



A Sociolinguistic Analysis of T-Shirt Writings in Turkey

Asuman Ahmed Abdo Shaban^{1,a}, Furkan Kadir Topçu^{2,b*}

¹ Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü (Emekli), İstanbul, Türkiye

² Bartın Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Bartın, Türkiye

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Research Article

Received : 18/11/2024

Accepted : 17/12/2024

Keywords:

Turkish,
National culture
Sociolinguistic
T-shirt inscriptions

ABSTRACT

Language continues its vitality in social life as the most basic culture-carrying element. When we consider social life in itself, clothing has an important place. The t-shirts people wear are one of the areas where language continues its existence. In this research, it was aimed to determine in which languages the inscriptions on the t-shirts of four clothing brands in Turkey are and whether these inscriptions reflect Turkish culture. In this context, the data set of the research consisted of four brands selling in Turkey. Scanning method was used in the research. T-shirts from the online shopping sites of the four brands mentioned were identified, classified and shown in the table. As a result of the research, the most detected category in Turkish written t-shirts was city promotions, and in English written t-shirts were slogan-type expressions. While the T-shirts written in Turkish contain articles about national holidays and Atatürk, the T-shirts written in English contain articles about personal development. However, it has been determined that t-shirt texts are often in foreign languages. At the end of the study, suggestions were made from Turkish poems to be used on t-shirts as a reflection of national culture and language-world view.

Türk Akademik Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 7(2): 229-241, 2024

Türkiye'deki Tişört Yazıları Üzerine Toplumdilbilimsel Bir İnceleme

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Geliş : 18/11/2024

Kabul : 17/12/2024

Anahtar Kelimeler:

Türkçe
Millî kültür Toplumdilbilim
Tişört yazıları

ÖZ

Dil en temel kültür taşıyıcı unsur olarak sosyal hayatta canlılığını sürdürmektedir. Sosyal hayatı kendi içinde değerlendirdiğimizde giyim, mühim bir yere sahiptir. Kültürün aktarıcısı, ifade edicisi olarak giyim şekli toplumun ve bireylerin hayata bakışlarını göstermektedir. İnsanların en çok tercih ettiği kıyafetlerden biri olarak tişörtler de burada ele alınması gereken bir unsurdur. İnsanların üzerinde taşıdığı tişörtler, dilin varlığını sürdürdüğü alanlardan biridir. Bu alanların amacına uygun şekilde kullanılması dilin gelişimini ve ilerlemesini etkilemektedir. Bu çalışmada, Türkiye'deki dört giyim markasının tişörtleri üzerindeki yazıların hangi dillerde olduğunu ve bu yazıların Türk kültürünü yansıtıp yansıtmadığını saptamak amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın veri setini Türkiye'de satış yapan dört marka (LC Waikiki, DeFacto, Koton ve Mavi) oluşturmuştur. Araştırmada tarama yöntemi kullanılmıştır. Adı belirtilen dört markanın çevrimiçi alışveriş sitelerinden tişörtler tespit edilerek sınıflandırılmış ve tablo üzerinde gösterilmiştir. Araştırma sonucunda Türkçe yazılı tişörtlerde en çok tespit edilen kategori şehir tanıtımları, İngilizce yazılı tişörtlerde ise slogan türü ifadeler olmuştur. Türkçe yazılı tişörtlerde millî bayramlar ve Atatürk ile ilgili yazılar yer alırken İngilizce yazılı tişörtlerde ise kişisel gelişim konusunda yazılara yer verilmiştir. Bununla birlikte tişört yazılarının sıklıkla yabancı dillerde olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda millî kültür ve dil-dünya görüşünün yansımaları olarak tişörtlerde kullanılmak üzere Türkçe şiirlerden öneriler sunulmuştur.

asuman.akay@marmara.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-8521-0386>

ftopcu@bartin.edu.tr

<https://orcid.org/000-0001-7198-5589>



This work is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International License

Giriş

Millî kültürü tanımlarken toplumsal değerleri nesilden nesile aktaran en temel unsurun dil olduğunu belirtmek gerekmektedir. Milletlerin hayata bakışını ve insanın insana, insanın tabiata atfettiği değeri söz varlığı dağarcığında görmek mümkündür. Dil, insanlar arasında iletişimi sağlayan aynı zamanda toplumun kültürel değerlerini taşıyarak millet olma bilincini devam ettiren bir araç, kendi içinde kuralları olan bir ses sistemidir, dilin canlı olma özelliği; tarihi süreçte farklı coğrafya ve sosyokültürel ortamlara uyum sağlayıp değişim ve gelişimini gerçekleştirir (Akay Ahmed, 2020: 450). Dil, toplumun temelini oluşturmaktadır. Bu ilişki hayatın birçok alanında ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple dil-toplum ilişkisi insanların tercihlerinden etkilenmekte ve şekillenmektedir. Doğal bir dilin, sözdizimi ve anlambilim özelliklerini taşıması yanında Umberto Eco, dili tanımlayıcı diğer özellikleri de şu şekilde ifade eder; "...aynı zamanda bir edimbilim temeline, yani çıkarılan sesin koşullarını ve bağlamlarını göz önünde bulunduran kullanım kuralları temeline dayanır; bu kullanım kuralları sözcüklerle sözdizimsel yapıların birden çok anlam edinmelerini sağlayan dilin retorik kullanımına olanak tanır" (Eco, 2017: 21'den aktaran Akay Ahmed, 2020: 450).

Karçığa'ya göre (2015: 40) "Bir kelimenin anlamında içinde neşet ettiği topluma göre daralmalar, genişlemeler olabilir." Bu daralma ve genişlemeler sosyal hayatta, medyada, giyimde kendini gösterebilmektedir. Farklı alanlarda ortaya çıkan dildeki değişimler dikkate değerdir. Ayrıca Karçığa (2015: 41), kültürün yegâne taşıyıcısı dil olduğu için de sosyoloji ilminin dil bilimi gelişmelerini yakından takip etmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında tişörtler üzerinde bulunan yazı ve şekillerin toplumdilbilimsel bakışla incelenmesi gerekmektedir. Tişörtler üzerindeki yazılarla insanların kendilerini dil aracılığıyla nasıl ifade ettiklerini araştırmak söylem değerlendirmesi olarak ele alınmıştır.

Tişört üzerindeki yazılar, kültür ve sosyokültürel bilgi ile yakından ilgilidir. Giyim, bir toplumun kültürüyle ilgili önemli bilgiler vermektedir (Telc, 2011: 22). Sosyokültürel bilgi içinde yer alan 'giyim' başlığı (Telc, 2011) kültürü yansıtan önemli bir unsurdur. Toplumun tarihsel süreçte değişen yapısının giyime yansımaları sembolik olarak kültürel göstergeyi işaret etmektedir. Giysiler içinde özellikle son dönemlerde tercih edilen tişörtler, üzerindeki yazı ve şekillerle kültürel kodlar üzerinden dikkat çekmektedir. Alanyazında tişört yazılarına ait akademik çalışmaların henüz yeni başlamış olduğu, yapılan çalışmalarda ise günlük yaşamdaki kullanımların değerlendirildiği gözlemlenmiştir. Konuyla ilgili sınırlı sayıda akademik temelli çalışma bulunmaktadır.

Giyim konusunda Molla (2007: 3) ilk amacı korunmak olan örtünmenin zamanla amaç değiştirdiğini, doğadaki güzellikleri kendine taşımak, onlarla bezenmek, soğuktan ve sıcaktan korunmak istemenin yanında örtünmenin giyinmeye dönüştüğünü ifade etmiştir. Giyinmek ise doğadan kendini korumanın yanında, sosyal statü, inanış, iklim koşulları vb. belirleyen kendini ifade ediş şekli hâline gelmiştir. Toplumun gelenek ve göreneklerinin, alışkanlıklarının giyimi şekillendirdiği hatta bu amacı

yansıtmak istediği görülmektedir. Bazı durumlarda giyim gelenek, görenek ve inançların imgesi olarak da değerlendirilmektedir. Giyim ve tasarım birlikte düşünüldüğünde giysi tasarımı (Koca ve Koç 2009: 35), tasarımcının etkilendiği tema veya hikâyenin çok yönlü niteliklerini, yenilikçi bir biçimde, hayatın içerisine yerleştirip biçimlendirdiği, yaratıcı insan faaliyetinin somutlaşmış ürünü olarak tanımlanabilir.

Günümüzde genellikle gençler tarafından tercih edilen tişörtlerde yazılı ifadeler yaygın olarak kullanılmaktadır. Tişört, "yakasız, kısa kollu veya kolsuz, genellikle pamuklu bir fanila" (Merriam-Webster, 2022) şeklinde tanımlanmaktadır. Tişörtler üzerine ilk tasarımların İkinci Dünya Savaşı başlarında Amerika'da ortaya çıktığı ancak bu tişörtlerin Amerika Donanması mürettebatı tarafından fanila olarak giyildiği bilinmektedir (RushOrderTees.com, 2020). Cullum-Swan ve Manning (1994) 2. Dünya Savaşı'nın sonundan itibaren tişörtün kültürel evrimini; işlevselliğinin ötesinde anlamlar içeren, kullanıcının kimliği hakkında bilgi iletmeyle yönelik bir role çevirdiğini ve sosyal iletişimin işareti hâline geldiğini belirtmektedir. Tişörtlerin ilk kullanım alanları göz önünde bulundurulduğunda bugünkü kullanım alanından çok farklı olduğu söylenebilir. Günümüz tişörtlerindeki yazıların ilk örnekleri sayılabilecek tişört yazıların başta işyerindeki işçilerin statüsünü belirtmek için tasarlanmış olduğundan bahsedilmektedir (Çiçek, 2021).

Yüzyıllar boyu kültürlerarası değişimin en açık ve dokunaklı göstergelerinden biri olan giyim, küreselleşmenin artmasından ve kültürel değişimlerden oldukça etkilenmiştir (Rzayeva, 2020: 42). Bu değişim, bütün giysi türleri arasında kendini en çok tişörtler üzerinden göstermektedir. Kimi zaman tişörtler gençlerin belki de toplumda yer bulma çabasının bir neticesi olarak da ortaya çıkmaktadır. Chilwa ve Ajiboye (2016) , tişört mesajlarının, ilişkiler ve ekonomik hayatta kalma arayışını yansıtan sosyopolitik ve kültürel söylemler için bir iletişim platformu olduğunu ifade etmektedir.

Çoğu tasarımda sadece yazı kullanılsa da bazı tişörtlerde kullanılan yazılar beraberindeki görsellerle anlamlandırılmış ve bütünlük sağlanmıştır. Enjoy today while taste (Bugünün tadını çıkarırken eğlen) (KOT-2021), Stay cool and be awesome (Sakin ol ve harika ol) (LCW-2021) gibi örnekler göz önüne alındığında tişört baskılarında İngilizce ifadelerin kullanımındaki yoğunluk fark edilir düzeydedir. Bu tişörtleri giyen insanlar, bazen farkında olmadan çeşitli mesajların taşıyıcısı olabilmektedir. Tişörtlerin üzerindeki yazıların içeriğinin yanı sıra tasarımı da kullanıcıları yönlendirmektedir.

Tişört yazıları ve içerikleri ile ilgili Rusya'da akademik çalışmaların oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Ancak İngilizce yazılı tişört kavramının ana dilde yazılı tişörtlerden önce kültürde yer ettiği ve ana dilde yazılı tişörtlerin talebinin yeni başladığı ülkelerde bu konu üzerine çalışmalara rastlamak mümkün değildir. Chipizubov (2020) İngilizce yazıların malzemesi üzerine toplumdilbilimsel sorunları inceleme fikrinin, kişisel deneyimlerin, sokaklardaki gözlemlerin bir sonucu olarak ortaya çıktığını belirtmiştir. Khalikov (2020) da konuyla ilgili olarak modern kitle iletişim sisteminde tişörtlerin, sosyo-semiyotik konumlandırma ve söylem analizi

çalışmalarında araştırma nesnesi olarak kullanılabilceğini belirtmektedir.

Eğitim açısından bakıldığında tişört üzerindeki yazı ve şekillerin amaca uygun kullanımında Karasu (2019) fen bilgisi alanında yaptığı araştırmada üzerine formüllerin yazılı olduğu tişörtler kullanarak materyaller geliştirmiş ve geliştirdiği bu materyallerin öğrenciler arasında akademik başarı açısından anlamlı bir fark sağlayıp sağlamadığını incelemiştir. Araştırma sonucunda insan bedeni kullanılan tişörtlerin giyilmesi ve öğrencilerin tişörtler üzerindeki bilim insanları ile ilişkilendirilmesiyle öğrenme sağlanması görsellik ve bütünlük açısından aynı zamanda akran öğrenme, aktif öğrenme, sosyal öğrenme gibi öğrenme tekniklerine katkı sağladığını tespit etmiştir. Rydkina'nın (2018) "Modern Öğrencilerin Kıyafetleri Üzerindeki Yazılar" adlı çalışmasında yazılı tişörtlerin birçok değişikliği yansıtan bir iletişim aracı olmasından yola çıkılarak kıyafetlerin üzerindeki yazıların incelenmesinin toplumun anlaşılmasına ve gelişmesine katkıda bulunduğunu belirterek tişört yazılarını içerikleri bakımından şu şekilde gruplandırmıştır:

1. Markanın, üreticinin adını taşıyan yazılar: Nike, Puma, Rita gibi.
2. Müzik grubu veya spor kulüplerinin adını taşıyan yazılar: AC/DC, Real Madrid FC
3. Espri ve mizah unsurları içeren yazılar: Bu yazılar, giyenin ve çevresindekilerin ruh hâlini iyileştirir.
4. Küresel sorunlarla ilgili yazılar: Kirliliği durdurun! Dünyayı kurtarın!
5. Nötr etiketler: Cumartesi, Dış Alan, İlkbahar, Tatiller
6. Bir kişinin özelliklerini içeren yazılar: Efsane, akıllı, "İnsanlar insanları sever ama ben kralım."
7. Ünlü kişilerin sözlerini veya ünlü eserlerden alıntılar içeren yazılar
8. Topluma meydan okuyan protest yazılar: "Yapabilirsen beni yakala", "Buraya sorun getiriyorum"
9. Kaba, müstehcen kelime ve ifadeler içeren yazılar: Tişört yazılarının yalnızca olumlu durumları değil, olumsuz durumları da içerebileceğini göstermektedir. Bu tişörtler, diğer insanlarla çatışmaya yol açabilir.
10. Soru ve ünlem cümleleri: "Endişelenme, mutlu ol!", "Hayatın anlamını bulabilir misin?" gibi teşvik cümleleri

Chipizubov'un (<https://ppt-online.org/360340>) internetten ulaşılan "Giysiler üzerinde İngilizce yazı" başlıklı Rusya'da yapılan çalışmasında çoğu insanın giysilerinin üzerindeki yazıları önemsemediğinden bahsetmektedir. Aynı zamanda insanların yeterli İngilizce bilgisine sahip olmadan yalnızca modern olduğu düşüncesiyle İngilizce yazılı tişörtlere yöneldiklerini ve anlam yükünü düşünmediklerini savunmaktadır. Bu araştırma kapsamında ulaştığımız bulgular, Rusya'da yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Türkiye'deki bazı bireylerin de tişört üzerinde bulunan İngilizce yazıyı anlamadığı hâlde giydiği ve bunu moda olduğu için tercih ettikleri görülmüştür. Araştırmacı çalışmasında bireylerin giydikleri kıyafetlerde yer alan yazıların verdiği mesajlardan mesul olduklarını ve eğer verilen mesaja katılmıyorlarsa bunu üzerlerinde taşımamaları gerektiğini vurgulamaktadır. Araştırmacı görev yapmakta olduğu okulun 5-11. sınıf öğrencileri arasında yaptığı kısa bir ankette İngilizce yazılı tişörtleri satın alırken anlamsal yükünün hesaba katılıp katılmadığı sorgulanmış ve öğrencilerin yalnızca %30'unun İngilizce

cümlelerin çevirisine dikkat ettiği ve %70'lik çoğunluğun ise çevirilere bakmadığı, bunların sadece tişörtün deseni olarak algılandığı belirtilmiştir.

Çağımızda özellikle gençler tarafından tercih edilse de tişörtlerin geniş bir kitleye hitap ettiği söylenebilir. Özellikle internet üzerinden alışverişin çağımızda oldukça yaygınlaştığı göz önüne alındığında tanınmış mağazaların internet üzerinden yaptığı satışlar, hem tercih edilen tişörtlerdeki içerikleri hem de Türkçe yazıların İngilizce yazılara oranını göstermektedir.

Günümüzde küreselleşmenin artması tekipleşmeyi beraberinde getirmektedir. Konuşmalarda, hitaplarda başlayan İngilizce alıntılar zamanla kendini tamamen hâkim kılmaya başlamıştır. Bunun bir başka yansıması ise günlük hayatta anlamını bilerek yahut hiç bilmeden giyilen İngilizce yazılı tişörtlerdir. Söz konusu tişörtlerde komik içerikler olabileceği gibi slogan, propaganda, kültürümüze denk düşmeyen öğeler de bulunabilir. Bu bağlamda ülkemizde çevrimiçi alışveriş sitelerinde satışta olan ürünlerin dağılımının nasıl olduğunu ve bu dağılımın değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın problem cümlesi: "Türkiye'de en çok satış yapan dört giyim mağazasının tişörtlerinde yer alan yazıların içerik olarak dağılımı nasıldır?" şeklindedir. Araştırmada problem cümlesine bağlı olarak aşağıdaki alt problemlere yanıt bulunmaya çalışılmıştır:

1. İngilizce ve Türkçe yazılı tişörtlerde kullanılan yazıların sınıflandırılması nasıldır?
2. Tişört yazıları toplumdilbilimsel yeterliliklere göre nasıl sınıflandırılır?
3. Tişört yazıları sosyokültürel bilgi başlığına göre nasıl sınıflandırılır?
4. Tişört yazıları kişiliğe ilişkin yeterlik açısından nasıl sınıflandırılır?
5. Tişört yazıları genel kültür açısından nasıl sınıflandırılır?
6. Millî kültürün bir yansıması olarak tişörtlerde Türkçe şairlerden nasıl yararlanılabilir?

Yöntem

Çalışmanın yöntemi tarama araştırmasıdır. Bir grubun belirli özelliklerini belirlemek için verilerin toplanmasını amaçlayan çalışmalara tarama (survey) araştırması denir (Büyüköztürk vd., 2018, s. 15). Araştırma kapsamında LC Waikiki markasına ait çevrim içi alışveriş mağazasında kadın, erkek, kız çocuk, erkek çocuk, kız bebek, erkek bebek kategorileri; DeFacto markasına ait çevrim içi alışveriş mağazasında kadın, erkek, kız çocuk, erkek çocuk, kız bebek, erkek bebek kategorileri, Koton markasına ait çevrim içi alışveriş mağazasında kadın kategorisinde güncel 5 sayfa; Mavi markasına ait çevrim içi alışveriş mağazasında kadın, erkek, kız çocuk ve erkek çocuk kategorileri taranmıştır. Tarama, 18.04.2021-24.04.2021 tarihleri ile sınırlıdır. Bunun haricinde 2024 yılına ait örnekler de eklenmiştir. Taramada yalnızca kısa kollu üst giyim ürünleri ele alınmış ve bunun dışında kalan ürünler (uzun kollu, gömlek, hırka vb.) araştırma konusu dışında bırakılmıştır. Elde edilen veriler toplumdilbilimsel bakış açısıyla incelenmiştir.

Tarama sonuçları, Türkçe ve İngilizce yazılar olarak iki ana kategoriye ayrılmıştır. Ulaşılan veriler, betimsel analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Betimsel analiz,

araştırmacıların çalışmak istedikleri farklı olgu ve olaylar hakkında özet bilgi elde edebilmeleri için sıklıkla başvurulan bir yöntemdir (Büyüköztürk vd., 2018, s. 24).

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; toplumumuz tarafından sıklıkla tercih edilen bazı tanınmış markalar aracılığı ile yurt içi platformlarda satışı yapılan tişörtlerin içeriklerinin ve İngilizce – Türkçe tişört yazılarında karşımıza nasıl bir tablonun çıktığını tespit etmek ve elde edilen sonuçları değerlendirmektir. Ayrıca; ülkemizde çevrimiçi alışveriş sitelerinde satışta olan ürünlerin Türkçe-İngilizce eğilimleri ve bu eğilimler içerisindeki anlamsal sınıflamanın tespiti amaçlanmıştır.

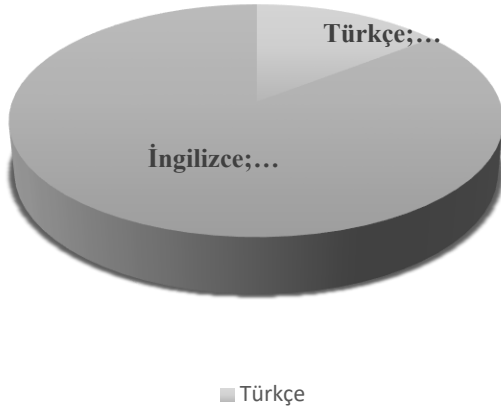
Etik Kurul İzni

Bu çalışma etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

Bulgular

Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Çevrimiçi alışveriş mağazalarındaki tişörtlerin dillere göre dağılımı şu şekildedir:



Şekil 1. Tişört yazılarındaki Türkçe - İngilizce dağılımı
Figure 1. Turkish - English distribution in T-shirt text

Grafikte de İngilizce yazılı tişörtlerin yurt içinde satışının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Türkçe yazılı tişört kategorisine dahil edilen bazı tişörtlerde İngilizce ile Türkçeyi birlikte görmek mümkündür.

LC Waikiki firmasına ait kadın tişörtlerinde tespit edilen 21 Türkçe tişörtün 6'sında Türkiye'nin turistik yerlerini tanıtım amaçlı Türkçe yazı altında İngilizce yazı da verilmiştir. Firmaya ait elde edilen verilerden bazıları sunulmuştur:

- Greetings from ANTALYA THE CITY THAT NEVER SLEEPS (Hiç uyumayan şehir Antalya'dan selamlar)
- Alaçatı SURF – LOVE – SEA (Alaçatı sörf – aşk – deniz)
- LIFE IS BETTER IN İZMİR (İzmir'de hayat daha iyi)
- KAŞ friends, sun, scuba, caretta, sand and sea that sounds like a summer to me (Bana

yaz gibi gelen KAŞ arkadaşlar, güneş, dalış, caretta, kum ve deniz)

- KEEP CALM AND FACE YOUR FEARS / FETHİYE (Sakin olun ve korkularınızla yüzleşin / FETHİYE)

- Alanya – IS ALWAYS A GOOD IDEA (Alanya – daima iyi bir fikirdir)

LC Waikiki firmasına ait erkek tişörtlerinde tespit edilen 23 Türkçe tişörtün 2'sinde Türkiye'nin turistik yerlerini tanıtım amaçlı Türkçe yazı altında İngilizce yazı da verilmiştir. 1 tişörtte ise sloganlar Türkçe-İngilizce olarak verilmiştir. Firmaya ait elde edilen verilerden bazıları sunulmuştur:

- fabulous city ISTANBUL (muhteşem şehir İstanbul)

- historical city of mysteries ANTALYA (tarihi gizemler şehri ANTALYA)

- ön yüz: #EVDEKAL, sosyal mesafeyi koru, temas yok, elini yıka, home sweet home (evim güzel evim) arka yüz: keep calm and stay home (sakin ol ve evde kal)

LC Waikiki firmasına ait erkek çocuk tişörtlerinde tespit edilen 23 Türkçe tişörtün 4 Türkiye'nin turistik yerlerini tanıtım amaçlı Türkçe yazı altında İngilizce yazı da verilmiştir. 1 tişörtte ise sloganlar Türkçe-İngilizce olarak verilmiştir. Firmaya ait elde edilen verilerden bazıları sunulmuştur:

- İstanbul the city that never sleeps (İstanbul hiç uyumayan şehir)

- Best Memories Good Vibes Alanya / Colours of region / Blue Paradise (En iyi hatıralar/ Pozitif enerji/ Bölgenin renkleri/ Mavi Cennet)

- İzmir / Magnificent Feelings (Muhteşem Duygular)

- İstanbul / Famous Destinations (Ünlü Yerler)

- Stay in nature / Doğayı koru (Doğada kalın)

Çevrim içi alışveriş sitelerindeki tişörtlerin taranmasının ardından anlamsal kategorilerin ayrılması gerekmiştir. Kategorilerin tespit edilmesinde Türkçe ve İngilizce için genel olarak ortak başlıklar oluşturulsa da verilere göre ek başlıklar eklenmiştir.

Türkçe kategorisindeki tişörtler için kullanılan başlıklar: slogan, aşk/sevgi, komik içerikler, şehir tanıtımı, millî bayramlar ve Atatürk, millî şahsiyetler, çizgi filmler, Lügat365 içerikleri, diğer.

İngilizce kategorisindeki tişörtler için kullanılan başlıklar: slogan, aşk/sevgi, komik içerikler, şehir tanıtımı, çizgi filmler, özlü sözler, kişisel gelişim ve nasihat içerikli yazılar, diğer.

Tişörtler belirli anlamlara göre sınıflandırılabilir ise de hiçbir kategoriye konulamayan tişörtler de diğer kategorisine alınmıştır. Diğer kategorisindeki tişörtler genel olarak tek kelimedenden oluşan (brave, beautiful, place, unknown...) belirli bir mesaj amacı taşımayan (that's me, what was the point?, raw stuff, canım kendim...) ve sayısının azlığı dolayısıyla ek başlık açılmamış (efulim benim, aile demek, stay home, fire rescue...) tişörtlerdir.

Tişörtlerde yer alan yazılar ve görseller, Türkçe ve İngilizce olarak sınıflandırılmıştır. Türkçe yazılı tişörtler, toplam tişörtlerin %15'ini oluşturmaktadır. Türkçe yazılı

tişörtlerin de büyük bir bölümünü milli bayram ve şahsiyetler oluşturmaktadır.

Tablo 1. Türkçe Yazılı Tişörtlerde Yer Alan Konuların Tematik Açından Sınıflandırılması
Table 1. Thematic Categorization of the Topics on the T-Shirts With Turkish Writing

	Kadın	Erkek	Kız	Erkek	Kız	Erkek
			Çocuk	Çocuk	Bebek	Bebek
Sloganlar	3	-	2	1	2	-
Aşk/Sevgi	2	1	-	1	1	2
Komik İçerikler	2	-	-	-	-	-
Özlü Sözler		-	-	-	-	-
Kişisel Gelişim ve Nasihat	-	-	-	-	-	-
Şehir Tanıtımı	12	15	2	8	-	-
Milli Bayramlar- Şahsiyetler/Atatürk- Anma Törenleri	4	1	5	5	4	3
Çizgi Filmler	-	-	6	16	-	-
Lügat 365 (Kelimeler)	16	-	-	-	-	-
Diğer	1	8	3	5	3	2
Toplam	40	25	18	36	10	7

Tablo 2. İngilizce Yazılı Tişörtlerde Yer Alan Konuların Tematik Açından Sınıflandırılması
Table 2. Thematic Classification of the Subjects on T-shirts with English Writing

	Kadın	Erkek	Kız	Erkek	Kız	Erkek
			Çocuk	Çocuk	Bebek	Bebek
Sloganlar	115	61	44	24	9	8
Aşk/Sevgi	25	-	4	-	4	3
Komik İçerikler	57	10	7	3	-	1
Özlü Sözler	3	-	-	1	1	-
Kişisel Gelişim ve Nasihat	62	10	6	6	1	-
Şehir Tanıtımı	4	8	-	7	-	2
Milli Bayramlar- Şahsiyetler/Atatürk- Anma Törenleri	-	-	-	-	-	-
Çizgi Filmler	-	-	1	3	-	1
Diğer	132	74	38	40	28	46
Toplam	398	163	100	84	43	61

Tablo 3. Bütün Markalarda Yazılı Tişörtlerde Yer Alan Konuların Tematik Açısından Sınıflandırılması
 Table 3. Thematic Classification of Themes on T-Shirts Printed on All Brands

	LC Waikiki	Koton	Mavi	Defacto
Sloganlar	150	44	13	62
Aşk/Sevgi	15	5	1	22
Komik İçerikler	35	23	6	16
Özlu Sözler	3	-	-	2
Kişisel Gelişim ve Nasihat	46	17	5	17
Şehir Tanıtımı	51	-	7	-
Milli Bayramlar-	14	1	-	7
Şahsiyetler/Atatürk-Anma				
Törenleri				
Çizgi Filmler	9	-	-	21
Lügat 365 (Kelimeler)	-	16	-	-
Diğer	189	73	17	101
Toplam	512	179	49	248

İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Bu bölümde “Tişört yazıları toplumdilbilimsel yeterliliklere göre nasıl sınıflandırılır?” alt problemine ilişkin bulgular belirtilmiştir. Sloganlar ve tişört yazılarının tamamı, toplumdilbilimsel yeterlilikler başlığı altında yer alan tanımlayıcıdır (Telc, 2013). Bu alan, sosyo-kültürel bilgi başlığı ile bağlantılı bir olgu olup özel manada dilin toplumsal alanda kullanımını kapsamaktadır. Sloganlar, sadece siyasi bir söylem ürünü değildir, aynı zamanda bir toplumun kültürel kodlarını da içinde barındırmaktadır. Bu nedenle sloganlar, toplumdilbilimsel bir nitelik taşır. Toplumdilbilimsel yeterlilikler; sosyal ilişkilerin dilsel göstergesi, nezaket kuralları, deyimler, söyleyişler, alıntılar ve atasözleri olarak sınıflandırılmıştır (Telc, 2013). Veri setinin oldukça fazlası olması sebebiyle tüm tişört yazıları aşağıda zikredilmemiş, bunun yerine bazı örnekler seçilerek toplumdilbilimsel açıdan sınıflandırılmıştır. Taranan tişörtlerde elde edilen veriler toplumdilbilimsel bakışla kategorilere ayrılmıştır. Elde edilen kategoriler, toplumun yaklaşımı ile ilgili fikir vermektedir. Tişörtler incelendiğinde; sloganların, komik ifadelerin daha çok kullanıldığı görülmektedir. Aynı şekilde kişisel gelişim ve nasihat içerikli ifadeler de bulunmaktadır. Bu açıdan incelendiğinde toplumun genel eğilimi görülebilmektedir.

Sosyal İlişkilerin Dilsel Göstergeleri

Selamlaşma ifadeleri:

- Greetings from ANTALYA THE CITY THAT NEVER SLEEPS (Hiç uyumayan şehir Antalya'dan selamlar) (LCW-2021)
- Namaste (Merhaba) (KOT-2021)

Nezaket kuralları

- Olumlu nezaket:
- Enjoy today while taste (Bugünün tadını çıkarırken eğlen) (KOT-2021)

- New week, new goals (Yeni hafta, yeni hedefler) (KOT-2021)
- Stay strong (Güçlü kal) (KOT-2021)
- Never give up (Asla vazgeçme) (KOT-2021)
- Positive vibes, bright future (Olumlu hisler, parlak gelecek) (KOT-2021)
- Be kind to yourself (Kendine kibar ol) (KOT-2021)
- Believe in yourself (Kendine inan) (DF-2021)
- Fly to the sky, and enjoy the beauty of stars (Gökyüzüne uç ve yıldızların güzelliğinin tadını çıkar) (KOT-2021)
- Dream big (Büyük düşün) (KOT-2021)
- Follow your heart (Kalbini takip et) (KOT-2021)
- Shine like a star (Bir yıldız gibi parla) (KOT-2021)
- Do more of what makes you happy (Seni mutlu eden şeyi daha çok yap) (KOT-2021)
- Listen to your heart (Kalbinin sesini dinle) (KOT-2021)
- KEEP CALM AND FACE YOUR FEARS / FETHİYE (Sakin olun ve korkularınızla yüzleşin / FETHİYE) (LCW-2021)
- Keep calm and stay home (sakin ol ve evde kal) (LCW-2021)
- Best Memories Good Vibes Alanya / Colours of region / Blue Paradise (En iyi hatıralar iyi hisler Alanya/Bölgenin renkleri/Mavi Cennet) (LCW-2021)
- Stay cool and be awesome (Sakin ol ve harika ol) (LCW-2021)

- İzmir / Magnificent Feelings (Muhteşem Duygular) (LCW-2021)
- İstanbul / Famous Destinations (Ünlü Yerler) (LCW-2021)
- İstanbul the city that never sleeps (İstanbul hiç uyumayan şehir) (LCW-2021)
- fabulous city ISTANBUL (muhteşem şehir İstanbul) (LCW-2021)
- historical city of mysteries ANTALYA (tarihî gizemler şehri ANTALYA) (LCW-2021)
- LIFE IS BETTER IN İZMİR (İzmir'de hayat daha iyi) (LCW-2021)
- Alanya – IS ALWAYS A GOOD IDEA (Alanya – daima iyi bir fikirdir) (LCW-2021)

Deyimler, deyişler, alıntılar, yabancı atasözleri

- Tee it high, let it fly: (Yukarı çek, uçmasına izin ver) (KOT-2021)
- Trust yourself: (Kendine güven) (KOT-2021)
- There is beauty in simplicity: (Sadelikte güzellik vardır) (KOT-2021)
- Protect the planet: (Gezegeni koru) (KOT-2021)
- Believe in yourself: (Kendine inan) (KOT-2021)
- Give this world good energy: (Bu dünyaya iyi enerji ver) (KOT-MV-2021)
- Make your dreams happen (Hayallerini gerçekleştir) (KOT-2021)
- What goes around comes around? (Ne ekersen onu biçersin) (KOT-2021)
- Nothing changes (Hiçbir şey değişmez) (KOT-2021)
- Enjoy the little things (Küçük şeylerden zevk al) (KOT-2021)
- Life is a dream, life is a passion (Hayat bir rüyadır, hayat bir tutkudur) (KOT-2021)
- Listen to your heart (Kalbini dinle) (KOT-2021)
- Stay in nature / Doğayı koru (Doğada kalın) (LCW-2021)
- EVDEKAL, Sosyal mesafeyi koru, Temas yok, Elini yıka (LCW-2021)
- Home sweet home (evim güzel evim) (LCW-2021)
- Good Things Take Time (İyi Şeyler Zaman Alır) (LCW-2024)

Yerel kültürün simgesel unsurlarına ilişkin bilgi: insanlar, olgular ve önemli toplumsal meseleler

- Butterfly effect (noun): The phenomenon whereby a minute localized change in a complex system can have large effects elsewhere (Kelebek etkisi (isim): Karmaşık bir sistemde bir dakikalık yerel değişimin başka yerlerde büyük etkilere sahip olabileceği inancı) (KOT-2021)

Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Bu bölümde “Tişört yazıları sosyokültürel bilgi başlığına göre nasıl sınıflandırılır?” alt problemine ilişkin bulgular belirtilmiştir. Sloganlar ve tişört yazılarının tamamı, sosyokültürel bilgi başlığı altında yer alan tanımlayıcılardır (Telc, 2013). Bu alan, sosyokültürel bilgi

başlığı ile bağlantılı bir olgu olup özel manada dilin toplumsal alanda kullanımını kapsamaktadır. Sloganlar, sadece siyasi bir söylem ürünü değildir, aynı zamanda bir toplumun kültürel kodlarını da içinde barındırmaktadır. Sosyokültürel bilgi; günlük yaşam, yaşam koşulları, kişiler arası ilişkiler, değerler, inançlar ve tutumlar, beden dil, sosyal hayat, geleneksel davranışlar olarak sınıflandırılmıştır (Telc, 2013). Veri setinin oldukça fazlası olması sebebiyle tüm tişört yazıları aşağıda zikredilmemiş, bunun yerine bazı örnekler seçilerek sosyokültürel açıdan sınıflandırılmıştır.

Günlük yaşam

- wear this outfit with confidence (Bu kıyafeti güvenle giyin) (LCW-2021)
- DO NOT FEED AFTER MIDNIGHT (Geceden sonra besleme yapmayın) (LCW-2021)

Yaşam koşulları

- always hungry (Her zaman aç) (LCW-2021)
- modernity has failed us (Modernite bizi hayal kırıklığına uğrattı) (LCW-2021)
- TRUST THE TIMING OF YOUR LIFE (Hayatın zamanlamasına güvenin) (LCW-2021)

Kişiler arası ilişkiler

- BE THE REASON SOMEONE FEELS WELCOMED, SEEN, HEARD, valued, loved AND supported. (Birinin memnuniyetle karşılandığını, görüldüğünü, duyulduğunu, değer verildiğini, sevildiğini ve desteklendiğini hissetmesinin nedeni olun) (LCW-2021)
- don't text your ex! (Eski sevgiline mesaj atma!) (LCW-2021)
- Allergic to... boring people (Alerjisi var ... sıkıcı insanlara) (LCW-2021)
- Who needs a boyfriend? (Erkek arkadaş kimin ihtiyacı var?) (DF-2021)
- OKAY, LET'S DO THIS (Tamam, hadi bunu yapalım) (DF-2024)

Değerler, inançlar ve tutumlar

- Everyday is a new opportunity to change your life (Her gün, hayatınızı değiştirmek için yeni bir fırsattır.) (LCW-2021)
- Perfect sunshine (Mükemmel gün ışığı) (LCW-2021)
- Fantastic life (Fantastik hayat) (LCW-2021)
- A grateful heart is magnet for miracles (Minnettar bir kalp, mucizeler için mıknatıs) gibidir. (LCW-2021)
- Our stories will never end (Hikayelerimiz asla bitmeyecek) (LCW-2021)
- Do all things with love (Her şeyi sevgiyle yap) (LCW-2021)
- GLOW POSITIVE THOUGHTS (Pozitif düşüncelerin parıltısı) (LCW-2021)
- Save do indigo turtles (İndigo kaplumbağaları koru) (MV-2024)
- Butterfly effect (noun): The phenomenon whereby a minute localized change in a complex system can have large effects elsewhere (Kelebek etkisi (isim): Karmaşık bir sistemde bir dakikalık

yerel değişimin başka yerlerde büyük etkilere sahip olabileceği inancı) (KOT-2021)

- Ey yükselen yeni nesil, gelecek sizindir. Cumhuriyeti biz kurduk; onu yükseltecek ve sürdüreceksiniz. (DF-2021)

Sosyal hayat

- anti-social club (Anti-sosyal kulüp) (LCW-2021)
- respect (saygı) (LCW-2021)
- Fashion begins on the street: (Moda sokakta başlar) (KOT-2021)
- This is my social distancing t-shirt -stop- : (Bu benim sosyal mesafe tişörtüm -dur) (KOT-2021)
- PARTY TIME (PARTİ ZAMANI) (KOT-2024)
- today is a great day to be AMAZING (Bugün MUHTEŞEM olmak için harika bir gün) (LCW-2021)
- Today is a Good day (Bugün Güzel bir gün) (LCW-2024)
- Deleted history (Geçmiş silindi) (LCW-2021)
- FORGET THE PAST REMEMBER THE LESSON (Geçmiş unut, dersi hatırla) (LCW-2021)

Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Bu bölümde “Tişört yazıları kişiliğe ilişkin yeterli açıdan nasıl sınıflandırılır?” alt problemine ilişkin bulgular belirtilmiştir.

Güdüleri açısından

- Phases of the moon (Ay'ın safhaları) (DF-2021)
- It's never too late to do better (Daha iyisini yapmak için asla geç değildir) (DF-2021)
- Mystic place at midnight, the sky pours the light/Creating a new kind of vision (Gece yarısı mistik yer, gökyüzü ışığı döküyor, Yeni bir vizyon türü yaratmak) (DF-2021)
- Say cheese (Peynir de) (DF-2021)
- Change (değişiklik) (DF-2021)
- A new adventure with you (Seninle yeni bir macera) (DF-2021)
- Always casual (Daima gündelik) (DF-2021)
- ALWAYS PERFECT (DAİMA MÜKEMMEL) (KOT-2024)

Değerler açısından (etik ve ahlaki gibi)

- Me: Received a phone call and move to other room/Friend's Reaction (Ben: Bir telefon araması aldım ve başka bir odaya geçtim./Arkadaşımın tepkisi) (DF-2021)

İnanışlar açısından (dini, ideolojik, felsefi gibi)

- Be soft enough to bend in the storm (Fırtınada bükülecek kadar yumuşak olun)
- Find inner peace (İç huzuru bulun) (DF-2021)
- Wonderful times are coming / keep it cool (Harika zamanlar geliyor/sakin ol) (DF-2021)

- The sun will rise and we will try again (Güneş doğacak ve tekrar deneyeceğiz) (DF-2021)

Kişilik etmenleri açısından

- Stand Out (Dikkat çekmek) (DF-2021)
- Power up! (Güç verin!) (DF-2021)
- Living beyond limits (Sınırların ötesinde yaşamak) (DF-2021)
- I need to find hobbies (that don't include my credit card) (Hobiler bulmam gerekiyor (kredi kartım dâhil değil) (DF-2021)
- I'm dreaming the hardest (En zor olanı hayal ediyorum) (DF-2021)
- Enjoy the Mystery DON'T LOSE TOUCH WITH YOUR ROOT (Gizemin Tadını Çıkarın KÖKÜNÜZLE İLETİŞİMİ KAYBETMEYİN) (LCW-2024)

Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Bu bölümde “Tişört yazıları genel kültür açısından nasıl sınıflandırılır?” alt problemine ilişkin bulgular belirtilmiştir. Dünya bilgisi, belirli bir dili öğrenen için o dilin konuşulduğu ülke veya ülkeler hakkındaki bilgileri (örneğin, önemli coğrafik, ekolojik, demografik, ekonomik ve politik özellikleri vb.) kapsamaktadır (Telc, 2013, s. 102)

- Greetings from ANTALYA THE CITY THAT NEVER SLEEPS (Hiç uyumayan şehir Antalya'dan selamlar) (LCW-2021)
- KEEP CALM AND FACE YOUR FEARS / FETHİYE (Sakin olun ve korkularınızla yüzleşin / FETHİYE) (LCW-2021)
- Best Memories Good Vibes Alanya / Colours of region / Blue Paradise (En iyi hatıralar/ Pozitif enerji/ Bölgenin renkleri/ Mavi Cennet)+ İstanbul / Famous Destinations (Ünlü Yerler) (LCW-2021)
- İstanbul the city that never sleeps (İstanbul hiç uyumayan şehir) (LCW-2021)
- fabulous city ISTANBUL (muhteşem şehir İstanbul) (LCW-2021)
- historical city of mysteries ANTALYA (tarihi gizemler şehri ANTALYA) (LCW-2021)
- LIFE IS BETTER IN İZMİR (İzmir'de hayat daha iyi) (LCW-2021)
- Alanya – IS ALWAYS A GOOD IDEA (Alanya – daima iyi bir fikirdir) (LCW-2021)
- STAR WARS THE MANDALORIAN (LCW-2024)

Sonuç

Tişört yazıları üzerine Rusya'da yapılan çalışmalar ve ülkemizde de konu hakkında yeni yeni başlayan bazı çalışmalar ile sınırlı sayıdaki akademik çalışmalar dışında kaynak bulunmamaktadır. Türkçe yazılı tişörtlerin Türk kültürünü yansıtmaya ve yabancı dillerin ülkemizdeki tişört yazılarında kullanımında kültür aktarma gayesi olup olmadığı, İngilizce tişörtlerin tercihindeki sosyolojik durumlar gibi ayrıntılı çalışmalar henüz temel seviyededir. Yapılan tarama çalışmasında tişört yazılarında İngilizce kullanımının çok daha yaygın olduğu tespit edilmiştir. Türkçe yazılı tişörtlerin slogan veyahut bir düşünce

beyanından ziyade şehirleri tanıtan turistik eşyalar; çocuklar ve kısmen de yetişkinler için tasarlanmış güncel çizgi film ürünleri olduğu gözlemlenmektedir. İngilizce yazılı tişörtlerde ise belirgin bir ideolojiden ziyade basit, günlük sloganlarla çevrecilik, veganlık, dünya barışı gibi hususların aktarıldığı fark edilmektedir. Bunlara ek olarak kişisel gelişim içeriğine Türkçe yazılı tişörtlerde ulaşılamamış ancak İngilizce tişörtlerde ise en sık rastlanan ikinci başlık olarak tespit edilmiştir. Rydkina (2018) "Modern Öğrencilerin Kıyafetleri Üzerindeki Yazılar" adlı çalışmasında içeriklerine göre tişörtleri sınıflandırmıştır. Bu çalışmada yapılan sınıflandırma adı geçen çalışmayla örtüşmektedir.

Yukhmina, Mamonova ve Mingazheva (2019) baskılı tişörtleri iletişimsel dilbilim bağlamında ele almış ve belirli medya söylemlerinde kendini gösteren öğelerin anlamsal yapısının iletişimsel önemini araştırmak için yaklaşık beş bin tişört incelemiştir. Çalışma sonucunda en sık kullanılan kavramların aşk (%44), yaşam ve ölüm (%22), müzik (%15), iş (%11), tatil (%8) olduğu görülmüştür.

Tişörtlerde yer alan yazılar ve görseller, Türkçe ve İngilizce olarak sınıflandırılmıştır. Bu iki ana kategori altında tişört yazıları içeriklere göre sınıflandırılmıştır:

- Türkçe yazılı tişörtlerin içerikleri: slogan, aşk/sevgi, komik içerikler, şehir tanıtımı, millî bayramlar ve Atatürk, çizgi filmler, Osmanlı Padişahları, Lügat365 içerikleri, diğer.

- İngilizce yazılı tişörtlerin içerikleri: slogan, aşk/sevgi, komik içerikler, şehir tanıtımı, çizgi filmler, özlü sözler, kişisel gelişim ve nasihat içerikli yazılar, diğer.

Türkçe yazılı tişörtler, toplam tişörtlerin %15'ini oluşturmaktadır. Türkçe yazılı tişörtlerin de büyük bir bölümünü millî bayram ve şahsiyetler oluşturmaktadır. İngilizce tişörtlerdeki fazlalık, insanların tercihlerini de göstermektedir. Türkçe yazılı tişörtlerin daha az olması, insanların anlaşılma kaygısından kaynaklanabilir. Zira, İngilizce yazılı tişörtlerdeki ifadelerin anlamları çoğu kişi tarafından bilinmemektedir. Anlamı diğer insanlar tarafından bilinen yazılı tişörtler, istemsiz de olsa insanlar arasında iletişim meydana getirmektedir.

Chiluwa, I. & Ajiboye (2016), T-shirt mesajlarının, ilişkiler ve ekonomik hayatta kalma arayışını yansıtan sosyopolitik ve kültürel söylemler için bir iletişim platformu olduğunu ifade etmektedir. Tişörtler bir çeşit insanlar arası sözsüz iletişim aracı olmaktadır. Eizenberg (2013) de tişörtlerin maddiyatı aşan bir özelliğinin olduğunu ifade etmiştir. Tarafımızdan yapılan çalışmada da tişörtlerin insanların kendini ifade etme aracı olduğu

Örnek Yazılar

Tablo 4. Tişörtlerde Yer Alabilecek Türkçe Şiirlerden Dizeler
Table 4. Turkish Poems that can be placed on T-shirts

Görsel	Tişörtte Yer Alacak Dize	Şair
	<i>Aşkın aldı benden beni Bana seni gerek seni</i>	Yunus Emre
	<i>Ben yanarım dünü günü Bana seni gerek seni</i>	(Dilçin, 2013: 344)

görülmektedir. Samuk (2014) yaptığı araştırmada politik mesaj içeren, marka, promosyon, hippy kültürüne ait, punk kültürüne ait, rock kültürüne ait, pop sanat anlayışında, dışavurumculuk anlayışında, kavramsal sanat anlayışında olmak üzere tişört tasarımlarında kullanılan plastik unsurları incelemiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında tişört gibi zeminde insan bedeni ile ilişkilendirilerek tasarımlar oluşturulabilecek bir üründe insan bedeninin çok fazla kullanılmadan tasarımlar gerçekleştirildiği görülmüştür. Çalışmada incelenen firmaların taranması neticesinde Osmanlı padişahları ile ilgili tişörtlere rastlanmamıştır. Ayrıca argo vs. içerikli tişörtler de görülmemiştir. Bununla birlikte çalışmanın dışında kalan firmalarda bu türden tişörtler görülebilmektedir.

Öneriler

Tişört yazıları üzerine yapılan akademik temelli çalışmaların az oluşu göz önüne alındığında çalışmaların kapsamı genişletilmeli ve tek bir alana ait olmaktan öte disiplinlerarası bir çalışmaya dönüşmelidir. Tişörtler; moda tasarımı ve tekstil, psikolojik ve sosyolojik etkenler, ticari kaygılar açısından da ele alınmalıdır.

Özellikle gençler tarafından tercih edilen İngilizce yazılı tişörtler ile gençlerin kültürel yozlaşmalarına etkisi olup olmadığı konusunda ayrıntılı çalışmalara yer verilmeli ve Türk kültürünün, tişörtler vasıtasıyla tanınması, tanıtılması ve devamının sağlanması için çalışmalar yapılmalıdır. Sadece bilgi ve mesaj verici değil, "Hey, bugün nasılsın?", "Televizyon izlemeyi severim ama radyonun yeri başka." gibi günlük dilden Türkçe örnekler de tişörtlerde yer almalıdır. Kullanılacak Türkçe ifadelerin kişileri ve toplumu rencide edici nitelikte olmamasına dikkat edilmelidir. Ayrıca dikkatleri üzerine çekici ifadeler bazı insanlar tarafından rahatsız edici bulunacağından buna da dikkat edilmelidir.

Türk kültürünün tişörtler vasıtasıyla tanıtılması noktasında Türkçe şiirlerden yararlanılabilir. Şiirler, bir kültürü en özlü ifade eden ürünlerden biridir. İçinde toplumun duygu ve düşüncesini, bakış açısı ve hassasiyetini barındırır. Bu sebeple şiirlerden hareketle toplum hakkında fikir sahibi olunabilir. Millî kültür ve dil-dünya görüşünün yansımaları olarak tişörtlerin kullanımına dair Türk şiirlerinden örnekler öneri olarak sunulmuştur. Şiirlerden seçilen bu dizelerin sade ve dikkat çekici olmasına dikkat edilmiştir. Buna ek olarak görseller telifte tabii değildir.



Her seher bir gül açar; her gece bir bülbül öter

Yahya Kemal Beyatlı
(Dilçin, 2013: 370)

Gülelim oynayalım, kâm alalım dünyadan.

Nedim (Macit, 1994:
334)



Kuru güz yaprakları uçuşuyor rüzgârda.

Ahmet Hamdi
Tanpınar (Dilçin, 2013:
371)

Büyülenmiş bir ceylan gibi bakıyor zaman

Sessizlik dökülüyor bir yerde yaprak yaprak

Ahmet Hamdi
Tanpınar (Dilçin, 2013:
371)



Melali anlamayan nesle aşına değiliz.

Ahmet Haşim (Dilçin,
2013: 386)

Göz gördü gönül sevdi seni ey yüzü mâhım

Nahifi (Dilçin, 2013:
441)



Bir yâreli kuş çırpınıyor sanki telinde

Tevfik Fikret (Dilçin,
2013: 453)

Artık demir almak günü gelmişse zamandan,

Meçhule giden bir gemi kalkar bu limandan.

Yahya Kemal Beyatlı
(Dilçin, 2013: 414)

Müjde usul boylu sunam

Müjde eşime dostuma

Oktay Rifat (Dilçin,
2013: 374)

Kuzular bize söyler yılların geçtiğini

Kemalettin Kamu
(Dilçin, 2013: 397)

	<i>Nasıl da sevdim ne iştir bilmeden sevmeyi</i>	Atilla İlhan (Dilçin, 2013: 395)
	<i>Akşam olur güneş gider şimdi buradan</i>	Ziya Paşa (Dilçin, 2013: 55)
	<i>Yine yaz ayları geldi</i> <i>Hasretin bağrımı deldi</i>	Yunus Emre (Tatçı, 2005: 139)
	<i>Artık ne gelen ne beklenen var</i>	Yahya Kemal Beyatlı (Dilçin, 2013: 376)
	<i>Ağır ağır çıkacaksın bu merdivenlerden</i>	Ahmet Haşim (Dilçin, 2013: 384)
	<i>Aryorum yıllar var ki ben onu</i>	Ahmet Kutsi Tecer (Dilçin, 2013: 374)
	<i>Ayva sarı, nar kırmızı sonbahar</i>	Cahit Sıtkı Tarancı (Dilçin, 2013: 380)
	<i>Buna felek derler felek</i> <i>Ne aman bilir ne dilek</i>	Karacaoğlan (Dilçin, 2013: 336)
	<i>Ne şair yaş döker ne âşık ağlar</i> <i>Tarihe karıştı eski sevdalar</i>	Faruk Nafiz Çamlıbel (Dilçin, 2013: 84)
	<i>Sen de anlat doğduğun yerleri</i> <i>Anlat biraz</i>	Cahit Külebi (Dilçin, 2013: 384)

¹ Yapay zeka kullanılarak hazırlanmıştır.



*Adı ne idi unuttum
Sorulmayı sorulmayı*

Karacaoğlan (Dilçin,
2013: 335)

*Denizlerden
Esen bu ince hava saçlarınla eğlensin*

Ahmet Haşim (Dilçin,
2013: 386)

Biz dalgalar, fırtınalar kahramanı yiğitleriz.

Enis Behiç Koryürek
(Dilçin, 2013: 388)

*Aşkın aldı benden beni
Bana seni gerek seni
Ben yanarım dünü günü
Bana seni gerek seni*

Yunus Emre (Dilçin,
2013: 344)



Akşam, yine akşam, yine akşam

Ahmet Haşim (Dilçin,
2013: 396)

Kısaltmalar

CEFR: Common European Framework of Reference for Languages (Avrupa Dilleri Ortak Çerçeve Programı, 2013, 2018, 2020)

D-AOBM: Diller için Avrupa Ortak Başvuru Metni

Telc: The European Language Certificates

DF: DeFacto

MV: Mavi

KOT: Koton

LCW: LC Waikiki

Kaynaklar

Akay Ahmed, A. (2020). Edebi türlerden sefaretnameler üzerine kültürel değerlendirme. A. A. Akay, A. Fişekçioğlu (Ed.), *Dil Kullanıcısı Bağlamında Kuramdan Uygulamaya Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Avrupa Konseyi (2020). *Diller için avrupa ortak başvuru metni öğrenme, öğretme ve değerlendirme – tamamlayıcı cilt*. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.

Büyükoztürk, Ş., vd. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (25. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları.

- Chiluwa, I. & Ajiboye, E. (2016). *Discursive pragmatics of T-shirt inscriptions: Constructing the self, context and social aspirations*. Pragmatics and Society.
- Çipizubov, V. (2020). English inscription on clothes. Чипизубов Влад (2020), *Кому понятны англоязычные надписи на одежде?*. <https://ppt-online.org/360340>, 2020 Erişim Tarihi: 07.03.2022.
- Cullum-Swan, B. ve Manning, P. K. (1994). What is a t-shirt? Codes, chronotypes, and everyday objects. Riggins, Stephen Harold (Ed.), *In The Socialness of Things: Essays on the Socio-Semiotics of Objects*. Berlin: De Gruyter Mouton. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110882469.415/pdf> Erişim Tarihi: 18.03.2022.
- Çiçek, M. (2021). Tişört yazıları üzerine toplum dil bilimsel bir araştırma. *Turkish Studies-Language*, 16(1), 165-184. <https://dx.doi.org/10.47845/TurkishStudies.48998>
- Dilçin, C. (2013). *Örneklerle Türk Şiir Bilgisi*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Eco, U. (2017). *Avrupa kültüründe kusursuz dil anlayışı*, (Çev. Kemal Ataka), İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Eizenberg, A. (2013). T-shirt: A cultural evolution of meanings, as a narrative of time. *Fashioning Time and Memory*.
- Fişekcioğlu A. (2020). Yabancı dil olarak türkçe öğretimine terimler açısından bir bakış: Kültür aktarımı, kültür paylaşımı, kültürlerarasılık. *Current Debates on social sciences multidisciplinary studies*, 4. 80-94.
- Karasu, B. (2019). *Ortaokul fen bilimleri derslerinde işlenen bilim insanlarına yönelik formüllü tişört yönteminin akademik başarıya etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü: Ağrı. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> Erişim Tarihi: 07.03.2022
- Karçığa, S. (2015). *Dede korkut kitabı'nın anlam bilimsel çözümlenmesinde kavram alanının rolü*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> Erişim Tarihi: 22.04.2024
- Khalikov, M.M. (2020). Spectacular and ludic aspects of speech genres: Tshirtlegends *Зрелищноигровые аспекты речевых жанров: надписи на футболках*. 26. 118-127, https://www.researchgate.net/publication/342490478_Spectacular_and_Ludic_Aspects_of_Speech_Genres_Tshirtlegends, 2020. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-2-26-118-127>. Erişim Tarihi: 07.03.2022.
- Koca, E. ve Koç, F. (2009). Giysi tasarımında yaratıcılık. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4(1).
- Macit, M. (1994). *Nedim Divanı*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi. Ankara.
- Molla, A. (2007). *Giysi tasarımı aşamalarının incelenmesi ve hazır giyim işletmelerdeki tasarımcı performansının değerlendirilmesi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Öztürk Dağabakan, F. (2012). Toplumdilbilimsel bir kavram olarak kadın-erkek dil ayırımına türkçe ve almanca açısından bir yaklaşım. *A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 47, (87-106).
- Rydkina, A. V. (2018). Modern öğrencilerin kıyafetleri üzerindeki yazılar. *Vitebsk Devlet Veteriner Hekimliği Akademisi*, 272-274.
- Rzayeva, S. (2020). Küreselleşmenin kültürel akışları ve somut olmayan kültürel miras üzerindeki etkileri, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 13(29), 33-52.
- Samuk, A. (2014). *Tişört tasarımlarında kullanılan plastik unsurların incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü: Ankara. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> Erişim Tarihi: 08.03.2022
- Tatçı, M. (2005). *Âşık Yunus*. Ankara: MEB.
- Telc. (2018). *Diller için avrupa ortak öneriler çerçevesi*. telc GmbH, Frankfurt/Main, Almanya.
- Telc. (2011). *Avrupa Dil sertifikaları yaşam boyu eğitiminin kilometre taşları*. telc GmbH, Frankfurt/Main, Almanya.
- Yazıcı, B. (2013). *Reklam iletilerinde türk dili kullanımı ve uygulamadaki dil yanlışları*. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Yukhmina, E., Mamonova, N., & Mingazheva, E. (2019). Linguo-structural analysis of the english t-shirt inscriptions as new urban media. In & Z. Marina Viktorovna (Ed.), *Journalistic Text in a New Technological Environment: Achievements and Problems*, vol 66. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 424-431). Future Academy. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.02.49>.
- Рыдкина, И. А. (2018). Надписи на одежде современных студентов. *Витебская государственная академия ветеринарной медицины*, 272-274.

İnternet Kaynakları

- LC Waikiki, <https://www.lcwaikiki.com/tr-TR/TR> Erişim Tarihi: 11.03.2022.
- DeFacto, <https://www.defacto.com.tr/> Erişim Tarihi: 11.03.2022.
- Koton, <https://www.koton.com/tr/> Erişim Tarihi: 11.03.2022.
- Mavi, <https://www.mavi.com/> Erişim Tarihi: 11.03.2022.
- Tişört tarihi hakkında (04.2021) <https://rushorderteeshirts.com/blog/history-t-shirts/>
- Tişört tanımı (03.2022) <https://www.merriam-webster.com/dictionary/T-shirt>