

TÜRKÇEDEKİ YABANCILAŞMANIN ÖNLENEBİLMESİNİ AMAÇLAYAN SOSYAL İÇERİKLİ AFİŞ TASARIMLARI

Resul AY¹

Öz

Dil, bir iletişim aracı olmanın yanında toplumların ruhunu, karakterini ve kimliğini oluşturan yapı olarak ifade edilebilir. Toplumların dilleri ile var olduklarını, dili elinden alınmış toplumların ise varlıklarını sürdürmedikleri görülmektedir. Çünkü toplumlar tüm birikimlerini, sahip oldukları dil ile gelecek kuşaklara aktarırlar ve yaşatırlar. Dolayısı ile milli varlığın sürdürülebilmesi için dilin korunmasının önemli olduğu bilinmektedir.

İletişim ağlarının çoğalmasıyla toplumlar arası etkileşimin artış gösterdiği ve bu tür gelişmelerin diller üzerinde bazı tahribatlara yol açtığı görülmektedir. Örneğin internet dili olarak bilinen “Selam” yerine “slm”, “Merhaba” yerine “mrb” gibi kısaltmalar, bunun yanında “Tamam” yerine “okey”, “Hoşça kal” yerine “bye bye” ve benzeri kalıp kullanımlarının Türkçeye zarar verdiği bilinmektedir. Bu tür tahribatları birçok yerde görmek mümkündür. Örneğin ticari işletmelerin tabelalarında kullandıkları yabancı kelimeler, insanların sohbet esnasında cümleler kurarken kelimelerin aralarına sıkıştırdıkları yabancı kelimeler de bu duruma emsal olarak gösterilebilir.

Anahtar Kelimeler: Afiş Tasarımı, Grafik Tasarım, Türk Dili.

SOCIAL CONTENT POSTER DESIGNS AIMED TO PREVENT OF ALIENATION IN TURKISH

Abstract

Language except the communication tool that could be expressed as a structure forming of the soul, character and identity of the societies.

Communication networks with increased proliferation of the interactions between societies and seems to cause some havoc on the language of such developments. For example, there is a some Turkish words they are shortened with internet language; “Selam” as a “Slm”, “Merhaba” as a “Mrb” or some of the other words directly using as an english words. For example using “Okey” in place of “Tamam” or using “Bye bye” in place of “Hoşçakal” and all of these utilizations destroying Turkish language. Such artifacts can be seen in many places. For example, foreign words used in their commercial enterprises signs, people chat while setting up the word sentences they compress the search of foreign words can be shown as a precedent in this case.

Keywords: Poster Design, Graphic Design, Turkish Language.

¹ Arş. Gör., Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, resul.ay@dpu.edu.tr

Giriş

Türk dili çok geniş bir coğrafyada dünyada en çok konuşulan diller arasında binlerce yıldır konuşulan bir dil olarak bilinmektedir. Türkçenin gerek tarihi geçmişi, gerek matematiksel yapısı Türkçeyi her zaman cazibeli kılmıştır. Türkçenin sahibi olduğu matematiksel yapısından dolayı Oktay Sinanoğlu bu dilin tam anlamıyla bilim dili olarak kullanılabilir en uygun dil olduğunu ifade etmektedir. Bu dilin 10 bin yıllık bir dil olduğunu, adeta matematikçilerin bir araya gelip bir dil olarak ürettikleri düşünülen Türkçenin, eşi benzeri olmayan bir dil olduğunu açıklamaktadır (Akt: Mete ve Ceylan, 2015:957).

Türkçenin köklü bir geçmişe ve sahip olduğu eşsiz matematiksel yapısına rağmen, diğer diller gibi bazı gelişmelerden dolayı birtakım tahribatlara uğramış ve uğratılmıştır. Gelişen teknoloji, iletişim ağlarının artışı, küreselleşme, ticaret, internet ve benzeri unsurların diller üzerinde etkilerinin oldukça fazla olduğu bilinmektedir. Örneğin ticari işletmelerin tabelalarında özensizce kullandıkları şirket isimleri, bireylerin cümle kurarken cehaletlerinden kaynaklı telaffuzunda bile zorlandıkları İngilizce sözcükleri Türkçe kelimelerin aralarına sıkıştırılmaları, internet üzerinde ve elektronik cihazlarla kurulan iletişimlerde yabancı cümle kalıplarının veya kelimelerin, Türkçe karşılığı olmasına rağmen ısrarla kullanılıyor olması ve benzeri birçok hatanın isteyerek veya istem dışı yapılmasından kaynaklı Türkçenin ciddi anlamda tahribata uğradığı ve uğratıldığı görülmektedir. Dünya üzerinde konuşulan dillerin büyük bir kısmı buna benzer sebeplerden dolayı giderek yok olmaktadır. Örneğin Feyza Hepçilingirler, “*Türkçe Off*” kitabında, iki haftada bir, yeryüzünde bir dilin daha eksildiği ifade ederek durumun ciddiyetinden bahsetmektedir (Hepçilingirler, 2009:12). Oktay Sinanoğlu ise “*Bye Bye Türkçe*” adlı kitabında dilin, bir toplum için ne denli önemli olduğunu, dili elinden alınan milletlerin, kültürlerinin ve törelerinin beraberinde yok olup gideceğini ve özellikle bir milletin yıkımının en kolay yolunun dillerini yok etmek olduğunu ifade etmektedir (Sinanoğlu, 2010:19). Dolayısı ile toplumların dilleri ile var oldukları, kültürlerini ve birikimlerini dilleri ile yaşattıkları söylenebilir.

Türkçenin isteyerek veya istem dışı kirleniyor olması, farklı kesimlerce sürekli üzerinde durulan bir konu olmasının yanında, son zamanlarda bir kısım tasarımcılar da bu durum karşısında sessiz kalmamış ve birtakım eserlerle gidişatın önüne geçmeyi düşünerek görsel iletişim ürünü olan afiş ve basın ilanları gibi grafik tasarım ürünleriyle dikkat çekmeyi amaçlamışlardır. Özellikle afiş tasarımlarının insanlar üzerindeki ikna edebilme özelliği düşünülerek, basın ilanı ve benzeri iletişim araçlarından ziyade, daha çok afiş tasarımları üretilerek bu konunun geniş kitlelere duyurulmasında önemli bir görev üstlenmişlerdir.

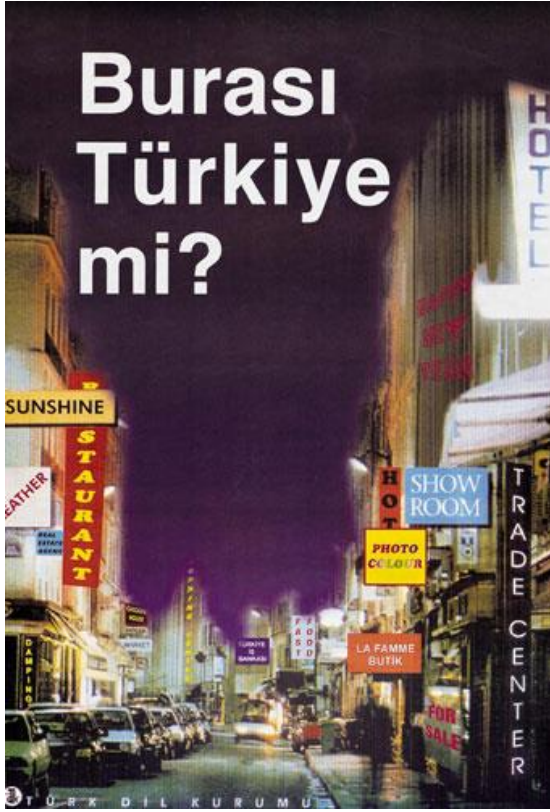
Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın tamamlanmasıyla Türkçedeki yabancılaşmaya dikkat çekilmesi ve bu doğrultuda sosyal içerikli afiş tasarımlarının üretilmesi yoluyla Türkçedeki yabancılaşmanın önlenmesine yönelik yapılan çalışmalara katkı sağlanması amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmanın amacına uygun olarak, farklı tasarımcılar tarafından yapılan benzer amaçlı afiş tasarımları da incelenerek yorumlanmıştır.

Bulgular Ve Yorum

Türkçenin kirlenmesini önlemek amacıyla üretilen sosyal içerikli afişler.

İkinci Dünya savaşı döneminde sosyal içerikli afişlerin ikna edebilme gücünün zirve yaptığı söylenebilir. Çünkü afişlerde sunulan bilginin düşündürücü olması, toplumların cevabı gördükleri ve bildikleri halde, tekrar farklı açılardan aynı cevabı bulmaları, afişin ne tür bir zihinsel güce sahip olduğunu göstermektedir. Afişin toplumlar üzerindeki etkisini fark edebilen tasarımcılar, sosyal içerikli afişler üreterek toplumları yönlendirmeyi ve bilgilendirmeyi amaçlamışlardır. Günümüzde pek çok farklı konuda sosyal olayları ele alan afiş tasarımları, gönüllü tasarımcılar tarafından halen üretilmeye devam etmektedir. Türkçenin kirlenmesi, sosyal bir olay olarak ele alındığında, bu kirlenmenin önlenmesi yahut en azından toplumun bilinçlendirilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda sınırlı sayıda gönüllü tasarımcıların ortaya koydukları afiş tasarımlarından bahsetmek mümkündür.



Görsel 1. Tabelalar

(<http://www.tdk.gov.tr/images/stories/eskiresimler/04.jpg>)

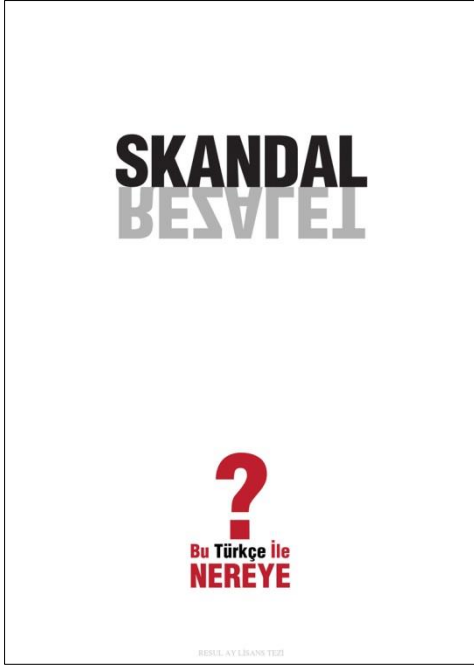
Görsel 1 incelendiğinde, Türkçe konuşan insanlara hitap eden ticari işletmelerin tabelalarında kullanılan isimlerde yabancı kelimelerin sıkça kullanıldığı hatta bazı tabelalarda Türk alfabesinde dahi bulunmayan harflerin tercih edildiği görülmektedir. Bu durumda, Türkiye'deki tabelaların yabancı kelimelerle tasarlanması ve kullanılması "Burası Türkiye mi?" sorunun sorulmasına sebep olmaktadır. Söz konusu afişin tasarımcısının da, bu soruyu toplumun kendisine yönelttiği, toplumun genelinin cevabı

bilmesine rağmen tekrar düşünmelerini ve kendi doğrularını bulmalarını amaçladığı düşünülebilir.



Görsel 2. “Dilinizden Utanmayın” (Küçükerdoğan, 2011:28).

Farklı bir örnek olarak; 1995 yılında başlatılan, Reklam Yaratıcıları Derneği Hürriyet İK tarafından desteklenen “Dilinizden Utanmayın” adlı kampanya ele alınmıştır. Bu kapsamda Görsel 2’de yer alan modelin parmaklarıyla dilini tutması ile mesaj kısmında “Dilinizden Utanmayın” ifadesinin kullanılması tasarımda bir bütünlük kurulmaya çalışıldığını düşündürmektedir. Bunun yanında ana mesajın altında ise Türkçenin yabancı sözcüklerle kirlenmesine izin verilmemesi yönünde bilgilendirme yapılmaktadır. Dolayısı ile bu tür bilgilendirici sosyal tasarımlarda dikkat çekebilecek bir ana metnin ve bilgilendirici alt metinlerin bulunduğu söylenebilir. Afişlerin mesaj verme biçimleri arasında bu tarz bilgilendirmelerin sıkça kullanıldığı bilinmektedir.



Görsel 3. Resul Ay, 2016

Afro-Avrasya Araştırmaları Kongresi, “Bu Türkçe İle Nereye? Kişisel Afiş Sergisi

Görsel 3 incelendiğinde, Türkçe kelimenin, İngilizce kelimenin gölgesinde kaldığı vurgulanmaya çalışılmaktadır. Bu afiş, kelimelerin Türkçesi varken İngilizcesinin kullanıldığı, Türkçenin gereksiz yere tahribata uğratıldığı düşünülerek tasarlanmıştır. Bunun yanında topluma “Bu Türkçe İle Nereye” sorusu sorularak, sade bir sanatsal yaklaşımla hedef kitleye mesajın iletilmesi düşünülmüştür.



Görsel 4. Resul Ay, 2016

Afro-Avrasya Araştırmaları Kongresi, “Bu Türkçe İle Nereye? Kişisel Afiş Sergisi

Görsel 4 incelendiğinde, Türkçede yoğun olarak kullanılan yabancı kelimelerin Türkçeyi yok etmeye başladığı mesajı verilmeye çalışılmıştır. Türkçedeki kirlenmenin sadece Türkçeye zarar vermesi değil, aynı zamanda artan kullanımları da düşünülerek Türkçeyi yok edeceğine de dikkat çekilmiştir.



Görsel 5. Görsel 4. Resul Ay, 2016

Afro-Avrasya Araştırmaları Kongresi, “Bu Türkçe İle Nereye? Kişisel Afiş Sergisi

Görsel 5 incelendiğinde, Ticari işletmelerin tabelalarında sıkça kullandıkları isimlerden yola çıkılarak tipografik bir düzenleme yapılmıştır. Tasarımcı bu durumun çok büyük sorunlara yol açacağı düşüncesiyle afiş üzerinde baskın karakter olarak büyük bir soru işareti kullanmayı tercih etmiş ve oluşan görsel etki ile “Bu Türkçe İle Nereye” sorusuna dikkat çekmeyi amaçlamıştır.



Görsel 6. Görsel 4. Resul Ay, 2016

Afro-Avrasya Araştırmaları Kongresi, “Bu Türkçe İle Nereye? Kişisel Afiş Sergisi

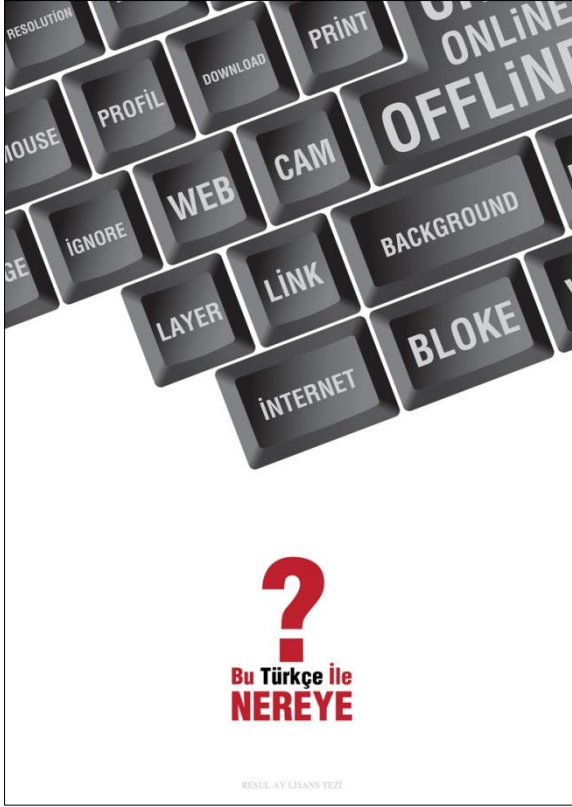
Görsel 6 incelendiğinde, ekranlardan sıkça duyulan kelimeler kullanılarak tipografik bir düzenlemeyle afiş tasarımı oluşturulmuştur. Özellikle spor programlarında sıkça kullanılan; ekarte, sabote, demo, brifing ve benzeri yabancı kökenli kelimeler, *Türkçe karşılıkları* olduğu halde ısrarla kullanılmaktalar. Bu afişin tasarımında, televizyonların tamamen yabancı kelimelerle dolup taşıdığı mesajı verilmeye çalışılmıştır.



Görsel 7. Görsel 4. Resul Ay, 2016

Afro-Avrasya Araştırmaları Kongresi, “Bu Türkçe İle Nereye? Kişisel Afiş Sergisi

Görsel 7’de, basılı yayınlar arasında en önemli konumda olduğu düşünülen gazete tasarımı hazırlanmıştır. Gazete ve dergilerde sıkça karşılaşılan, özellikle de köşe yazarlarının metinlerinde yoğun bir biçimde kullandıkları yabancı kelimelerin bazıları bir araya getirilerek, gazete benzetmesiyle birlikte bir afiş tasarımı üretilmiştir. Tasarımcı, karşılaşılan sorunun doğru bir yaklaşımla düzeltilebileceği düşüncesiyle, afişte kullanılan ana mesaj ile yabancı kökenli kelimelerin ortadan kaldırılabileceğine dikkat çekmiştir.



Görsel 8. Görsel 4. Resul Ay, 2016

Afro-Avrasya Araştırmaları Kongresi, “Bu Türkçe İle Nereye? Kişisel Afiş Sergisi

Görsel 8 incelendiğinde, sanal ortamında sıkça kullanılan kelimeler ele alınarak afiş tasarımı hazırlanmıştır. Klavye tuşlarından faydalanılarak hazırlanan yukarıdaki afiş tasarımında görüldüğü gibi hemen hemen her alanda Türkçenin tahribata uğradığı ve uğratıldığı dikkatlerden kaçmamaktadır.

Sonuç Ve Öneriler

Türkçedeki yabancılaşmanın önlenmesi amacıyla farklı tasarımcılar tarafından zaman zaman sosyal içerikli afiş tasarımları üretilmektedir. Üretilen afişlerde kullanılan kelimeler incelendiğinde, neredeyse kelimelerin tamamının Türkçe karşılıkları bulunmakta, hatta telaffuzları daha kolay ve kelimelerin anlamının bilinmemesi durumunda bile tahmin yürütülebilir sesçil özelliğe sahip oldukları görülmektedir. Fakat sosyal iletişim ağları, bazı haber kaynakları ve toplumun belli bir kesiminin özellikle yabancı kelime kullanma konusunda ısrarlarından kaynaklanan tahribatları görmek mümkündür.

Türkçedeki bu olumsuz gidişatın yaratacağı sorunların, birçok farklı koldan yapılacak çalışmalarla önlenilebileceği düşünülebilir. Fakat tasarımcıların bu konuda gösterecekleri hassasiyetle, özellikle reklam, tanıtım ve benzeri alanlarda uzmanlaşmış tasarımcıların bu sorunu büyük ölçüde çözebilecek durumda oldukları aşikârdır. Örneğin tabela tasarımında tasarımcının müşteriyi uyararak durumun ciddiyetini izah etmesiyle ikna edebileceği düşünülebilir ve Türkçe tabelalar tasarlanabilir. Bunun yanında TV

reklamlarında ve basın ilanlarında da tasarımcıların göstereceği hassasiyetle birçok olumlu gelişmeler görülebilir.

Grafik tasarım ürünleri arasında neredeyse en etkili ikna edebilme gücüne sahip olan afişler, doğru ve mantıklı bir biçimde tasarlandıklarında, özellikle afişlerin yerel kodlardan hareketle oluşturulması halinde bu sorunun duyurulmasında ve toplumun bilinçlendirilmesinde önemli bir görevi yerine getirecekleri bilinmektedir. Dolayısı ile gönüllü tasarımcıların üretecekleri sosyal içerikli afişlerle ve bu afişlerin bazı kamu kurum ve kuruluşları tarafından maddi ve manevi açıdan desteklenmeleri halinde hem daha çok ses getirebileceği hem de bu konunun ciddiyetine varılması noktasında dikkatleri toplayabileceği kanısına varılabilir.

Araştırmanın tamamlanmasıyla; Türkçedeki yabancılaşmanın önlenmesine yönelik tasarlanıp üretilen yeni afiş tasarımlarının yanında, toplum üzerinde yönlendirici etkiye sahip diğer görsel iletişim araçlarının da benzer amaçla yeniden yorumlanmasında yeni kazanımların elde edilebileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Hepçilingirler, F. (2009). Türkçe Off. İstanbul: Everest Yayınlar.

Küçükdoğan, R. (2011), “Dilinizden Utanmayın” Reklam Kampanyasının Göstergebilimsel Açıdan Çözümlemesi. The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication– Tojdac. Vol:1 Iss:1. p.26-34.

Mete F. ve Ceylan, İ. (2015). Türkçe Kurallı Cümle Yapısının Graf Teori İle Gösterilmesi. Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic. Vol:10/16 Fall:2015, p. 953-968.

Sinanoglu, O. (2010). Bye Bye Türkçe. İstanbul: Bilim+Gönül Yayınları

Burası Türkiye mi? Tabelalar, <http://www.tdk.gov.tr/images/stories/eskiresimler/04.jpg> (05.05.2016).

“Bu Türkçe İle Nereye? Afiş Tasarımları, <https://www.behance.net/gallery/4413705/Turkish-Posters> (10.09.2016).