



DEDE KORKUT

Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi
The Journal of International Turkish Language & Literature Research
Cilt/Volume 9 Sayı/Issue 23 Aralık/December 2020 s. 233-249
DOI:http://dx.doi.org/10.25068/dedekorkut384
Mainz-Almanya/Germany

Araştırma Makalesi/ Research Article

Sosyal Medya Dilinde Anlık Sözcükler: Twitter Örneği¹

Nonce Words in The Language of Social Media: The Example of Twitter

Öz

Bir dil konuşurunun anlık iletişim ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullandığı sözcük veya ifadeler anlık sözcük (nonce word) terimi ile karşılanmaktadır. Konuşma veya yazı dilinde bu amaçla üretilen anlık sözcükler, zamanla o dil konuşurlarının çoğunluğu tarafından benimsenip kullanılabilir. Bu durumda anlık sözcük olarak ifade edilen kavram, yerini yeni sözcüğe (neolojizm) bırakmaktadır. Yeni sözcükler de yerleşikleşme sürecini tamamlayarak sözlüksel birim konumuna gelebilmektedir. Bu çalışmada sosyal medyanın bir kategorisi olan popüler mikroblog Twitter'da kullanılan anlık sözcükler ele alınmaktadır. İnceleme kapsamında {-mAcA} eki ile türetilen (kafa) dinlemece, takılmaca, gezmece ve eğlenmece sözcükleri üzerine odaklanılmıştır. Belge inceleme yöntemi ile Twitter'dan elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemi ile kullanım biçimlerine göre gruplandırılmış ve yorumlanmıştır. Çalışma sonunda söz konusu sözcüklerin birden fazla kullanım ile Twitter'da görüldüğü ve anlık sözcük konumundan çıktığı tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: sosyal medya, Twitter, anlık sözcük, yeni sözcük.

Abstract

The words or expressions used by a language speaker to meet their instant communication needs are named with the term of nonce word. Instant words produced for this purpose in spoken or written language can be adopted and used by most of the language speakers over time. In case, the concept expressed as nonce word leaves its place to the new word (neologism). New words can also become lexical units by completing the institutionalization process. In this study, nonce words used in popular microblog Twitter, which is a category of social media, are discussed. In the scope of research, it was focused on (kafa) dinlemece, takılmaca, gezmece and eğlenmece words derived from the suffix {-mAcA}. The data obtained from Twitter with document analysis were grouped and interpreted to its usage patterns with the descriptive analysis. In the consequences of the analysis, it was established that the words in question appeared on Twitter with more than one use and got out of the nonce word position.

Keywords: social media, Twitter, nonce word, neologism.

Fatma ÖZKAN KURT*

Istanbul Medeniyet Üniversitesi

Sorumlu Yazar/ Corresponding Author

* Dr. Ar. Gör.
Istanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul-
Türkiye.
Elmek: fatma.ozkan@medeniyet.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5130-2672

Makale Geçmişi/ Article History

Geliş Tarihi: 30.11.2020
Kabul Tarihi: 11.12.2020
E-yayın Tarihi: 15.12.2020

¹ Bu çalışma, 18- 20 Eylül 2019 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenen II. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde (Congist'19) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Giriş

Son yıllarda artan teknolojik gelişmeler internetin hayatımızda daha fazla yer almasına neden olmaktadır. İnternetin yoğun bir şekilde kullanımı en büyük payın sosyal medyaya ait olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal medyanın özellikle Twitter, Facebook, Instagram gibi ağları, kullanıcılar tarafından anlık veya geçmişteki durumularını, düşüncelerini, yaşamlarındaki özel veya sıradan anlarını paylaşmak üzere sıkça kullanılmaktadır. Kullanıcılar, bu paylaşımlarını gerçekleştirmek için gerek dilsel göstergeleri gerekse dil dışı göstergeleri tek tek veya birlikte kullanarak kendilerini ifade edebilmektedir. Bu nedenle kendini ifade etme platformu olarak da değerlendirilebilecek bu ağlar, dil gelişim ve değişim dinamiklerini olumlu veya olumsuz anlamda etkileyerek ölçünlü dil ve konuşma dili arasındaki ilişkiyi farklı bir boyuta taşıyabilmektedir. Bu boyutlardan birini de konuşma dilinde ortaya çıkan *anlık sözcüklerin* (=anlık oluşum/sözcükler) yani dilsel göstergelerin ölçünlü dilde birer *yeni sözcük* adayı olup yerleşikleşmesi oluşturur.

Türkçede sosyal medya dili ile ilgili yapılan çalışmalar (Bülbul Oğuz, 2012; Anık vd., 2017; Yanık, 2017; Yaşa&Öksüz, 2020) bulunmakla birlikte bu iki unsuru yani sosyal medya dili ve anlık oluşum konularını birlikte ele alan bir çalışma olarak sadece Sebzecioğlu'nun (2013) çalışmasını anabiliriz. Sebzecioğlu (2013: 25) çalışmasında genel ağdan yani internetten de veri toplamış ve "özellikle etkileşimli sözlük sitelerinde ve uzmanlara soru sorulan forumlarda, genel ağ kullanıcılarının bir deneyim olarak eklediği sözcükleri" anlık oluşum çerçevesinde değerlendirmiştir.

Bu çalışmada daha önce yapılan çalışmalardan farklı olarak sosyal medyanın bir kategorisi olan popüler mikroblog Twitter'da türetilen anlık oluşum sözcükler ele alınmaktadır. İncelemeye geçmeden önce ele alınan verilerin yani dilsel göstergelerin nasıl bir mecrada ortaya çıktığı ifade edebilmek adına sosyal medya, sosyal medya kategorisi olarak Twitter ve Twitter'da kullanılan dil ile ilgili konular hakkında izahlara yer verilecektir. Ardından anlık oluşum ve Twitter'da anlık oluşum konularına değinerek incelemeye geçilecektir. İnceleme kapsamında {-mAcA} eki ile türetilen (*kafa*) *dinlemece*, *takılmaca*, *gezmece* ve *eğlenmece* sözcükleri üzerine odaklanılmış, bu oluşumların Twitter'da kullanım biçimleri değerlendirilmiş ve yeni sözcük olma durumları üzerinde durulmuştur.

1. Sosyal Medya: Paylaşma, Bağlantı Kurma, Yorumlama

Katılımcılar arasındaki etkileşimi içeren herhangi bir dijital ortam olarak tanımlanan (Leppänen vd., 2017) sosyal medya kavramının tarihi, Macar asıllı yazar Frigyes Karinthy'in 1929 yılında yazdığı kısa hikâyesi 'Zincirler'e (Chains) kadar götürülebilmektedir. Bu hikâyede Karinthy, kişilerin birbirine bağlantısını ifade etmiş ve dünya nüfusunun arttıkça insanlar arasındaki bağların daha da kısaldığını, dünyanın küçüldüğünü (sosyal bağlamda) belirtmiştir. İki insan arasında en fazla 6 insan olduğu² (six degrees of separation) düşüncesini doğuran bu hikâye, daha sonra kurulacak olan sosyal ağlara da yol gösterici olur (Sergeant&Tagg, 2014). Karinthy'den yaklaşık 30 yıl

² Esasen sosyal bir teori olan ve ayırımın altı derecesi olarak adlandırılan bu teori, iki insan arasında altı adımda ilişki kurulacağını iddia etmektedir. Bu teori daha sonra sosyal ağlar için yapılan etkinin üç derecesi (three degrees of influence) gibi çalışmalara zemin oluşturmuştur. Ayrıntılı bilgi için bk. Şeker, Ş. E. (2015, Şubat). Ayırımın Altı Derecesi (Six Degrees of Separation) [Blog Post]. Erişim adresi: <http://mis.sadievrenseker.com/2015/02/ayrimin-alti-derecesi-six-degrees-of-separation/>



sonra internet teknolojisi ve yine yaklaşık 80 yıl sonra da -1997 yılında- ilk sosyal ağ sitesi *SixDegrees.com* kullanılır. Bu site çok uzun ömürlü olmamakla birlikte kendisinden sonra ortaya çıkan Friendster, MySpace ve Facebook gibi modellere örnek olur ve geliştirilerek kullanılır.

Bugün en çok bilinen ve kullanılan Facebook gibi *sosyal ağlar* ve Twitter gibi *mikrobloglar* dışında *bloglar*, *podcastler*, *forumlar*, *içerik paylaşım siteleri*, *wikiler*, *sosyal imleme siteleri* (Kennedy vd., 2007; Constantinides&Fountain, 2008; Mayfield, 2008; Bell, 2009; Constantinides, 2009; Levy, 2009; Richardson, 2009; George&Scerri, 2007) (Akt. Oyman&Koçak, 2012: 178) gibi kategorilere ayrılan sosyal medya, böylece dünya üzerinde modern yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelir. Gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte sosyal ilişkilerde zaman ve uzam kavramları küçülür, dünyanın uzak kısımlarına ulaşmak bir 'tık' ile mümkün hâle gelir ve böylece coğrafi sınırların önemi giderek daha da azalır. Sosyal medyanın insan olma özellikleri ile yakından ilişkili olduğunu belirten Mayfield'e (2008) göre fikirleri paylaşmak, sanat, ticaret yapmak, güçlü söylem ve tartışma ortamları için iş birliği kurmak, arkadaş, sevgili ve müttefik olacak insanları bulmak gibi insanın iletişim içinde kalma biçimlerine *anlık erişim fırsatı* tanınır. Böylelikle sosyal medyanın farklı kategorilerine ait Facebook, Twitter ve Instagram gibi ağları küresel boyutta hızla yayılmasıyla bu ağların kullanıcı sayıları gün geçtikçe artar. Son istatistiklere³ göre 3,80 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcıların 1,95 milyarı Facebook, 928 milyonu Instagram ve 339 milyonu da Twitter kullanmaktadır. Bu kadar kullanıcı anlık veya geçmişteki durumularını, düşüncelerini, yaşamlarındaki özel veya sıradan anlarını Facebook, Twitter ve Instagram üzerinden sıkça paylaşmakta ve 'bildirim'de bulunmaktadır. Bu paylaşımlar hem dilsel gösterge olan sözcük, sözcük grupları vb. unsurlar ile hem de dil dışı emoji, fotoğraf, sembol vb. göstergeler ile gerçekleştirilebilir. Sonuç olarak her iki paylaşım şeklinde de dil kullanılmakta, iletişim kurulmakta ve bu iletişimi kuranlar yani kullanıcılar kendini ifade etme fırsatı bulabilmektedir.

1.1. Bir Sosyal Medya Kategorisi: Mikroblog Twitter

Sosyal ağ hizmetinde sınırlandırılmış bir iletişim biçimi olarak tanımlanan mikrobloglar, kısa yayınların çevrimiçi olarak yayınlanmasına ve kullanıcıların diğer kullanıcıların gönderilerine bakmalarına ve altına yazı yazmalarına izin verir (Zappavigna, 2012). Blogların kısa veya sınırlandırılmış versiyonları olarak da değerlendirilen mikrobloglardaki gönderiler, çevrimiçi ve cep telefonu ağı üzerinden dağıtılmaktadır (Mayfield, 2008). İlki *tumblelogs* olarak bilinen mikroblogların bugün en popülerleri Twitter'dır.

Twitter, kullanıcılarına 140⁴ karakter sınırlaması ile güncellemelerini paylaşma imkânı veren bir mikroblogtur. Bu mikroblog, bir arkadaş grubunun internet üzerinden daha kolay bir şekilde mesajlaşma ihtiyacından hasıl olmuş ve 2006 yılında aynı zamanda kurucusu olan Jack Dorsey tarafından paylaşılan ilk gönderi yani tweet ile kullanıma açılmıştır. Twitter, zaman bilgisi içeren ve tarihsel olarak sıralanmış maddeler

³ Sosyal medya ile ilgili istatistikler, *We Are Social* ve *Hootsuite*'in birlikte yayımladığı "Digital in 2020" adlı rapora aittir. Ayrıntılı bilgi için bk. Bayrak, H. (2020, 2 Şubat). 2020 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri [Blog Post]. Erişim adresi: <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/>

⁴ Twitter'da karakter sınırı 2017'den itibaren 140'tan 280'e çıkarılmıştır.



halinde *küçük gönderilere* (microposts) yani tweetlere dayalıdır (Zappavigna, 2012: 3). Tweetler, # sembolü yani *etiket* (hashtag) ile konuya göre sınıflandırılır ve böylece kullanıcıların belirli içerikleri kolayca aramalarına ve ilgili bilgileri paylaşımlarına olanak sağlanır (Caleffi, 2015). Bugün 339 milyon kullanıcısı bulunan Twitter’da tweetin altında “yanıt ver (Reply), tweeti olduğu gibi yeniden paylaş (Retweet) ve beğen (Like) butonları aracılığıyla sinyalleri vardır.” (Albayrak; Topal; Altıntaş, 2017). Bu sinyaller, kullanıcıların erişime izin vermesi durumunda tweetin paylaşıldığı konuma ve tarihine ulaşım imkânı sağlamakla birlikte kullanıcıların diğer kullanıcıların tweetlerini görme ve etiket sembolüne tıklayarak tweetleri yeniden paylaşma imkânı verir. Özellikle tweeti yeniden paylaşma özelliği, kullanıcıların başka kullanıcının tweetini kendi tweetinde yeniden yayımlamalarını sağladığı için kullanıcıların takipçilerine bir mesaj uygulaması olarak hizmet eder (Zappavigna, 2012: 3). Twitter’ın kullanıcıları ilişkilerini *birden çoğa* (one-to-many) formatında sürdürür. Yani *takip edenler* (followers) ve *takip edilenler* (following) şeklinde karşılık olmayan bir ilişki kurulur (Squires, 2016) ve asimetrik olan bu ilişkide kullanıcılar, takipçilerinin arkadaşlığını onaylamak zorunda değildir. Ayrıca kullanıcıların hesapları özel yani sınırlandırılmış bir biçimde kullanılabilirdiği gibi herkesin erişimine açık bir şekilde de kullanımı bulunur.

Twitter’ın 140 veya daha az karakterle istediğin her şeyi yazma ve ardından da dünya ile paylaşma fırsatı sunması ilham verici, yenilikçi ve ilginç kullanımlara yol açmıştır. Cerrahların ameliyathaneden naklen tweet attığı, tweet atılarak evlilik teklifleri yapıldığı ve bir yazılımcının tweet atarak evindeki ışıkları açan ve kapatan bir sistem oluşturduğu bilinmektedir. Tüm bu gelişmelerin en dikkat çekici olanı Twitter’ın toplum üzerindeki derin etkisidir (McFedries, 2009: ix). Twitter, iş adamlarından ünlülere, gazetelerden editörlere, hayır kurumlarından fan kulüplerine kadar çok geniş bir kullanıcı yelpazesine sahiptir. Bu geniş kullanıcı kitlesi, belirli bir konuyla ilgili tweetleri etiketler sayesinde kolayca bulur ve o içerikle ilgili bilgi alışverişinde bulunmayı isteyen kişilerle ortak noktada buluşur. Böylelikle kişiler, fikirler eleştirilir veya onlarla ilgili yorumlar yapılır, markalara veya etkinliklere katkıda bulunulur, yeni haberler yayılır (Caleffi, 2015: 46). Kurulan bu iletişim ağından elde edilen çeşitli verilerin araştırmacıların dikkatini çekmesi kaçınılmazdır. Twitter bu bağlamda birçok farklı alanda akademik araştırmaya da hizmet eder. Bu alanlardan bazıları şu şekildedir: Sosyoloji (Schneider, 2017), Suçbilim (Carter, 2017; Sterner&Felmlee, 2017), Psikoloji (Brady, 2015; Wang vd., 2016; Mowery vd., 2017), Çevrebilimleri (Hodges, 2015; Daume&Galaz, 2016), Siyasetbilim (Lietz vd., 2014; Bode&Dalrymple, 2016), Medya ve iletişim çalışmaları (Schivinski&Dabrowski, 2016; Ott, 2017) (Akt. Lawson, 2017). Özellikle son yıllarda dilbilim alanında Twitter’daki yeni (ve eski) dilbilimsel olgular dikkati çeker ve bu veriler; iletişim kurma (Zappavigna, 2011), söylem (Zappavigna, 2012) etiketler (Page, 2012), yazımsal dil öğretimi (Solmaz, 2017), değişkeler (Ilbury, 2019), doğal dil işleme (Luo vd., 2019) gibi çalışmaların ortaya çıkmasında önemli rol oynar.

1.2. Çevrimiçi Dil: Twitter Dili

Twitter, hem eşzamanlı hem de eşzamanlı olmayan bir alan olarak işlev gördüğünden kullanıcılar istedikleri zaman kendilerini ifade etmek için konuşmaya katılabilir veya çevrimiçi söylemlerden ayrılabilirler (Solmaz, 2017:205). Yani kullanıcılar arasındaki asimetrik ilişki dolayısıyla tweet paylaşabilir veya paylaşılan tweeti yeniden paylaşabilirler. Bu şekilde kurulan iletişim, kullanıcıları ‘dilbilimsel bir



etkinlik oluşturan topluluk' hâline getirir (Caleffi, 2015: 46). Bu topluluk tarafından paylaşılan tweetlerin hem dilsel göstergelerle sözcük, sözcük grupları vb. unsurlar ile hem de dilsel olmayan emoji, fotoğraf, sembol vb. unsurlar ile gerçekleştirilebildiğini belirtmiştik. Twitter'da kullanılan dil bu unsurları içeriyorsa peki twitter dili ile ne ifade edilmektedir? Twitter dili olarak ifade ettiğimiz kavram, hem var olan doğal dilleri (İngilizce, Türkçe vb.) hem de bu doğal dillerden veya dil dışı göstergelerden kendisi için oluşturulan dilin bir arada kullanımına gönderimde bulunur. Twitter'ın dilinin iki koldan beslendiğini söylemek mümkündür: Bunlardan biri doğal dil/lerin çeşitli değişim ve dönüşümlere tâbi edilmesi yani var olan kaynakların kullanılması diğeri de Twitter'ın keşfi ile birlikte Twitter için üretilen yeni dilsel veya dil dışı unsurların oluşturulmasıdır⁵. Bunlardan ilkinde 'tmm' [tamam], 'nbr' [ne haber?], 'die' [diye], 'Oyunun silinmesi halinde sıfırdan upload yapılır.' (F), 'dinlemio' [dinlemiyor]" (Yaman&Erdoğan, 2007) verilebileceği gibi yine doğal dillerin sözcük yapım mekanizmaları olan ekleme, kırpma, birleştirme vb. süreçlerle üretilen veya bu süreçlerden mülhem *etiketleme* (hashtaging) ile üretilen #iPhone vb. dilsel unsurlar (Page, 2012) ve son olarak var olan sözcüğün anlamının Twitter'a uygun bir mana kazanarak yani anlam genişlemesi -takipçi gibi- örnek olarak verilebilir. İkinci kol yani Twitter'ın keşfi ile birlikte sadece Twitter'ın için, yine mevcut kaynaklardan üretilen tweet, hashtag⁶ gibi dilsel unsurlar ile emoji gibi dil dışı unsurlar örnek olarak verilebilir. Bu aslında bir çeşit Twitter terminolojisi ifade etmektedir. Bununla ilgili olarak Twitter/tweetlere dayalı çevrimiçi *twittonary* yani twitter sözlüğü de hizmete sunulmuştur (Klymenko, 2019: 2).

Twitter'da her gün yüzlerce sözcük çeşitli işlevleri gerçekleştirmek veya birtakım etkileri oluşturmak için üretilir (Kylmenko, 2019:1). Bu sayede Twitter'daki herkes yeni bir sözcük oluşturma ve onu bu ağlarda paylaşarak üretilen sözcüğün dilde yararlılığını ve kabul edilebilirliğini deneyimleme fırsatına sahiptir. Üretilen bu sözcükler, Twitter'da yayımlanması ile birlikte dilsel demokrasiye sahip en geniş kullanıcı yelpazesinin yargılamasına bırakılır (Ljubicic, 2016: 31). Sözcüğün kaderi kullanıcıların onu kabul edip etmemesine bağlı olarak ya doğumundan hemen sonra ölür ve sadece birkaç gönderi içinde kalır ya da yayılır ve varlığını sürdürmeye devam eder. Dilbilimsel açıdan bunu ifade edersek bir sözcüğün anlık oluşumu, yeni sözcük olması ve yerleşikleşmesi şeklinde söyleyebiliriz.

1.3. Twitter'da Anlık Oluşumlar

Anlık oluşum veya *anlık sözcük* (nonce word) kavramı "özel veya belirli bir durumunda gerektirdiği ihtiyacı karşılamak için, tek kullanımlık veya geçici olarak o an ve irticalen üretilen ve kişisel bir yaratı olmasına koşut bir daha asla kullanılmama olasılığı olan bağlam-bağımlı doğal sözcük veya ifade" olarak tanımlanmaktadır (Bacchielli, 2010:87;

⁵ Emojiler, Twitter'da çok kullanılan dil dışı göstergelerdir. Emojilerle ilgili şöyle bir durumu da burada ifade etmek yerinde olacaktır: Görsel bir unsur olan ♥ (kalp) emojisi, 2014 yılında Global Language Monitor tarafından yılın sözcüğü seçilirken 2015 yılında da The Oxford University Press, 😊 (sevinç gözyaşlı yüz) emojisini yılın sözcüğü seçmiştir. Bu ilk kez gerçek olmayan bir sözcüğün seçilmesi olarak tarihe geçmiştir.

⁶ Türkçeye *etiket* karşılığı ile aktarılabilen bu sözcüğün İngilizcesi kasten verilmiştir. Çünkü Türkçede etiket sözcüğü aslında var olan bir sözcüktür ve sadece anlam genişlemesi ile ilgili anlamı kazanmıştır. İngilizcede ise hashtag, tweet gibi sözcükler yeni üretimlerdir. Ayrıntılı bilgi için bk. Klymenko, O. (2019). *Twitterverse: The birth of new words*. PLSA. çevrimiçi yayın. <https://doi.org/10.3765/plsa.v4i1.4507>



Bauer, 1983: 45- 46; CDO 2012; Haspelmath, 2002:99; Herbst, 2012:118; Katamba, 1993: 65, 295; LDOCE, 2012, OALD, 2012; Uzun, 2006: 89) (Akt. Sebzecioğlu, 2013:19).

Bir anlık oluşumun irticalen uydurulmuş yeni karmaşık bir sözcük veya ifade anında gelişigüzel bir biçimde oluşturulmuş sözcük olduğunu belirten Brinton ve Traugott (2005), uydurma sözcüğün aksine anlık oluşumun düzenli sözcük yapım kuralları ile oluşturulduğuna dikkat çekerler. Sözcük yapım kurallarına “sözdizimi özelliklerine uygun, aynı zamanda alıcılarca anlaşılabilir olmaları ve kendiliğinden ortaya çıkmaları” özelliklerini de ekleyen Sarı (2015), uydurmaların dilin ses ve biçim kurallarına uygunluk göstermediğini, ilk duyulduğunda da alıcı tarafından anlaşılamayabileceğini ve bilinçli olarak üretildiklerini ifade etmektedir. Anlık oluşuma örnek olarak “çaysa-”, uydurmaya örnek olarak ise “boyut”, “uzay” sözcüklerini verilebilir (Sarı, 2015: 81- 95).

Anlık oluşumlar ve uydurmalar arasında bir ayrımı gözetmediğini yapmış olduğu tanımlarda ortaya koyan Crystal (2008), anlık oluşumların “konuşurun belirli bir sözcüğü hatırlayamaması” veya “yeni bir biçim üretmek için koşulların zorlandığı durumlarda (örneğin gazetede başlıklarda) uydurulması” sonucu ortaya çıktığını belirtmektedir (Akt. Bozkurt, 2017). Anlık oluşumlar, ister dili idareli bir şekilde kullanma, ister kavramsal/sözlüksel boşluğu doldurma veya stilistik bir etki yaratma gibi nedenlerden ortaya çıkıyor olsun, aslında bu nedenlerin hepsinin konuşurun anlık iletişim ihtiyaçlarını gidermeye hizmet ettiği aşıkardır (Brinton ve Traugott, 2005: 45).

Anlık oluşumlar, bir dilsel topluluğunun tamamı veya bir kısmı tarafından kabul edildiği zaman söz konusu oluşum artık ilgili dilde yeni sözcük veya yeni öge yani neolojizm olur (Bussmann, 1996). Neolojizm, dil gelişiminin belirli bir döneminde belirli bir iletişim topluluğunda ortaya çıkan, yayılan, genellikle bir kural olarak kabul edilen ve konuşurların çoğunluğunun bir süreliğine yeni olarak algıladığı sözlüksel bir birim veya anlam olarak tanımlanmaktadır (Klosa-Kückelhaus&Lüngen, 2018). Bunu bir süreç olarak değerlendiren Brinton ve Traugott (2015: 46), yeni sözcüğün genellikle sınırlı, özel veya değişmeyen bir anlam kazandığını ifade ederler. Fischer yerleşikleşme olarak adlandırdığı bu süreci, yeni bir ögenin “konuşma topluluğunun genel kullanımına girmesi” olarak tanımlamaktadır (Akt. Bozkurt, 2017: 53). Yerleşikleşme aşamasında anlık oluşum sözcüklerin, dil konuşurları tarafından bilinen sözlüksel bir birim hâline gelmeye başladığını ifade eden Sebzecioğlu (2013: 24), bu oluşumların yeni öge olarak sözlüğe girmeye aday birer dilsel birim olduğunu da belirtmektedir. Yerleşikleşme aşamasının dilin toplumsallık boyutu ile yakından ilgili bir kavram olduğunu ifade eden Bozkurt (2017: 56), yeni sözcüklerin yerleşikleşme aşamalarını tamamlamaları için dil kullanıcıları tarafından benimsenerek metinlerde belirli bir sıklıkta kullanılması ve yayılıp zamana direnmesi gerektiğini de eklemektedir.

Bugün büyük ölçekli veya küçük ölçekli dilsel toplulukların meydana geldiği Twitter gibi sosyal ağlarda her gün yüzlerce sözcük oluşturulduğu ve oluşan bu sözcüklerin ilgili ağlarda kullanıcıların yargısına bırakıldığını belirtmiştik. Dil değişim ve gelişim dinamiklerinin yanı sıra aslında daha geniş bir ifade ile toplumsal bir dönüşüm veya değişimden bahsetmek mümkündür. “Sosyal medya artık tüm toplumsal süreçleri kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bu nedenle gerçek toplumsal alanlardaki tüm sosyal ilişkiler sosyal medya platformlarında sürdürülebilir hale gelmiştir.” (Göker&Keskin, 2015). Sosyal ilişkilerin kurulmasında en büyük paya sahip



olduğunu söyleyebileceğimiz dil de bu sürece dâhil olur ve sosyal medyada oluşturulan ağlarda varlığını çeşitli değişim ve dönüşümlere bağlı olarak sürdürmeye devam eder. Bunun en güzel örneğini anlık oluşum olarak Twitter’da üretilen sözcüklerin genel kullanıma yayılma süreci oluşturur. Yeni sözcüklerin genel kullanıma dahil edilme süreci ilk önce dil uzmanları⁷ daha sonra da dil kullanıcıları yani halk tarafından kabul edilmektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının özellikle Twitter, Facebook gibi ağların gelişmesiyle birlikte yeni sözcüklerin kabul sürecinde karar merci tersine işlemeye başlar. Bugün Twitter dilinde kullanıcıların daha yakın sosyal ilişki kurma, şaka/alay işlevini gerçekleştirme, yenilik ve özgünlük yaratma, modayı takip etme ve etiketleme arzusu (Klymenko, 2019:1), dikkat çekme gibi amaçlarla birçok anlık oluşum üretilmektedir. Bu anlık oluşumlar; mevcut dilsel unsurlardan karma, birleştirme, ekleme gibi sözcük yapım mekanizmalarıyla; kısaltma, geri oluşum gibi dilsel unsurların azaltılmasıyla ve anlam değişmesi, uydurmalar veya alıntılar (Ahmad, 2000) ile kullanıma çıkabilmektedir.

1.3.1. Twitter’da Ekleme İle Oluşan Anlık Oluşumlar

Anlık oluşumların ortaya çıkmasını sağlayan mekanizmalar, dillerin tipolojisine göre değişkenlik göstermekle birlikte tüm dünya dilleri için ortaklaşan bir süreçtir. Yani sözcük biçimleme süreci her dilde bulunmakta ancak bu süreci işleten mekanizmalar değişiklik gösterebilmektedir. Bu mekanizmalardan eklemede ön ek, iç ek veya son ekler ya ayrı ayrı ya da birden fazlası birlikte olmak üzere sözcük bünyesinde işletilir (Sarı, 2015: 45). Tipoloji açısından eklemeli dillere dahil olan Türkçede ekleme sondan yapılı ve böylece mevcut kök ve gövdelerin sonuna eklenen türetim ekleriyle sözcük türetimi gerçekleştirilir. Sebzecioğlu (2013: 28- 29), ekleme ile gerçekleştirilen sözcük türetiminin Türkçe için en yaygın sözcük yapım mekanizması olduğunu belirtir. Bu bilgiye istinaden de türetim ekleri ile üretilmiş anlık sözcüklerin sayısının muhtemelen daha fazla olduğunu ifade eder. Anlık oluşumları, Türkçe 264 güldürü metninden oluşturduğu derlemde inceleyen Özer’in çalışması da bu ihtimali güçlendirmektedir. Hazırladığı derlemde 930 anlık oluşumu tespit eden Özer (2019: 97), bu anlık oluşumların türetiminde en fazla ekleme mekanizmasının işletildiğini ortaya koymaktadır. Türkçede anlık oluşumlar ve sözcük yapım mekanizmaları arasındaki ilişki şimdilik sadece sınırlı sayıdaki çalışma üzerinden değerlendirilebilmektedir. Bu tür çalışmaların sayısı artıkça söz konusu ilişkiye dair daha büyük ölçekli değerlendirmelere imkân tanınacaktır⁸.

⁷ Türk Dil Kurumu tarafından yürütülen çalışmalarla Türkçenin sözvarlığına ilişkin kararların geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Bu çalışmalar; “Derleme Tarama Kolu çalışmaları”, “Sözlük Kolu çalışmaları”, “Terim Kolu çalışmaları”, “Dil Bilimi ve Dil Bilgisi Kolu çalışmaları”, “Yayın ve Tanıtma Kolu çalışmaları” başlıkları altında değerlendirilmiştir (Ayrıntılı bilgi bk. Tan, N. (2019). *1932’den 2012’ye Türk Dil Kurumu. Türk Dili*. Temmuz. 42- 44. 2013 yılında çok popüler olan İngilizce selfie sözcüğünün Türkçede çok fazla kullanılmaya başlanmasıyla birlikte Türk Dil Kurumu selfie sözcüğüne Türkçe karşılık bulmak amacıyla “ağ sayfaları oluşturulmuş, herkese açık yazışma ve tartışma toplulukları” kurmuştur. Sonunda en çok önerilen özçekim sözcüğü ile diğer en çok önerilen dört sözcük halk oylamasına sunulmuş ve en çok oyu özçekim alınca Türk Dil Kurumu özçekim sözcüğünü selfie sözcüğüne karşılık olarak önerdiğini duyurmuştur (Ayrıntılı bilgi bk. Terzi, A. (2019). *Mucit İnsanlar Fotoğrafhanesi Yahut Emrullah Âli’nin “Selfie” Makinesi*. Türk Dili. 6-13. Selfie örneği yakın zamana ait bir örnektir ve bu sözcüğe karşılık önerilecek sözcüğün halk oylamasına sunulması da aslında bir şekilde sosyal medyanın etkisi olarak değerlendirilebilir.

⁸ Türkçede anlık oluşumlarla ilgili çalışmalar son yıllarda dikkati çekmektedir. Ayrıntılı bilgi için bk. Sebzecioğlu, T. (2013). *Anlık Oluşum ve Türkçe Anlık Sözcüklerin Oluşum Süreçleri Üzerine Bir Betimleme*. Dil



1.3.1.1. -{mAcA} Eki ile Türetilen Anlık Oluşumlar

-{mAcA} eki, {-mA} fiilden ad türetme eki ile +{cA} addan ad türetme ekinin kaynaşmasından (Korkmaz, 2009: 93) meydana gelen birleşik bir ektir. Alanyazında ek ile ilgili değerlendirmelere baktığımızda ekin işlek olmadığı ifade edilir (Ediskun, 1963; Ergin, 2004; Korkmaz, 2009). Bu ek ile türetilen sözcüklerin daha çok sınırlı olan oyun, eğlence anlamına sahip aldatmaca, bilmece, bulmaca gibi sözcüklerin olduğunu ifade eden Korkmaz (2009:4), türetilen sözcüklerin bir işin yapılış tarzını ve biçimini de gösterdiğini ve böylece isimler önünde sıfat, fiiller önünde de zarf görevi ile kullanıldığını belirtmektedir⁹ -{mAcA} ile üretilen sözcüklere halk ağzından örnekler veren Zülfikar (1991: 119) ise kakmaca ('ağaç kökü' Dz.), yakmaca ('şarbon hastalığı' İsp., Dz., Bo., Çkl., İst.) kullanımlarını tespit etmektedir. Ayrıca söz konusu ek ile oluşturulmuş isimlerin gerektiğinde sıfat olarak da kullanıldığını ifade etmektedir. Türkiye Türkçesi ağızlarında bu ek ile türetilen sözcüklerin sayısının fazla oluşuna dikkati çeken Koraş (2001: 349) ekin çekim ekleri olarak zarf olarak kullanılan isimler türettiğini belirtmekte ve "dönmemecesine gitmek, görmemecesine ayrılmak" örneklerini vermektedir. -{mAcA} ekinin Karamanlı Türkçesinde sıfat-fiil ve zarf-fiil işlevlerine değinen Eckmann, söz konusu ekin zarf-fiil olarak bağlama, zaman, sebep ve vasıta, gaye, maksat ve son olarak da tarz işlevlerini yerine getirdiğini belirtmektedir. Korkmaz (1959: 334), Eckmann'daki bu kullanımları "gerçek isim-fiil ve zarf-fiil olarak kullanılan şekiller" olarak addeder ve bu kullanımların -{mAcA}'lı adların öncesindeki sıfat ve zarf türetim aşamalarını gösterdiğini ifade eder.

-{mAcA} ekinin sözcük türetim sıklığına ve türetilen bu sözcüklerin sayılarına yönelik değerlendirmelerde de ekin çok fazla işlek olmadığı ortaya çıkar. Uzun vd. (1992: 131) tarafından Türkiye Türkçesindeki eklerin "bir döküm denemesi" yapılmış ve dökümde -{mAcA} eki ile türetilen sözcük sayısının 21 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada -{mAcA} eki ile türetilen sözcüklerin fiil tabanından türetildiği ve ad, sıfat, zarf görevlerinde görüldüğü belirtilmektedir (a.g.e., 61). Özer'in çalışmasında da (2019: 140) -{mAcA} ekinin türetimi gerçekleştiren ekler arasında yer aldığı görülür. Bu ek ile sadece adlaşan "saçmalatmaca" sözcüğünün türetimi gerçekleşmiş ve buna istinaden ekin türetimde görülme sayısı 1 ve sıklığı da %0.3 olarak bulgulanmıştır. -{mAcA} eki ile türetilen sözcüklerin terim olarak kullanılmasını ele alan çalışmada Güneş (2017: 90-92), bu ek ile türetilen 11 sözcüğü tespit etmiştir. Ancak bu terimlerin ya kalıcı olamadıklarını ya da çok dar bir alanda kullanıldıklarını belirten Güneş, özellikle "Arapça kökenli edebi sanatlarının adlarının Türkçeleştirilmek amacıyla" türetildiğini de ifade eder. -{mAcA} ekinin türetim sıklığını Derleme Sözlüğündeki maddebaşlarından yola çıkarak değerlendiren Çelebi (2019: 870), ilgili ek ile türetilen adların sayısının 71 olduğunu ortaya koyar¹⁰.

ve Edebiyat Dergisi. 10: 3. 17- 47; Oturakçı, N. (2014). *İkinci Yeni Şiirinde Anlık Oluşumlar*. Prof. Dr. Mehmet Özmen Armağanı (Ed. Nurettin Demir, Faruk Yıldırım). Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi; Özer, F. C. (2019). *Türkçe Anlık Oluşumlar*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

⁹ Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan Türkçe Sözlükte (2011: 969) görmece maddebaşı bulunmaktadır. "Görmek koşuluyla" tanımı yapılan bu sözcüğün zarf olarak kullanıldığı belirtilmektedir.

¹⁰ Burada anılan çalışmaların çoğu sözlüklerden elde edilen verilerin değerlendirilmesine dayanmaktadır. Bu nedenle -{mAcA} eki ile türetilen bu sözcükler birer anlık oluşum olmaktan çıkıp genel kullanıma yayılan ve sözlüksel bir birim olarak kullanımları devam eden sözcüklerdir. Sadece Özer'in (2019) çalışmasında "saçmalatmaca" sözcüğünün anlık oluşum olarak ifade edildiğini belirtelim.



-{mAcA} eki ile ilgili şimdye kadar değindiğimiz çalışmalardan yola çıkarak elde ettiğimiz sonuçları iki madde altında toplayabiliriz:

1. -{mAcA} eki özellikle yazılı dilde çok işlek olmayan bir ektir.
2. -{mAcA} eki ile türetilen sözcüklerin ad, sıfat, zarf, sıfat-fiil, zarf-fiil olarak kullanıma çıktığı ve sözlüklerde de maddebaşı konumunda yer aldığı gözlemlenmektedir.

Bu sonuçlardan ilki yani -{mAcA} ekinin çok işlek olmadığı ile ilgili değerlendirmenin bugün için özellikle sosyal medyada kullanılan dil açısından bakıldığında yeniden gözden geçirilme ihtiyacını doğurmaktadır. Zira daha önceden sözcük türetiminde pek işlek olmayan ekler, zamanının gereği daha kullanışlı bir hâle gelebilmektedir. Bu durumu -{sAl} ekinin kullanımı üzerinden gözlemleyebilmekteyiz. -{sAl} ekinin eskiden çok işlek olmadığını belirten Erdem (2016: 173), dil devrimiyle birlikte ilgili ekin kullanım alanının genişlediğini hatta başka eklerle gerçekleştirilebilecek türetimlerin de bu ek ile karşılanmaya başlandığını ifade eder.

Buna benzer bir durum -{mAcA} eki için de söz konusudur. Sosyal medya dilinde özellikle Twitter'da kullanıcıların sosyal ilişki kurma, şaka/alay işlevini gerçekleştirme, yenilik ve özgünlük yaratma, modayı takip etme ve etiketleme arzusu (Klymenko, 2019:1), dikkat çekme gibi amaçlarla -{mAcA} eki ile türetilen birçok oluşum karşımıza çıkmaktadır: izlemece, gezmeyece, şaşırma, beklemeye vb. -{mAcA} eki ile türetilen oluşumlara baktığımızda bu ekin kullanışlı bir hâle geldiğini yani işleklik skalasında bir yükselişin gözlemlendiğini söylememiz mümkündür.

2. Yöntem

Bu çalışmanın evrenini sosyal ağlar, örneklemini ise Twitter oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda kullanılan belge inceleme yönteminden yararlanılarak Twitter kayıtlarından (*kafa*) *dinlemece*, *eğlenmece*, *gezmeyece* ve *takılmaca* sözcükleri taranmıştır. Ancak bu tür sosyal ağlarda kayıt altında alınan verilerin hepsi yapısal bir niteliğe sahip değildir (Gümüştü, Murat 2019: 288). Yani bu veriler "sadece metinlerle sınırlı kalınmayıp, aynı zamanda sözel, görsel, işitsel ve dağınık (dispersed) nitelikli yapılar (Landow, 1992)" (Aşkın Balcı, 2017: 72) ile de karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada sadece metin düzeyinde veriler değerlendirilmiştir.

Belge inceleme yöntemi kullanılarak (*kafa*) *dinlemece*, *takılmaca*, *gezmeyece* ve *eğlenmece* ile ilgili veriler, Twitter sitesinde yer alan gelişmiş arama kısmında 2009- 2020 (Ocak) yılları aralığında sorgulanmış ve metin düzeyinde veriler kullanım biçimlerine göre ayıklanarak seçilmiştir. Seçilen veriler, betimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Bu analiz yönteminde elde edilen veriler belirlenen temalara göre incelenir ve yorumlanır (Yıldırım; Şimşek, 2013). Bu çalışmada da sözcükler, kullanım özelliklerine göre gruplandırılmış ve yorumlanmıştır. Çalışmada örnek olarak kullanılan veriler, güvenlik açısından bir sorun yaratmaması adına paylaşımı yapan kullanıcıların bilgileri (kullanıcı adı, konum bilgisi vb.) gizlenerek kullanılmıştır.

Bu işlemlerden önce anlık sözcük olarak seçilen sözcüklerin anlık oluşum olup olmadığını tespiti için bir kontrol işlemi gerçekleştirildi. Bu sözcüklerin yani (*kafa*) *dinlemece*, *eğlenmece*, *gezmeyece* ve *takılmaca* sözcüklerinin ölçünlü dilde ve konuşma dilindeki var oluş durumları sözlüklerden kontrol edildi. Yazılı dilin sözcük varlığı için Türk



Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü (2011) ile İlhan Ayverdi'nin Misalli Büyük Türkçe Sözlüğü (2011) ve konuşma dilinin sözvarlığı için de Türkiye'den Halk Ağızlarından Derleme Sözlüğü (2009) seçildi. Takılmaca, (kafa) dinlemece, gezmeye ve eğlenmece sözcüklerinin Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğünde ve Misalli Büyük Türkçe Sözlüğünde yer alması sözcüklerin sözlükselleşmiş olduğunu, Derleme Sözlüğünde yer alması da yazı dilinde olmasa bile kullanılmakta olan bir sözcüğün varlığını göstermesi açısından önemli idi (Sebzecioğlu, 2013: 26). Bu kaynakların hiçbirisinde (kafa) dinlemece, eğlenmece, gezmeye ve takılmaca sözcüklerinin yer almadığı görüldü. Sadece Derleme Sözlüğünde dinlemece maddebaşı "masal, hikâye" açıklaması (2009: 1508) ile verildiği tespit edildi. Ancak bu çalışmada ele alınan (kafa) dinlemece sözcüğünün anlam olarak karşılığı masal, hikâye olmadığından ilgili sözcük burada değerlendirmeye alınmıştır.

3. Bulgular ve Tartışma

2009 - 2020 (Ocak) tarih aralığında Twitter sitesinde yer alan gelişmiş arama kısmından yapılan sorgulamada (*kafa*) *dinlemece*, *eğlenmece*, *gezmeye* ve *takılmaca* sözcüklerinin birden fazla kullanımı tespit edilmektedir. Bu kullanımları da aşağıdaki gibi gruplandırmak mümkündür:

- Tek bir sözcük olarak kullanım

Resim 1: Kafa Dinlemece Sözcüğünün Tek Bir Sözcük Olarak Kullanımı



Resim 2: Eğlenmece Sözcüğünün Tek Bir Sözcük Olarak Kullanımı



Resim 3: Gezmeye Sözcüğünün Tek Bir Sözcük Olarak Kullanımı



Resim 4: Takılmaca Sözcüğünün Tek Bir Sözcük Olarak Kullanımı

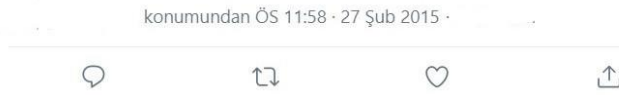


- Etiketleme (hashtaging) ile kullanım



Resim 5: Kafa Dinlemece Sözcüğünün Etiketleme ile Kullanımı

#kafa #dinlemece

**Resim 6:** Gezmece Sözcüğünün Etiketleme ile Kullanımı

#gezmece

**Resim 7:** Takılmaca Sözcüğünün Etiketleme ile Kullanımı

Sosyal medyada görüp tüylerimin diken diken olduğu inanılmaz itici hashtag'lar :

#musmutlu
#gezmeler
#huzur
#takılmaca
#kociş
#mutluluk
#canımınıçi
#candır
#gezerizki

ÖS 7:57 · 30 Ara 2018 ·

11 Beğeni



- Sözcük öbekleri/tümce içinde kullanım

Resim 8: Kafa Dinlemece Sözcüğünün Tümce İçinde Kullanımı

Pazartesi sendromu mu ? Oda ne :) Biraz kafa dinlemece zamani. Canim ülkem, iyi bir hafta olsun.. Antalya'da..

ÖÖ 9:18 · 18 Tem 2016

**Resim 9:** Gezmece Sözcüğünün Sözcük Öbeğinde Kullanımı

#bencebusaatler gezmece eğlenmece saatleri

ÖÖ 2:01 · 21 Kas 2013

15 Retweet 1 Beğeni



Resim 10: Takılmaca Sözcüğünün Tümce İçinde Kullanımı

uzaklarda bir yerde takılmaca bir hayat yaşıyorum...

ÖS 5:19 · 10 Mar 2012 ·

**Resim 11:** Takılmaca Sözcüğünün Sözcük Öbeğinde Kullanımı

Takılmaca vaktiyse

ÖS 3:23 · 8 Ara 2018 ·



(Kafa) dinlemece, eğlenmece, gezmece ve takılmaca sözcükleri ile ilgili Twitter kayıtlarında tanıklanan bu kullanımlar yukarıda belirtildiği gibi üç grup altında toplandı. Bu üç gruptan ilk ikisi arasındaki fark, ikinci kullanımın sosyal medyada sözcük türetim mekanizması olarak kabul edilen etiketleme ile yapılmasıdır. Bu nedenle ilgili sözcükler etiket adı verilen (#) sembol ile yapılmaktadır. Buradaki amacın yapılan paylaşımın daha fazla kişi tarafından görülmesini sağlamak ve çoğunluğun dikkatini çekmek olarak yorumlanabilir. Daha önce de (bk. 1.2.) belirtildiği gibi Twitter dilinin önemli bir mekanizması olan etiketleme söz konusu sözcüklerin kullanımlarında da çok sık karşımıza çıkmaktadır.

Üçüncü grup yani sözcük öbekleri/tümce içinde kullanımın ise günümüze yaklaştıkça yoğunluk kazandığı verilerin toplanması esnasında gözlemlenmiştir. Bu kullanımlarda söz konusu sözcükler farklı sözcük türleri ile karşımıza çıkmaktadır. Bu sözcük türlerini aşağıdaki gibi verebiliriz:

Ad: “kafa dinlemece zamanı”, “gezmece eğlenmece saatleri”, “bir takılmaca”, “takılmaca keyfi”, “takılmaca vakti” gibi söz konusu sözcükler örneklerde ad olarak kullanılmaktadır. Korkmaz (1959: 333), bu ek ile türetilen adlara Osmanlıcada ve Anadolu ağızlarında epey rastlandığını ve belirli gruplara sokulamayacak kadar çeşitli sözcükleri içine aldığını belirtir. Konuşma dili olarak değerlendirdiğimiz Twitter dilinde de ilgili ek ile türetilen adlara sıkça rastlamaktayız. Twitter kayıtlarından elde edilen verilerde dört sözcüğün dördünün de ad olarak kullanımı tanıklanabilirken sıfat ve zarf türlerine sadece takılmaca sözcüğünden örnekler daha net bir şekilde tespit edilebilmektedir.

Sıfat: “takılmaca bir hayat” örneğinde olduğu gibi takılmaca sözcüğü ad unsurunu niteleyerek bir sıfat görevi yüklemektedir. Koraş “kesmece karpuz”, “düzmece haber” kullanımlarında $\{-mAcA\}$ ekinin bir sıfat-fiil işlevinde kullanıldığını ancak ekin bazen kalıcı adlar türettiğini ve bu adların sıfat olarak da işlev gördüğünü belirtmektedir. “Takılmaca bir hayat” kullanımında da takılmaca sözcüğünün yukarıda belirtildiği gibi bir ad olarak kalıcı hâle gelmiş ve sıfat olarak kullanımı gerçekleşmiş olabilir. Bunun yanı sıra geçici bir sıfat-fiil olarak kullanılarak da sıfat görevi almış olabilir. Burada Korkmaz’ın değerlendirmesini göz önünde bulundurabiliriz: Korkmaz’a (1959: 334) göre $\{-mAcA\}$ ’lı sıfat-fiil ve zarf-fiiller, $\{-mAcA\}$ ’lı adların



öncesindeki sıfat ve zarf türetim aşamalarını göstermektedir. Yani kalıcı adların öncesinde bu ek ile yapılan türetimler sıfat-fiil ve zarf-fiil olarak görevli sözcükleri oluşturmaktadır.

Zarf: “takılmaca yaşa-” örneğinde olduğu gibi takılmaca sözcüğü bir fiili niteleyerek zarf görevini üstlenebilmektedir. Sıfat maddesinde ifade edildiği gibi zarf kullanımında da aynı durum geçerlidir. $-{\text{mAcA}}$ eki ile türetilen takılmaca sözcüğü burada da kalıcı ad olarak yaşa- fiilini niteleyebileceği gibi geçici bir zarf-fiil (Gülsevin, 2012: 126) olarak işlev görerek söz konusu fiili niteleyebilir.

Bununla birlikte yukarıda tek sözcük kullanımları olarak belirtilen kullanımlar genellikle “Pazar sürüşü sonrası kafa dinlemece”, “Lunaparkta eğlenmece”, “Kızcemle gezmeyece”, “öyle boş boş takılmaca”, “annemle takılmaca”, “evde takılmaca” vb. kullanımlarla da karşımıza çıkmaktadır. Bunlar eksilteli bir yapı olarak karşımıza çıkarken bu kullanımlarda $-{\text{mAcA}}$ ’lı sözcüklerin hangi sözcük türüne ait olduğunu belirlemek ancak bağlam içerisinde değerlendirildiğinde kesin sonuçlar verecektir. Bunun yanı sıra buradaki kullanımların bir eylemin yapılış tarzını belirttiğini ve zarf-fiil olarak kullanıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Sonuç

Bu çalışmada bir sosyal medya kategorisi olan popüler mikroblog Twitter’den elde edilen (kafa) dinlemece, eğlenmece, gezmeyece ve takılmaca sözcüklerinin anlık sözcük durumları incelenmiştir. İnceleme öncesinde söz konusu sözcüklerin nasıl bir ortamda ortaya çıktığını ifade edebilmek adına sosyal medya, Twitter, Twitter dili gibi kavramların izahlarına yer verilmiştir. İnceleme sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

i) 2009-2020 (Ocak) tarih aralığında Twitter sitesinde yer alan gelişmiş arama kısmından yapılan sorgulamada (kafa) dinlemece, eğlenmece, gezmeyece ve takılmaca sözcüklerinin birçok kez kullanımının olduğu tespit edilmiştir. Bu sözcüklerin tek bir sözcük olarak kullanımı, etiketleme (hashtaging) ile kullanımı ve sözcük öbekleri/tümce içinde kullanımları olmak üzere üç farklı kullanım türüne örnekleri bulunmuştur. İlk iki kullanım biçimi tek bir sözcük paylaşımı şeklinde olduğundan bu sözcükleri bağlamdan bağımsız bir şekilde değerlendirmek mümkün görünmemektedir. Üçüncü grupta verilen sözcük öbekleri/tümce içinde kullanım biçimlerinde de değerlendirmeye alınan sözcüklerin hangi sözcük türüne örnek teşkil ettiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Sözcük öbekleri ve tümcenin aynı alt başlık altında değerlendirilme sebebi aslında sözcük öbeklerinin aslen tümce içinde yer almasından kaynaklanmaktadır. Ancak konuşma dilinde ve dolayısıyla konuşma dili olarak değerlendirdiğimiz Twitter dilinde de eksilteli yapılar sıkça karşımıza çıkmaktadır. Eksilteli kullanımlar içinde öbek yapılar da tespit edildiğinden iki unsur bir alt başlık altında ele alındı. Bu grupta “kafa dinlemece zamanı”, “gezmeyece eğlenmece saatleri”, “bir takılmaca”, “takılmaca keyfi”, “takılmaca vakti” gibi kullanımlar ile ad sözcük türü tanıklanabilmektedir. “takılmaca bir hayat” ve “takılmaca yaşa-” kullanımlarında da sıfat ve zarf sözcük türlerine örnekler sunulabilmektedir. Söz konusu örneklerde takılmaca sözcüğünün sıfat-fiil ve zarf-fiil olarak mı kullanıldığı yoksa kalıcı bir ad olup sıfat ve zarf olarak mı kullanıldığı konusunda belirsizlik olduğunu ifade edebiliriz. Korkmaz’ın (1959: 334) görüşüne göre kalıcı adların öncesinde $-{\text{mAcA}}$ eki ile yapılan türetimler sıfat-fiil ve zarf-fiil olarak görev almaktadır. O hâlde yukarıdaki örneklerde



takılmaca sözcüğünün sıfat-fiil ve zarf-fiil görevi ile kullanıldığını söyleyebiliriz. Takılmaca sözcüğü dışında değerlendirilen diğer üç sözcüğün yani (kafa) dinlemece, eğlenmece, gezmece sözcüklerinin, takılmaca sözcüğünde olduğu gibi net bir şekilde sıfat, zarf vb. sözcük türlerine örnekleri bulunamamıştır. Bu sözcüklerin "Pazar sürüşü sonrası kafa dinlemece", "Lunaparkta eğlenmece", "Kızcemle gezmece" örneklerinde olduğu gibi eksilteli yapılarla kullanımları bulunmakla birlikte sözcük türü açısından değerlendirdiğimizde bu sözcüklerin birer kalıcı isim mi oldukları yoksa zarf-fiil olarak mı kullanıldıklarını kesin olarak ifade etmemiz mümkün olamamaktadır. Yine de bu kullanımların zarf-fiil kullanımına yakın olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

ii) Bu çalışmada ortaya çıkan bir diğer durum da $-{mAcA}$ ekinin sözcük türetim skalasında bir yükselişin olmasıdır. Birleşik bir ek olarak değerlendirilen $-{mAcA}$ ekinin sözcük türetimde pek işlek olmadığı ifade edilmektedir. Günümüzde Twitter dışında birçok sosyal ağda da bu ek ile türetilen sözcükler çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Burada anlık sözcük türetimi ve bu sözcüklerin sözcük türetim mekanizmaları ile olan ilişki de ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sosyal medya dilinin şuanki sözcük türetimleri veya daha kapsayıcı bir ifade ile söylersek bir dilin sözvarlığı üzerinde yoğun bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Sonuç olarak (kafa) dinlemece, eğlenmece, gezmece ve takılmaca sözcükleri, anlık sözcük konumundan çıkmıştır. Bu sözcüklerin özellikle kalıcı adlar ile yeni sözcük olmaya aday konumuna gelme ihtimalleri bulunmaktadır. Elde edilen verilerde özellikle takılmaca sözcüğünün yeni bir sözcük gibi davrandığını söyleyebiliriz. Bu durum ile ilgili net bir şey söylememiz için Türkçenin sözvarlığına katılan sözcüklerin nasıl bir aşamadan geçtiğinin yani yeni sözcük olarak değerlendirilen sözcüklerin nasıl bir yerleşikleme sürecini takip ettiğinin bilinmesi gerekmektedir. Bu şartın yerine getirilmesi ile sözvarlığına katılacak sözcüklerin değerlendirilmesi bir standarta bağlanacak ve böylece Türkçenin sözvarlığı ile ilgili gelişmelerin önü açılacaktır.

Kısaltmalar

= eşittir anlamında işaret

–: fiillere gelir anlamında işaret

/: veya anlamında işaret

Akt.: Aktaran

bk.: Bakınız

vb.: ve benzeri

vd.: ve diğerleri

Kaynaklar

Ahmad, K. (2000). *Neologisms, Nonces and Word Formation*. Proceedings of the 9th EURALEX International Congress. 711-729. <https://www.semanticscholar.org/paper/Neologisms%2C-Nonces-and-Word-Formation-Ahmad/10dc85e5b545b84f3b6ac3ea345b090643a6fabc>



- Albayrak, M., Topal, K., Altıntaş, V. (2017). Sosyal Medya Üzerinde Veri Analizi: Twitter. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 22, 1991- 1998.
- Anık, C. vd. (2017). *Sosyal Medyanın Göstergibilimsel Dili: Emojiler*. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi. 8/26. 41- 54.
- Aşkın Balcı, H. (2017). *İnternetteki Metinlerin Özellikleri ve Metindilbilim*. Turkish Studies. 7. 57- 72.
- Ayverdi, İ. (2011). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*. İstanbul: Kubbealtı Yayınları.
- Bayrak, H. (2020, 2 Şubat). *2020 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri* [Blog Post]. Erişim adresi: <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> Erişim adresi: <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>
- Bozkurt, F. (2017). *Sözlükselleşme: Genel Sözlükler İçin Sözlük Birim Seçimi*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Brinton L. J., Traugott Closs, E. (2005). *Lexicalization and Language Change*. Cambridge University Press.
- Bussmann, H. (1996). *Routledge Dictionary of Language and Linguistics*. London: Routledge.
- Bülbül Oğuz, B. (2012). *Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi*. Turkish Studies. 7/4.1157-1166.
- Caleffi, P.M. (2015). The 'hashtag': A new word or a new rule?. In SKASE Journal of Theoretical Linguistics. 12 (2), 46- 69. Retrieved from http://www.skase.sk/Volumes/JTL28/pdf_doc/05.pdf
- Crystal, D. (2008). *Dictionary of Linguistics and Phonetics*. Singapur: Blackwell Publishing.
- Çelebi, H. (2019). *Derleme Sözlüğü'nde Yapım Eklerinin Sıklık Derecesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ordu: Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ediskun, H. (1963). *Yeni Türk Dilbilgisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Erdem, M. (2016). *Türkçede Türetkenlik ve Türetkenliği Ölçme Yöntemleri*. Türkbilig.32. 169-180.
- Ergin, M. (2004). *Türk Dilbilgisi*. Bayrak Basım/Yayım/Tanıtım.
- Göker, G., Keskin, S. (2015). Sosyal Medya Türevi Olarak Sosyal İçerik Platformları: Betimsel Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8 (39), 861- 874. Retrieved from http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt8/sayi39_pdf/6iksisat_kamu_isletme/goker_goksel.pdf
- Gümüşsu, E.; Murat, N. (2019). 'Tamam' ve 'Devam' Etiketleriyle Atılan Tweetler ile Cumhuriyet ve Millet İttifakı Grupları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*. 12/4. 287- 298.
- Güneş, B. (2017). -mAcA Ekiyle Türetilen Bazı Terimler Hakkında. *Journal of International Social Research*. 10(51). 89- 93.
- Gülsevin, G. (2012). *Türkiye Türkçesinde Birleşik Zarf-füller*. AKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. 122-143.
- Ilbury, C. (2019). "Sassy Queens": Stylistic orthographic variation in Twitter and the enregisterment of AAVE. *Journal of Sociolinguistics*. 24. 245- 264.



- Karahisar, T. (2013). Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe. *Online Academic Journal of Information Technology*, 4, 71-83. DOI: 10.5824/1309-1581.2013.3.006.x
- Klosa-Kückelhaus, A., Lungen, H. (2018). *New German Words: Detection and Description*. Paper presented at XVIII. Euralex International Congress, Ljubljana.
- Klymenko, O. (2019). Twitterverse: The birth of new words. *PLSA*. 4(11), 1-12. <https://doi.org/10.3765/plsa.v4i1.4507>
- Koçak, G., Oyman, M. (2012). Social Media Usage Behaviors of Individuals: An Application in Eskişehir. *International Journal of Business and Social Science*. 3(22), 177- 188.
- Koraş, H. (2001). -MACA/-MECE Eki Üzerine Bir Deneme. TÜBİAR-X-. 348- 358.
- Korkmaz, Z. (2009). *Türkiye Türkçesi Şekil Bilgisi*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Korkmaz, Z. (1959). *Türk Dilinde +ça Eki ve Bu Ek ile Yapılan İsim Teşkilleri Üzerine Bir Deneme*. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih -Coğrafya Fakültesi Dergisi. XVII. 3-4. 275- 358.
- Lawson, R. (2017). *Big Data, Big Problems: Investigating Language Use on Twitter*. Paper presented at the Sociolinguistics Summer School 8, Barcelona, İspanya.
- Leppänen, S., E. Westinen, and S. Kytölä (eds.). (2017). *Social media discourse, (dis)identifications and diversities*. Abingdon: Routledge.
- Luo, X., Zimet, G., Shah, S. (2019). A natural language processing framework to analyse the opinions on HPV vaccination reflected in twitter over 10 years (2008-2017). *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 15(7- 8), 1496-1504. <https://doi.org/10.1080/21645515.2019.1627821>
- Mayfield, A. (2008). What Is Social Media?. *Icrossing*. Çevrimiçi Yayın. https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- McFedries, P. (2009). *Twitter Tips Tricks and Tweets*. Indiana: Wiley Publishing.
- Oturakçlı, N. (2014). *İkinci Yeni Şiirinde Anlık Oluşumlar*. Prof. Dr. Mehmet Özmen Armağanı (Ed. Nurettin Demir, Faruk Yıldırım). Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- Oyman, M.; Koçak, N.G. (2012). *Social Media Usage Behaviors of Individuals: An Application in Eskişehir*. *International Journal of Business and Social Science*. 3/22. 177- 188.
- Özer, F. C. (2019). *Türkçe Anlık Oluşumlar*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Page, R. (2012). The Linguistics of Self-Branding and Micro-Celebrity in Twitter: The Role of Hshtags. *Discourse&Communication*. 6(2), 181- 201. <https://doi.org/10.1177%2F1750481312437441>
- Sarı, İ. (2015). *Türkçede Ekleme Dışı Sözcük Yapımı ve Sözlükselleşme*. Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Seargeant, P., Tagg, C. (Eds.).(2014). *The Language of Social Media*. UK: Palgrave Macmillan.
- Sebzecioğlu, T. (2013). Anlık Oluşum ve Türkçe Anlık Sözcüklerin Oluşum Süreçleri Üzerine Bir Betimleme. *Dil ve Edebiyat Dergisi/Journal of Linguistics and Literature*. 10 (3), 17- 47.
- Solmaz, O. (2017). Autonomous language learning on Twitter: Performing affiliation with target language users though #hashtags. *Journal of Language and Linguistics Studies*. 13 (2), 204- 220.



- Squires, L. (2016). Twitter: Design, discourse, and the implications of public text. In Alexandra Georgakopoulou&Tereza Spilioti (Eds.). *The Routledge handbook of language and dijital communication*. London and New York: Routledge. 239- 256.
- Şeker, Ş. E. (2015, Şubat). *Ayrımın Altı Derecesi (Six Degrees of Separation)* [Blog Post]. Erişim adresi: <http://mis.sadievrenseker.com/2015/02/ayrimin-alti-derecesi-six-degrees-of-separation/>
- Tan, N. (2019). *1932'den 2012'ye Türk Dil Kurumu*. Türk Dili. Temmuz. 42- 44.
- Terzi, Â. (2019). *Mucit İnsanlar Fotoğrafhanesi Yahut Emrullah Âli'nin "Selfie" Makinesi*. Türk Dili. 6-13.
- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Türk Dil Kurumu. (2009). *Türkiye'de Halk Ağzından Derleme Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Uzun, N.E. vd. (1992). *Türkiye Türkçesinin Türetim Ekleri Bir Döküm Denemesi*. Ankara: Şirin Kırtasiye.
- Yaman, H., Erdoğan, Y. (2007). İnternet Kullanımının Türkçeye Etkileri: Nitel Bir Araştırma. *Journal of Language and Linguistic Studies*. 3(2), 237- 249.
- Yanık, A. (2017). *Sosyal Medyada Nefret Söyleminin Temelleri*. Global Media Tr Edition. 8(15). 364-383.
- Yaşa, H.; Öksüz, O. (2020). *Nefret Söyleminin İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği*. Erciyes İletişim Dergisi. 7/2. 1383-1408.
- Yıldırım, A.; Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web*. London: Bloomsbury.
- Zappavigna, M. (2015). *Searchable talk: The linguistic functions of hashtags*. *Social Semiotics*. 25 (3), 1-18. <https://doi.org/10.1080/10350330.2014.996948>
- Zimmer, B. (2011). *Twitterology: A new science?* The New York Times. <https://www.nytimes.com/2011/10/30/opinion/sunday/twitterology-a-new-science.html>
- Zülfikar, H. (1991). *Terim Sorunları ve Terim Yapma Yolları*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

