kişinin konuştuğu dil, bağlı olduğu toplumsal ve kültürel birikime işaret etmektedir. Tarihsellik içerisinde bir toplumun kimlik oluşturma sürecinde geleneklerimizi, göreneklerimizi, milli değerlerimizi, kısacası geçmişimizi tanımlamada dil temel kaynağımızdır. Bu noktada toplumun geçmişi ve geleceğini korumak için diline sahip çıkması gerekmektedir.

Öyle ki Chomsky'nin insan zihnini bir fa-külteye benzeten ve dil çeşitliliğinin, fa-kültenin bulunduğu sosyal ortama göre şekillendiği görüşünden yola çıkarsak (2001: 34); mesajlarını dili kullanarak aktaran kitle iletişim araçlarının (günümüz toplumlarında tüketilme yoğunluğu ve hatta etkilemesi düşünüldüğünde) dilin korunması sorumluluğu yadsınamaz bir gerçek olarak kendini gösterecektir.

Tarihsel süreç içerisinde toplumdaki dil kullanımında çeşitli değişimler meydana gelmektedir. Ancak dilde meydana gelen değişimler yalnızca değişen kelime kalıplarına, farklı ifadelere kısacası doğal seyrine göre gerçekleşmemekte, aksine ana dildeki dil bilgisi kurallarının erozyona uğramasıyla, yani kullanıcıların kelime kalıplarına getirdiği yeni anlamlarla, esas olan dil bilgisi kurallarını yıkmasıyla; kısacası dilin yanlış kullanılmasıyla gerçekleşmektedir. (Akaslan, 2009: 107) Öte yandan dilde meydana gelen erozyonlar yalnızca o toplumda yaşayan bireylerin gerçekleştirdiği dil bozumuyla değil aynı zamanda ulusal ve uluslararası yaşanan sosyal değişimlerle de gerçekleşmektedir. Burada önemli olan mesele bir köşede yaşanan sosyal değişim veya dil yanlışlıklarının nasıl kitlesel boyuta ulaştığı ve dil üzerinde bir erozyona sebebiyet verdiğidir. Bu noktada kitle iletişim araçlarının küreselleşmesiyle birlikte sınırların giderek silikleşmesi bu soruya verilebilecek en güzel cevap olacaktır. Nitekim dil erozyonunun kitlesel bir boyuta taşınmasında en önemli etki sahibi kitle iletişim araçlarıdır.

3. Küreselleşme ve Medya Dili

1980'lerde dünyayı tek bir pazar hâline getirmeyi amaçlayan politikalar, toplumsal birimlerde dünya çapında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Küreselleşme olarak adlandırılan bu süreç ekonomik, politik ve kültürel etkinlik alanlarına ulaşan etkin bir ağıdır ve bu

ağın temelinde iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler yatmaktadır (Lee 2006: 46). Yaşanan gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçlarının gücünü fark eden uluslararası pazar sahipleri, sınır ötesi bir tahakküm için bu gücü bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır. Başka bir deyişle, toplumdaki neredeyse bütün birimlerde oldukça köklü izler bırakan küreselleşme sürecinde etkin bir rol oynayan kitle iletişim araçları, ulusal bağlamdan koparak uluslararası bir yapıya bürünmüştür. Dönemin ekonomik ve siyasal şartlarına bağlı olarak iletişim alanında fark edilen güç ve teşviklerle uluslararası yatırımların önü açılmış; bu durum ulusal kökenli kültürel ve toplumsal değerlerin dolaşımını sağlayan iletişim araçlarında, ulus ötesi dolaşımı mümkün hâle getirmiştir. Böylelikle diğer birimlerde olduğu gibi medya araçları da küreselleşme sürecinde büyük bir kırılma yaşamıştır (Işık 2004: 13).

Bu kırılmalardan payını alan birimlerden biri de küreselleşme, medya ve kültür ilişkisi olmuştur. Mc Luhan'ın "küresel köy" olarak nitelendirdiği bu süreçte kültürel bir erozyon yaşanmaya başlanmıştır. Öyle ki küreselleşmeyle birlikte farklı kültürel öğeleri tanımak mümkün hâle gelmiş ve birbirleri içerisine sızmaya başlayan kültürler aracılığıyla yabancılaşma olgusu da toplumsal yaşamın içinde yer edinmiştir. Kültür emperyalizmi aracılığıyla artan özel yayıncılık faaliyetleri, basın organlarının medyalanmasına neden olmuş ve yayın işletmelerinin izlediği politikalar, daha fazla paydaya sahip olma ve dolayısıyla daha fazla izleyiciye ulaşma arzusuyla gerçekleşmiştir. Böylelikle egemen olanın diğerleri üzerine kurduğu tahakküm, kültürel alanda da etkisini göstermiştir.

Bu noktada kültürel, iletişimsel ve özünde insani bir olgu olan dilin bozulması küreselleşme ve yabancı dilsel ve kültürel öğelerin kitle iletişim araçlarına yayılmasıyla; özünde radyo ve televizyon yayınlarında kullanılan dil yanlışlarıyla

gerçekleşmeye başlamıştır (Karahan 1999: 53). Başka bir deyişle, kültürel tahakküm yoluyla yayılan egemen kültürler dilde meydana gelen bozulmaların genel paydada sebebi olarak görünse de yayıncılık faaliyetlerinde dil ve kültürel öge kullanımının önemini yitirmesi bu bozulmaların kalıcı hâle gelmesine neden olmaktadır. Küreselleşmenin olumlu yöndeki sonuçlarından olan çok kültürlülük ve çok dillilik gibi unsurlar ekonomik çıkarlar doğrultusunda çeşitli artalan sorunlarını da beraberinde getirmiştir ve bu çeşitlilik sembolik bir hâl almıştır. Ortaya çıkan bu kültürel çeşitlilik belirli güç dengeleri tarafından sınırlandırılmıştır. Nitekim küresel sermayede pazarı elinde bulunduran egemen konumdaki işletmelere bağlı kültürler, pazardaki diğer kültürlere hâkim olmaya başlamıştır. Türkiye'deki dil bozulmaları tam da bu noktada, özel yayıncılığın başladığı 1980'lerden itibaren artış göstermiştir. Medya araçlarındaki devlet müdahalesini asgari düzeye indirgeyen deregülasyon politikaları, kamu yayıncılığı anlayışının hâkim olduğu medya sistemine, ticari ve özel yayıncılık geleneklerini de eklemiştir (Matos 2012: 6). Yayıncılık faaliyetlerinde devlet tekelinin kırılması ve özel yayıncılığın artmasıyla birlikte pastadaki genel pay, daha çok dilime bölünmüş ve neticesinde bu paydada alınacak dilim büyüklüğü serbest bir yarış anlayışına bürünmüştür. Dolayısıyla serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte sermaye sahibi işletmeler ellerindeki medya organlarını ticari birer araç olarak kullanmaya başlamıştır. 1980 sonrası medyada yaşanan ekonomik değişimler sonucunda, işletmeler kârlılıklarını artırmaya yönelik politikalar izlemiştir (Kuyucu 2012: 28).

Ticari anlayışın hâkim olduğu bu yıllarda artan özel yayıncılık faaliyetleri, özellikle televizyonun bu süreçte giderek günlük yaşam içerisine karışmasına neden olmuş ve bu durum kitle iletişim araçlarının dil

kullanımı üzerindeki etkisini de artırmıştır. Nitekim televizyonun görsel ve işitsel duylara aynı anda hitap ediyor oluşu, kitleleri daha güçlü ve geniş çapta etki altına almasını kolaylaştırmaktadır. Böylelikle medya ve dil arasındaki ilişki toplumsal alanda daha görünür bir işlev kazanmıştır. Öyle ki dil, düşünce ve anlamın oluşması noktasında toplumsallaşma faaliyetleri, sayısı giderek artan yayıncılık faaliyetleriyle bağdaşmaya başlamıştır. Dönemin yayıncılık faaliyetleri toplumsal olgu ve olayları çözümlenmede kitle iletişim araçlarına başvuran ve dolayısıyla çevresini ekran diliyle anlatan bir izleyici kitlesini doğurmuştur. Kısacası dil, medya ve izleyici arasındaki bu ilişki karşılıklı bir etkileşime dayanmaktadır. Özel yayıncılık faaliyetlerinin artması; dildeki bozulmaların artmasının, anlamı bu artan yayıncılık faaliyetlerinde gerçekleştiren izleyici kitlesinin ve bu nedenle kitlesel dil bozulmalarının artmasının önünü açmıştır. Bunun yanı sıra 1980'lerle birlikte yaşanan serbestleşme politikaları, izleyicilerin öne çıkmaya başladığı sürecin ilk adımını oluşturmaktadır. Nitekim özel yayıncılık faaliyetlerinin artmasıyla birlikte, izleyicilerin tüketime açık olduğu popüler yayınlar ön plana çıkmaya başlamış ve bu durum dil üzerindeki hassasiyetin giderek azalmasına neden olmuştur.

Öte yandan tecimsel yayıncılık faaliyetlerinin artmasıyla seçenekler arasında tercih yapabilen yeni izleyici olgusunu gündeme getirmiştir. Ancak yayıncılık faaliyetlerinde yaşanan ticari ve ideolojik savaşlar seçenek olarak sunulan içeriklere de yansiyarak kültürel alanın sunumunda tek tipleşmeye neden olmuştur. Görsel ve sembolik kültürel tüketimin odak noktası hâline gelen yayıncılık faaliyetlerinde izleyicilere sunulan içerikler nitelik itibarıyla reklam veren firmaların kâr marjını artırmaya yönelik kullanımın önünü açarken politikaçılar için ise kamuoyunu yönlendiren

dirme işleviyle öne çıkmaktadır. Kültür, dil ve medya paradigmasında kurulan iletişimde görselliğin ve sembolik dilin üstünlüğü, bireylerin temsil alanının kurulduğu alan yerine, ürünlerin ve bireylerin mesaj olarak dolaşıma sokulduğu bir alanı nitelendirmektedir.

Bu durum görsel tahakkümün gücüyle yayıncılık faaliyetlerindeki kültürel çeşitliliğin de tek tipleşmesine ve sembolikleşmesine neden olmaktadır. Yayıncılık faaliyetlerinde yaşanan serbestleşme politikaları izleyici eğilimlerine yönelik seçeneklerin artmasına neden olmuş olsa da kültürel çeşitliliğin sınırlandırılması ve türdeş içeriklerin aynı kalması yadsınamaz bir gerçek olarak kendini göstermektedir. Ticari kaygıların ön plana çıktığı 80'lerden itibaren yayıncılık faaliyetlerinde satış ve pazarlamada kolaylığın, pastadaki payın artırılması arzusu, kültürel unsurların işlendiği içeriklerin önünü kesmiş ve sınırlandırmıştır. Kültür ve medya ilişkisi bağlamında tecimsel yayıncılıkla birlikte dilde medyadan gelen bozulmalar ise genellikle yabancı kelimelerin Türkçe ile birleştirilerek kullanılmasıyla başlangıçta televizyon ve radyo yayıncılığında kanal isimlerinin yabancılaşmasıyla, dil bilgisi hatalarıyla ve popüler kültür oluşturmadaki kelime seçimleriyle gerçekleşmiştir. Türkçeyi doğru kullanma görevini üstlenen kamu yayıncılığı, yerini izlenme oranı kaygısıyla hareket eden yayıncılık anlayışına bırakmıştır. Başlangıçta özel yayıncılık faaliyetleri, her ne kadar kamu yayıncılığının temsil ettiği medya anlayışıyla gerçekleşse de kamu yayıncısının pastadaki payını korumaya ve artırmaya çalışan diğer rakipleriyle gerçekleştirdiği yarışlar, bu görevin arka plana atılmasının neden olmuştur. Öte yandan artan yayın faaliyetleri yeni personelin istihdam edilmesini de gerekli kılmıştır. Ancak Türkçeyi doğru kullanan yayıncıları yetiştirmeyi üstlenen yayıncılık anlayışının aksine tecimsel yayıncılıkta,

ekonomik paydayı arttırmaya yönelik seçilen personel anlayışı, dil kullanımında yabancı kelimelerin Türkçenin yerine geçmesine ve dil bilgisi hatalarının yaygınlaşmasına neden olmuştur.

Küreselleşen medyanın dil üzerindeki etkisine verilebilecek en güzel örneklerden biri 1980 sonrası Türkiye'de yayınlanmaya başlayan Amerikan dizisi Dallas'tır. Dönemin şartlarında oldukça geniş bir izleyici kitlesine ulaşan Dallas dizisi, yabancı kültürel ve dilsel unsurların benimsenmesi noktasında geniş bir etki oluşturmuştur. Öyle ki Dallas ile birlikte, toplumsal yaşam içerisinde kullanılan dile yabancı sözcükler eklenmiştir. Bu yansıma iş yerlerinin tabelalarına kadar yayılmış ve "Dallas Kıraathanesi" gibi Türkçe ve İngilizce karışımı isimler sokaklarda yer almıştır (Mahiroğulları, 2005: 1285). Diğer bir deyişle küreselleşen yayıncılık faaliyetleriyle hayatımıza giren yabancı kültür öğeleri, yalnızca kültürel tüketim noktasında değil aynı zamanda günlük yaşam içerisinde siyasal, ekonomik ve birçok birimde yer etmeye başlamıştır. Bu durumda kültürel tahakküm noktasında dili düzgün kullanmayan yayın işletmelerinin de payı oldukça büyüktür. Öte yandan yine bu dönemlerde hayatımıza giren "zapping yapmak" gibi terimler, televizyonun dil üzerindeki etkisinin somut örnekleri olarak görülmektedir. Sonuç itibarıyla dönemin popüler yayıncılık faaliyetleri, toplumsal alandaki dil kullanımının bozulmasının da önünü açmıştır.

Doğduğumuz andan itibaren içinde bulunduğumuz toplumsal ortama göre bir kültür edinim süreci yaşarken küreselleşme ve medyanın kazandığı güç ile birlikte bu kültürel öğeler standartlaştırılmış evrensel ürünlere dönüştürülmektedir. İnsanların çevrelerini anlama, yorumlama ve etkileşime girme noktasında kullandıkları imgelerin kültür

endüstrisine bağlı olarak şekillendiği anlayışından yola çıkarak (Golding ve Murdock, 2002: 94), insanların dili kullanırken başvurdukları medya araçları ve bu araçlarının yaydığı dil öğelerinin toplumdaki etkisi yadsınamaz olacaktır. Ancak kültürel emperyalizm noktasında her ne kadar birincil araç medya olsa da tek başına yeterli bir tahakküm gücüne sahip değildir. Nitekim birey ve kültür arasındaki ilişki; bireyin kültürü, kültürün ise bireyi biçimlendirdiği karşılıklı etkileşimsel bir alandır. Bu nedenle ait olunan kimliğe, dile ve kültüre sahip çıkmak tahakküm karşısındaki en etkili araçtır. Öte yandan dil ve kültür arasındaki ilişki düşünüldüğünde, insanların buldukları toplumsallaşmanın bir parçası olması noktasında dildeki bu bozulma ve yabancılaşmalar, bireylerin kültürel kimliklerine yabancılaşması, geçmişimizin ve geleceğimizin tehlike altına girmesi anlamına gelmektedir. Medya araçlarında yaşanan gelişmelere paralel olarak pastadan payını almaya çalışan ve ticari kaygıyla hareket eden özel işletme anlayışı giderek yayılmakta ve buna bağlı olarak dil kullanımında yapılan yanlışlıklar sıradan hâle gelerek kültürel kimliklere yabancılaşma tehlikesi artış göstermektedir.

Özellikle verinin hızla yayıldığı günümüzde medya araçlarının bilgilendirme ve milli değerleri koruma görevi, yerini tüketim odaklı bir anlayışa bırakmaktadır. Verilerin hızlı bir şekilde yayılım gösterdiği geleneksel ve yeni medya araçlarında dilin kullanımı arka plana atılarak yeni izleyici ve kullanıcıya ulaşmaya yönelik terimler üretilmeye başlanmıştır. Kısaca kültür üreticisi olan medya araçları giderek popüler kültür ürünlerine has bir jargonu da toplumsal alana yaymaya başlamıştır. Başka bir deyişle toplumlarda hâkim olan kültürel unsurlar ve dil yerini "popüler ve sembolik öge ve dil" kullanımına bırakmıştır. Özellikle bilgi iletişim ve telekomünikasyon

teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan web 2 araçları ve bu araçların göstergeleri olarak sosyal medya ağları ve dijital platformlar, dil tahribatının giderek artmasına neden olmuştur. Yeni simgeler, semboller, yabancı terimler, dil bilgisi hataları ve argo ifadelerin yayılmasında, üretici konumuna ulaşan eski izleyicilerin yanı sıra, izleyicilerin bu platformlara yönelmesiyle birlikte sosyal ağlarla bütünleşmiş bir şekilde faaliyetlerine devam eden yayın organlarının da etkisi vardır.

Bu noktada küreselleşmeyle birlikte etki alanı genişleyen medyanın, topluma dair sorumlulukları da artmaktadır. Özellikle kimliğin ve kültürün korunması noktasında, bu dil altında yaşayan insanlara kitlesel olarak ulaşma avantajı olan medya araçlarına düşen pay oldukça fazladır. Medyanın toplumu bilgilendirme, haberdar etme, toplumsalı oluşturma gibi işlevlerinin yanı sıra, küreselleşme ve temelinde özel yayıncılık faaliyetlerinin artmasıyla birlikte unutulmaya başlanan kültürü, milli değerleri ve en önemlisi dili koruma işlevine yönelik görev üstlenmiş yayınlar yapan ve bu anlayışa göre personel yetiştiren medya organlarının sayısı artmalıdır. Kısacası dil yanlışlarını kitlesel olarak yayan ve kalıcı hâle getiren araçlar yerine Türkçenin doğru kullanımını kitlesel olarak sağlama politikalar izlenmelidir.

4. Ekran Dilinde Türkçenin Korunması

Küreselleşme ve deregülasyon politikalarıyla birlikte özel yayıncılık faaliyetlerinin artması, ticari işletme anlayışını güçlendirip dil kullanımını arka plana atsa da Türkçeyi koruma görevi, yayın kurallarının temel ilkesi olarak varlığını devam ettirmektedir. Türkiye'de kamu yayıncılığında miras kalan bu görev, Türkçeyi doğru kullanan personel yetiştirme hassasiyetiyle başlayarak yerel ve bölgesel yayıncılık faaliyetlerine de yansımış ve ilk özel yayınların da te-



mel ilkesi hâline gelmiştir (Mete, 2009: 727-728). Kamu yayıncılığı ticari kaygılar gütmeyen, kültürel unsurları korumayı ve devam ettirmeyi amaçlayan bir yapıya sahiptir. Bu noktada tarafsız kamu yayıncılığında, dil kullanımıyla ilgili birçok yasa ve kanunu sorumluluk edinmiş ve yayınlarını bu doğrultuda temellendirmiştir. Örneğin kamu yayıncılığı hizmeti veren TRT'nin 1983 yılında yürürlüğe giren 2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanunu'nun 5. maddesinde kültürün ve özünde Türkçenin doğru kullanımına yönelik,

e) Genel ahlakın gereklerini, milli gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,

f) Türk millî eğitiminin temel görüşü, amaç ve ilkelerine uymak,

g) Kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak" (www.trt.net.tr)

şeklinde belirtilen esaslar günümüze kadar gelen yayın ilkeleri kabul edilmiş ve personelini bu doğrultuda yetiştirmiştir. Özel yayıncılığın arttığı 1980'li yıllarda çıkarılan yasayla birlikte doğru dil kullanımı kamu yayıncılığının yanı sıra özel yayıncılığı da kapsar bir hâle getirilmiştir. Burada önemli olan husus

Türkçenin doğru kullanımının çok dilcilik ve çok kültürlülüğe karşı bir tavır takınmasından değil, aksine evrensel kültürün bir parçası olabilmek adına, yabancı dil öğrenimi ve kullanımının desteklenmesi ve bu süreçte Türkçenin bozuma uğramaması adına verilen bir mücadele olarak değerlendirilebilir. Öte yandan 1994 yılında yürürlüğe giren 3984 sayılı yasayla birlikte kamu ve özel yayıncılıkta;

t) Radyo ve televizyon yayınlarının Türkçe yapılması, ancak, evrensel kültür ve bilim eserlerinin oluşmasında katkısı olan yabancı dillerin öğretilmesi veya bu dillerde haber iletilmesi amacıyla bu dillerin kullanılabilmesi,

Türkçeyi aşırılığa kaçmadan, özellikleri ve kuralları bozulmadan konuşma dili olarak kullanmak; millî birlik ve bütünlüğün temel unsurlarından biri olarak çağdaş eğitim ve bilim dili hâlinde gelişmesini ve zenginleşmesini sağlamak" (Aziz 1984: 52) esasına uygun yayınlar yapılarak yabancı dil öğrenimi ve bu süreçte Türkçenin korunması kararlaştırılmıştır.

Her ne kadar özel yayıncılığın artması işletmeler arasında sermaye yarışlarının yaşanmasına neden olsa da kamu ya-



yıncılığının bilgilendirme, tarafsızlık gibi işlevlerinin yanı sıra dilin doğru kullanımı ilkesi kurulduğu ilk günden bugüne sürdürülmüştür. Bu ilkeler yalnızca kanun ve yasa maddesi olarak kalmamış; Türkçenin doğru kullanımına ilişkin kitlesel ve kurumsal birçok eğitim verilmiş ve yapılmıştır. Örneğin kamu yayıncılığında dil bozulmalarını ve yayılımını önlemek için yapılan televizyon ve radyo yayınları kitlesel bir eğitim olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, kurum içerisinde dili doğru kullanan personelin yetiştirilmesi adına TRT Eğitim ve Araştırma Dairesi Başkanlığı çatısı altında, 2012 yılında Türkçe Eğitim Merkezi kurularak deneyimli bir grubun kontrolünde yayıncılık faaliyetlerinde spiker ve sunucuların yanlış dil kullanımına ilişkin tespitler yapılmış ve kurum içi eğitimlerle bu hatalar giderilmeye çalışılmıştır. Daha sonra bu faaliyetler diğer kanalların, üniversitelerin, kurum ve kuruluşların talepleri doğrultusunda özel birer kurs formatında "diksiyon kampı" olarak nitelendirilen eğitimlerine devam etmiştir (Akdemir 2015: 17). Bu ve bunun gibi eğitimlerin sayısı kamu yayıncılığında artarak devam etmekte ancak hatalı dil kullanımı da giderek yayılmaktadır. Bunun temel sebebi dil kullanımını öncelemeyen ticari yayıncılık anlayışıdır.

Öte yandan internetin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel yayın organları faaliyetlerini internet ve yeni medya araçlarıyla bağlantılı bir şekilde yürütmeye başlamış ve bu durum medya araçların dil kullanım ve kitlesel etki alanı da genişlemiştir. Bu noktada yine TRT Türkçenin doğru kullanılmasına yönelik katkı sağlamak adına atmış olduğu adımlardan biri; Türk Dil Kurumunun verilerini kullanarak "Telaffuz Sözlüğü" adı altında bir internet sitesi oluşturmasıdır. Söz konusu sitede radyo ve televizyon yayınlarında kullanılan kelimelerde yapılan telaffuz hatalarının doğru ifade edilişleri ve lise kitaplarındaki yer alan ve öğrencilerin telaffuzunda zorlandıkları bazı kelimelerin okunuşu, yazılışı ve anlamları yer almaktadır (<http://trttelaffuz.com/>).

Özetle, sermaye yarışlarına girmeyerek temel ilkelerini korumaya yönelik politika izleyen bu görevler, özel yayıncılık faaliyetlerinde de benimsenmesi gereken temel değerlerdir. Nitekim topluma ulaşma gücüne sahip olan her yayıncının ve genelinde her iletişimcinin topluma karşı çeşitli sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukların başında ise dilin tahribatını sağlayacak politikalardan kaçınarak dilim doğru kullanılmasının ve kültürel temsillerin sağlanması gelmektedir. Bu

noktada bir toplumda kullanılan dilin ve kültürel değerlerin, o toplumun geçmişi, geleceği ve kimliği olduğu unutulmamalı ve yayın politikaları bu hassasiyet çerçevesinde çizilmelidir.

5. Sonuç

1980'lerle birlikte başlayan serbestleştirme ve özelleştirme politikaları, yayıncılık faaliyetleri sayısının artmasını ve içerikler arasında seçim yapabilen yeni izleyici olgusunu gündeme getirirse de kültür, dil ve medya ilişkisi bağlamında sınırlayıcı bir etkisi olmuştur. Görsel tahakkümün etkisinde olan medya araçlarının ön planda olduğu günümüzde, sembolikleşen ve kalıplaşan içerik ve ürünlerin bulunduğu bir iletişim alanı etkisini göstermektedir. Neticesinde kültürel çeşitliliğe dayalı yayın içerikleri savı, yerini sembolik bir çeşitliliğe bırakmaktadır.

Öte yandan kültür, medya ve üretibilirlik noktasında bir ulusun elindeki en önemli milli değer kullandığı dildir. Bu nedenle dilin doğru kullanımı ve korunması o ulusun dünü, bugünü ve geleceğinin korunması anlamına gelmektedir. Ana dilin içerisine giren yabancı kelimeler ve kullanım yanlışlıkları, toplumdaki kültürel öğelerin de değişimine neden olmaktadır. Bu değişimin kalıcı ve kitlesel bir boyuta taşınmasındaki etkili araç ise medyadır. Nitekim bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, medya araçlarına erişimin önündeki engelleri kaldırarak bu araçların kullanımını kitlesel bir boyuta taşımaktadır. Öte yandan tüketen sayısının artmasının yanı sıra özel yayıncılık faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte bu araçlara sahip olan işletme sayısı da büyük bir ivme göstermiştir. Dolayısıyla sermayede paylarını artırmayı öncelleyen medya işletmeleri, dil ve kültürel temsil hassasiyetini arka plana atmıştır. Bu noktada dil kullanımının bozuma uğraması, ilk olarak yabancı kelimele-

rin kullanılmaya başlamasıyla gerçekleşmiş ve bu kullanım, yayınlarda sınırlı kalmayarak toplumdaki birimlerde de etkisini göstermeye başlamıştır. Zira dükkân isimlerinde kullanılan yabancı kelimelerin varlığı televizyon ve genelinde medya araçlarının dil üzerindeki etkisine en güzel örneklerden biridir.

Dilde meydana gelen bozulmalar yalnızca yabancı ve Türkçe kelimelerin birlikte kullanılmasıyla değil aynı zamanda dil bilgisi hatalarının yaygınlaşmasıyla da artmıştır. Bu noktada Türkçenin doğru kullanımını ilke edinen kamu yayıncılığı, kurulduğu ilk günden bugüne gerçekleştirdiği faaliyetlerle dili koruma hassasiyetini görev edinmiş ve faaliyetlerini bu yönde devam ettirmiştir. Kendi personeli üzerindeki eğitimlerinin yanı sıra diğer yayın kurumlarının personelini de bu görev bilinciyle yetiştirmek için çeşitli diksiyon eğitim merkezleri oluşturmuştur. Bunun yanı sıra dilin doğru kullanımını ve önemini kitlesel bir boyuta taşınması noktasında, çeşitli radyo ve televizyon yayınları gerçekleştirilmektedir. Öte yandan dil kullanımı üzerine faaliyetleri yalnızca geleneksel medya araçlarında sınırlı kalmayarak yayıncılık faaliyetlerinde kullanılan hatalı kelimelerin doğru telaffuz ve yazılışını ele alan bir sözlük platformu oluşturmuş ve internet üzerinden toplumun hizmetine açmıştır. Bu noktada yeni izleyiciye düşen pay da oldukça fazladır. Nitekim geleneksel yayıncılık faaliyetlerinde tek taraflı akış içerisinde olan aktarım süreci, dijitalleşmeyle birlikte karşılıklı etkileşimli bir yapıya bürünmüştür. Yayıncılık faaliyetlerine katılabilen, yönlendirebilen, seçim yapabilen bu yeni izleyici, ekran dilindeki bozulmaların artmasında ve dilin doğru kullanılmasında belirleyici bir role sahiptir. Popüler yayın içeriklerine ve yeni izleyiciye ulaşma noktasında kullanılan yeni jargonlar ve izleyici etkileşimiyle oluşturulan içerik-

lerde kullanılan dil bozumları giderek yaygınlaşmaktadır. Sonuç itibariyle dilin ve kültürün devamlılığı noktasında, dilin kullanımı kültürel çeşitliliğin temsili büyük önem taşımaktadır. Zira bu dil birlikteliği altında yaşayan bütün bireylere düşen bu sorumluluk hem yeni izleyiciler hem de kitlesel hitap gücünü elinde bulunduran iletişimciler için elzem bir mesele hâline gelmektedir.

KAYNAKÇA

- Adeniyi, H., & Bello, O. R. (2015). "The Choice of Diction as Empowerment for Marital Freedom: A Study of Selected Divorce Registers in a Nigerian Newspaper". *International Journal of Humanities and Cultural Studies*. 2(2), 56-69.
- Akaslan, T. (2009). "Dil Yanlışları Türkçeyi Bozuyor Mu?". Gökdağ, B. A. (Ed.). "I. Uluslararası Kitle İletişim Araçlarında Türkçenin Kullanımı Bilgi Şöleni Bildirileri, 16-17 Nisan 2009". (s. 101-108.). Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Yayınları.
- Akdemir, S. (2015). "Türkçenin Doğru Kullanımı". *TRT Radyo Vizyon Dergisi*. (19), 17-18.
- Aziz, A. (1994). 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yasası. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Chomsky, N. (2001). "Language and Problems of Knowledge, The Nagua Lectures". London: The MIT Press.
- Golding, P., & Murdock, G. (2002). "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik". Kejanlıoğlu D.B. (Ed.). *Medya Kültür Siyaset*. (s. 59-97). Ankara: Alp Yayınevi.
- Işık, M. (2004). "Küreselleşme ve Medya Sistemleri Üzerine Etkisi". Işık, M. (Ed.). *Medyada Yeni Yaklaşımlar*. (s. 1-17). Konya: Eğitim Kitapevi.
- Karahan, L. (1999). "Radyo ve Televizyon Yayınlarında Yöresel Söyleyiş Sorunu". *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (Ed.)*, *Radyo ve Televizyon Yayınlarında Türk Dilinin Kullanımı Tebliğler*, 25-26 Kasım 1998. (s. 53-57). Ankara: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu.
- Kuyucu, M. (2012). *Türkiye'de Medya Ekonomisi*. İstanbul: Esen Kitap.
- Lee, R. (2006). *Globalization, Language, and Culture*. New York: Chelsea House Publishers.
- Mahiroğulları, A. (2005). *Küreselleşmeni Kültürel Değerler Üzerine Etkisi*. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*. 0(50), 1275 - 1288.
- Matos, C. (2012). "Globalization and the mass media". In: *Encyclopedia of Globalization*. Ritzer, G. (Ed.). *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization*. (s. 1-14.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Mete, Ş. (2009). "Medya Dilinde Türkçe". Gökdağ, B. A. (Ed.). "I. Uluslararası Kitle İletişim Araçlarında Türkçenin Kullanımı Bilgi Şöleni Bildirileri, 16-17 Nisan 2009". (s. 727-734). Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Yayınları.
- Oskay, Ü. (2017). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, XIX. Yüzyıldan Günümüze Kuramsal Bir Yaklaşım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- TRT. (2021, Mayıs 22). TRT: <https://www.trt.net.tr/Kurumsal/Yayinllklerimiz.aspx> adresinden alındı
- TRT. (2021, Mayıs 26). *TELAFFUZ SÖZLÜĞÜ* TRT. *TELAFFUZ SÖZLÜĞÜ* TRT: <http://trttelaffuz.com/>
- Uysal, B. (2012). "George Orwell'in 1984'ü: Toplumsal Değerler ve Anti-Ütopya". *Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*. 1(9), 133-149.

