

Üniversitesi	:	T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi
Enstitüsü	:	Sosyal Bilimler
Ana Bilim Dalı	:	İletişim Sanatları
Programı	:	İletişim Sanatları
Tez Danışmanı	:	Prof. Dr. G. Rengin Küçükdoğan
Tez Türü ve Tarihi	:	Yüksek Lisans – Ocak 2013

ÖZ

REKLAM İLETİLERİNDE TÜRK DİLİ KULLANIMI VE UYGULAMADAKİ DİL YANLIŞLARI

Hemen hemen her alanında karşılaştığımız reklamlar, gelişen teknolojinin de etkisiyle artık yaşamımızın vazgeçilmez kitle iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Reklam iletişiminde genellikle dilsel ve görsel göstergeler kullanılır, ancak verilmek istenen temel iletinin aktarımı çoğunlukla yazılı ya da sözlü dil aracılığıyla olmakta, kullanılan görseller ve müzik, reklamları daha akılda kalıcı ve ilgi çekici hale getirmekte yardımcı olmaktadır. Reklamlarda kullanılan dil, ürünü satmaya ya da tanıtmaya yönelik olduğu için kendine ait özelliklere sahiptir. Ancak reklam dilinin bu özgür alanı Türk dilinin özelliklerini göz ardı edebileceği ya da kurallara uymak zorunda olmadığı anlamına gelmemektedir.

Çalışmanın bütüncesini 2012 Haziran-Eylül ayı en çok satan kadın dergilerindeki basılı reklamlar ve aynı dönemde rastlantısal olarak incelenen televizyon reklamları oluşturmaktadır. Bu reklam iletilerinin ve reklam filmlerinin çözümlenmesinde; reklam iletisinin genel betimlenmesine, reklam iletisinde kullanılan dilsel iletilerin zaman ve tümce açılarından türlerine, dilsel iletinin anlamsal olarak incelenmesine ve dilsel iletide yapılan dil yanlışlarına odaklanılmaktadır.

Çalışmada, reklamda kullanılan dilsel iletilerin çözümlenmesi sırasında, dilsel iletinin anlamsal olarak nasıl kurgulandığı ve yapılan dil yanışı ortaya koymaya çalışılmış ve yapılan dil yanışının nasıl ortadan kaldırılabileceği ile ilgili öneriler de sunulmuştur.

Bu bağlamda, çalışmanın amacını bütüncede yer alan reklam iletilerinde kullanılan dil yanışlarını belirlemek, dikkatleri bu yanışlar üzerine çekmek ve dilin korunmasına katkıda bulunmak oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Reklam iletileri, kadın dergileri, dilsel ileti, Türk dili, dil yanışları, çözümlenme.

University	:	T.C. İstanbul Kültür University
Institute	:	Social Sciences
Department	:	Communication Arts
Programme	:	Communication Arts
Thesis Supervisor	:	Prof. Dr. G. Rengin Küçükerdoğan
Thesis Type and Date	:	Master of Arts – January 2013

ABSTRACT

THE USE OF THE TURKISH LANGUAGE IN ADVERTISING AND THE LINGUISTIC MISTAKES IN PRACTICE

Advertising, which we encounter in every field of life, has become an indispensable part of it as a medium of mass media with the help of developing technology. In the communication side of advertising, language and visuals are used. However, the real message intended to be conveyed is mostly given via written or oral language. The visuals and music used helps the advertising to be more memorable and attractive. The language used in advertising is for selling or promoting a product, so it has its own characteristics. Nonetheless, this freedom of advertising does not necessarily mean that it can ignore the qualities of the Turkish language or is no longer obliged to obey the linguistic rules.

The core of this study includes the advertisement in the best-selling women's magazines published between June-September 2012 and randomly chose TV commercials. In the analysis process of these advertising messages and commercials, the focus points are the description of advertising message, the time and statement varieties of linguistic messages in

the advertising, semantic examination of the advertising message and linguistic mistakes in the message.

During the analysis process of the linguistic messages used in advertising, how the linguistic message is built has been stated. In addition to that, linguistic mistakes have been stated and suggestions have been made to make corrections for these linguistic mistakes.

The aim of this study is to identify the linguistic mistakes in the advertising that was examined in this study. Besides, identifying the linguistic mistakes and attracting attention to them and eventually contribute to the protection of the Turkish language.

Key Words: Advertising, women's magazine, linguistic message, Turkish language, linguistic mistakes, analysis.