Şakar, R. (2021). Dilde uluslararasılaşma ve çağdaş Rus dilinde medya kelime yapım yolları (Türk dili ile karşılaştırmalı bir değerlendirme). *International Journal of Language Academy*, 9 (1), 145-158.

Article History:

Received

29/12/2020

Accepted

20/01/2021

Available online

20/03/2021

Volume 9/1 March 2021

p. 145/158

**DİLDE ULUSLARARASIŞMA VE ÇAĞDAŞ RUS
DİLİNDE MEDYA KELİME YAPIM YOLLARI
(TÜRK¹ DİLİ İLE KARŞILAŞTIRMALI BİR
DEĞERLENDİRME)**

**Internationalization in Language and Media Word Formation
Ways in Modern Russian Language (A Comparative Evaluation
with Turkish Language)**

Reşat ŞAKAR²

Öz

Dil sürekli değişim ve dönüşüm içerisinde olan hareketli bir yapıya sahiptir. Dildeki değişim dilin diğer alanlarına kıyasla kelime yapım alanına daha çok yansımakta ve özünde var olan türetme işlevi sayesinde yeni kelime oluşum süreçlerine yardımcı olmaktadır. Dilde art zamanlı süreçlerden bağımsız bir şekilde eş zamanlı gelişmelere paralel olarak birtakım dil dışı sosyokültürel unsurların da gelişip dili etkilediği aşikardır. Bu unsurlardan birisi hatta en etkili ise medyadır. Günümüzde çeşitlenip etki alanını genişletmesiyle medyanın toplumların kullandığı dili güçlü bir şekilde değiştirebildiği görülmektedir. Yaşadığımız çağın bilgi teknolojileri göz önüne alındığında toplumlar da bu gelişmelere ayak uydurmakta, sözlü ve yazılı dilde günün koşullarına göre şekillenmektedir. Günümüzdeki çeşitliliğiyle medyanın dile ve özellikle kelime yapım alanına etkileri, medya etkisi bağlamında Batı kökenli kelimelerin dile nüfuz etmesiyle dildeki uluslararasılaşma çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Modern dilbilimin asıl yönü, dil ve konuşmadaki dinamik süreçlerin incelenmesidir.

¹ Türkiye Türkçesi kastedilmektedir (y.n.).

² Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Slav Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, resatsakar@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2886-9851>

Buna bağlı olarak çalışmada kitle iletişim araçları vasıtasıyla Batı dillerinden Rus diline nüfuz eden ve son dönemde yaygın olarak kullanılan ön ekler (*анти-, мега-, макро-, супер-* vb.) ve son ekler (*-изация, -изм, -ист, -фобия* vb.), yine Batı dillerinden Türk diline giren eklerle (*anti-, mega-, süper-, -izasyon, -ist* vb.) karşılaştırmalı analiz yöntemiyle ele alınmaktadır. Medya yoluyla ortaya çıkan yeni kelime oluşumları, kelime yapım sisteminin ve kelime türetme mekanizmasının güncel sosyo-politik süreçlere nasıl bir tepkide bulunduğunu göstermesi bakımından önem arz etmektedir. Bu çalışma ile birlikte Rus dilinin medya kelime oluşumunda daha aktif olduğu ve Batı kökenli ek veya kelimeleri olduğu gibi almada Türk dilinden daha önde olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rus Dili, Türk Dili, kelime yapım, uluslararasılaşma, medya kelime yapma yolları.

Abstract

Language has a dynamic structure that is in constant change and transformation. The change in language reflects more on word formation than other areas of the language, and thanks to its inherent derivation function, it helps new word-formation processes. It is evident that some non-linguistic sociocultural factors also develop and affect the language in parallel with the simultaneous developments independent of the diachronic processes in the language. One of these elements, even the most effective, is the media. Nowadays, it is seen that the media can change the language used by societies strongly by diversifying and expanding its area of influence. The study's focus is the current diversity of media, its effects on the language and especially on the field of word formation, and the internationalization of the language with the penetration of western-origin words in the context of media influence. The central aspect of modern linguistics is the study of dynamic processes in language and speech. Accordingly, in the study, the prefixes (*анти-, мега-, макро-, супер-* etc.) and suffixes (*-изация, -изм, -ист, -фобия* etc.) that penetrate the Russian language from western languages through the mass media and have recently been widely used, are analyzed with the comparative analysis method with the affixes (*anti-, mega-, süper-, -izasyon, -ist* etc.) that are also in the Turkish language from western languages. The new word formations that emerged through the media are essential in showing how the word formation and word generation mechanisms react to current socio-political processes. With this study, it is seen that the Russian language is more active in media word formation and is ahead of the Turkish language in taking western-origin affixes or words as they are.

Keywords: Russian Language, Turkish Language, word formation, internationalization, media word-formation ways.

GİRİŞ

Dil sürekli gelişen hareketli bir yapıya sahiptir. Dille birlikte toplumların da dünyaya bakışı, hayatı algılayış biçimi ve buna bağlı olarak gündelik hayatta kullandığı dil etkileşime açık bir şekilde devinim içerisindedir. Bunun en büyük etkenlerinden birisi de hiç kuşkusuz medyadır. Çağa ayak uydurarak iletişim teknolojilerinin gelişip çeşitlendiği düşünüldüğünde medyanın da hareketli bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Toplamları etkileme gücü bakımından medyanın dile ve ait olduğu kültüre etkisi vardır.

Kültür, yaşam koşulları, toplumun inanç yapısı, iletişim modellerindeki değişim, iç ve dış dinamiklerin etkisine bağlı olarak değişim göstermektedir. Kültürel alandaki bu değişimin dile yansması kaçınılmazdır. Dil de kültürle birlikte bu toplumsal döngü içerisinde özellikle medyanın etkisiyle değişim göstermektedir. Sosyal medya araçlarının da günümüzde etkili (hatta en etkili) kitle iletişim araçlarından birisi olduğu aşikârdır.

Günümüz koşullarına bakıldığında medyanın etkileşim gücünün giderek arttığı ve son yıllarda sosyal medyanın burada büyük rol oynadığı görülmektedir. Kitle iletişim araçlarında sözü edilen bu etkileşimden dolayı ana dile bilerek veya bilmeden birçok yabancı kelime alınarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada, Rus dilinde meydana gelen medya

kelime yapım yolları ve bu bağlamda uluslararasılaşma Türk diliyle mukayeseli bir şekilde gösterilmektedir.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı kitle iletişim araçlarının ve günümüzde sosyal medyanın etkisiyle Rus diline giren kelime oluşumlarını Türk diliyle karşılaştırmalı bir şekilde inceleyerek eklerin her iki dilde de üretken olup olmadıklarını, aralarındaki yapısal ve işlevsel benzerlik ve farklılıkları saptamaktır. Türk dilinde medya kelime yapımı üzerine çalışmanın az olması sebebiyle yapılan bu çalışma hem literatüre özgün bir katkı sağlamayı hedeflemekte hem de dilde uluslararasılaşma bağlamındaki diğer çalışmalara referans olma özelliğine sahip olmaktadır.

Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada medyanın kelime oluşum sürecine etkileri saptanarak uluslararasılaşma bağlamında elde edilen kelimeler yapısal ve işlevsel açıdan Türk diliyle karşılaştırmalı bir yöntemle tespit edilmektedir. Araştırma yaparken dil materyali gözlemi, yorumlama, karşılaştırma, genelleme ve tipoloji yöntemleriyle temsil edilen sistematik bilimsel açıklama yöntemi kullanılmaktadır. Özellikle kelime oluşumunun yapısal ve anlamsal yapısı belirlenirken bileşen analizi yönteminden yararlanılmaktadır. Bu bağlamda tespit edilen eklerin hangi dile ne sıklıkla girdiği, hangi kelime oluşturma tür ve modellerini kullandığı, alıntılanan dilde anlamsal ve yapısal dönüşüm gerçekleşip gerçekleşmediği ortaya konulmaktadır. Ayrıca elde edilen eklerin birbirleriyle benzerlik ve farklılıkları söz konusu dilin özgün yapısını koruyup korumadığı hakkında fikir edinmeye yardımcı olacaktır.

Kitle İletişim Araçlarının Dile Etkileri

Türk Dil Kurumu'nun (TDK) Güncel Türkçe Sözlüğünde kitle iletişimi: "Dağınık insan topluluklarının örgütlenmiş bir kaynaktan iletilen haberlere veya uyarılara aynı anda maruz kalması, birtakım kaynaklardan elde edilen bilgi ve haberlerin değişik araçlarla geniş halk topluluklarına yaygın olarak duyurulması, kitle haberleşmesi" şeklinde açıklanmaktadır. Medya ise hem 'iletişim ortamı' hem de 'iletişim araçları' olarak verilmektedir (TDK 2020). O halde iletişim araçları olarak yazılı, görsel veya işitsel basın-yayın organları ile iletişim ortamı olarak günümüzde popülerliği giderek artan Facebook, Twitter vb. sosyal paylaşım siteleri gibi kitle iletişim araçlarının tamamına "medya" demek mümkündür.

Kitle iletişim araçları yeni kelimelerin dile girmesinin ve yayılmasının en temel unsurlarındandır. Tek başına görsel ve işitsel iletişim araçları dile doğrudan etki ederek yeni kelimelerin girişini hızlandırmakta ve toplumu yeni kelimelerin girişine kolayca hazırlayabilmektedir. Kitle iletişim araçları toplumların kavrayış biçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Bu bağlamda Aralık 2019'da dünyanın dikkatini üzerine çeken yeni tip koronavirüs salgını sürecinde, esasında dilde karşılığı var olmasına karşın *salgın* yerine *pandemi* (**Pandemi**), kendimizi oldukça güvende hissettiğimiz bir zaman dilimine denk

düştü³), zirve yerine *pik* (Bilim Kurulu toplantısı sonrasında açıklamalarda bulunan Bakan Koca, bazı illerde salgının *pik* yaptığını belirtti⁴) vb. gibi terimler dilimize nüfuz etmekte ve toplumun bu terimleri kullanmasına zemin hazırlamaktadır. Bu durum hemen hemen bütün dillerde bulunmaktadır. Benzer ifade örnekleri Rusçadan da verilebilir: *Россия прошла пик распространения коронавируса, заявил Путин*⁵ (Putin koronavirüs yayılımında *pik* seviyesine ulaşıldığını açıkladı); *Пандемия коронавируса, охватившая весь мир, значительно отразилась на русском языке, которого непосредственно коснулись изменения*⁶ (Tüm dünyayı kasıp kavuran koronavirüs salgını, değişikliklerden doğrudan etkilenen Rus dilini önemli ölçüde etkiledi). Bu durum dile yeni giren kelimelerin yapısal ve anlamsal yönden incelenmesine yol açarak dilbilimcilerin dikkatini çekmektedir.

Medya aracılığıyla sürekli birbirine benzer haber veya paylaşımlarda kullanılan kelimelerin, dilin kurallarına uymasa da, hatta yanlış dahi olsa tercih edilmesi kamuoyunda bu kelimelerin doğru biçimlendirildiği algısı oluşturma bakımından büyük bir etkiye sahiptir. Her ne kadar yanlış dil kullanımı söz konusu olsa da toplum nezdinde bu kelimelerin kullanımına rastlanabilmektedir.

Kitle iletişim araçları halkın kültürel ve toplumsal değerlerini, insanoğlunun sahip olduğu başlıca değeri, yani kullandığı dili etkileme gücü yönünden en güçlü kaynak durumundadır. Kitle iletişim araçları içinde bulundukları toplumlarda köklü değişikliklere yol açarak iyi veya kötü yönde etkide bulunabilirler (Gülbuğ, 2011, s. 569). Modern çağda her toplumda kitle iletişim araçları farklı yönleriyle birlikte yenilikleri, gelişmeleri ve bunların yansımalarını yaygın olarak barındırmaktadır. Modern koşullarda, internette sunulanlar da dâhil olmak üzere, en popüler ve en geniş kapsama alanı olan ve dilin oluşumunu doğrudan etkileyen medyadır. Toplumun dünya görüşü, algıları, bilinç ve davranışları üzerinde belirleyici etkisi olan da medyadır (Ratsiburskaya ve Samiliçeva, 2013, s. 162).

Medya araçları toplumun ihtiyaçlarını ve dilin normlarını gözetmeksizin dile yapı, ses ve anlam bakımından etki eden bir yapıya sahiptir. Köse'nin de ifade ettiği üzere, *medyanın gündelik ve toplumsal hayatın pek çok alanında geçerli olan bu belirleyiciliği, isimlerle ilgili tercih ve yönelimlerin şekillenmesinde de etkilidir* (Köse, 2014, s. 292). Öte yandan, kitle iletişim araçlarında kullanılan dilin gün geçtikçe ölçünlü dil kurallarından ayrı nitelikler sergilemeye başladığı bilinmektedir. Dil, Gülbuğ'un da ifade ettiği gibi, *sosyal olguların en önemli göstergelerinden biridir. Anlaman toplum tarafından kurgulandığını, dilin de kurgulanan anlamları yansıtan bir araç olduğunu belirten dilbilimcilere göre her dilsel metin o toplumun politik, kültürel ve tarihsel yapılanmasının getirdiği bilinci yansıtır. Bu medya metinlerine de yansımaktadır. İletiler dil yolu ile aktarılır. Kitle iletişim araçlarının bireye ulaşma yolu dilsel anlatımdır. Yazılı medyada dilin aktarımı yazı ile görsel medyada ses ile olur* (Gülbuğ, 2011, s. 569). *İletişim sürecinde kullanılan dil sistemlerinden en yaygın biçimlerinden birisi de yazılı dil olduğu bir gerçektir. Yazılı dil özellikle basın başlıca iletişim aracıdır. Basın bu iletişim aracını olağan üstü bir maharetle kullanarak okuyucuları dilediği yönde manipüle edebilmektedir* (Can 2003, s. 33). Yazılı dil daha kalıcıdır. Yazılı medyanın

³<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-bakan-kocadan-koronavirus-asisiyla-ilgili-aciklama-41691496>.

⁴<https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/son-dakika-bakan-koca-salginda-pik-yapan-illeri-acikladi-5919721/>.

⁵<https://ria.ru/20200526/1572008414.html>.

⁶ <https://rg.ru/2020/05/13/reg-ufo/lingvist-rasskazali-kak-pandemiia-povliiala-na-iazyk.html>.

dile, dolayısıyla da kelime oluşumuna büyük etkileri olmakta ve yine medya yoluyla dile yabancı kelimelerin girişiyle birlikte bir uluslararasılaşma meydana gelmektedir.

Yaşadığımız çağın bilgi ve iletişim çağı olduğunu göz önüne aldığımızda, dil sayesinde kitle iletişim araçları amaçlarını gelişen teknolojiyle birlikte daha hızlı gerçekleştirmektedir. Dil, Vaganova'nın da ifade ettiği üzere, kendini geliştiren bir sistem olduğu için hareketli bir yapıya sahiptir. Dilsel öğeler daha önce içlerinde bulunan özellikleri kaybedebilir, bir kategoriden diğerine geçebilir, hem bireysel birimler hem de tüm gruplar aynı anda iki kutuplu özelliklere sahip olmayı sürdürebilir (Vaganova, 2013: s. 36).

Kitle iletişim araçları, Solovyeva'nın da dile getirdiği gibi (2018, s. 110), insan iletişiminin en riskli alanlarından birisidir. Bugün, toplumun iletişim paradigması değişmektedir. İletişim sürecindeki tercihler teknolojiye bağlı olarak farklılık göstermektedir. Dolayısıyla bu kaynakları topluma sergileyenlerin dil kullanımına azami ölçüde dikkat etmesi gerekmektedir. Medya iletişimi sürecinde dilde yeni kelime oluşumu bazı riskleri de içerisinde barındırmaktadır. Medya iletişimindeki risk alanlarından biri, dilin kelime oluşturma sistemi, özellikle de yeni oluşumlar şeklinde konuşma uygulamasıdır. Bir yandan, medyadaki yeni oluşumlar tükenmez bir ifade potansiyeline sahiptir, kitleyi etkilemenin etkili bir yoludur ve toplumdaki mevcut süreçleri yansıtır. Diğer yandan, yeni oluşumların medya metinlerinde kullanılması algıda güçlükler neden olabilir, iletişim başarısızlıklarına neden olabilir, ahlaki ve etik ilkelerin ihlaline yol açabilir (Ratsiburskaya-Solovyeva, 2018, 83). Bireylerin eğitim durumuna bağlı olarak dil kullanımında farklılaşmalar ortaya çıkmaktadır. Dahası, dilin özgünlüğüne zarar verebilmektedir.

Kelime oluşumunda medya yoluyla yeni alıntı kelimelerin kontrolsüz kullanımı, dil konuşucusunu olumsuz yönde etkileyebilmekte, dilin milli kimliğini tehlikeye sokabilmektedir. Dolayısıyla, başka dil veya dillerden alınan kelimelerin kullanımında dil kullanıcısı bu tür olumsuz söylemsel etkilere maruz kalabilir.

Dil Kullanımında Uluslararasılaşma

Küreselleşen dünyada ülkelerin birbiriyle siyasi, ekonomik ve kültürel bağlamda ilişki kurması ve var olan ilişkilerini güçlendirme çabası toplumlar arasında uluslararasılaşmayı da beraberinde getirmektedir. Teknolojinin güçlenerek XXI. yüzyıl başından itibaren farklı boyutlara ulaşmasıyla, dijital ortamın da bu ilişkilere katkı sunmasıyla uluslararasılaşmanın medya eliyle dijitalleşmesinin önü açılmıştır. Bu sayede bilgi edinmedeki engeller kalkmakta, sosyokültürel uluslararasılaşma hızlanmakta ve toplumların birbirleriyle bu yönde etkileşimi farklılaşmaktadır. Dil de özünde barındırdığı hareketli yapısına bağlı olarak bu değişime hızlı bir tepki vermektedir. Dolayısıyla bu bağlamda düşünüldüğünde başka dilden alıntılamanın dilde kaçınılmaz olduğu görülmektedir.

Dil kullanımında topluma ait olan iç dinamiklerle toplumdan bağımsız dış dinamikler etkilidir. İç dinamikler, dili doğru kullanma kurallarının benimsenmesi kadar kural dışı kullanımları da içerisinde barındırmaktadır. Dış dinamikler ise tamamen dış basının, medyanın uluslararasılaşması ile dile doğrudan giren özellikle İngilizce olmak üzere yabancı kökenli kelimelerin kullanımı olarak açıklanabilir.

Özellikle XX. yüzyıl sonu ile XXI. yüzyıl başında yoğun bir şekilde artan ve neredeyse bütün dillere nüfuz eden Batı kökenli kelimelere bakıldığında Grekçe-Latince ön eklerin kelime oluşturma faaliyetindeki artışı, özellikle İngilizcenin ön eklerin semantiği üzerindeki etkisi “ameroglobalizasyon” ile açıklanmaktadır (Ratsiburskaya, 2014a, 25). Yine bu bağlamda, K. Ahmad’ın da ifade ettiği gibi, “Britanya’da sık sık suyun öbür ucundaki “Amerikancılıklar”dan şikâyet ederiz. Öte yandan, bilim ve teknolojinin ilerleyişi, çok uluslu spor etkinliklerinin ortaya çıkışı, yiyecek ve içeceklerin küreselleşmesi, dil planlamacılarının elini yabancı sözcüklere ve diğer dillerin sözdizimsel yapılarına izin vermeye zorlamaktadır” (2000, 1). Modern Rus ve Türk dillerinde yeni sözcük oluşturma eklerinin ortaya çıkması, gazetecilerin yabancı kökenli sözcük oluşturma modasından, medya metinlerinden ve internet forumlarında ilgili yabancı morfeplerin aktif kullanımından etkilenmektedir. Yabancı dil türev unsurlarının medyada kelime yapımında aktif olarak kullanımı sosyo-kültürel faktörlerden kaynaklanmaktadır. Reklam ve kitle iletişim araçları, bir moda olarak Batı kökenli kelime kullanımını desteklemekte, bu durum da yeni eklerin ve yeni sözcük oluşturma modellerinin kelime oluşturma verimliliğini etkilemektedir.

Son 20-25 yıllık süre zarfında toplumumuzun yaşamında gerçekleşen küreselleşme ve demokratikleşmenin etkisiyle, medya dili kelime haznesinde uluslararasılaşma süreci yaşandığı bir gerçektir. XX - XXI. yüzyılların başındaki küreselleşme bağlamında, dilbilimciler Rusçanın uluslararasılaşmasının çeşitli tezahürlerinin olduğunu belirtmektedirler. Modern Rusça kelime oluşumunda uluslararasılaşma, ödünç alınan morfeplerin ve sözcük oluşturma modellerinin türevi olan kelime oluşum faaliyetlerinde ve aynı zamanda yeni sözcük oluşturma morfeplerin ödünç alınmasında kendini göstermektedir (Ratsiburskaya, 2014a: 25). Günümüzde yazılı veya görsel medya eliyle reklam, afiş vs. ile uluslararasılaşma dile etki etmekte ve bu durum kelime yapım bilimine doğrudan tesir etmektedir. Dilbilimciler, Ratsiburskaya’nın da ifade ettiği gibi, çağdaş medya ve sanatsal söylem üzerindeki dinamik süreçlere dikkat çekmektedir. Araştırmacılar, İngilizce ödünç kelimelerin Rusça’ya dönüştürülmesinin ana araçlarının artık medya ve reklam olduğunu belirtmektedirler (Ratsiburskaya, 2014b, s. 170). Dolayısıyla özünde Latin ve Grek kökenli olan ve Batı dillerinden Rusça ve Türkçeye giren kelimeler çoğunlukla kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleşmektedir.

Uluslararasılaşma Bağlamında Rus Dilinde Yeni Kelime Yapım Yolları

Medya dilinde yeni kelimeler, sosyo-politik yaşamın süreçlerini dinamik olarak yansıtmakta ve modern Rus dilinin sözlük sisteminin oluşumu ve gelişiminin temel yasalarını göstermektedir. Yeni oluşan kelimelerin işleyişini bir medya metninde çalışmak, türetilmiş yapıları okuyucu üzerinde etkilemenin yollarını belirlemeye yardımcı olur ve modern sözcük oluşturma süreçlerinin özelliklerini daha derinlemesine kavramaya izin verir. Günümüzde medya dili edebi dili de etkilemekte bu sayede yabancı dilden alıntılama yoluyla, bazen değiştirmeden bazen de o dile uyarlanarak yeni kelime oluşturulmaktadır.

⁷ Bu terim çalışma kapsamında Batı eksenli yabancı dil etkisi bağlamında dillerde meydana gelen uluslararasılaşma ve buna bağlı olarak dillerde ortaya çıkan Amerika eksenli küreselleşmeyi ifade etmektedir.

Modern Rus dili, Rus toplumunun sosyal ve politik yaşamındaki değişimleri yansıtan yeni kelime oluşum süreçlerinin aktivasyonu ile karakterize edilmektedir (Tihonova, 2015, 112). Medyada kullanılan yeni kelime oluşumlarının analizi, kelime oluşum sisteminin gelişimindeki yeni eğilimlerin belirlenmesine yardımcı olmaktadır. XX. yüzyıl sonu ve yoğun olarak XXI. yüzyıl başında dillerde, türetme süreçleri belirgin biçimde yoğunlaşmıştır: çok sayıda yeni türev kelime ve kelime oluşturma ekleri ortaya çıkmıştır. Çok sayıda geleneksel kelime oluşturma modelinin ve kelime oluşturma yöntemlerinin üretkenliği artmış, yeni kelime oluşturma modelleri farklı yöntemleriyle ortaya çıkmıştır. Modern kelime oluşumunun aktif süreçleri yakın zamana kadar dilbilimciler tarafından kitle iletişim araçlarında (sürelî yayınlar, radyo ve televizyon vb.) incelenmiştir. Bununla birlikte, her yıl gittikçe daha fazla insan için, medyanın etkisinin yanında sosyal ağlar, bloglar ve forumlar da etkili olmaktadır. Bu da yeni kelime oluşturma modellerinin işleyişini etkilemektedir (Şmeleva, 2015, s. 49).

Var olduğu dönemlerden günümüze kadar birçok süreçten geçen diller, bazı alışkanlıkları değiştirerek, başka dillerden aktarımın da etkisiyle değişime uğramaktadır. Bunu en belirgin bir şekilde kelime yapım alanında görmekteyiz. Modern dil bilimin asıl yönü, dil ve konuşmadaki dinamik süreçlerin incelenmesidir. Buradan hareketle son dönemde medyadaki yeni kelime oluşumları, kelime yapım sisteminin ve kelime türetme mekanizmasının güncel sosyo-politik süreçlere nasıl bir tepkide bulunduğunu göstermektedir. Kelime-yapımsal yeniliklerin analizi, anadili konuşanların dilsel bilincinin nasıl anlaşıldığına ve modern halk yaşamının yeni oluşumları nasıl kavradığına ışık tutmaktadır (Jdanova ve Ratsiburskaya, 2017, s. 148).

Modern Rus dili kelime yapım alanına bakıldığında özünde kullandığı yabancı dilden alınan eklerin yoğun olduğu görülebilmektedir. Ratsiburskaya'nın da ifade ettiği gibi, medya metinlerindeki yeni oluşumlar sözcük içindeki biçimbirimleri birleştirme olasılıklarının genişlediğini, özellikle de ön eklerin sözdizimsel olanaklarının genişlediğini göstermektedir (2014a: s. 26). Bu durum medyanın çeşitlenmesi ve etkileşim alanının genişlemesiyle daha da artarak bu eklerin üretken bir yapıya bürünmesine yol açmaktadır.

Yabancı dilden Rus diline giren ekleri yabancı ön ek +kök, kök+ yabancı son ek olarak sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırma yapılırken aynı yabancı kökenli ekin Türkçedeki kullanımıyla mukayese edilmekte ve ekin Türkçedeki işlevinin aktif olup olmadığına bakılmaktadır.

1. Yabancı dilden ödünç alınan ön ekler şu şekilde sınıflandırılabilir:

Tablo 1. Bir şeyin yapmacık, yalandan ve sahte olduğunu bildiren, bir şeye karşı anlamına gelen, bir şeyin yok edilmesi, imhası vs. anlamına gelen ön ekler

Ön ek	Rusça ⁸	Türkçe ⁹
Анти- (anti, karşıtlık, aykırılık)	Üretken bir ektir: <i>антидемократизм, антинаучный.</i>	Sık olmamakla birlikte kullanılmaktadır: <i>Antidemokratik, antialerjik.</i> Daha çok karşı, aykırı anlamıyla Türkçeleşerek sıfatlaşmıştır: <i>emperyalizme karşı, bilime aykırı</i> vb.
Квази- (kvazi-yalandan, sözde, sahte)	Üretken bir ektir: <i>квазиоптика, квазиперестройка.</i>	Bu ön ek Türkçede kullanılmamaktadır.
Псевдо- (pseudo-; yalandan, sözüm ona)	Üretken bir ektir: <i>псевдонаука, псевдоучёный.</i>	Bu ön ek Türkçede kullanılmamaktadır.
Контр- (kontr-; karşı)	Üretken bir ektir: <i>контрреволюция, контрудар.</i>	Türkçede çok nadir kullanılır: <i>kontra atak, kontra gitmek.</i>
Де- (de-; yok etme, imha)	Yarı üretken bir ektir: <i>деавтоматизация, дегазация.</i>	Türkçede de çok nadir kullanılmaktadır: <i>deformasyon, demode.</i>

Yukarıdaki tabloya bakıldığında Latince ve Grekçe kökenli olup Batı dillerinden olduğu gibi Rus diline geçen ön ekler üretken bir yapıya sahiptir. Ancak Türkçede bu ön ekler anlamsal açıdan aynı karşılığı veren Türkçe anlamlarıyla kullanılmaktadır. Yani Türkçe bir bakıma bu ön eklerin dile girişini engellemektedir.

Tablo 2. Bir şeyin boyutsal değerlendirmesini, niteliğini, niceliğini, derecesini ve uzunluğunu/uzaklığını, çokluğunu belirtmek için kullanılan ön ekler

Ön ek	Rusça	Türkçe
Супер- (süper-; büyük)	Üretken bir ektir: <i>суперарбитр, суперсовременный.</i>	Bu ön ek Türkçede de üretken bir yapıya sahiptir: <i>Süpermarket, süperstar.</i>
Гипер- (hiper-; büyük, aşırı)	Üretken bir ektir: <i>гипертония, гиперлогика.</i>	Bu ön ek Türkçede de üretkendir: <i>Hiperaktif, hipermarket.</i>
Ультра- (ultra-; çok)	Üretken bir ektir: <i>ультрареакционер, ультрарадикальный.</i>	Sık olmamakla birlikte Türkçede de ön ek olarak kullanılmaktadır: <i>Ultramodern,</i>
Макро- (makro-; büyük)	Üretken bir ektir: <i>макроклимат, макрорайон.</i>	Türkçede de sıklıkla kullanılmaktadır: <i>makroekonomi, makromolekül.</i>

⁸ Çalışmadaki Rusça örneklerin bir kısmı S. Kuznetsov'un "Açıklamalı Büyük Rusça Sözlük" adlı çalışmasından elde edilmiştir.

⁹ Çalışmadaki Türkçe örneklerin bir kısmı TDK'nın Güncel Türkçe sözlük adlı çevrimiçi sözlüğünden, bir kısmı ise www.tureng.com adlı çevrimiçi sözlükten elde edilmiştir.

Микро- (mikro-; küçük)	Üretken bir ektir. Makro- ön ekinin anlamsal olarak zıttı olan bir ektir: <i>микроклимат, микрорайон.</i>	Türkçede de sıklıkla kullanılmaktadır: <i>mikroekonomi, mikromolekül.</i>
Мега- (mega-; büyük)	Üretken bir ektir: <i>мегаполис, мегаампер.</i>	Türkçede de kullanılmaktadır: <i>megakent, megahertz.</i>
Нано- (Nano-; milyarda bir).	Üretken bir ektir: <i>нанорельеф, нанокосметика.</i>	Türkçede nadiren ön ek olarak kullanılmaktadır: <i>nanoteknoloji, nanobakteri.</i>
Теле- (tele-; uzaklık, uzunluk)	Üretken bir ektir: <i>телеграф, телевидение.</i>	Türkçede ön ek olarak nadir kullanılır: <i>telefaks, telefotoğrafi.</i>
Мульти- (multi-; çok)	Üretken bir ektir: <i>мультинациональный, мультиплекс.</i>	Türkçede de nadir olarak kullanılmaktadır: <i>multimedya, multivitamin.</i>
Кибер- (kiber-sanal, bilişim)	Üretken bir ektir: <i>кибератака, киберугроза.</i>	Türkçede ön ek olarak kullanılmamaktadır. Sıfat olarak yine <i>siber</i> kullanımı yaygındır: <i>siber güvenlik, siber saldırı.</i>

Yukarıdaki tabloda yine Latince ve Grekçe kökenli olup Batı dillerinden Rusça ve Türkçeye geçen ön eklere bakıldığında üretken bir yapıya sahip oldukları ve özellikle Rusçada yapısal ve anlamsal olarak alındığı gibi ve sıklıkla kullanıldığı görülebilmektedir. Ancak Türkçede bu ön ekler ya kelimenin önüne ek olarak girmiş ya da ek vasfını yitirerek ya olduğu gibi sıfat ya da Türkçe anlamıyla sıfatlaşmıştır: *süperlig, süper kupa, megakent, büyükşehir* vb. Birçok durumda ise bu ön eklerin Türkçeye girmesi, daha önce de ifade edildiği üzere, engellenmektedir: *mikro bölge* yerine *küçük bölge* vb. Ancak yine de yabancı dilden alınan eklerin kullanımına rastlanabilmektedir.

Yine Latin kökenli bir ön ek olan *multi-* daha çok Fransızca üzerinden başta İngilizceye ve bu yolla Rusça ve Türkçeye geçmektedir. Rusçada bu ön eki semantik açıdan *мнозо-* ön eki karşılmasına rağmen, Vaganova'nın da ifade ettiği gibi (2013: s. 39), bu ekin aktif olarak kullanılması, yabancı dilden alınan ekleri kullanmanın daha prestijli olması ile ilgili genel eğilim olarak açıklanabilmektedir. Esasında bu durum birçok yabancı dilden alınan ekler için söz konusudur. Bu ön ekle Türkçe Güncel Sözlük'te beş kelime bulunmaktadır: *Multimedya* ingilizceden, *multimilyarder, multimilyoner, multipleks, multivizyon* Fransızcadan geçmektedir. Türkçede Rusçanın aksine bu ön ek bazı durumlarda ayrı bazı durumlarda bitişik yazılabilmektedir. Öte yandan Türkçede bu ön ek diğer ekler gibi Türkçeleşerek çok/çoklu kelimelerini alırken bazı durumlarda bu ön ek olduğu gibi kullanılabilmektedir.

Tablo 3. Bir şeyin otomobille ve otomatikle ilgili olduğunu, kendisine/kendisiyle ilgili olduğunu; Avrupa ile ilgili olduğunu gösteren; sinema, medya, eski, yeni, tıp vb. ile ilgili ön ekler

Ön ek	Rusça	Türkçe
Авто- (oto-; timsali, otomobille ilgili, otomatik)	Üretken bir ektir: <i>автомопортрет, автоблокировка.</i>	Türkçede de üretken bir ektir: <i>otobiyografi, otomasyon.</i>
Евро- (yevro-; Avrupa, Avrupa ile ilgili)	Üretken bir ektir: <i>евровалюта, евроремонт.</i>	Türkçede ön ek olarak kullanımına rastlanılmamaktadır.
Кино- (kino-; sinemayla ilgili)	Üretken bir ektir: <i>киноискусство, киногоероиня.</i>	Türkçede bu ön ek kullanılmamaktadır.
Медиа- (media-; kitle iletişim araçlarıyla ilgili, medya)	Üretken bir ektir: <i>медиаобразование, медиаселлер.</i>	Türkçede ön ek olarak kullanımına rastlanılmamaktadır.
Нео- (Neo-; yeni, yeni ile ilgili)	Üretken bir ön ektir: <i>неоколониализм, неологизм.</i>	Türkçede de bu ön ek nadir de olsa kullanılmaktadır: <i>neofaşist, neolojizm.</i>
Экс- (eks-; eski, önceki)	Üretken bir ektir: <i>экс-президент, экс-чемпион.</i>	Türkçede bu ön ek kullanılmamaktadır.
Нoo- (Noo-; zihin anlamı veren ön ek)	Yarı üretken bir ön ektir: <i>нооэкология, ноология.</i>	Türkçede bu ön ek kullanımına rastlanılmamaktadır.
Медико- (mediko-; tıbbi, tıp, sağlık)	Yarı üretken bir ön ektir: <i>медико-санитарный, медико-судебный.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>medikososyal, medikoşirurjikal.</i>

Yukarıdaki tabloda çoğunluğu Latince kökenli olup Batı dillerinden Rusça ve Türkçeye geçen ön eklere bakıldığında Rusçada üretken olarak ve yine alındığı gibi kullanıldığı görülebilmektedir. Bu durumu L. Ratsiburskaya “modern yaşamın dinamizmi ve dilsel araçlarda ekonomik olma eğilimine uymaya koşullanma” ile açıklamaktadır (Ratsiburskaya 2014a, 27). Ancak Türkçede bu ön eklerden sadece *oto-*, *neo-* ve *mediko-* ön eklerinin kullanıldığı görülmektedir. Diğer eklere bakıldığında, *eks-* ön eki Türkçede ya ekin orijininde olduğu gibi (*ex başkan*) ya da Türkçe anlamıyla (*eski başkan*), yine aynı şekilde *media-* ön ekinin sıfatlaşarak (*medya sanatı, medya maydanozu*) kullanıldığı görülmektedir. *Euro-*, *kino-*, *noo-* ön eklerinin ise kullanılmadığı ve bu eklerin semantik olarak bilinçaltında Türkçeleşip sıfatlaştığı ileri sürülebilir.

2. Yabancı dilden ödünç alınan son ekler şu şekilde sınıflandırılabilir:

Hem Rus hem de Türk dilinde 21. yüzyıl başlarında daha yaygın olarak kullanılan son eklere bakıldığında, yine iki dil arasında alıntılama benzerlikler ve farklılıklar olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Bir şeyin soyut anlamını, sosyo-politik, bilimsel veya estetik eğilimlerini, mesleği vb. ifade etmek için kullanılan son ekler

Son ek	Rusça	Türkçe
-изм (-izm; sosyo-politik, bilimsel eğilim)	Üretken bir ektir: <i>ленинизм, символизм.</i>	Türkçede de üretken bir yapıya sahiptir: <i>Realizm, dinamizm.</i>
-изация (-izatsiya; sosyo-politik süreç)	Üretken bir ektir: <i>глобализация, политизация.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>kanalizasyon, faktörizasyon.</i>
-ист (-ist; meslek, iş, uğraşı, akımın temsilcisi vb.)	Üretken bir ektir: <i>зитарист, коммунист.</i>	Türkçede de üretken bir yapıya sahiptir: <i>komünist, sembolist.</i>

Yukarıdaki tabloya bakıldığında Rus dilinde bu son eklerin aktif olarak kullanıldığı ve eklerin üretken bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bu eklerin Rusçaya nüfuz etmesiyle birlikte soyut kelime türetiminde artma meydana gelmektedir. Bu durum Türkçeye de yansımıştır. Ancak Türkçede bu eklerin her durumda kullanılmadığı, bazı durumlarda Türkçe ekler yoluyla Türkçeleştiği söylenebilir. Örnek olarak *-izm* son ekinin *-ci/lik* ekiyle (*gerçekçilik, lenincilik* vb.), *-izasyon* son ekinin *-leş/me* ekiyle (*globalizasyon* yerine *globalleşme, politizasyon* yerine *siyasallaşma*), *-ist* son ekinin *-cı* ekiyle (*sembolist* yerine *simgeci*) Türkçeleştiği görülmektedir.

Tablo 5. Bir yer adını belirleme, olumsuz bir değerlendirme, tutku, korku vs. belirtme amacıyla kullanılan son ek göreviyle biçimleyiciler¹⁰

Son ek	Rusça	Türkçe
-инг (-ing; soyutlaştırma, genelleştirme)	Üretken bir ektir: <i>банкинг, маркетинг.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>marketing, holding.</i>
-фобия (-fobia; korku, endişe vb.)	Üretken bir ektir: <i>женофобия, сейсмофобия.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>klostrofobi¹¹, hidrofofi¹².</i>
-мания (-mania; çılgınlık, tutku vb.)	Üretken bir ektir: <i>балетомания, наркомания.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>narkomani, bibliyomani¹³.</i>
-гейт (-gate; herhangi bir skandalı tanımlamada)	Yarı üretken bir ektir: <i>Американгейт, Макронгейт.</i>	Türkçede bu son ek kullanılmamaktadır.
-ленд (-lend; yer adlarının oluşumunda)	Yarı üretken bir ektir: <i>Шарлэнд, Москваленд.</i>	Türkçede bu ek kullanılmamaktadır.

¹⁰ Формант (Biçimleyici): ing. formant, fr. formant, alm. formans, isp. formans anlamlarına gelen ve türevsel ve ilişkisel eklerin birleşmesinden (kaynaşmasından) kaynaklanan karmaşık kelime biçimlendirici (Ahmanova, 2013: 502).

¹¹ Kapalı alan korkusu.

¹² Su korkusu.

¹³ Kitap düşkünlüğü.

-филія (-filia; sevgi, eğinim)	Yarı üretken bir ektir: <i>гидрофилия, термофилия.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>nekrofil¹⁴, hidrofil.</i>
-вуд (-wood; yer adlarında)	Yarı üretken bir ektir: <i>Таллинвуд, Холливуд.</i>	Türkçede nadir olarak ve kelimenin Türkçeleşmesiyle kullanılır: <i>Hollywood, Bollywood.</i>
-оид (-oid; benzer)	Yarı üretken bir ektir: <i>ельциноид, андроид.</i>	Türkçede nadir olarak kullanılmaktadır: <i>android, elipsoid.</i>

Bazı dilbilimcilerce element (öge) olarak da adlandırılan bu biçimleyiciler yeni kelime oluşturma unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır ve tamamıyla uluslararasılaşmanın etkisiyle ana dilde alıntılama sonucu oluştuğu varsayılabilir. Bu biçimleyiciler Rusçada kullanılmasına rağmen Türkçede ya nadir olarak kullanılmakta ya da kullanımına rastlanmamaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Üretken yapıdaki dil medya dili ile bütünleşip evrenselleşerek daha üretken bir yapıya bürünmektedir. Rus dilinin hareketli bir alanı olan kelime yapım biliminde yeni kelime oluşumlarının medyanın da işlevselliği ve günümüzdeki çeşitliliğiyle birlikte sözlü ve yazılı dilde iletişim sürecinde aktif olarak kullanıldığı görülmektedir. Ancak vurgulamak gerekir ki Rus dili Batı kökenli ekleri veya eksiz kelimeleri alma konusunda Türk dilinden daha öndedir. Subbotina'nın da dile getirdiği gibi, Rus dilinin şu anki durumunun ayırt edici bir özelliği de ödünç alınan sözcük birimlerinin bolluğudur (2011: s. 349). Türk dili çalışmada bahsi geçen ekleri Rus dilindeki kadar sıklıkta almamıştır. Bu çalışmada Türk diline Batı kökenli kelimelerin iki grupta vücut ettiği saptanmaktadır. Alıntılanan kelimeler ya olduğu gibi herhangi bir değişime uğramadan Rus dilindeki gibi kelimenin önüne ek olarak (*megakent*), ya da Türkçe anlamıyla kelimenin önüne gelerek (büyükşehir) oluşmaktadır. Bunun dışında çalışmada da ortaya konulduğu üzere birçok ek sıfatlaşarak (*süper lig*) bir kelime grubu oluştururlar. Verilen örneklerden de anlaşıldığı üzere Rus diline girmiş birçok ek Türk dilinde ek olarak değil de sıfat olarak girmektedir. Bir bakıma Türkçe bu eklerin dile girişini engelleyerek kendi bünyesindeki oluşum süreçlerini işleyebilmektedir. Medya kelime yapımı üzerine Türk dilinde çalışma yok denecek kadar az olduğu için bu çalışma özellikle Türk dili yönüyle oldukça özgün bir değere sahiptir.

Medyanın güçlü bir kamuoyu etkisi oluşturduğu göz önüne alındığında dile başka dil veya dillerden giren kelimelerin ne kadar geniş bir kitleye ulaşabildiğini göstermesi bakımından kitle iletişim araçları günümüzde dilbilimsel açıdan dikkatle incelenmesi gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğrudan ya da dolaylı olarak doğruluğu tespit edilmeden alınan kelimelerin ana dilde ortaya çıkaracağı tahribat azımsanmayacak boyutlardadır. Bu durum ise temelde dilin özüne aykırılık teşkil etmektedir.

Ancak burada şunu da belirtmekte fayda görülmektedir ki, dil dinamik bir yapıya sahiptir ve sürekli bir değişim içerisindedir. Bu değişimle birlikte çağı da yakalama amacı olan dilin

¹⁴ Ölü sevicilik.

medya aracılığıyla yeni kelimeler elde etmesi elbette ki kaçınılmazdır. Ancak bunu en aza indirebilmek için başta dilbilimciler olmak üzere, siyasetbilimcilerin, toplumbilimcilerin, kitle iletişim araçları kullanıcılarının daha fazla gayret etmesi, toplumun da bu gayrete destek olması gerekmektedir. Aksi halde söz konusu dilde yozlaşma başlar ve önü alınmadığı takdirde dil özgün değerini yitirir. Çünkü bir dil ne kadar kurallarına göre kullanılırsa o kadar doğru ve yerinde kullanılmış olur. Aksi halde dil kurallarından sapmalar ve dilin özünden uzaklaşmalar başlar.

Çalışmada kullanılan tanımlamalardan da görüldüğü üzere toplumlar medya üzerinden gelen dil ve söylemlere bir bakıma maruz kalmaktadır. Dolayısıyla bu kaynakları topluma sergileyenlerin dil kullanımına azami dikkat etmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, K. (2000). Neologisms, nonces and word formation. U. Heid, S. Evert, E. Lehmann, C. Rohrer (ed.). *The 9th EURALEX Int. Congress*. Vol II. pp. 711-730. Munich: Universitat Stuttgart.
- Ahmanova, O. (2013). *Slovar lingvističeskih terminov*. Moskova: Knizny dom "Librokom".
- Can, A. (2003). Basın dili. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3 (5): 32-39.
- Gülbuğ, E. (2011). Kitle iletişim araçlarında kullanılan Türkçe ve yozlaşan bir değer olarak dil üzerine. Z. Dilek, M. Akbulut, Z. Korkmaz, Z. Bağlan Özer, R. Gürses, B. Karababa Taşkın (Ed.). 38. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi). 2. Cilt. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları. [http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/EROL-Gülbuğ-KİTLE-İLETİŞİM-ARAÇLARINDA-KULLANILAN-TÜRKÇE-VE-YOZLAŞAN-BİR-DEĞER-OLARAK-DİL-ÜZERİNE-.pdf](http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/EROL-Gulbuğ-KITLİLE-İLETİŞİM-ARAÇLARINDA-KULLANILAN-TÜRKÇE-VE-YOZLAŞAN-BİR-DEĞER-OLARAK-DİL-ÜZERİNE-.pdf) Erişim tarihi: 23 Ağustos 2020.
- Jdanova, E. ve Ratsiburskaya, L. (2017). Noviyе suşestvitelnyе s otvlečennoy semantikoy v slovaryah i mediynih tekstah. *Vestnik Nijegorodskogo Universiteta im. N.İ. Lobačevskogo*, 4: 148-152.
- Köse, A. (2014). Değişimin gölgesindeki gelenek: popüler diziler ve farklılaşan ad verme kültürü. *Milli Folklor*, 26 (101): 291-306.
- Kuznetsov, S. (2000). *Bolşoy tolkovyy slovar russkogo yazıka*. Sankt-Peterburg: Norint.
- Pandemi (2020). <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-bakan-kocadan-koronavirus-asisiyla-ilgili-aciklama-41691496> Erişim tarihi: 25.08.2020.
- Pik (2020). <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/son-dakika-bakan-koca-salginda-pik-yapan-illeri-acikladi-5919721/> Erişim tarihi: 25.08.2020.
- Ratsiburskaya, L. (2014a). Dinamičeskiye aspektı internatsionalizatsii v sovremennom mediynom slovotvorčestve. *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya 2, Yazıkoznaniye*, 5 (24): 25-31.
- Ratsiburskaya, L. (2014b). Proyavleniye İternatsionalizatsii v sovremennom mediynom slovotvorčestve". *Filologiya i Kultura*, 4 (38): 170-174.
- Ratsiburskaya, L. ve Samiçeva, N. (2013). Spetsifika vozdeystviya v sovremennom mediynom slovotvorčestve. *Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i Mejkulturnaya Kommunikatsiya*, 2: 162-167.
- Ratsiburskaya, L. ve Solovyeva, D. (2018). Mediyniye Novoobrazovaniya kak faktor kommunikativnih riskov. *Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta*.

- Seriya 2, Yazıkoznaniye, 17 (4): 81-89. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.7>.
- Solovyeva, D. (2018). Riskogennost slovoobrazovatel'nykh neologizmov v sovremennykh mediatekstakh obshchestvenno-politicheskoy napravlenosti. *Vestnik RUDN. Seriya: Russkiy i Inostrannyye Yazıki i Metodika ih Prepodavaniya*, 16 (1): 109-123. DOI: <https://doi.org/10.22363/2313-2264-2018-16-1-109-123>.
- Subbotina, M. (2011). Tendentsiya k internatsionalizatsii i sovremennyye derivatsionnyye protsessy. *Vestnik Nijegorodskogo Universiteta im. N.İ. Lobaçevskogo*, 3 (1): 349-355.
- Şmeleva, E. (2015). İnternet-kommunikatsiya: novyye tendentsii v russkom slovoobrazovanii. *Verhnevoljskiy Filologicheskiy Vestnik*, 2: 46-52.
- Tihonova, Y. (2015). Aktualnyye tendentsii sovremennogo slovoobrazovaniya (na materiale rossiyskikh SMİ). *Vestnik Moskovskogo Gosudarstvennogo Universiteta imeni İvana Fedorova*, 4: 112-114.
- Türk Dil Kurumu (2020). *Güncel Türkçe Sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim tarihi: 08.10.2020.
- Vaganova, N. (2013). Morfemnyy status prepozitivnogo elementa multi- (multi-) v angliyskom i russkom yazıkah". *Vestnik Nijegorodskogo Universiteta im. N.İ. Lobaçevskogo*, 1 (2): 36-40. www.tureng.com Erişim tarihi: 05.09.2020.
- Пандемия (2020). <https://rg.ru/2020/05/13/reg-ufo/lingvisty-rasskazali-kak-pandemiia-povliiala-na-iazyk.html> Erişim tarihi: 25.08.2020).
- Пик (2020). <https://ria.ru/20200526/1572008414.html> Erişim tarihi: 25.08.2020.