

Öğretmen Adaylarının Kitle İletişim Araçlarında Kullanılan Anadile Bakış Açıları

Views of Prospective Teachers Concerning Native Language Used on the Mass Media

Gülden TÜM*
Çukurova Üniversitesi

Öz

Bir ulusun var olma sebebi olan dil, ulusun kültürel zenginliğinin anlatılablmesinde önemli görevler üstlenirken ulusun kendine özgü değerlerini, duygu ve düşünce dünyasını nesilden nesile aktarması bakımından da önem taşır. Dil zenginliğinin sonraki nesillere aktarılabilmesi için sadece kullanıcı ve öğreticilere değil kitle iletişim araçlarına da büyük görevler düşmektedir. Özellikle, günümüzde insanlar üzerinde olağanüstü etkiler bırakan kitle iletişim araçlarında Batı kökenli sözcüklerin, yanlış sesletilen sözcüklerin, Türk alfabesinde yer almayan harflerin ve yanlış tümcelerin sıklıkla kullanımı, insanların da onları günlük yaşamında bilinçsizce kullanmasına yol açmaktadır.

Bu çalışmanın amacı kitle iletişim aracı olan televizyonda yer alan ana haber bültenleri, değişik programlar ve bu yayınlarda verilen reklamlardaki yazılı ve sözel dilin kullanımı konusunda geleceğin öğretmen adaylarının görüşlerini belirlemektir.

Anahtar Sözcükler: Kitle iletişim araçları, Türkçe, öğretmen adayları, televizyon programları

Abstract

The language of a nation carries a great weight on transferring the unique values and richness from one generation to another. The Mass media, besides users of that language, has the responsibility of passing on the language richness to the next generation. Especially, usage of the foreign originated vocabulary, mispronounced words, non-Turkish alphabet letters and inaccurate sentences used on the mass media, which has a great effect on people's lives leads people unconsciously use that language in their daily lives.

The aim of this paper is to determine prospective teachers' views on Turkish language used in written and spoken forms in news, entertainment programs, and commercials on mass media.

Keywords: Mass media, Turkish language, prospective teachers, TV programs.

* Yrd. Doç. Dr. Gülden TÜM, Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İngilizce Öğretmenliği Bölümü, ADANA
guldentum@cu.edu.tr

Summary

Turkish, the world's fifth largely spoken language, has been facing threats at an increased level even though it has managed to survive up to date thanks to its firm logic and strong structure. The reason for such threats may be listed as the lack of awareness about its national aspect, the use of foreign originated vocabulary at an increased level in communication, the transfer of foreign words unnecessarily, the constructive rules or expressions into Turkish regardless of their conformity to the structure of Turkish language and the likes. Surely, one of the main reasons creating such an effect is the mass media. Unfortunately, erroneous use of the language on the mass media over the time is likely to affect Turkish to such an extent that the next generation may become estranged to their own language and lose the possibility of transferring it correctly to the next generations. The power of the mass media is likely to play a very fundamental role in strengthening the culture of a nation as well as degenerating and weakening cultural identity and national cooperation. Thus, it is essential that today's prospective teachers are to become aware of the problems in this matter. The aim of this survey is to determine the views of prospective teachers at Education Faculty, Çukurova University towards the quality of Turkish language used in spoken and written form on mass media. The research questions guided the study are as follows: 1) What do prospective teachers think about the language used on the mass media?; 2) Do prospective teachers at Education Faculty become aware of their responsibilities as would-be-teachers and impress their students who would take part in the society in the future?; and finally 3) Are the institutions aware of the risk of losing their native language in case there is attack from different languages in commercials?

The data were obtained through a questionnaire prepared via language instructors and confirmed by the expert of Turkish Language Association in Ankara. The questionnaire is composed of 36 Likert-type items including 9 newscast, 14 soap operas and 13 commercials. Each item in the questionnaire includes 5 alternatives [5 (always), 4 (often), 3 (generally), 2 (rarely), and 1 (never)]. The questionnaire was applied to 330 student-teachers (N. 264 Female and N. 66 Male) at the departments of Turkish Language Teaching (TLT), English Language Teaching (ELT), and Primary Teacher Training (PTT) at Education Faculty, Çukurova University, Adana-Turkey. Limitation of this study is lack of whole coverage of all students just in these three departments but not all departments. These three departments were especially put forward in the survey since they are important as would-be-teachers primarily use language in their instructions. However, as further study, it is aimed at applying the same questionnaire to the other departments to get a general view from prospective teachers about the usage of Turkish language in mass media. The collected data were analyzed through SPSS 11.0. Based upon the research findings, it was observed that students of Education Faculty have different views and attitudes to the language used on the mass media as follows:

- The participants at ELT Department in this study seem uncomplaining about the language on mass media even though the Turkish language used on the mass media contains dramatically foreign-origin vocabulary. The main reason for this is that these participants study foreign languages (English as their major and German or/and French as their second language). What's more, these students are always delighted to use Western-originated vocabulary when compared to the participants of TLT Department, and to those at PTT Department.
- The participants at PTT Department and ELT Department are expected to be sensitive toward their native language; however, these participants are observed to be insensible to the usage of their native language on mass media. For instance, the results regarding the issue on wearing foreign vocabulary printed garments indicate that more than half of students wear them without knowing the meanings of what is written on. On the other hand, the participants at TLT Department clearly clarify their disturbance on several items in the questionnaire.

Considering mother tongue is primarily learned in family and close environment, and then it is developed in education facilities. First, the mass media is to help the individuals use the language correctly. Second, teachers will help students differentiate the language used around. And finally, the institutions are supposed to enlighten community in many respects and also to take the responsibility to shape the society in terms of communication appropriately. Only if teachers have awareness and sensitivity towards the usage of their native language, can they set a role model for their students in using the language correctly? Thus, the quality of mother tongue education at teacher schools is needed to be elevated as well as the addition of various courses to the curriculum besides the common field courses so that they can also get socially developed. Even though currently there are now courses added at the national curriculum to raise awareness of students how to read information on mass media, they seem not enough unless there should be awareness of teachers to use their mother language in educational environments. Therefore, revision of university curriculums, addition of compulsory or optional courses about mass media, sociology and culture through which the next generations can learn their mother tongue correctly is strongly needed.

Giriş

Coğrafi bakımdan on iki milyon metrekarelik bir alanda ve dünyanın beşinci dili olarak konuşulan Türkçe, her ne kadar yapısındaki mantık ve sağlamlık sayesinde, yapısal bir bozulma olmaksızın günümüze kadar ulaşmış olsa da, günümüzde karşılaştığı tehlike ve zorluklar giderek artmaktadır. Bu tehlike ve zorluklar, millî anlamda hâlâ dil bilincinin tam olarak yerleşmemesi; yabancı dillere özentinin giderek artmasıyla yabancı kökenli sözcüklerin iletişimde daha çok yer alması; yalın kuralların göz ardı edilmesiyle oluşan yaygın yanlış kullanım; yabancı dillerden geçen sözcük, kural ve değişik ifadelerin Türkçenin yapısına uygun olup olmadığı düşünülmeden dilimize yerleştirilmesi ve bazı kuruluşların dil kullanımında ihmalkâr davranmaları olarak sıralanabilir. Bu zorluk ve tehlikeleri doğuran nedenlerin başında hiç kuşkusuz “kitlesele boyutta ileti dağıtabilen araçlar” olarak tanımlanan kitle iletişim araçları gelmektedir (Özkök, 1985). Kitle iletişim araçları kültürel üretim sisteminin bir parçası olma görevini üstlenmenin yanı sıra bazen kasıtlı bazen de farkında olmadan değişik amaçlara hizmet edebilecek potansiyele sahiptir (Scannel, 1992). Kitle iletişim araçları yoluyla Türkçeyi tehdit eden unsurlar sadece yabancı kökenli sözcüklerin dile girmesi değil, sözcük düzeyinde kalmayıp Batı kökenli kalıplarda olduğu gibi Türkçeye aktarılmaları ve dilimizin bozulmasına neden olmalarıdır.

Anadil başlangıçta aileden ve yakın aile çevresinden, daha sonra da ilişkide bulunulan çevrelerden öğrenilen, bireyin bilinçaltına inen ve bireylerin toplumla en güçlü bağlarını oluşturan araçtır (Aksan, 1995; Kolaç, 2008). Anadil olarak son derece zengin bir dil olan Türkçenin kitle iletişim araçlarında bireyin öğrenimini ve kazanımını olumlu yönde etkileyici şekilde verilmesi beklenir. Ne yazık ki, kitle iletişim araçları, toplumsal iletişimde dilin sürekli kullanıldığı alanlar olmasına rağmen, Türkçenin doğru ve yalın kullanılması gerçeğini göz ardı edebilmekte ve bunun sonucu olarak da yanlış dilbilgisi kullanımı ile Batı kökenli sözcüklerin istilası yüzünden dilimiz büyük bir hızla yozlaşmaktadır. Özellikle, günümüzde her kesime çok rahat ulaşan ve insanların üzerinde olağanüstü etkiler bırakan kitle iletişim araçlarında Batı kökenli sözcüklerin, yanlış sesletilen sözcüklerin, Türk alfabesinde yer almayan harflerin ve yanlış tümcelerin sıklıkla kullanımı, insanların da onları günlük yaşamında bilinçsizce yaygın bir şekilde kullanmasına yol açmaktadır. Bunun sonucunda da gelecek nesiller kendi ana dillerine yabancılaşmakta, sonraki kuşaklara da dillerini doğru ve arı bir şekilde aktarma olanağını yitirmektedirler.

Kitle iletişim araçlarının yaygın eğitim ya da halk eğitimi aracı olarak büyük kitleleri etkileyebilme gücü düşünüldüğünde, toplumdaki bireylerin ne derece doğru ve arı bir Türkçe edindiği uzun zamandan beri araştırmacıların merak konusudur. Araştırmacılar kitle iletişim araçlarının etkin bir telkin aracı olarak çok geniş ölçekli halk kitlelerini etkileyerek, onları belirli hedefler doğrultusunda yönlendirebilecek bir güce sahip olduğunu belirtmektedir (Arslan, 2004; Gülsevin, 2006; Sis, 2006). Araştırmacılara göre bu güç, ulusal kültürün gelişmesi ve güçlenmesinde çok önemli işlevler yerine getirebileceği gibi, istenirse kültürel kimliği zayıflatmak veya ulusal birlik ve beraberliği yok etmek gibi tam tersi emellere de hizmet edebilmektedir. Kitle iletişim araçları bu açıdan ele alındığında Türkçe kullanımındaki yoğun etkileşmeye ve yozlaşmaya yol açanların başında

gelmektedir ve maalesef bu araçların sayısı yadsınamayacak kadar çoktur. Bu araçlar, dil kullanımının hemen her düzeyinde bilim dili, eğitim dili, kültür dili ve bireysel dil olarak etkinlik gösterirken aynı zamanda kullanımı yaygınlaşan popüler kültür ile de ulusal kültürden ve seçici olmaktan uzaklaşmaktadır. Bunun neticesi olarak da bu tür kullanım ve yaklaşımlar ana dilimiz olan Türkçenin bozulmasına sebep olacak bir zemin oluşturmaktadır (Sis, 2006). Halbuki kitle iletişim araçlarının, izleyenleri doğru bilgilendirme sorumluluğu da vardır. Bu sorumluluk göz önüne alındığında bu araçlarda kullanılan dilin doğruluk ve güvenilirliğinin daha kabul edilebilir ölçülerde olması gerekirken maalesef günümüzde yanlışlar giderek büyümektedir (Hepçilingirler, 1999). Bu durum, öğretmen yetiştiren kurumlarla, bu kurumlarda öğrenim gören, geleceğin öğretmen adaylarının dile karşı ne kadar sorumluluk duymaları gerektiğinin önemli bir kanıtıdır. Sadece öğretmen yetiştiren kurumlarda değil diğer kurumlarda da Türkçeye gereken önemin verilmesinin ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisi göz önünde tutularak basın yayın organlarında Türkçenin doğru kullanımına özen gösterilmesinin, daha da önemlisi, ulusal bir dil politikasının uygulanmasının bu sorunları aşmakta yararlı olacağı şüphesizdir (Sis, 2006).

Türkçenin anlam ve anlatım imkânlarının bu araçlarla ne kadar etkili oldukları göz önüne alındığında geliştirilebileceği kadar köreltilebileceği varsayımını da göz ardı etmemek gerekir. Eğer toplumlar kitle iletişim araçlarıyla aldıkları bilgileri iyi değerlendirebilirler ise o zaman bu araçların dili geliştirme sorumluluğunu üstlendiği söylenebilir. Aksi takdirde, dil, gelecek nesillerin dil öğrenim hakkını yok edecek şekilde bir körelme gösterebilecektir. “Gelecek nesilleri aydınlatma görevini üstlenen öğretmenler ne yazık ki dilbilim öğrenimi görmeden geleneksel yaklaşımla yetişmekte, dil bilgisi kavramlarını dilin temel nitelikleri ve işleyişi konularına girmeden ele almakta ya da dil bilgisini bütünüyle bir yana bırakmaktadır” (Aksan, 2004: 380). Dilin nasıl bir yapı ya da bir sistem olduğu üzerinde yeterince düşünmeyen, anlam ile biçim arasındaki ilişkiyi sorgulamayan yaklaşımlardan dolayı öğretmen adayları da kitle iletişim araçlarının toplumu aydınlatma sorumluluğunu tam fark edememektedirler. Kısacası, tüm öğretmenler anadil bilincine ve duyarlılığına sahip olmalıdır; böylece anadilinin bütün niteliklerini kullanarak öğrencisine model olabilir, bu bilinç ve duyarlılığı öğrencilerinde de uyandırabilir. Hiç şüphesiz öğretmenlerin bu bilinci ve duyarlılığı henüz mezun olmadan kazanmış, içselleştirmiş olmaları istenen bir durumdur. Çünkü bu bilinç ve duyarlılıkla öğretmen ya da öğretmen adayları ait oldukları toplumun ve o topluma ait kültürün sözcük ve kavramlarıyla kendilerini ifade ederler. Bütün sözcüklerin kavramların arkasında bir kültür geçmişi vardır. Öğretmenlerin belleklerinde tutmaları gereken en önemli unsur kendilerinin dış dünyayla, öbür bireylerle ya da öğrencileriyle ilişkilerini yansıtan ve biçimlendiren, düşünceyle birlikte tüm ruhsal ve toplumsal kişiliğini oluşturan en önemli aracın dil olduğudur. Bu durumda dil, gerçeklik ya da nesnelere üstünde etki aracı olduğu gibi, kimi yönleriyle de başkalarını etkileme, yönlendirme ve yöneltme aracıdır. Bu durumda öğretmenlerin dili etkileme ve yöneltme aracı olarak kullanırken öz, yalın ve etkili kullanmaları büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, en yaygın kitle iletişim araçlarından televizyonda yer alan ve metinleri önceden hazırlanmış olan ana haber bültenleri, değişik programlar ve bu yayınlarda yer alan reklamlardaki yazılı ve sözel dilin kullanımı konusunda, geleceğin nesillerini yetiştirecek olan öğretmen adaylarının (Eğitim Fakültesi Türkçe Öğretmenliği, Sınıf Öğretmenliği ve İngilizce Öğretmenliği Bölümleri) Türkçeye karşı bakış açıları ve toplumsal sorumluluklarıyla ilgili görüşlerini belirlemektir. Ayrıca, öğretmen yetiştiren kurumların dilin yozlaşması tehlikesine karşı duyarsız kalmaması, toplumdaki duyarsızlığa ortak olmaması için çözüm önerileri sunmaktır.

Yöntem

Bu çalışmada en yaygın kitle iletişim araçlarından televizyonlarda yayınlanan, metinleri önceden hazırlanmış programlarda (yazılı ve sözel) Türkçenin ne derece doğru, etkili, yalın ve zengin kullanıldığının incelenmesi için içerik tarama yöntemi kullanılmıştır. 2009-2010 yılları arasında altı ay boyunca 54 değişik ulusal kanalın yayınları (haber bültenleri, diziler ve reklamlar) incelenmiş, kayıtların dökümleri çıkarılmış ve Türk Dili Okutmanları tarafından içerik dökümlerinin nitelik ve nicelik analizi yapılmıştır. İçerik analizinde sözvarlığının kullanımı, tümcelerin yapılandırılmaları incelenmiştir. Bu çalışmanın örneklemini 2009-2010 akademik yılında Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngiliz Dili Eğitimi Ana Bilim Dalı, Türkçe Eğitimi Ana Bilim Dalı ve Sınıf Öğretmenliği Ana

Bilim Dalı'nda eğitimlerine devam etmekte olan 330 (N.264 bayan ve N.66 erkek) 4. sınıf öğretmen adayları oluşturmaktadır. Öğrencilerden aynı dönemde ulusal kanallarda yayınlanan haber bültenleri, diziler ve reklamları izlemeleri istenmiş ve anket çalışması uygulanmıştır. Ancak öğrencilere çalışmanın sonucunu etkilememesi amacıyla çalışmanın içeriği konusunda detaylı bilgi verilmemiştir.

Bu çalışmada kullanılan anket TDK uzmanlarının görüşleri alınarak değerlendirilmiş, anket güvenilirliğini kuvvetlendirmek için 117 kişilik grupta yapılmış ve katsayı .89 olarak tespit edilmiştir. Öğretmen adaylarına kitle iletişim araçlarıyla ilgili 36 adet (9 haber bülteni, 14 dizi ve program ve 13 reklam) tümce içeren bir anket verilmiş; öğrencilerin kitle iletişim araçlarında maruz kaldıkları Türkçe kullanımıyla ilgili görüşleri araştırılmıştır. Türkçenin kullanımıyla ilgili tümceler 5 ile 1 arasında ölçeklendirilmiş [5 (her zaman); 4 (sık sık); 3 (ara sıra); 2 (nadiren); ve 1 (asla)] ve ölçme araçlarından sağlanan verilerin çözümlemesinde SPSS programının Mann Whitney U testinden yararlanılmıştır. Araştırmanın sınırlılıkları ise örnekleme oluşturan öğrencilerin ileriki yaşamda doğrudan dili kullanarak mesleklerini icra etmeleri dolayısıyla tüm Eğitim Fakültesi Bölüm öğrencilerini kapsamaması, farklı bağımsız değişkenlerle yapılmaması ve kullanılan ölçme araçlarıdır.

Bulgular

Veri toplama araçlarının uygulanmasıyla elde edilen bulgular 5 ölçekli yapılmış ve üç ayrı grupta (1- Haber Bültenleri, 2- Televizyonda En Çok İzlenen Diziler 3- Reklamlar) değerlendirilerek tablolar halinde aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1.
Haber Bültenleri

	Bölüm	%	Ölçek*
1 İçerdiği Batı kökenli sözcükler nedeniyle anlayamadığım haberler oluyor.	İngilizce ¹	31,5	3
	Türkçe ¹	37,9	4
	Sınıf ¹	24,1	4
2 Haberlerde kullanılan Batı kökenli sözcüklerin oranının çok fazla olduğunu düşünüyorum.	İngilizce	34,4	2
	Türkçe	39,1	5
	Sınıf	37,9	3
3 Haberlerde Batı kökenli sözcük kullanılmasını doğru bulmuyorum.	İngilizce	67,1	4
	Türkçe	59,0	5
	Sınıf	34,4	2
4 Haberlerde kullanılan tümceleri hatalı olmaları nedeniyle anlayamıyorum.	İngilizce	51,7	4
	Türkçe	29,2	4
	Sınıf	31,4	3
5 Haberlerde kullanılan tümceleri doğru, açık ve anlaşılır buluyorum.	İngilizce	34,5	4
	Türkçe	44,5	2
	Sınıf	48,3	4

* Ölçek: 5 her zaman; 4 sık sık; 3 ara sıra; 2 nadiren; 1 asla

¹ Analizlerde İngilizce Öğretmenliği (İ.Ö.), Türkçe Öğretmenliği (T.Ö.) ve Sınıf Öğretmenliği (S.Ö.) harfleriyle belirtilecektir.

Tablo 1'de, öğrenimlerine İngilizce Öğretmenliği (İ.Ö.), Türkçe Öğretmenliği (T.Ö.) ve Sınıf Öğretmenliği (S.Ö.) bölümde devam etmekte olan ve ileriki mesleki yaşamlarında dili öncelikli olarak kullanacak öğretmen adaylarının haber bültenleriyle ilgili görüşleri ile bu görüşlerin birbiriyle ne derece benzerlik ya da farklılık gösterip göstermediği yer almaktadır. [1.] Tümcede kullanılan Batı kökenli sözcüklerin haberlerin anlaşılmasını etkilemesiyle ilgili olarak tüm öğretmen adaylarının önemli bir oranda doğru ve anlaşılır haber alma haklarından yararlanamadıkları görülmektedir. İ.Ö. %31,5; T.Ö. %37,9 ve S.Ö. % 24,1). [2.] Tümcede haberlerde Batı kökenli sözcüklerin oranının fazla olduğunu düşünen Türkçe Öğretmen adaylarıdır (T.Ö. % 39,1). İngilizce Öğretmen adayları bu oranı nadiren (İ.Ö.% 34,4) olarak açıklarken Sınıf Öğretmeni adayları ara sıra (S.Ö. %37,9) olarak ifade etmektedirler. Bu durum, İ.Ö. adaylarının aldıkları eğitimin yabancı dil ağırlıklı olmasından dolayı,

izledikleri haberlerde yer alan yabancı sözcükleri kanıksadıkları ve bu sözcüklerin yerine Türkçe karşılıklarının kullanılmamasının bir sorun olmadığı varsayılmaktadır. T.Ö. adayları ise haberlerde yer alan Batı kökenli sözcük sayısının farkındadır ve çok fazla olduğunu düşünmektedir (T.Ö. %39,1). S.Ö. adaylarının bakış açısına göre ise Batı kökenli sözcük kullanımı ara sıra olarak vurgulanmaktadır. (%37,9). [3.] T.Ö. adayları Batı kökenli sözcük kullanılmasından çoğunlukla büyük bir rahatsızlık duymaktadır (T.Ö. %59,0). İ.Ö. adayları ise Batı kökenli sözcüklerinin kullanımıyla ilgili tümceyi sık sık ifadesini kullanarak doğru bulmadıklarını ifade etmektedirler (İ.Ö. %67,1). Bu durumda İ.Ö. adaylarının bakış açısı bir önceki tümceyle çelişki göstermektedir. Zira, hem kullanılan sözcükleri ayırmısamamakta hem de kullanılan Batı kökenli sözcüklerden rahatsızlık duyduklarını belirtmektedirler. S.Ö. adayları ise bu tümceyle ilgili görüşlerini nadiren (S.Ö. %34,4) olarak belirtmektedir. [4.] Tümceleri hatalı olmaları nedeniyle anlayamamaları konusunda ise her üç grup da benzer ifadeler kullanmaktadır (İ.Ö. %51,7; T.Ö. %29,2 ve S.Ö. %31,4). [5.] Tümcelerin doğru, açık ve anlaşılır bulunması oranı iki grup tarafından sık sık (İ.Ö. % 34,5; S.Ö. %48,3) olarak ifade edilirken, T.Ö. adayları tarafından nadiren (T.Ö. % 44,5) şeklinde ifade edilmekte İ.Ö, S.Ö. ve T.Ö grupları arasında oldukça büyük bir farklılık görülmektedir. Bu sonuç da öğrencilerin günlük yaşamda ana dillerinin doğru ve açık kullanımını ayırmısamada zorluk çektiklerinin göstergesidir. Bu sonuçlardan da görüldüğü gibi ana dilin yazım kurallarına masumca yerleşmiş veya yabancılığına devam ettirirken yerleşmemiş Batı kökenli sözcükler Türkçe tümceler içerisinde yer alarak halkın haber alma, bilgilenme ve hatta ürünleri tanıma haklarını zorlaştırmaktadır (Aksan, 1995: 355). Hâlbuki dil, millet denilen sosyal varlığı birleştirir ve onlar arasında duygu ve düşünce akımı meydana getirir. Bir millete ait olan her birey, o milletin kültürünü, inançlarını, zevkini, gelenek ve göreneklerini, dinini ve dilini beraberinde taşır. Kitle iletişim araçlarının da bireylerin bu haklarını gözetme gibi bir sorumluluğu yerine getirmesi beklenir.

Tablo 2.
Haber Bültenleri 2

	Bölüm	%	Ölçek*
6 Haberleri sunan kişilerin hatalı tümceler kullandığını fark ediyorum.	İngilizce	44,8	2
	Türkçe	52,5	4
	Sınıf	37,9	3
7 Haberleri sunan kişiler Türkçe sözcük yerine Batı kökenli sözcükleri tercih ediyor.	İngilizce	37,9	2
	Türkçe	44,4	4
	Sınıf	48,3	3
8 Haberleri sunan kişilerin Türkçeyi yanlış kullandığını düşünüyorum.	İngilizce	41,4	3
	Türkçe	48,6	5
	Sınıf	51,7	2
9 Haberleri sunan kişilerin Batı kökenli sözcük kullanmasını yararlı buluyorum.	İngilizce	62,1	1
	Türkçe	74,0	1
	Sınıf	41,4	3

* Ölçek: 5 her zaman; 4 sık sık; 3 ara sıra; 2 nadiren; 1 asla

Tablo 2, [6.] T.Ö. ve S.Ö. adaylarının haberleri sunan kişilerin hatalı tümcelerini fark ettiklerini gösterirken (T.Ö. %52,5 ve S.Ö. %37,9), İ.Ö. adaylarının hatalı tümceleri nadiren ayırmısadıklarını ortaya çıkarmaktadır (İ.Ö. %44,8). Kitle iletişim araçlarının, haberleri bireylerin doğru anlama ve algılama haklarını göz önüne alarak vermesi beklenirken bu haberleri izleyicilere aktarmakla görevli kişilerin sorumlulukları da yadsınamayacak kadar önemlidir. Haber bültenlerindeki metinlerin daha önceden yazıldığı ve izleyicilere bu şekilde sunulduğu varsayıldığında ise gerek haberleri yayına hazırlayanların gerekse haberleri izleyicilere sunanların görevlerinin bilincinde olmaları beklenir. Gerek İ.Ö. adaylarının gerekse S.Ö. adaylarının haberleri sunan kişilerin kullandığı hatalı tümceleri fark etmemeleri ise Türkçeyi öğrencilerine aktarmakla sorumlu olan adaylar olarak dil kullanımıyla ilgili ayırmısamalarının ne boyutta olduğunu gözler önüne sermektedir. [7.] Türkçe sözcük yerine Batı kökenli sözcüklerin kullanılması hususunu yine İ.Ö. adayları nadiren fark ederlerken (İ.Ö. %37,9)

T.Ö. adayları sık sık (T.Ö. %44,4), S.Ö. adayları da ara sıra diyerek haberleri sunan kişilerin Batı kökenli sözcükleri kullandıklarını fark ettiklerini göstermektedir (S.Ö. %48,3). [8.] Haberleri sunan kişilerin Türkçeyi yanlış kullandığı konusunda ise öğretmen adayları karşıt görüş oluşturmaktadır. Örneğin, İ.Ö. adayları %41,4 oranında ara sıra Türkçenin yanlış kullanıldığını düşünürken, T.Ö. adayları %48,6 oranında sık sık hata yapıldığını değerlendirmektedir. S.Ö. adaylarının ise %51,2 oranında yanlışlığı fark etmediği gözlemlenmektedir. Kısacası, 3 bölüm arasında belirgin bir farklılık olduğu görülmektedir. [9.] Batı kökenli sözcük kullanımının yararlı olması konusunda İ.Ö. ve T.Ö. adayları karşıt görüş belirtirken (İ.Ö. % 62,1 ve T.Ö. %74,0), S.Ö. adayları Batı kökenli sözcük kullanımının ara sıra (%41,4) yararlı olacağını ifade etmektedirler. Dilin insanların duygu ve düşüncelerini anlatmada önemli görevler üstlenmesinin yanı sıra değer ve zenginliklerini nesilden nesile aktarması bakımından da büyük bir önem taşıması öğretmen yetiştiren kurumlara büyük sorumluluk ve görevler yüklemektedir. Bu sonuçlara göre, kurumların ders içeriklerini yeniden gözden geçirip öğretmen adaylarının ana dil Türkçeye olan duyarlılıklarını arttırmayı bir zorunluluk olarak görmeleri gerekmektedir.

Tablo 3.

En Çok İzlenen Diziler 1

	Bölüm	%	Ölçek *
1	İngilizce	41,4	5
	Türkçe	63,5	4
	Sınıf	48,3	4
2	İngilizce	41,4	5
	Türkçe	74,0	1
	Sınıf	51,7	1
3	İngilizce	69,5	1
	Türkçe	59,0	2
	Sınıf	69,5	5
4	İngilizce	79,3	4
	Türkçe	63,7	2
	Sınıf	31,4	3
5	İngilizce	64,5	4
	Türkçe	48,3	5
	Sınıf	44,8	2
6	İngilizce	48,3	2
	Türkçe	59,0	2
	Sınıf	48,3	5
7	İngilizce	62,1	3
	Türkçe	85,0	4
	Sınıf	69,5	1

* Ölçek: 5 her zaman; 4 sık sık; 3 ara sıra; 2 nadiren; 1 asla

Tablo 3, öğretmen adaylarının en çok izlenen dizilerle ilgili görüşleri konusunda bilgi vermektedir. [1.] Öğretmen adaylarının dizilerde kullanılan dilin çoğunlukla Batı kökenli sözcüklerden oluştuğu konusunda birbirine yakın görüş bildirdikleri tablodaki sonuçlardan anlaşılmaktadır (İ.Ö. %41,4; T.Ö. %63,5 ve S.Ö. %48,3). [2.] Batı kökenli sözcüklerin dizilerde yer almasından duyulan memnuniyet konusunda ise üç bölüm arasında anlamlı bir çelişki görünmektedir. İ.Ö. adayları Batı kökenli sözcük kullanımından her zaman memnun iken (İ.Ö. %41,4), hem T.Ö. hem de S.Ö. adaylarının büyük bir hoşnutsuzluk içerisinde oldukları ortaya çıkmıştır (T.Ö. %74,0 ve S.Ö. %51,7). Gerek T.Ö. gerekse S.Ö. adaylarının Batı kökenli sözcük kullanımına karşı olmaları gelecek nesillerin ana dillerini doğru ve etkin öğrenmeleri konusunda etkili olacaktır. İ.Ö. adaylarının ilerideki öğretim hayatlarında yabancı kökenli sözcüklerin karşılıklarını verirken sorun yaşamaları ise kaçınılmaz görünmektedir. Bu durumda İ.Ö. adaylarının mesleki yaşamlarındaki

öğrencileri, gerek yabancı dili ve gerekse yabancı dildeki sözcüğün anadilindeki karşılığını kavramada sıkıntı yaşayabilir ve bu durum karşısında öğrencilerin Türkçeyi doğru öğrenme hakları ellerinden alınmış olabilir. [3.] Televizyon programlarında tanınmış kişilerin kullandığı dili taklit etme konusunda da üç bölüm arasında farklılık görünmektedir. İ.Ö. ve T.Ö. adayları taklit etme konusunda karşıt görüş bildirmektedir (İ.Ö. %69,5 ve T.Ö. %59,5). S.Ö. adaylarının %69,5 oranında her zaman dili taklit etme konusunda görüş bildirmeleri son derece tehlikeli olabilir zira tanınmış kişilerin dili hatalı kullanmaları olasılığının da göz önüne alınması gerekir. Bu durum da dilin yozlaşmaya başlamasına neden olabileceği gibi Türkçenin yanlış, Batı'ya özentili ve kısır bir şekilde kullanılmasıyla sonuçlanabilir. [4.] Sözcüklerin tümcede doğru kullanılmasıyla ilgili konuda ise İ.Ö. adayları büyük oranda (İ.Ö. %79,3) olumlu görüş belirtirken, T.Ö. adayları görüşlerini nadiren (T.Ö. %63,7) olarak ifade etmektedirler. S.Ö. adayları (%31,4) tümcelerin ara sıra doğru kullanıldığını belirterek farklı bir görüş sergilemektedir. Bu yorumların farklı olması gelecek nesilleri eğitecek öğretmenlerin kendi anadillerindeki özelliklerin ayırmsanmasında ortak bir noktada buluşamadıklarını göstermektedir. [5.] Batı kökenli sözcüklerin kullanılmasının rahatsızlık vermesi ile ilgili yorumlar ele alındığında yine bölümler arası değişiklikler dikkat çekicidir. Örneğin, kullanılan sözcüklerin Türkçe veya Batı kökenli olup olmaması İ.Ö. ve T.Ö. adaylarını ilgilendirirken (İ.Ö. %79,3 ve T.Ö. %48,3), S.Ö. adaylarının ilgisiz kalmaları dilin yozlaşması ve bozulmasında geri dönülemez bir sorun doğurabilir (S.Ö. %44,8). [6.] Kullanılan sözcüğün Türkçe olup olmadığı ile ilgili tümcede büyük oranda İ.Ö. ve T.Ö. adayları arasında benzerlik görünmektedir (İ.Ö. %48,3 ve T.Ö. %59,0). Bu sonuç gelecek nesilleri yetiştirecek öğretmen adaylarının farkındalığı açısından oldukça önemlidir. Ancak, S.Ö. adayları bu konuda karşıt görüş belirtmektedirler (S.Ö. %48,3). [7.] Kullanılan sözcüğün doğru olup olmaması ele alındığında ise gruplar arasındaki farklılıklar dikkat çekicidir. İ.Ö. ve T.Ö. adayları bu konuya olağanüstü bir alaka gösterirken (İ.Ö. %62,1 ve T.Ö. %85,0), S.Ö. adaylarının bu programlardaki Türkçeye karşı ilgisiz kalmaları gelecek yıllarda öğrencilerin karşılaşacağı tehlikeyi göstermektedir. Unutulmamalıdır ki ilköğretim dönemi öğrencilerin bilinçlerinin oluşmaya başladığı, okuma, yorumlama ve yargılama yetilerinin tam olarak gelişmeye başladığı önemli bir dönemdir.

Tablo 4.
En Çok İzlenen Diziler 2

		Bölüm	%	Ölçek*
8	<i>Batı kökenli sözcükler çok kullanıldığı zaman kanal değiştiriyorum.</i>	İngilizce	39,7	5*
		Türkçe	30,5	3
		Sınıf	34,7	5
9	<i>Kullanılan sözcüklerin kökeni dikkatimi çekmiyor.</i>	İngilizce	34,5	4
		Türkçe	48,3	1
		Sınıf	27,6	4
10	<i>Her gün izlediğim TV günlük konuşmamı doğrudan etkiliyor.</i>	İngilizce	37,9	5
		Türkçe	41,7	3
		Sınıf	34,5	5
11	<i>Sözcüklerin doğru kullanılıp kullanılmadığı beni ilgilendiriyor.</i>	İngilizce	44,8	5
		Türkçe	52,1	5
		Sınıf	31,5	4
12	<i>Kullanılan sözcükler çok sınırlı olduğunda benim de kullandığım dil kısırlaşıyor.</i>	İngilizce	44,8	1
		Türkçe	33,2	4
		Sınıf	34,4	4
13	<i>TV'deki programlarda izlediğim kişilerin giydiği, üzerinde Batı kökenli sözcükler olan giysilerden aldığım olur.</i>	İngilizce	72,4	5
		Türkçe	70,0	1
		Sınıf	41,4	1
14	<i>Üzerinde Batı kökenli sözcüklerin olduğu giysileri bu sözcüklerin ne anlama geldiğini bilerek giyerim.</i>	İngilizce	48,3	5
		Türkçe	48,3	5
		Sınıf	65,5	2

* Ölçek: 5 her zaman; 4 sık sık; 3 ara sıra; 2 nadiren; 1 asla

Tablo 4'te en çok izlenen dizilerdeki Türkçenin kullanımıyla ilgili bilgiler incelendiğinde üç bölümde eğitim gören öğretmen adaylarının bakış açıları dikkat çekicidir. [8.] Tümce, Batı kökenli sözcüklerin sıklıkla yer alması durumunda izleyicilerin tavrı ile ilgili olan bu tümcede, İ.Ö. ve S.Ö. adayları (İ.Ö. %39,7 ve S.Ö. %34,5) kanal değiştirme eğilimi gösterirken, T.Ö. adayları ise ara sıra bu eylemi yaptıklarını ifade etmektedir (T.Ö. %30,5). [9.] Kullanılan sözcüklerin kökeni ile ilgili tümcede İ.Ö. ve T.Ö. adayları ilgisiz görünmektedir. İ.Ö. adaylarının hem hedef dile hem de ana dilin yapısı ve kullanımına karşı duyarlı olma sorumlulukları vardır. Ancak sonuçlara bakıldığında İ.Ö. ve S.Ö. adaylarının programlarda kullanılan sözcüklerin kökenine karşı duysuz oldukları görülmektedir (İ.Ö. %34,5 ve S.Ö. %27,6). [10.] Televizyonun günlük kullanımı etkilemesiyle ilgili tümceye verilen dönütler öğretmen adaylarının izledikleri programda duydukları dilden etkilendiklerini göstermektedir (İ.Ö. %37,9; T.Ö. %41,7 ve S.Ö. %34,5). Adayların etkilendikleri dili günlük yaşamlarına taşımaları durumunda iletişim kurdukları kişilerin de dilden etkilenmesine neden olacaktır. [11.] Sözcüklerin doğru kullanılıp kullanılmadığı konusunda üç grup arasında bir farklılık görülmemesi dikkat çekicidir (İ.Ö. %44,8; T.Ö. %52,1 ve S.Ö. %31,5). [12.] Kullanılan sözcüklerin çok sınırlı kullanıldığında dili kısırlaştırmasıyla ilgili olan tümceye karşı yaklaşımlarda, İ.Ö. adayları etkilenmez görünürken, diğer gruplar sık sık etkilendiklerini dile getirmektedirler (İ.Ö. %44,8; T.Ö. %33,2 ve S.Ö. %34,4). [13.] Adayların sadece kullanılan sözcüklere değil ayrıca izledikleri dizilerde rol alan kişilerin giydikleri kıyafetlerde yer alan sözcüklere karşı olan ilgi ya da dikkatlerini ölçmek amacıyla verilen anketten çıkan yaklaşımlar da son derece ilginçtir. Üzerinde Batı kökenli sözcük olan giysilerden satın alma konusunda yine üç grup arasında farklılık göze çarpmaktadır. İ.Ö. adayları her zaman etkilenerek giysi aldıklarını ifade ederken (İ.Ö. %72,4), T.Ö. ve S.Ö. adayları asla etkilenmediklerini ifade etmektedirler (T.Ö. %70,0 ve S.Ö. %41,4). [14.] Üzerinde Batı kökenli

sözcüklerin olduğu giysileri giymek özellikle de anlamlarını bilerek giymek (İ.Ö. %48,3 ve T.Ö. %48,3) ya da hiç bilmeden giymek (S.Ö. %65,5) öz kültürel değerlerin göz ardı edilmesi anlamına gelebilir. Çünkü her toplum “otantik” olarak ürettiği ve yaşadığı kültürel ortama sahiptir ancak kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile kültür de üretilen ve pazarlanan bir meta haline almıştır (Taylan vd. 2008). Kitle iletişim araçları yoluyla bazı araçlar diğer ülkelere medyatik ürünler olarak girmiştir. Bunun sonucunda da insanların imge, simge ve söz dağarcıkları da büyük ölçüde kültür endüstrilerine bağımlı hale gelmiştir. Böylece, kitle iletişim araçları yoluyla hakim, kültürün lehine olacak şekilde, kültürel semboller verilmekte ve bu da yerel-ulusal kültürlerde değişime neden olmaktadır. Yetim’in (2004) belirttiği gibi, özellikle kitle iletişim araçları kültürel aktarımda hayati bir rol oynamakta ve yerel-ulusal kültürler yok olmayla karşı karşıya kalmaktadır. Yerel-ulusal kültürün korunabilmesinde ve nesilden nesile aktarılabilmesinde geleceğin öğretmenlerine büyük sorumluluk ve görevler düşmektedir çünkü genç nesillerin anadil öğrenme hakları ancak doğru ve yerinde verildiğinde, kültürel ve sosyal değerler daha sonraki nesillere sağlıklı aktarılabilir. Bu da öğretmen yetiştiren kurum ve öğretim elemanlarının bu konuda daha fazla hassasiyet göstermeleri anlamına gelmektedir.

Tablo 5.

Reklamlar 1

		Bölüm	%	Ölçek*
1	TV'deki reklamların çoğunluğunda Batı kökenli sözcüklere yer verildiğini gözlemliyorum.	İngilizce	34,5	2
		Türkçe	55,2	5
		Sınıf	37,9	3
2	Reklamlar genellikle Türkçe sözcüklerden oluşuyor.	İngilizce	20,7	2
		Türkçe	63,7	2
		Sınıf	55,2	2
3	Türkçe sözcüklerin yanlış yazıldığını gözlemliyorum.	İngilizce	48,3	4
		Türkçe	37,9	5
		Sınıf	44,8	3
4	Yanlış yazılan sözcüklerin çocukların Türkçeyi öğrenmelerini zorlaştırdığını düşünüyorum.	İngilizce	37,9	4
		Türkçe	53,2	4
		Sınıf	34,5	4
5	Yerli reklam ürünlerinin adları ve sloganları arı Türkçe.	İngilizce	10,5	2
		Türkçe	37,9	2
		Sınıf	34,5	4
6	Reklamlardaki Batı kökenli sözcüklerin Türkçe telaffuz edilmemesi beni rahatsız ediyor.	İngilizce	41,4	4
		Türkçe	37,9	4
		Sınıf	48,3	3
7	Reklam ürünlerinin Türkçe ya da Batı kökenli olması beni etkilemiyor.	İngilizce	62,1	1
		Türkçe	63,7	1
		Sınıf	41,4	2

* Ölçek: 5 her zaman; 4 sık sık; 3 ara sıra; 2 nadiren; 1 asla

Tablo 5, ana haber bültenleri, en çok izlenen program ve dizilerde verilen reklamlar ile ilgili öğretmen adaylarının bakış açılarını göstermektedir. [1.] Tümcede verilen TV'deki reklamların çoğunluğunda Batı kökenli sözcüklere yer verilmesi konusunda İ.Ö. adayları nadiren olarak görüş bildirmişlerdir (İ.Ö. %34,5). Hâlbuki yapılan çalışmalardan elde edilen verilere göre reklamlarda sunulan değişik şirket ürünlerinin %50'si Türk olmasına rağmen Türk ürünlerinin yabancı sözcüklerle adlandırılması (%25 Türkçe, %75 yabancı) son derece üzücüdür (Tüm, 2009). Sonuçlar, İ.Ö. adaylarının bu farkın ayırımında olmadıklarını göstermektedir. T.Ö. adayları reklamlardaki Batı kökenli sözcükleri çok daha kolay ayırt etmektedir (T.Ö. %55,2). S.Ö. adayları ise ara sıra bu sözcükleri fark ettiklerini ifade etmektedirler (S.Ö. % 37,9). [2.] Reklamlarda kullanılan Türkçe sözcükler incelendiğinde İ.Ö. adaylarının nadiren ifadesini diğer öğretmen adaylarına oranla daha az kullandıkları görülmektedir. (İ.Ö. %20,7; T.Ö. %63,7 ve S.Ö. %55,2). Sonuçlar farklı da olsa adayların

bu ayırımı farkında olduklarını ifade etmek mümkündür. [3.] Türkçe sözcüklerin yazımı konusunda İ.Ö. adaylarının (İ.Ö. %48,3) duyarlı olması anlamlıdır ancak T.Ö. adaylarının bu konuda çok daha farklı ayırımsama içinde bulunması beklenirken (T.Ö. %37,9) sonuç anketteki diğer tümcelerle çelişki oluşturmaktadır. [4.] Yanlış yazılan sözcüklerin çocukların öğrenmesini zorlaştırmasına neden olacağı konusunda her üç grup da aynı görüşü paylaşmaktadır (İ.Ö. %37,9; T.Ö. %53,2 ve S.Ö. %34,5). [5.] Yerli reklam ürünlerinin adları konusunda ise üç grup farklılık göstermektedir (İ.Ö. %1,50; T.Ö. %37,9 ve S.Ö. %34,5). İ.Ö. ve T.Ö. adayları “nadiren” ifadesini kullanırken S.Ö. adayları ise “sık sık” ifadesini kullanmaktadır. Bu görüş birinci tümceyle de çelişki oluşturmaktadır. Yeni kuşak öğretmen adaylarının ve bireylerin, kendinden önceki kuşaktan devraldığı toplumsal kültürü önce korumak ve yaşatmak, sonra da geliştirip kendinden sonra gelecek kuşaklara aktarmak yükümlülüğü varken, bu konuda adayların bilinçsiz olması nedeniyle kültürün öğrenilmesi, geliştirilerek yaşatılamaması ve yeni kuşaklara aktarılamaması durumunda çöküntü ve yok oluş kaçınılmazdır (Arslan, 2004). Çünkü kültürün zincirleme devam etmesi durumunda toplum ve kültürün, doğal olarak da ulus ve devletin ayakta kalabileceği iyi bilinmelidir.

Tablo 6.
Reklamlar 2

		Bölüm	%	Ölçek*
8	<i>Reklamlarda kullanılan Batı kökenli sözcükler beni rahatsız ediyor.</i>	İngilizce	34,5	2
		Türkçe	51,7	5
		Sınıf	31,4	3
9	<i>Reklamlarda kullanılan ve Türkçede olmayan harfleri içeren sözcüklerin çocukların Türkçeyi öğrenmelerini zorlaştırdığını düşünüyorum.</i>	İngilizce	86,2	5
		Türkçe	44,8	4
		Sınıf	31,4	5
10	<i>Reklamlarda kullanılan dil bana başka ülkede olduğum izlenimini veriyor.</i>	İngilizce	37,9	1
		Türkçe	30,5	4
		Sınıf	34,5	5
11	<i>Türk TV kanallarının dil konusunda özenli davranması gerektiğini düşünüyorum.</i>	İngilizce	89,7	5
		Türkçe	74,4	5
		Sınıf	62,1	5
12	<i>Kullanılan dilin Türkçe ve Batı kökenli olmasının Türkiye'nin AB'ye girme sürecinde yararlı olduğunu düşünüyorum.</i>	İngilizce	79,3	5
		Türkçe	63,5	1
		Sınıf	51,7	1
13	<i>TV'de kullanılan dilin nasıl olduğunun insanları etkilemeyeceğini düşünüyorum.</i>	İngilizce	75,9	4
		Türkçe	63,5	1
		Sınıf	41,4	1

* Ölçek: 5 her zaman; 4 sık sık; 3 ara sıra; 2 nadiren; 1 asla

Tablo 6 değerlendirildiğinde, [8.] reklamlarda yer alan Batı kökenli sözcüklerin T.Ö. adaylarını rahatsız ettiği gözlemlenirken (T.Ö. % 51,5) İ.Ö. ve S.Ö. adaylarının Batı kökenli sözcüklerden belirgin olarak rahatsızlık duymadıkları görülmektedir. (İ.Ö. %34,5 ve S.Ö. %31,4). [9.] Tüm gruplar reklamlarda bulunan ve zaman zaman Türkçe harf içermeyen sözcüklerin çocukların Türkçeyi öğrenmelerini zorlaştırdığını düşünmektedir (İ.Ö. %86,2, T.Ö. %44,8 ve S.Ö. %31,4). Çocuklar kendi alfabelerinde tek ses taşıyan harfleri öğrenme aşamasındayken, ürünlerin kendi anadillerindeki alfabede olmayan harflerle tanıtılması berrak beyinlerinin olumsuz yönde etkilenmesine ve anadil bilincinin doğru kullanılması yönündeki önemini yitirmesine neden olacaktır. [10.] Türkçe sözcüklerin reklam başına verilen sayılarla kıyaslanması sonucunda bazı reklam sloganlarının çoğunlukla Batı kökenli sözcükleri içerdiği görülmektedir. Bu konuyla ilgili olarak anketteki tümce ile ilgili sonuçlar da öğretmen adaylarının sanki başka bir ülkede yaşıyorlarmış izlenimi edinmelerine neden olmuştur. Verilen yanıtlarda İ.Ö. adayları bu ayırımsamadan etkilenmez görünürken (İ.Ö. %37,9), T.Ö. ve S.Ö. adayları bu durumdan her zaman ya da sıklıkla rahatsızlık duyduklarını belirtmektedirler (T.Ö. %30,5 ve S.Ö. %34,5). [11.] Adaylar, TV kanallarının dil konusunda özenli

davranmaları gerektiği konusunda da ortak görüş bildirmişlerdir (İ.Ö. %89,7; T.Ö. %74,4 ve S.Ö. %62,1). İ.Ö. adayları alan derslerini İngilizce aldıklarından, reklamlarda yer alan Batı kökenli sloganlara, mesajlara ve yapılar fazla dikkat etmemektedirler. Diğer iki grup ise Batı kökenli sözcüklerin daha çok ayırımında olduklarını “her zaman” şeklinde ifade etmektedir. [12.] ve [13.] Kullanılan dilin AB’ye girme sürecinde yararlı olacağı konusunda sadece İ.Ö. yararlı görüş bildirirken (İ.Ö. %79,3), T.Ö. ve S.Ö. adayları yararlı olmadığı konusunda görüş birliği sergilemektedirler (T.Ö. % 63,5 ve S.Ö. %51,7) ve TV’de kullanılan dilin nasıl olduğunun insanları etkilemeyeceği konusunda da aynı görüşü savunmaktadır (İ.Ö. %75,9; T.Ö. %63,5 ve S.Ö. %41,4). Çoğu kez yetişkin bireyleri bile etkileyen bu mesajların, yetişkin birey olma yolundaki çocuğu ne kadar etkileyebileceği ise ayrı bir araştırma konusu olabilir. Bu olumsuz etkilenmeler adayların kendi öz kimliğini ve kişiliğini oluşturamaması ve gelecek nesillere aktaramamasıyla sonuçlanabilir. Bu durumda sorunu engellemek için öğretmen yetiştiren kurumların millî değerlerin ve ana dilin zenginliğinin korumasına daha çok özen göstermeleri ve müfredatlarını yeniden gözden geçirmeleri gerekmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Anadil, ailede öğrenilmeye başlar, sosyal çevrede kullanılan dil ile perçinlenir, ancak gerçek anlamda öğrenme eğitim kurumlarında gerçekleşir. Bu anlamda bireylerin anadilini doğru kullanmasına yardımcı olan çevresel faktörlerden birisi kitle iletişim araçlarıdır ve bu araçlarda kullanılan dile azami özenin gösterilmesi esastır. Diğer faktör ise çocuğa anadil bilincini kazandıracak olan kurumlardaki öğretmenlerdir. Çünkü unutulmamalıdır ki anadil sevgisi ve bilincinin temellerinin atıldığı kurumda edinilecek duyarlılık çevresel faktörlerle yaşam boyu devam edecektir.

Öğretmen anadil bilincine ve duyarlılığına sahipse anadilinin bütün niteliklerini, özelliklerini ve inceliklerini kullanarak öğrencisine model olabilir ve bu sevgiyi, bilinci, duyarlılığı öğrencilerinde oluşturabilir. Sahip olunmayan duyarlılık ve bilincin aktarılması söz konusu değildir. Bu bağlamda öğretmen yetiştiren kurumlara ve öğretim elemanlarına büyük görevler düşmektedir. Her şeyden önce öğretmen yetiştiren kurumlarda verilen anadil eğitiminin niteliğinin yükseltilmesi yanı sıra sosyalleşmenin gereği olarak alan dersleri dışında da farklı derslerin zorunlu hale getirilmesi gerekmektedir. Üniversitelerdeki programların içeriklerinin yeniden gözden geçirilmesi ve toplam müfredatın belirli oranlarında kitle iletişim araçları, sosyoloji ve kültür gibi farklı alanlarda seçmeli ya da zorunlu derslerin konulması, gelecek nesillerin kendi ana dillerini doğru öğrenmeleri ve korumaları için yararlı olacaktır. Son yıllarda her ne kadar Medya ile ilgili dersler konulsa da bu derslerden ziyade bu dersleri veren ya da vermeyen öğretmenlerin kullandığı dil de hala önem taşımaktadır. Bu derslerin yanı sıra başka seçmeli dersler de olmalıdır. Seçmeli derslerin sadece bölüme yakın dersler olması dışında, her bireyin ilgisini çekebilecek türden derslerin sunulması bireylerin kendilerini tanıma, ifade edebilme ve geliştirmeleri açısından da önemlidir. Bu tür derslerde sunulan bilgiler öğretmen adayının kendi kültürüne sahip çıkması, anadilini kullanma becerisi ve yeterliliğini anlamada önem kazanacak, sonraki kuşaklara aktarılabilir. Öğretmen yetiştiren kurumlarda amaç sadece bilgi yüklemek değil, anadil becerisini ve millî değerleri kazandırmak olmalıdır. Ancak bu şekilde emin ve ehil olarak yetiştirilen öğretmen adayları, toplum ve kültür için çok yararlı hizmetler veren kitle iletişim araçlarının öldürücü bir silaha dönüşebilme olasılığını ayımsayarak toplumun temel değerlerini ve normlarını daha çok vurgulayabilecektir.

Kaynakça

- Aksan, D. (1995). *Her yönüyle dil, ana çizgileriyle dilbilim*. Ankara: TDK Yayınları.
- Aksan, D. (2004). *Türkçe çalışmalarında dilbilim. Dilbilim ve Türkçe yazıları*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Arslan, A. (2004-a). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Ulaslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*. 12.09.2009 tarihinde <http://www.insanbilimleri.com> adresinden alınmıştır.
- Boyd-Barrett, O. & Braham, P. (1995), *Media, knowledge and power*, London, UK: Routledge.
- Burton, G. (1995). *Görünenden fazlası*, Nefin Dinç (Çev.) İstanbul: Alan Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2002a). *İletişimi anlamak*. Ankara: Erk Yayınları.
- Gülsevin, G. (2006). Dil kirliliği sorunu: Türkçede Batı kökenli unsurlar sorunu. Gürer, G., ve Boz, E (Eds.), *Türkçenin Çağdaş Sorunları*. Ankara: Gazi.
- Hengirmen, M. (1998). *Türkçe temel dilbilgisi*. Ankara: Engin Yayınları.
- Hepçilingirler, F. (1999). *Dedim Ah!*. İstanbul: Remzi Yayınları.
- Huber, E. (2010). *Dilbilimine giriş*. İstanbul: Multilingual Yabancı Dil Yayınları.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve media. *Bilig*. 34, 1-13.
- Küçük, S. (2007). *Dil kirliliğinin Türkçemize yansımaları*. Ankara: TDK Yayınları.
- Kolaç, E. (2008). Sınıf öğretmeni adaylarının anadilimizin yaşadığı sorunlara ilişkin farkındalıkları, görüş ve önerileri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. The Journal of International Social Research*, 1 (5), 441-455.
- Kirzinger, A. E., Weber, C., & Johnson, M. (2012). Genetic and environmental influences on media use and communication behaviors. *International Communication Association Human Communication Research*, 38, 144-171. DOI:10.1111/j.1468-2958.2011.01424.x
- Levend, A. S. (1973). *Dil Üstüne*. Ankara: TDK Yayınları.
- Mora, N. (2008). *Medya ve kültürel kimlik. Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*. 5 (1). 12.09.2009 tarihinde <http://www.insanbilimleri.com> adresinden alınmıştır.
- Nebiler, H. (1995). *Medyanın ekonomi politiği: Türk basınında tekelleşme*. İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Özdemir, S. (1998). *Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Özkan, N. (1996). Yabancı dillerin Türk dili ve kültürü üzerindeki etkileri. *Türk Dili*.537, 257-264.
- Özkök, E. (1985). *İletişim kuramları açısından kitlelerin çözülüşü* (I. Baskı), Ankara: Tan Yayınları.
- Scannell, P., Schlesinger, P., & Sparks, C. (1992). *Culture and power: A media, culture and society reader*, London: Sage.
- Sinanoğlu, O. (2003). *Bir Nev-York rüyası bye bye Türkçe*. İstanbul: Otopsi Yayınevi.
- Taylan, H. H., ve Arklan, Ü. (2010). *Medya ve kültür: Kültürün medya aracılığıyla küreselleşmesi*. 12.01.2010 tarihinde <http://www.aku.edu.tr/aku/dosyayonetimi/sosyalbilens/dergi/x1> adresinden alınmıştır.
- Tüm, G. (2010). *Gelecek kuşakların Türkçe edinimi hakkı ve televizyon*. Ankara: TDK Yayınları.