

TÜRKÇEDEKİ TEMEL KELİMELERİN ÇAĞRIŞIMLARINDA ALTKÜLTÜRÜN İZLERİ

The Signs of Subculture in the Associations of Basic Words in Turkish Language

Dr. Gülcan ÇOLAK BOSTANCI*

ÖZ

Bu makalede, Türkçedeki 207 temel kelimenin çağrışımlarından hareketle farklı cinsiyetlerin ve toplumsal tabakaların altkültür izleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Farklı cinsiyetlerin ve toplumsal tabakaların da kendilerine özgü yaşayış biçimleri, bu yaşama biçimiyle oluşmuş algılayışları, tutum ve davranışları, kelimeleri vardır. Çalışma verilerinin değerlendirilmesi sonucunda, Türkçedeki 207 temel kelimenin çağrışımlarında, toplumsal tabakalara ve cinsiyetlere özgü altkültürün, yaşayış, algılayış ve dil kullanım biçimlerinin izlerinin bulunduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler

Alt kültür, kelimelerin çağrışımı, dil ve zihniyet

ABSTRACT

This paper tries to determine the signs of sub-culture at different genders and social stratum via the associations of 207 basic words in Turkish. Gender and social stratum differences have an impact on the life styles, and the perceptions, attitudes, behaviors, and language which are also shaped by those life styles. This study showed that the associations of 207 basic words express the characteristics of subcultures, life styles, and language use at different genders, and social stratum.

Key Words

Subculture, association of words, language and mentality

Toplumsal bir varlık olan insan; yaşadığı çevrenin kültürüyle, bu çevre ile kurduğu ilişkiyle, aldığı eğitimle biçimlenir. Olayları ve durumları değerlendirirken, nesnelere anlamlandırırken kültürün verdiği gözlemlerle görür, biçimlendirdiği akılla fikir yürütür. Dolayısıyla farklı kültür ve tecrübeler; insan zihninin en işlevsel ürünü olan dili de etkilemekte, kelimeleri toplum ve kişilere göre değişebilen farklı anlam, duygu, hayal ve düşüncelerle işleyebilmektedir. Her bir kelime, bir hayat biçiminin, kültürün, düşüncenin, duygunun izleriyle karışmış hâledir. Kelimeler, beyinde sadece dilbilgisel unsurlar olarak değil, kelimelerin hayat içindeki gerçekliklerine dair tüm bilgilerle birlikte var olur.

İnsan bilincinin bir mikro-kozmos olan kelimeler (Vyotsky 1985: 208),

farklı hayatların, yaşam ve düşünme biçimlerinin izlerini taşımaktadır. Bu yüzdendir ki her bir kelime, hem kendi anlamı hem de çağrıştırdığı başka kelimeler üzerinden bir zihniyeti, kültürü, bakışı, duyuyu ele verir.

Ortak kültür içinde yer alsalar dahi gerek toplumsal tabakaların gerek kadın ve erkeklerin genel kültürden aynı nitelikte ve nicelikte etkilendikleri söylenemez. Kültürün kılcal damarlarında farklı rollerin, sorumlulukların, yaşam biçimlerinin akmasından dolayı kişilerin gerçekliği algılama, düşünme ve dili kullanma biçimleri de farklılaşabilmektedir. Türkçedeki 207 temel kelimenin çağrışımları da; toplumsal tabakalara ve cinsiyetlere özgü altkültürün, yaşayış ve algılayış biçiminin izlerini taşımakta, “akrabalık, arkadaşlık ve komşuluk”

* Gazi Üniversitesi, Türk Dili Okutmanı. gulcanbs@gazi.edu.tr

ilişkilerinden “ev ve evlilik” hayatına kadar farklı tutum ve anlamlandırmaların olduğunu göstermektedir.

Çağrışım Düşüncesi ve Kelimelerin Çağrışımı

Çağrışım; düşüncelerin, kelimelerin, imge ve duyguların birbirlerini hatırlatacak biçimde birbirine bağlanma olgusunu ifade eder (Cevizci 2002: 230). Çağrışımın dört temel noktası vardır:

1) Bağlantılılık: Düşünceler, duygular, fikirler ve zihinsel elementler; deneyimler vasıtasıyla bir araya gelir.

2) İndirgenebilirlik: Çok karmaşık düşünceler ve yapılar, bir tek basit düşünce temeline indirgenebilir.

3) Algısalılık: Zihnin temel yapı taşları, algılanma biçimleriyle ilgilidir. Zihnin yapıları, algısal verilerin değerlendirilmesi sonucunda oluşur.

4) Mekaniklik: Karışık düşünceler altında yatan basit yapılarda da bir mekaniklik söz konusudur. İnsanın hem doğasında hem de hareketlerinde mekanik bir yaklaşımla açıklanabilecek özellikler mevcuttur (Anderson ve Bower 1980: 10–11).

Eflâton ve Aristo’dan itibaren çeşitli yaklaşımlarla tartışılan çağrışım düşüncesi, kesin ve sınırlı bir biçimde açıklanamamaktadır. Bu konudaki en hararetli tartışmalar, İngiliz çağrışımıcılığı döneminde yaşanmıştır (Anderson ve Bower 1980: 18). İngiliz çağrışımıcıları, insan zihninin başlangıçta bir “tabula rasa” (boş levha) olduğunu, çağrışım veya bağların zihni oluşturduğunu savunmuşlardır. Nasıl ki fiziksel dünyada yerçekimi yasası varsa, zihinsel yaşamda da fikirlerin çağrışimleri ve bağlanmaları yasası geçerlidir. Bellek, duygular ve karmaşık zihinsel olaylar, çağrışım yasalarıyla açıklanabilir. Olayların zamanında ve mekânda izleşik olmaları, aralarında rasyonel izlerliğin olması yoluyla çağrışım kurulumu. Bulut fikri, yağmur

fikrini; öğretmen fikri, okul fikrini izler (Karakış 2003: 8–9).

Zihinde sabit olmayan kelimeler, bellekte dinamik ve çağrışımsal bir yapıya sahiptirler. Deneyimler, her bir göstergesi diğerleriyle bağlantılı bir oluşum içinde yapılandırır. Çağrışımsal yapı olmadan, kelimeleri oluşturmak ve hatırlamak imkânsızdır (Nelson, McEvoy, Schreiber 1998).

Dildeki her kelime, bir kavramı, bir olayı, bir varlığı beyne kodlayan bir şifre gibidir. Bu şifrenin çözümü, o kelimenin ifade ettikleri ile ilgili anlamların da çözümü demektir. “Elma” kelimesi, “kırmızı”, “meyve”, “Âdem ile Havva” gibi ifadelerin de zihinde uyanmasını sağlayabilir. “Elma” kelimesinin tanımsal anlamlarının dışında, zihinde, kendisiyle ilgili bilgileri, tasarımları, hayalleri ya da hatıraları şifreleyen bir yeri vardır. Çağrışım; kelimelerden inançlara dek uzanan farklı hayat parçalarını içeren bir zincir gibidir. Bu zincirin bir halkası diğer halkaların da hareketlenmesini sağlar. Zihindeki izler, birbirine göndermede bulunduğu içindir ki bir kelimedenden bir hayat biçiminin coğrafyasına yolculuk edilebilir.

Dil-kültür ve altkültür:

McLuhan’ın ifadesiyle, yeryüzünde dile sahip olmayan tek varlık, insandır, çünkü insan, dilin kendisidir (McLuhan 2001: 324). İnsanın gerçekliği dilde, dilin gerçekliği de insanda vücut bulur. Toplumsal kimliği ve algılama biçimlerini, ideolojileri, tutum ve davranışları, yansıtan bir ayna olan dil, zihinsel ve toplumsal pek çok özelliğin anlaşılmasında ve tanımlanmasında da en temel rolü oynar (Büyükkantarcioglu 2006: 25).

Milletlerin dünya görüşü, gelenekleri, inançları, tarihleri boyunca hayatlarında iz bırakan temel olaylar, kendi dillerine sinmiştir. Dili, dildeki kavramları, atasözlerini, deyimleri, kalıplaşmış sözleri inceleyerek o dili konuşan mille-

tin yaşayışı, değer yargıları, ilgi alanları belirlenebilir (Aksan 95: 66). Dünyada farklı kültürler ve diller vardır. Her dil farklı bir kültürü, evreni ve düşünceyi yansıtır. Göçebe toplumlarla toprağa bağlı ya da avcılıkla geçinen toplumlar arasındaki yaşam biçimi farklılıkları, onların kaygılarının, düşünce biçimlerinin de farklılaşmasına yol açar. Bazı dillerdeki hareket ya da durum bildiren fiillere, mekâna ilişkin ögeler ekleyen karışık bir kelime hazinesinin bulunması, bu yaşanan koşullar ile ilgilidir (Vendryes 2001: 24).

Bir toplumun genel kültürünün içinde farklı grupların kültürleri de yer alır ve buna altkültür denmektedir. Alt-kültür mensupları, bir toplumdaki genel ekonomik, siyasal ve kültürel yapının temel değerlerine karşı olmamakla birlikte (Demir ve Acar 2005: 15) etnik, ekonomik, dinî farklılıklardan, belli yaş ya da cinsiyet gruplarından kaynaklanan farklı dil kullanımlarına, giyim tarzlarına, dünya görüşlerine, davranışlara, alışkanlıklara, yaşama biçimlerine sahip olabilmektedir (Er 1990: 28). Alt-kültür oluşumundaki en büyük katkı sağlayıcı, sosyal ayrışmalardır. Sosyal ayrışmalar kültürel farklılıklar yaratmaya eğilimlidir, fakat bundan daha fazlası gerekmektedir. Yeni bir kültürel formun oluşmasındaki en mühim şart, sosyal olarak ayrışık kategorilerdeki insanların ilgi veya problemlerinin etkileşmesidir (Short 2001: 855). Zira belirli bir meslekte olan insanların faaliyet ortaklığı, söz konusu kişilerin mesleki zümrenin kültürel özelliklerini benimsemesinde, aralarında mesleki altkültür oluşmasında etkili olur (Er 1990: 29). Hatta bir şehrin farklı semt ve mahallerinde bile farklı kültürel özellikler bulunabilmektedir (Güvenç 1979: 116). Dolayısıyla farklı toplumsal sınıflar bir yönüyle kendilerine özgü altkültürlere sahiptir ve bu farklı zihniyetlerin, tutumların ve hayat

tarzlarının izleri onların dillerinde, kelimelerinde vücut bulmaktadır.

Cinsiyet farklılığı da ayrı bir altkültür oluşumunda etkilidir. Çevre, alınan eğitim ve ekonomik şartlar aynı olmasına rağmen iki cinsiyet arasında farklı dil kullanımları, davranış tarzları görülebilmektedir. Bunun önemli bir nedeni, toplumun cinsiyet rollerini vurgulaması ve aşılması, kadına ve erkeğe farklı sorumluluklar, beklentiler yüklemesidir (Wareing, 1999: 80). Kadın ve erkekler farklı toplumdilbilimsel altkültürlerden geldikleri için ait oldukları altkültürlerde cinsiyetlerine göre nasıl konuşmaları gerektiğini öğrenirler. Tecrübelerdeki, toplumsal rollerdeki farklılık, dille ilgili de farklı tutum ve kelimelerin, yeteneklerin gelişmesine neden olur (Maltz ve Borker 1997: 200). Kadının nazik bir dil kullanmasının arkasında, kültürel şartlar, erkek egemen kültürün kadından beklentileri ve onu yönlendirmeleri bulunur (Lakoff 1975: 67-74).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ **Evren ve Örneklem**

Bu çalışmada 300'ü kadın 300'ü erkek olmak üzere 600 katılımcı yer almıştır. Toplumdilbilim çalışmalarında "yaş" ayrı bir değişken olduğundan, gruplarda homojenlik sağlamak adına tüm katılımcıların 30 yaş ve üstündeki kişiler olmasına dikkat edilmiştir.

Bu çalışmada, hem cinsiyetlere hem de toplumsal tabakalara özgü altkültürün izleri arandığından kadın ve erkek katılımcılar, kendi içlerinde alt tabaka ve orta tabaka olarak iki gruba ayrılmıştır. Katılımcıların "meslek, gelir, eğitim düzeyi" gibi değişkenler esasında toplumsal tabakalarını, kültürel donanımlarını ve ilgi alanlarını belirlemeye yönelik bir anket oluşturulmuştur. Alt tabaka olarak adlandırılan katılımcılar, en fazla ilköğretim mezunu; aylık gelirleri çeşitli sendikaların belirlediği yoksulluk düze-

ynin altında; işçi, çiftçi gibi kol gücüyle çalışanlardan ve işsizlerden seçilmiştir. Bu kişilerin düzenli gazete, dergi ya da kitap okuma alışkanlığı bulunmamasına dikkat edilmiştir. Orta tabaka olarak adlandırılan katılımcılar da en az üniversite mezunu; aylık gelirleri 1.500 YTL ya da 1.500 YTL'nin üstünde; kamuda ya da özel sektörde memur, uzman, yönetici sıfatında çalışanlardan seçilmiştir. Bu kişilerin düzenli okuma alışkanlığı bulunmasına dikkat edilmiştir.

Türkiye'deki alt ve orta tabakaya mensup 30 yaş ve üstündeki kadınlar ile erkekler, temel kelimelerin çağrışımlarının belirlenmesi bakımından bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu evreni temsil edecek şekilde katılımcılar; Ankara, İstanbul, Samsun, Niğde, Amasya, Hatay, Gümüşhane, Trabzon, Çankırı, Tokat ve Çorum gibi Türkiye'nin farklı şehirlerinde yaşayan, gönüllü olarak bu araştırmada yer alan kadın ve erkeklerden oluşmaktadır.

Kullanılan Kelimeler

Türkçenin temel söz varlığını ve kelime sıklığını belirlemeye yönelik çalışmalar (Göz 2003; Tezcan 2005; Akıncı 1992) incelenmiş ve çalışmada kullanılmak üzere 143'ü isim, 64'ü fiil olmak üzere 207 kelime seçilmiştir.

İşlem

Anket formu ile birlikte üçe bölünen hedef kelimelerin bir listesi katılımcıya verilmiş ve anket formu doldurulduktan sonra listedeki her bir kelimenin karşısına, üç çağrışım (üçüncü çağrışım isteğe

bağlı olmak üzere) yazılması istenmiştir.

Listedeki kelimelere, katılımcı gruplar içinde 50 kişi çağrışım yazmıştır. Kelime listesi üçe bölündüğünden toplam 207 kelimeye bir katılımcı gruptan 150 kişi çağrışım yazmış olmaktadır. Bir hedef kelime karşısına 50 kişiden oluşan dört ayrı katılımcı grubun çağrışım yazdığını hesap ettiğimizde, bir kelimeye toplam 200 kişi çağrışım yazmış olmaktadır. Katılımcıların birden fazla çağrışım yazabilmeleri, çağrışım verilerinin zengin ve çeşitli olmasını sağlamıştır.

ÇAĞRIŞIM VERİLERİNİN SİNİFLANDIRILMASI

Tablo 1'de katılımcı gruplara ait birinci, ikinci ve üçüncü çağrışımların sayısı gösterilmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde orta tabakadaki katılımcıların, alt tabadaki katılımcılara göre daha çok çağrışım belirttiği görülmektedir. Cinsiyetler arasında orta tabakada dikkat çekici bir fark görülmemekte, alt tabakada ise kadınların hedef kelimelerin çağrışımlarını belirtmekte erkeklere göre daha önde olduğu fark edilmektedir.

Katılımcı gruplara ait çağrışımlar; ele alınan altkültür eğiliminin izlerini taşımaları yönünde değerlendirilmiş, sayıları belirlenmiş ve toplam çağrışım içindeki yüzdelik payları tespit edilmiştir. Çağrışımların, sınıflandırma konularına göre dağılımında yüzdelere oluşturulurken her bir katılımcı grupta sayısı

Tablo 1: Katılımcı Grupların Çağrışım Sayıları

	Alt Tabaka Kadın	Orta Tabaka Kadın	Alt Tabaka Erkek	Orta Tabaka Erkek
1.Çağrışım	10.281	10.338	10.144	10.295
2.Çağrışım	8.655	9.902	7.470	9.478
3.Çağrışım	3.713	5.897	2.766	6.291
Toplam Çağrışım	22.649	26.137	20.380	26.064

en az 20.000'i bulan toplam çağrışım sayısı esas alınmıştır. Bu yüzden oranlara ilişkin ilk bakışta düşük yüzdeler gibi görülen değerler, esasen kendi kategorisinde daha anlamlı ve önemli farklılıklara işaret etmektedir. Farkın daha açık görülebilmesi amacıyla rakamsal olarak yüzdeler verilirken aynı zamanda grafik kullanılmış, böylelikle farkın daha bariz bir şekilde görsel temsili sağlanmak istenmiştir.

Çağrışımardan hareketle çeşitli altkültür eğilimleri belirlenmeye çalışılırken ele alınan eğilimle anlamsal bağ taşıyan hedef kelimeler değerlendirme dışında tutulmuştur. Örneğin, akrabalık adı olan ve arkadaş anlamı taşıyan hedef kelimeler; yine akraba adı olan ve arkadaşlığı açıklayan çağrışımın (hedef kelimeyi açıklama ya da tanımlama, yakın anlamını verme vb.) oluşmasına sebep olmakta ve söz konusu eğilimi belirlemekten yana ayırt edici nitelik ortadan kalkmaktadır. “Ev” kelimesinin; “yuva, evlilik” kelimelerini çağrıştırmaya eğilimlidir, çünkü söz konusu kelimeler arasında yoğun bir anlamsal bağ bulunmaktadır. Bu durum da “Ev ve evlilik hayatının izleri” çağrışımında aranırken araştırmamızın bulguları açısından

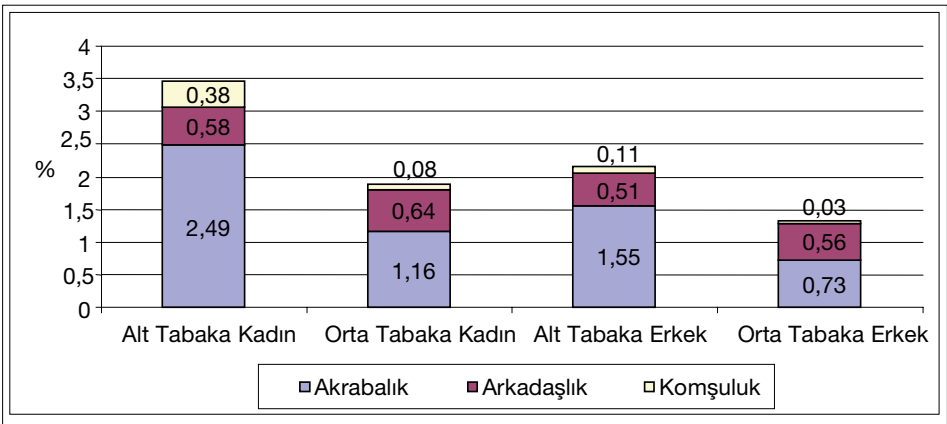
yanıltıcı sonuçlara yol açabilmektedir. Çeşitli altkültürel eğilimleri daha açık ve net ortaya koyabilmek adına ele alınan eğilimle anlamsal bağlantısı olan hedef kelimelerin çağrışımını hesaplamaya katılmamıştır.

Akrabalık, Arkadaşlık ve Komşuluk İlişkilerinin İzleri

Akrabalık ilişkilerinin izleri aranırken “anne, baba, evlat, çocuk (evlat anlamındaki), teyze, dayı” gibi akraba adı olan; *arkadaşlık ilişkilerinin izleri* aranırken “arkadaş, dost, yaren” gibi konu ile ilgisi bulunan; *komşuluk ilişkilerinin izleri* aranırken de “komşuluk” ve “mısafirlik” ile ilgili çağrışım değerlendirilmiştir.

Şekil 1 incelendiğinde, “akrabalık ve komşuluk” ile ilgili çağrışımın alt tabakada daha fazla olduğu, “arkadaşlık”la ilgili çağrışımın ise toplumsal tabakalar arasında birbirine yakın bir dağılım gösterdiği fark edilmektedir. Dikkat çeken bir başka durum da kadınların “akrabalık, arkadaşlık ve komşuluk” ile ilgili çağrışımını, kendi toplumsal tabakaları içinde yer alan erkeklere göre daha fazla belirtmeleridir.

Kadınlar, erkeklere göre yakın çevreyle daha iç içe yaşamakta, iletişime



Şekil 1: Akrabalık, Arkadaşlık ve Komşuluk ile İlgili Çağrışım

ve paylaşımına daha fazla önem vermekte, yakın ilişkiler kurarak özgüvenlerini geliştirmekte, böylelikle kendilerini toplum içinde daha güvende hissetmektedirler (Brizendine 2007: 136). Kamusal alanda kendini var eden erkeğe kıyasla kadın, kendini daha çok yakın çevresi ile kurduğu ilişkilerle göstermektedir. Kadının hem iletişime, paylaşımına ve yakın ilişkilere açık olması hem de toplumun kendisini yönlendirdiği çevrenin akrabalar ve komşular ekseni olması, kadını bu ilişkiler ağında daha önemli bir statüye çıkarmaktadır.

Kadına, çocukluğundan itibaren akrabalık ve komşuluk ilişkilerinde önemli roller atfedilir. Kız çocuklarının evcilik oyunlarında dahi roller, akrabalık ilişkileri çerçevesinde bölüştürülür. Erkek, mahallesinin ötelere açılıp kendini ve özgüvenini geliştirmesi yönünde teşvik edilirken kadın için en güvenli mekânın aile ve ev çevresi olduğu vurgulanır. Kendini ev, aile, komşuluk ve akrabalık ilişkileri içinde daha sağlam ve güvenli konumlandıran kadın, zamanla bu ilişkilerin önemli bir parçası hâline gelir. Kadın için akrabalarla ya da komşularla kurulan ilişki sadece nezaket gereği değildir, kadın bu ilişkilerle aynı zamanda kişiliğini ve varlığını gösterir.

Alt tabakadaki kadınların %76'sının ev hanımı olduğunu hesaba kattığımızda, özellikle bu gruptaki katılımcıların akrabalık, arkadaşlık ve komşuluk ilişkileri ile ilgili çağrışımları daha fazla belirtmiş olmasını daha iyi anlayabiliriz. Alt tabakadaki kadınların kendilerini var edebildikleri alan, aile, akraba ve mahalle çevresidir.

Toplumsal tabakalar karşılaştırıldığında, yakın çevreyle ilişkilerle ilgili çağrışımlar, alt tabakadaki kadın ve erkeklerde daha fazladır. Geliri ve eğitim seviyesi düşük ve kültürel etkinliklerden uzak olan alt tabaka katılımcılarının geniş bir toplumsal çevrede var ola-

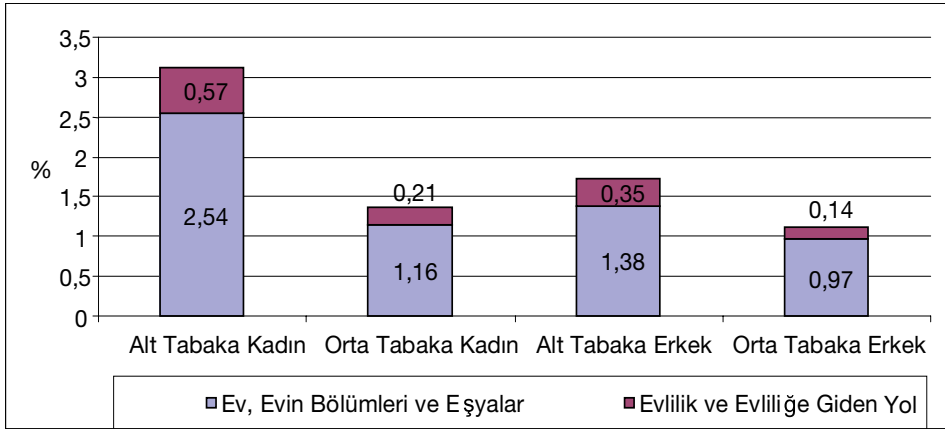
bilmeleri oldukça güçtür. Hayatın farklı mekânlarına ve ortamlarına açılmak, o ortamlarla ilişkiye girebilmek maddi ve kültürel donanımlar gerektirmektedir. Alt tabakadaki insanlar daha çok aile, akraba, mahalle çevresiyle kendilerini konumlandırırlar.

Ev ve Evlilik Hayatının İzleri

Ev ve evlilik hayatının izleri çağrışımlarda aranırken “ev, evin bölümleri ve eşyalar” ile “evlilik ve evliliğe giden yol” olmak üzere iki alt başlık oluşturulmuştur. *Ev, evin bölümleri ve eşyalar* alt başlığında, “ev”in kendisiyle birlikte “oda, salon, banyo” gibi evin bölümleri ve “halı, masa, perde, koltuk” gibi ev eşyası adları değerlendirilmiştir. “Ev işi, ev temizliği, ev silmek” gibi çağrışımlar “ev işlerine eğilim”de ele alındığı için ayrıca değerlendirilmemiştir. *Evlilik ve evliliğe giden yol* alt başlığında “düğün, gelin, damat, kız istemek, nikâh, karı, koca” gibi çağrışımlar değerlendirilmiştir.

Şekil 2 incelendiğinde hem “ev, evin bölümleri ve eşyalar” hem de “evlilik ve evliliğe giden yol” ile ilgili çağrışımların alt tabadaki katılımcılarda daha yoğun olduğu görülmektedir. Cinsiyetler açısından bakıldığında ise her bir tabaka içindeki kadınlar, “ev ve evlilik hayatı” ile ilgili çağrışımlara erkeklere göre daha fazla sahiptir.

Hayatı somut gerçeklikler çerçevesinde yaşayan, yakın çevresi ile kendini var eden alt tabakada merkez, evdir. Akrabalık ve komşuluk ilişkileri de ev merkezli inşa edilir. İnsanın hedefleri, kamusal alandaki açılımları, farklı kültürel ve maddi çevrelerle ilişkiye girmesi; içinde yaşadığı gerçekliğe göre biçimlenir. Büyük çoğunluğu kamuda ya da özel sektörde çalışan; memur, uzman, yönetici konumunda bulunan; sabit ve yüksek bir geliri olan; gazete, dergi, kitap okuyan orta tabakaya göre daha sınırlı olanaklara sahip olan alt tabaka, sahip olabildikleri içinde kendini var et-



Şekil 2: Ev ve Evlilik Hayatı ile İlgili Çağrışımlar

tiği gibi sahip olduklarını da daha yüceltebilmektedir. Alt tabakanın en güvenli mekânı evidir. Evdeki hayat, eşyalar, eve dair sorunlar da bu yüzden daha fazla önem kazanır. Evdeki derin dondurucu orta tabaka için bir araç olabilecekken alt tabaka için amaca dönüşebilir, çünkü o eşyayı elde etmek için daha fazla emek ve özveri göstermesi gerekebilir.

Evlenme yaşı alt tabakadaki insanlarda daha düşüktür; köylere doğru gidildikçe insanların modern şehir hayatı içinde yaşayanlara göre daha erken evlendiklerini görebiliriz. Evlenmek, erginliği ve yetkinliği göstermenin yollarından biri olduğu gibi ayrı bir toplum-sallaşma alanı da sunabilmektedir.

Şekil 2’de her bir tabaka içindeki kadınların, ev ve evlilik hayatı ile ilgili çağrışımlara erkeklere göre daha fazla sahip olduğunu görmekteyiz. Kadının toplumsal rollerinden belki de en önemlisi; evini sahiplenmesi, evinin kadını olması, evin hem huzurunu hem de düzenini sağlamada aktif rol oynamasıdır. Evrim Ölçer’in, masallardaki cinsiyet rolleri ve mekânın bu rollerin oluşumundaki işlevleri üzerine yaptığı çalışma sonucunda vardığı sonuç şudur:

Ev, ailenin sürekliliğini ve bütünlüğünü korumak için kadın tarafından kullanılmaktadır. Evli kadınlar aile bütünlüğünü ve sürekliliğini sağlamak için uğraşırken bekâr kızlar da geleneğin yeniden üretimini kolaylaştırmak, aileyi kurumsallaştırmak, kendini güvence altına alabilmek ve toplum içinde statü sahibi olabilmek için yeni bir ev arayışına girer ya da buna zorlanırlar. Kadının kamusal mekânı kullanması, erkeksileşmeyle mümkündür. Erkek egemen söylemin erkek iktidarını vurgulayan “at, avrat, silah” üçlüsü, kadın iktidarında “ev, er, evlat” üçlüsüne karşılık gelmektedir (Ölçer 2003: 115–118).

Evi sahiplenmek ve ev hayatıyla var olmak, kadının kendi arayışı gibi görünse de, aileden kitle iletişim araçlarına dek, birçok alanda kadına yönelik bir ev sevgisi ve sorumluluğu aşılama gayreti vardır. Popüler kültürün, kadını sürekli “ev kadını, pasif, iyi ahlaklı ve güzel” olarak betimlemesi (Rakow 1995: 23), kadınların medyadaki görüntülerinin; eş, anne, evlat, arkadaş rolleri ya da sekreterlik, hemşirelik gibi geleneksel kadın meslekleri ve seks aracı temsilleri (Zoonen 1997: 306) olması, kadınların kimlik inşalarının

da “evi, anneliği, evliliği” önemli ve cazip unsurlar hâline getirmektedir. Evlenmeyen kadınlar üzerindeki toplumsal baskı, erkeklere oranla daha yüksektir. Kadının evlilik durumuna toplum daha çok vurgu yapar. İngilizcede erkek adlarından önce sadece Mr. kullanılırken kadının evli olup olmamasına göre kullanılan unvan (Mrs./Miss) değişir. Türkçede bir kadın evlenmemiş ise “kız”dır, evli ise “kadın”dır. Oysa erkek ya da adam olmanın evlenmek ile doğrudan bir ilgisi yoktur. Hem toplumsal rol ve beklentiler hem de kadına sunulan alanların sınırlı olması dolayısıyla kadın evi ve evliliği hayatının daha merkezine alır, ev ve evlilik içinde kendini önemli kılar.

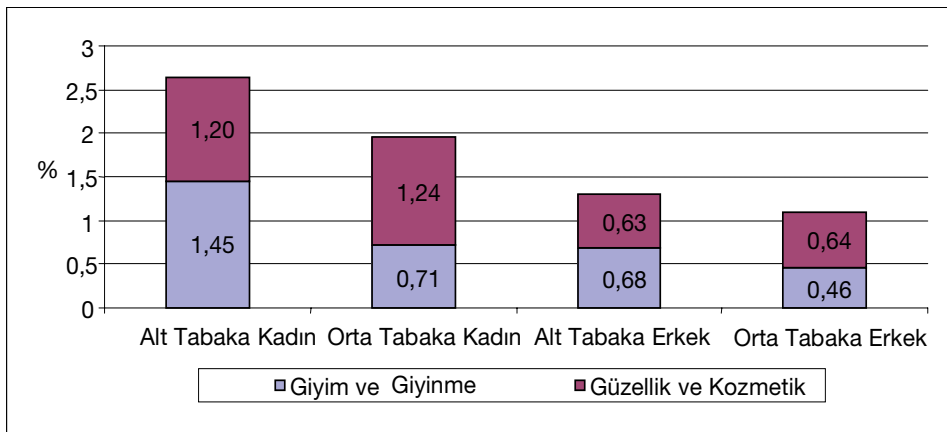
Giyim ve Kozmetik Kültürünün İzleri

Katılımcı grupların *giyim, süslenme ve bakım, takı, makyaj ve güzellik ilgilerinin izlerini* tespit etmek amacıyla çağrışımlar “giyim kültürü” ile “kozmetik ve güzellik kültürü” olmak üzere iki alt başlık altında değerlendirilmiştir. *Giyim ve giyinme* alt başlığında “giyim eşyası” adı olan çağrışımlar; *güzellik ve kozmetik* alt başlığında da “makyaj, takı, süs ve bakım” ilgisini içeren çağrışımlar

belirlenmiştir. “Güzel, güzelleşmek ve güzellik” kelimeleri, bir insanın fiziksel çekiciliği, güzelliği anlamında kullanıldıysa değerlendirilmiştir.

Şekil 3 incelendiğinde “giyim, giyinme, güzellik ve kozmetik” ile ilgili çağrışımların kadın katılımcılarda daha yoğun olduğu görülmektedir. Tabakalar arasında ise sadece “giyim ve giyinme” ile ilgili çağrışımlarda alt tabaka daha fazla yüzdalık dilime sahiptir, fakat alt tabakadaki erkekler, bu konuda yine de orta tabakadaki kadınlardan daha fazla çağrışım ortaya koymamıştır.

Kadın ve erkeklerin kelimeleri farklı sıklıkla kullanmaları; onların dikkatleri, ilgileri ve merakları ile ilgilidir. Kadınlarda hem giyim ve giyinme hem de güzellik ve kozmetik ile ilgili çağrışımların fazla olması, onların yaşam biçimlerinde bu iki unsurun önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Toplum fiziksel görünüm açısından erkekten ziyade kadından güzellik bekler. Güzellik, kadın için vazgeçilmezdir, adeta dinî bir zorunluluktur, bir gösterge gibi iş görmektedir (Baudrillard 1988: 121). Erkeğin kamusal alanda başarılı olması, güç ve para kazanması teşvik edilirken



Şekil 3: Giyim, Güzellik ve Kozmetik ile İlgili Çağrışımlar

kadın ahlaklı, güzel ve aile hayatında becerikli olması yönünde toplumsal bir baskı yaşar.

Harvard Üniversitesi'nde yapılan bir çalışmada, kız ve erkek çocuklara yönelik farklı davranışlar araştırılmıştır. Araştırmada, kız ve erkek çocuklara farklı kelimelerle konuşulduğu; kızlara “Ne şeker şey!”, “Sen çok güzel bir kızsın.” denilirken, erkek çocuklara, ses yükseltilerek “Vay, delikanlı olmuşsun!”, “Ne kadar güçlüsün böyle!” gibi ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir (Pease 2007: 20). Dolayısıyla kadın dış görünüşüne, giyimine, bakımına erkeğe göre daha fazla önem vermektedir. Kadının güzelliğinin, inceliğinin beğenilmesi, onun açısından aynı zamanda varlığının olumlanmasıdır (Beauvoir 1993: 179).

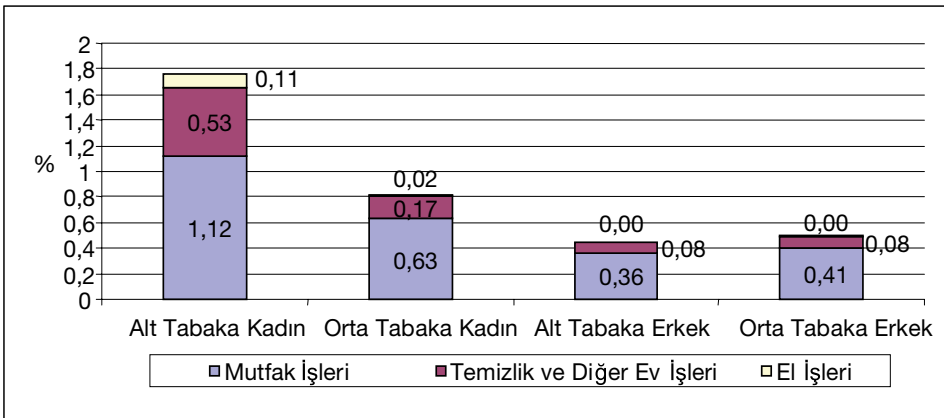
Şekil 3'te giyim ve giyinme konusunda alt tabakanın, orta tabakaya göre daha öne çıktığını görmüştük. Giyinmek insanın temel ihtiyaçlarındandır. Oysa güzelleşmek için bakım yapmak ve kozmetik ürünlerinden faydalanmak, maddi olanakları da gerekli kılmaktadır. Maddi olanakları temel ihtiyaçlarını karşılamaya ancak yeten alt tabakanın giyim ve giyinme konusuyla daha ilgili olmasının ardında bu tür bir gerçeklik olabilir.

Ev ve El İşi Kültürünün İzleri

Bu başlık altında “temizlik ve ev işi”, “mutfak işleri” ve “el işi” ile ilgili çağrışımlar değerlendirilmiştir. *Mutfak işlerinin* değerlendirilmesi, “yiyecek-içecek hazırlamak ve bunları servis etmek, servisi toplamak, bulaşıkları düzenlemek” gibi işlerle ilgili çağrışımlar üzerinden yapılmıştır. *Ev işlerinin izleri* “evi temizlemek ve düzenlemek, çamaşır yıkamak, ütü yapmak” gibi işlerle ilgili çağrışımlarda aranmıştır. *El işine* yönelik çağrışımların belirlenmesinde “örgü, dokuma, işleme” ile ilgili kelimeler değerlendirilmiştir.

Şekil 4 incelendiğinde “ev ve el işi” ile ilgili çağrışımların her iki toplumsal tabakada da kadınlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Alt tabakadaki kadınlar “mutfak, temizlik, ev ve el işi” ile ilgili çağrışımları orta tabakadaki kadınlara göre daha fazla belirtmiştir.

Alt tabakadaki kadınlara ait çağrışımların %1,12'si mutfak işleri, %0,53'ü temizlik ve diğer ev işleri, %0,11'i el işi; erkeklere ait çağrışımların %0,36'sı mutfak işleri, %0,08'i temizlik ve diğer ev işleri ile ilgilidir. Orta tabakadaki kadınlara ait çağrışımların %0,63'ü mutfak



Şekil 4: Ev ve El İşleriyle İlgili Çağrışımlar

işleri, %0,17'si temizlik ve diğer ev işleri, %0,01'i el işi; erkeklere ait çağrışımların %0,41'i mutfak işleri, %0,08'i temizlik ve diğer ev işleriyle ilgilidir.

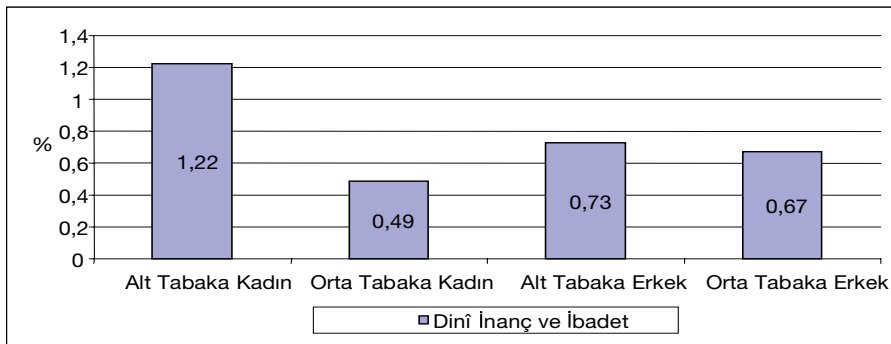
Katılımcıların sosyodemografik ve sosyokültürel görünüşlerini belirlemek amacıyla yapılan anket çalışmasında, alt tabakadaki kadınların %76'sının ev hanımı; orta tabakadaki kadınların ise %98,7'sinin kamu kurumunda veya özel sektörde çalıştıkları ya da bu alanlardan emekli oldukları görülmüştür. Dolayısıyla alt tabakadaki kadınların, ev ve el işleriyle orta tabakaya göre daha fazla meşgul olması olağandır. Anket sonuçlarında, katılımcıların sabit işleri dışındaki en fazla meşgul oldukları üç etkinliği belirlemeye yönelik anket maddesinde, alt tabakadaki kadınların %58'inin ev işi, %48'inin el işi; orta tabakadaki kadınların da %26'sının ev işi, %12'sinin de el işi ile meşgul olduğu tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında alt tabakadaki kadınların ev ve el işleriyle ilgili çağrışımları tüm katılımcı gruplara göre daha fazla belirtmesi, yaşadıkları hayatın gözlerini yansıtma yönünden olağan görünmektedir.

Burada açıklanması gereken durum, tüm toplumsal tabakalarda kadın-

ların mutfak, temizlik ve diğer ev işleriyle ilgili çağrışımlara erkeklerden neden daha fazla sahip olduğudur. Bhasin'in Güney Asya'daki işçi sınıfının kız çocuklarına dair söyledikleri, aslında dünyanın birçok coğrafyasındaki kız çocukları için de geçerlidir. Kızların oyuncak değil; gerçek tencere ve tavaları yıkamaları, yaşitları erkekler okulda ya da ev dışında çalışmaktayken onların evleri temizlemeleri, gerçek bebeklere bakmaya başlatılmaları ve bu durumun onların ilgilerini, yeteneklerini, amaçlarını, tercihlerini ve hayallerini biçimlendirmesi (Bhasin 2003: 11), dünyanın birçok ülkesinde görülmektedir. Becerikli bir ev kadını olmak, hem mutfakta hem de evin diğer alanlarında düzeni sağlamak ve ihtiyaçları karşılamak, toplumun kadınlarda takdir ettiği etkinliklerdir. Kadınlar, gelir elde ettikleri bir başka işe sahip olsalar da evle ilgili sorumluluklarını aksatmamaya özen gösterirler. Her ne kadar bu söylenenlerin istisnaları olsa da, kadınlardan ev içinde, erkeklerden de ev dışında beceri ve güç göstermesi beklenir.

Din Kültürünün İzleri

Din kültürünün izleri "din, ibadet ve inanç" ile ilgili çağrışımlarda ve içinde



Şekil 5: Dinî İnanç ve İbadet ile İlgili Çağrışımlar

“Allah” kelimesi geçen dua niteliğindeki kalıp sözlerde aranmıştır.

Şekil 5 incelendiğinde alt tabakanın “din ve ibadet” ile ilgili çağrışımlara orta tabakaya göre daha fazla sahip olduğu görülmektedir. Orta tabakadaki erkeklerin din ve ibadetle ilgili çağrışım yüzdesi, alt tabakadaki erkeklere yakın bir değer taşımaktadır.

Anket çalışmasında, katılımcılara sabit işleri dışındaki üç etkinlik sorulmuş ve alt tabakadaki kadınların %25’inin; erkeklerin %20,7’sinin; orta tabakadaki kadınların %1,3’ünün, erkeklerin de %4,7’sinin ibadet ettikleri sonucu görülmüştür. Anket çalışmasında elde edilen veriler, din ve ibadetle ilgili elde edilen çağrışım verilerinin dağılımıyla bir paralellik göstermektedir.

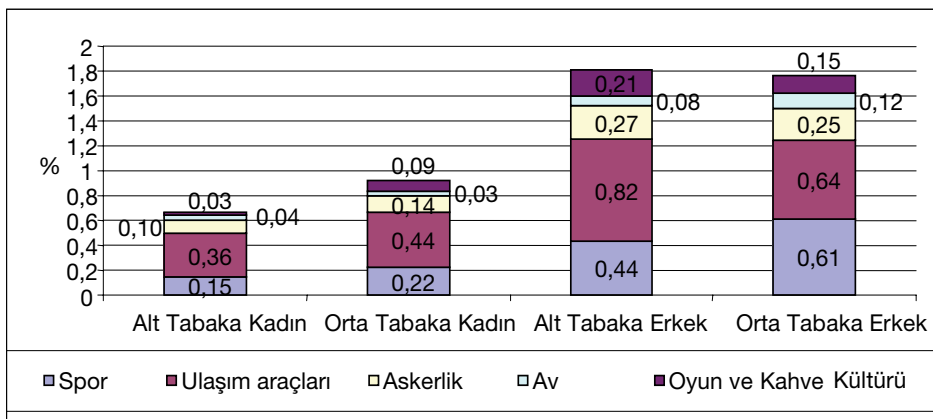
Bildiğimiz gibi kişinin algıladığı ve benimsediği görüntüler, hareketler, yargılar, inançlar ve davranışlar, dünya görüşünü biçimlendirmesine yardımcı olur ve biçimlenen bu görüş kişinin dilini etkiler (Ekmekçi 1990: 133). Aynı şekilde alt tabakada inanç ve ibadetle ilgili çağrışımların daha fazla görülmesi, onların din ve ibadetle ilgili deneyimlerinin orta tabakaya göre daha çok olduğunu, yaşa-

ma ve düşünme biçimlerinde dinin etkisinin bulunduğunu göstermektedir.

Spor, Ulaşım Araçları, Askerlik, Av, Şans Oyunları ve Kahve Kültürünün İzleri

Spor kültürünün izleri aranırken “spor oyunları ve karşılaşmalarına”, “sporcu ve spor kulübü adları”na yönelik çağrışımlar; *ulaşım araçları kültürünün izleri* belirlenirken de “araba, minibüs, uçak, tren” gibi ulaşım araçlarıyla ilgili çağrışımlar değerlendirilmiştir. *Savaş ve askerlik kültürünün izleri* “silah, barut, mermi” gibi cephane çeşitlerine yönelik çağrışımlarda, “asker, nöbet, tezkere” gibi askerlikle ilgili kelimelerde aranmıştır. *Av kültürünün izleri* “olta, balık tutmak, av, avlanmak” gibi avla ilgili çağrışımlarda; *şans oyunları ve kahve kültürünün izleri* de “okey, tavla, poker” gibi kahve kültürünün izlerini taşıyan oyun adlarında, “loto, toto” gibi şans oyunları ile ilgili çağrışımlarda aranmıştır.

Şekil 6 incelendiğinde “spor, ulaşım araçları, askerlik, av, şans oyunları ve kahve kültürü” ile ilgili çağrışımlara erkek katılımcıların daha fazla sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 6: Spor, Ulaşım Araçları, Askerlik, Av, Oyun ve Kahve Kültürü ile İlgili Çağrışımlar

Alt tabakadaki kadınlara ait çağrışımların %0,15'i spor, %0,36'sı ulaşım araçları, %0,10'u askerlik, %0,03'ü av, %0,03'ü şans oyunları ve kahve kültürü ile ilgilidir. Orta tabakadaki kadınlara ait çağrışımların %0,22'si spor, %0,44'ü ulaşım araçları, %0,14'ü askerlik, %0,03'ü av, %0,09'u şans oyunları ve kahve kültürü ile ilgilidir. Toplam çağrışım içinde kadınlara ait bu değerler çok düşük bir paya sahiptir.

Alt tabakadaki erkeklere ait çağrışımların %0,44'ü spor, %0,82'si ulaşım araçları, %0,27'si askerlik, %0,08'i av, %0,21'i şans oyunları ve kahve kültürü ile ilgilidir. Orta tabakadaki erkeklere ait çağrışımların %0,61'i spor, %0,64'ü ulaşım araçları, %0,25'i askerlik, %0,12'si av, %0,15'i şans oyunları ve kahve kültürü ile ilgilidir.

Katılımcılara uygulanan ankette, erkek katılımcıların kadınlara göre daha fazla kahveye ya da kafeteryaya gittiği görülmüştür. Bu oran alt tabakadaki erkeklerde %36,7, orta tabakadaki erkeklerde ise %12'dir. Alt tabakadaki kadınların hiçbiri kahveye ya da kafeteryaya gitmemekle birlikte orta tabakadaki kadınların sadece %2'si gitmektedir. Kahve sadece sohbet mekânı değildir, çeşitli şans oyunlarının da oynandığı bir yerdir. Kahve kültürüyle daha içli dışlı olan erkeklerin çağrışımlarında bu kültürün izlerini görmek doğaldır. Anket çalışmasının bir başka verisi de erkek katılımcıların kadınlara göre daha fazla "spor, araba" içerikli gazete sayfalarını ve dergileri okumasıdır. Çağrışım verilerinden de hareketle erkeklerin spor, kahve ve ulaşım araçları konularına kadınlara göre daha meraklı oldukları söylenebilir.

Askerlik, birkaç istisna dışında erkek mesleğidir. Askere giden ve savaşan erkeklerdir. Dolayısıyla erkek katılımcıların çağrışımlarında savaş ve askerlikle ilgili kelimeleri görmek, erkek kültürüne

dair de veri sunmaktadır. Aynı şekilde avlananlar, genellikle erkeklerdir.

Bu başlık altındaki çağrışımların daha çok erkeklerde yoğunlaşması, onların ilgi ve merak alanları ile bağlantı kurularak açıklanabileceği gibi kadın ve erkeklerin yetişme tarzları ile de ilişkilendirilebilir. Yerleşim yerlerine genel olarak baktığımızda sokak aralarında erkek çocuklar futbol; kız çocukları evcilik oynar. Erkekler savaş sahnelerini sahte kılıçlarla taklit ederken kızlar kollarında oyuncak bir bebek sallamaktadır.

"Avlanmak, spor oyunlarında yer almak, kahveye gitmek, arabalarla ilgilenmek" ev dışında gerçekleştirilen etkinliklerdir. Kadın toplumsal cinsiyeti gereği eve, erkek de dışarıya yönlendirilir. Daha 18'ine gelmeden erkek çocukları şoför koltuklarına oturtulur. Kadınlar bu konuda erkekler kadar yönlendirilmez. Erkeklerin gerek ulaşım araçlarına gerek ev dışında gerçekleştirilen diğer etkinliklere kadınlara göre daha fazla ilgi duymaları olağandır.

Entelektüelliğin İzleri

Entelektüelliğin izleri, "kültür, sanat ve edebiyat", "tarih ve siyaset", "sinema", "yabancı dil", "matematik ve bilgisayar kültürü" olmak üzere beş alt başlık altında değerlendirilmiştir.

Kültür, sanat ve edebiyat eğiliminin izleri aranırken "şiir, roman, hikâye" gibi edebiyat türleriyle; "kitap, gazete, ansiklopedi" gibi yayın adlarıyla; "tiyatro, resim, heykel" gibi sanat dallarıyla ilgili çağrışımlar değerlendirilmiştir. "Okuma", "okumak" gibi çağrışımlar, "okul okumak" değil de "kitap okumak" anlamı taşıyorsa değerlendirilmiştir. *Siyaset ve tarih kültürünün izleri* "siyaset" ve "tarih" bilimi ile ilgili "olay" ya da "kişi" adı içeren çağrışımlarda, bu alanlarla ilgili terimlerde aranmıştır. *Sinema kültürünün izleri* belirlenirken "sinema" ve "film" kelimeleri ile "sinema filmi

adları ve karakterleri” değerlendirilmiş, televizyon programlarına yönelik çağrışımlar sınıflandırmada yer almamıştır. *Yabancı dil kültürünün izleri* belirlenirken çağrışımlarda yer alan İngilizce kelimeler; *matematik ve bilgisayar kültürünün izleri* belirlenirken “matematik” ve “bilgisayar” ile ilgili kavram ve terimler değerlendirilmiştir.

Şekil 7’de görüldüğü gibi orta tabakaya ait çağrışımlarda “entelektüelliğin izlerini taşıyan ifadeler”, alt tabakaya göre daha fazla bulunmaktadır.

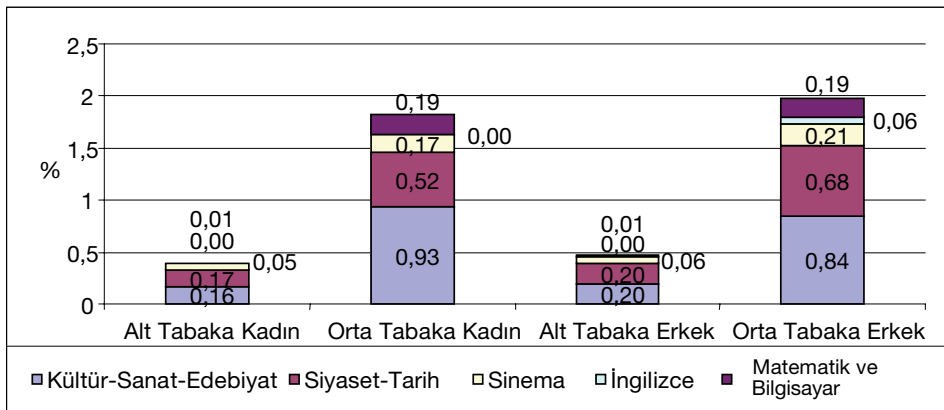
Alt tabakadaki kadınlara ait çağrışımların %0,16’sı kültür, sanat ve edebiyat; %0,17’si siyaset ve tarih; %0,05’i sinema kültürü ile ilgilidir. Matematik ve bilgisayar ile ilgili çağrışımlar yüzdelik dilim içinde bir değer verilemeyecek kadar küçüktür. Alt tabakadaki erkeklere ait çağrışımların %0,20’si kültür, sanat ve edebiyat; %0,20’si siyaset ve tarih; %0,06’sı sinema; %0,01’i matematik ve bilgisayar kültürü ile ilgilidir. Toplam çağrışım içinde alt tabakaya ait bu değerler çok düşük bir paya sahiptir.

Orta tabakadaki kadınlara ait çağrışımların %0,93’ü kültür, sanat ve edebiyat; %0,52’si siyaset ve tarih; %0,17’si sinema; %0,01’i matematik ve bilgisayar kültürü ile ilgilidir. Orta tabakadaki erkeklere ait çağrışımların %0,84’ü kültür, sanat ve edebiyat; %0,68’i siyaset ve tarih; %0,21’i sinema; %0,06’sı matematik ve bilgisayar kültürü ile ilgilidir.

sinema, %0,19’u matematik ve bilgisayar kültürü ile ilgilidir. Orta tabakadaki erkeklere ait çağrışımların %0,84’ü kültür, sanat ve edebiyat; %0,68’i siyaset ve tarih; %0,21’i sinema; %0,19’u matematik ve bilgisayar kültürü ile ilgilidir. Orta tabakadaki erkeklerin çağrışımlarında, %0,06 oranında İngilizce kelime yer almaktadır.

Toplumsal tabakalara göre farklılık gösteren bu çağrışım verileri, katılımcılara uygulanan anketteki verilerle paralellik göstermektedir. Okuduğu gazete, dergi ve kitaplarda sanat, edebiyat, siyaset, tarih, bilim ve felsefe konularına ilgi gösteren orta tabakanın çağrışımlarında bu okumaların izlerini görmek şaşırtıcı değildir. Okumak, tecrübe edilmemiş hayatların bilgisine ve anlayışına ulaşmak demektir. Okuryazarlık, insanın kendi coğrafi ve kültürel çevresini aşarak farklı yaşantılara da ortak olmasını sağlar. Okuryazarlık yönünden alt tabakaya göre daha donanımlı olan orta tabaka, çağrışımlarda kendi kültürünü de yansıtmıştır.

Orta tabakadaki kadınların siyaset, tarih, edebiyat, matematik gibi alanlarla ilgili çağrışımlara sahip olması, kadının



Şekil 7: Entelektüellikle İlgili Çağrışımlar

ilgilerini ve yeteneklerini biyolojik cinsiyeti ile açıklayan teorilere ters düşmektedir. Kız çocuklarının matematikte, mimarlıkta, siyasette erkeklerden daha geride olduğunu, biyolojik cinsiyetlerine bağlı olarak ortaya koyan araştırmalar bilimsel temellere dayansa da, bu gerçekliğin ardında kadın ve erkekleri, meslek seçimi ve ilgi alanları konusunda toplumun yönlendirmesi yer alır. Kadınların siyaset, sanat ve bilim alanında erkekler kadar yer alamamaları, biyolojik cinsiyetten öte toplumsal cinsiyet ile ilgilidir. Ters olsaydı, orta tabakadaki kadınlardan öte alt tabakadaki erkeklerde entelektüelliğin izlerinin daha fazla olması gerekirdi. Böyle bir sonuç görülmediğine göre orta tabakadaki kadınların entelektüelliğin izlerini taşıyan çağrışımlarını, kültürel çevre ve etkinliklerine bağlamak daha mantıklı olmaktadır.

KAYNAKLAR

- Akıncı, Mustafa Halük (1992), *Temel Söz Varlığımız ve Örneklendirilmesi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Ankara, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi
- Aksan, Doğan (1995), *Her Yönüyle Dil Ana Çizgileriyle Dilbilim*, Ankara, TDK
- Anderson, John, R. ; BOWER, Gordon H. (1980), *Human Associative Memory: A Brief Edition*, Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers
- Baudrillard, Jean (1988), *Metinler ve Söyleşiler*, Çev. Oğuz Adanır, İzmir, Ajans Tümer Yayınları
- Beauvoir, Simone de (1993), *Kadın "İkinci Cins" / Evlilik Çağı*, Çev. Bertan Onaran, İstanbul, Payel Yayınları, 7.Basım
- Bhasin, Kamla (2003), *Toplumsal Cinsiyet / Bize Yüklenen Roller*, Çev. Kader Ay, İstanbul, Kadav Yayınları
- Brizendine, Louann (2007), *Kadın Beyni*, Çev. Zeynep Heyzen Ateş, İstanbul, Kelebek Yayınevi
- Büyükkantarçoğlu, Nalân (2006), *Toplumsal Gerçeklik ve Dil*, İstanbul, Multilingual
- Cevizci, Ahmet (2002), *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul, Paradigma Yayınları, 5.Baskı
- Demir, Ömer; ACAR, Mustafa (2005), *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, Ankara, Adres Yayınları, 6.Baskı
- Ekmeççi, Özden (1990), "Dil ve Deneyim", *Dilbilim Araştırmaları*, Ankara, Hitit Yayınevi, s.131-135
- Er, İzzet (1990), "Alt-Kültür", *Sosyal Bilimler Ansiklopedisi*, İstanbul, Damla Ofset
- Göz, İlyas (2003), *Yazılı Türkçenin Kelime Sıklığı Sözlüğü*, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları
- Güvenç, Bozkurt (1979), *İnsan ve Kültür*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 3.Baskı
- Karakaş, Sirel (2003), "Beden-Zihin Sorunundan Beyin-Biliş İlişkisine: Felsefeden Pozitif Bilimlere", *Beyin ve Nöropsikoloji: Temel ve Klinik Bilimler*, Ankara Çizgi Tıp Yayınevi, s.3-29
- Lakoff, Robin (1975), *Language and Woman's Place*, New York, Harper& Row, Publishers
- Maltz, Daniel ve Borker, Ruth A. (1997), "A Cultural Approach to Male-Female Miscommunication", *Language and Social Identity*, USA, Cambridge University Press, s.196-216
- McLuhan, Marshall (2001), *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*, Çev. Gül Çağalı Güven, İstanbul, YKY
- Nelson, D.L.; McEvoy, C.L. ve Schreiber, T.A. (1998), *The University of South Florida Word Association, Rhyme and Word Fragment Norms*, www.usf.edu/FreeAssociation/02.08.2008
- Ölçer, Evrim (2003), "Türkiye Masallarında Toplumsal Cinsiyet ve Mekân İlişkisi", Bilkent Üniversitesi, Ankara, Yüksek Lisans Tezi, (Erişim)www.thesis.bilkent.edu.tr / 5 Mart 2008
- Pease, Allan & Barbara (2007), *Erkekler Neden Dinlemez, Kadınlar Neden Harita Okuyamaz*, Çev. Doğan Yılmaz, İstanbul, Picus Yayıncılık
- Rakow, Lana (1995), "Popüler Kültüre Feminist Yaklaşımlar: Ataerkinin Hakkını Teslim Etmek", *Kadın ve Popüler Kültür*, Der. ve Çev. Süleyman İrvan, Mutlu Binark, Ankara, Ark Yayınevi, s.15-40
- Short, James F. (2001), "Subculture", *The Social Science Encyclopedia*, Ed. Adam Kuper, Jessica Kuper, London, Routledge
- Tezcan, Nuran (2005), *Türkçenin Temel Sözlüğü*, Yunanca Karşılıklar: Kyriaki Georgiou-Scharlipp, İstanbul, Multilingual
- Vendryes, Joseph (2001), *Dil ve Düşünce*, Çev. Berke Vardar, İstanbul, Multilingual
- Vygotsky, L.Semenovich (1985), *Düşünce ve Dil*, Çev. Semih Koray, Ankara, Sistem Ofset Matbaacılık ve Yayıncılık
- Wareing, Shân (1999), "Language and Gender", *Language, Society and Power*, Edited by Linda Thomas and Shân Wareing, London, Routledge, s. 66-81
- Zoonen, Liesbet van (1997), "Medyada Feminist Yaklaşımlar", *Medya, Kültür, Siyaset*, Der. Süleyman İrvan, Ankara, Ark Kitapları, s.301-335