

Türkiye Türkçesinin Söz Varlığında Yer Alan Kalıplaşmış Sözlerin Politik Söylemdeki Yeri*

The Stereotyped Words in Political Discourse at Turkish Language

Esra DARICI**, Ece KORKUT***

Öz

Politikacılar, geniş halk kitlelerini etkileyebilmek ve onların oylarını kazanabilmek amacıyla farklı ve etkili bir dil kullanmak durumundadırlar. Bu nedenle söylemlerinin etkisini arttırabilmek için birçok yöntemle başvurabilmektedirler. Bu çalışmada 2011 yılında Türkiye’deki üç politik liderin haberlere yansımış doğrudan söylemleri (toplam 7192 adet), kalıplaşmış sözlerin kullanımını açısından taranmış, karşılaştırılmış ve değerlendirilmiştir. Kalıplaşmış sözlerden sadece deyim, atasözü ve kalıp sözler incelenmiştir. Bu kullanımların liderlere göre sıklıkları ve hangi dil düzeylerine (ölçünlü / teklifsiz / argo) ait oldukları, hangi duygu değerini (esenlikli / esenliksiz) taşıdıkları nicelik ve nitelik açısından irdelenmiştir. Çalışmada 2011 yılı politik söylemleri, seçim öncesi ve seçim sonrası olarak da ayrıca incelenmiş ve hem her iki dönem hem de üç lider kendi aralarında karşılaştırılmıştır. Politik söylemde başvurulan kalıplaşmış sözlerin ideolojik ve politik tutuma bağlı olarak geliştirilen söylemlerdeki yeri saptanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, kalıplaşmış sözler arasından en fazla kullanılan deyimler olmuştur. Deyim kullanımına bakıldığında liderlerin, esenliksiz duygu değeri taşıyanları esenlikli deyimlere göre çok daha fazla tercih ettikleri görülmüştür. Yılın 5,5 ayından daha az bir süreyi kapsayan seçim öncesi dönemde, seçim sonrası ile kıyaslandığında liderlerin gözle görülür bir farkla daha fazla deyim kullandıkları gözlemlenmiştir. Liderler kendilerine muhalif olan parti veya liderlere deyimler yoluyla yüklenmeyi tercih etmiştir. Bu yüklenme seçim öncesi dönemde, oylarını arttırmak amacıyla daha fazla gerçekleştiğinden, deyim kullanma sıklığı da artmaktadır. Kalıp sözler, kullanım sıklığı açısından deyimlerden sonra gelmektedir. Liderlerin kullandığı kalıp sözler cenaze vb. gibi katıldıkları toplumsal olayların zorunlu kıldığı söylemlerde daha çok ortaya çıksa da, aynı zamanda ideolojilerini ortaya koyar niteliktedir. Atasözleri ise liderler tarafından özellikle seçim meydanlarında yine muhalif partilere göndermeler yaparken kullanılmıştır. Ancak bu kez çoğu atasözü, verilmek istenen mesaj doğrultusunda değiştirilmiştir. Sonuç olarak, politik söylem içinde kalıplaşmış sözlerin yeri ve işlevi, özel bir anlam ve değer taşıdığından, dikkate değerdir.

Anahtar sözcükler: Politik söylem, kalıplaşmış sözler, Türkiye Türkçesi, dil düzeyleri, duygu değeri

Abstract

Politicians, have to use an effective and different language to effect the people and get their votes. Because of this, they can refer some methods to enhance the effectiveness of their discourses. In this study, it is examined, compared and assessed the usage of stereotyped words in the direct discourses that reflected in the news of three political leaders in 2011 in Turkey. It is only examined idioms, proverbs and formulaic expressions from stereotyped words. The frequency of these uses, linguistic levels (formal / informal / argot), emotional worths (euphoric/dysphoric) are examined in terms of quantity and quality. In the political discourses of 2011, it is also

* Bu makale, 2012 yılında Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü’nde savunulmuş olan yüksek lisans tezinin özeti niteliğini taşımaktadır.

** Okutman, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Türk Dili Bölümü, darici@metu.edu.tr.

*** Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fransız Dili Eğitimi Anabilim Dalı, ekorkut@hacettepe.edu.tr.

researched as before election and after election and both of the periods and three leaders are compared among themselves. It is laboured to determine the place of the stereotyped words that is used in political discourse by ideological and political manner. According to the findings, idioms are the most used one from the stereotyped words. When we look the idiom uses, it is seen that the leaders prefer dysphoric idioms to euphoric idioms. The leaders used much more idioms at before election period (less than 5,5 months), when it is compared with the after election period. They prefer to force the opposition side or leaders via the idioms. This force happens more at before election period than after election period because they want to increase their votes by forcing them and the usage of idioms are also increasing. In terms of frequency of use, formulaic expressions come after idioms. These formulaic expressions usually come up at the discourses when they attend at funeral etc. but at the same time they present the leaders' ideologies. The proverbs are used especially at the election ground to force the opposition side. But at this time lots of proverbs are changed up to the message the leaders want to give. As a result, because of the stereotyped words in political discourse have a special meaning and value, they are significant.

Keywords: Political discourse, stereotyped words, Turkey Turkish, linguistic levels, emotional worth

Giriş

“Türkiye Türkçesinin Söz Varlığında Yer Alan Kalıplaşmış Sözlerin Politik Söylemdeki Yeri” (2012) başlıklı yüksek lisans tezinden hareketle yazılan bu makalede, bir söylem türü olarak politik söylem, inceleme konusu olarak da Türkiye Türkçesinin söz varlığında yer alan kalıplaşmış sözlerden deyim, atasözü ve kalıp sözler seçilmiştir. Ele alınacak kalıplaşmış sözler, kullanıldıkları bağlam ve yer aldıkları söylemlerin oluşturulma koşulları tek tek belirtilerek incelenecektir. Diğer bir deyişle, gündelik sözel iletişimde sıklıkla başvurulan bu türden kalıplaşmış sözlerin politik söylemdeki yeri, sıklığı ve işlevleri inceleme konusunu oluşturacaktır. Politik söylem konusuna geçmeden önce, genel olarak “söylem” kavramını açıklamak, çalışmanın metin çözümlemesinden farkını belirtmek açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle öncelikle, sıklıkla birbirleriyle karıştırılan kavramlardan “metin” ve “söylem” arasındaki farklar açıklanacak, ardından söylemi oluşturan kavramlar belirlenerek örneklendirilecektir.

Metin ve Söylem

Bir “söylem” türü olarak politik söylemin ele alınacağı bu makalede, öncelikle dilbilimleri açısından söylem ile metin kavramlarını ayırt etmek gerekmektedir. Gündelik kullanımda metin yazılı anlatıma, söylem ise sözlü anlatıma göndermede bulunduğu halde, dilbilimsel açıdan bu iki tür anlatım arasında yazılı / sözlü ayrımı yoktur. Farklı dilbilimciler tarafından farklı farklı tanımlanmış olan “metin” kavramı, zaman zaman sözcük veya söylemin eşanlamlısı olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Vitacolonna'ya göre, “(1) yalnızca metin terimini kullananlar, (2) yalnızca söylem terimini kullananlar, (3) metin ve söylem terimlerini eşanlamlı ya da farklı kavramlar olarak kullananlar” (akt. Aksan, Aksan 1991: 92) vardır. Her ne kadar bu iki kavram konusunda, belli bir süre terim kargaşası yaşanmış olsa da, günümüzde bu konuda kesin bir ayırım yapmak mümkündür.

Onursal, metin kavramını “kendisini oluşturan tümce dizilerinin birbirlerine bağdaşıklık ve tutarlılık ölçütleriyle bağlanarak bir anlam bütünü oluşturmasıyla meydana gelen, belli bir amaçla üretilmiş, başı ve sonu kesin çizgilerle sınırlandırılan yazılı ya da sözlü bir dilsel ürün” olarak açıklamıştır (Onursal 2003: 121). Bu tanımda belirtildiği gibi, metni oluşturan birimler tümceledir. Tümce, dilbilgisel açıdan doğru ve eksiksiz bir söz dizisidir. Sözcelem durumuna özgü göstergeler, yani her kullanışta göndergesi değişen “ben”, “şimdi”, “burada” (“diyorum ki”) gibi özel durum belirleyicileri yer almadığı için, metnin tek bir anlamı olduğu kabul edilir.

Söylem söz konusu olduğunda ise, gerçekleşmiş bir dil ürününün sözcelem durumlarıyla, yani yaratılma süreciyle birlikte düşünülmesi gerekmektedir; çünkü söylem, bireyin dili kendi sorumluluğunda ve belli bir iletişim amacı için kullanması sonucunda ortaya çıkar. Bu nedenle de, üretim sürecinin araştırılması, söylemin incelenmesi ve anlamlandırılması aşamasında büyük önem taşır (Onursal, 2003: 124). Söylem ve metin arasındaki ayırım da burada kendisini daha belirgin bir biçimde gösterir. Metin “tümceötesi” bir dilsel ürünün çeşitli düzeylerindeki eklemlemeleri ve bu ürünün biçimsel ve anlamsal olarak oluşturduğu bir bütün olarak tanımlanırken, söylem “sözceötesi” bir özellik taşır.

Örnek:

“Sayın meclis başkanı, sayın milletvekilleri, konuşmamın başında son günlerde yaşanan kaygı verici gelişmeleri - artık sessiz olacaksınız, sıranız gelince konuşursunuz! Bu kaygı verici gelişmeleri özet olarak ifade etmek istiyorum” gibi Meclis toplantısı sırasında konuşan bir milletvekili tarafından üretildiğini varsaydığımız bir söylemde, konuşmanın seyri sırasında bir kesinti yaratan, ancak konuşan kişinin o anda içinde bulunduğu duruma ilişkin bir tepkisi yer almaktadır. Sözcelem durumuyla, yani söylemin üretilme koşullarıyla doğrudan ilişkili olduğu için bu bölüm de söylemin bir parçasıdır. Ancak böylesine bir kesinti, metin söz konusu olduğunda bütünlüğü bozar.

Metni oluşturan birimler tümceyken, söylemi oluşturan birimler sözcedir. Bir anlamda sözcelem, sözcenin üretildiği bağlam ve sürecin adıdır. Bu süreç içindeki, “kim, nerede, ne zaman, kime, neyi söyledi?” soruları sözcelemin çatısını oluşturur. Buradaki beş öge düşünseldir; gerçekte olabileceği gibi olmayabilir de. Bir söz söylenmiş ise sözü kimin söylediğine, sözün muhatabının, yerinin ve zamanının bilinmesi önemlidir. Bu sürecin ürünü ise haliyle sözce olacaktır (Karataş, 2008: 44).

Bütünce ve Yöntem

“Türkiye Türkçesinin Söz Varlığında Yer Alan Kalıplaşmış Sözlerin Politik Söylemdeki Yeri” (2012) başlıklı yüksek lisans tezinde, kalıplaşmış sözlerden deyim, atasözü ve kalıp sözlere politik söylemde ne sıklıkla ve ne şekillerde başvurulduğu, bu sözlerin duygu değerleri ve dil düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada, son yıllarda Türkiye’nin siyaset yaşamında önemli bir yere sahip olan liderlerden Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli’nin 2011 yılına ait, basına yansımış söylemleri veri olarak toplanmış ve nitel / nicel açıdan incelenmiştir.

Veri toplamak amacıyla seçilen liderlerin incelenen söylemleri 2011 yılına aittir. 2011 yılı, çalışma yapılmaya başlandığında o zamana en yakın tamamlanmış yıl olduğu için seçilmiştir. Bu dönemde dikkat çekici olan, yılın neredeyse ortasına denk gelen bir tarihte (12 Haziran 2011) Türkiye’de genel seçim yapılmış olmasıdır. Bu yönüyle de 2011 yılı, seçim öncesi ve seçim sonrası kalıp sözlerin kullanımı açısından da değerlendirilebileceği için dikkate değer bir yıl olmuştur.

Veri toplamak üzere seçilen liderlerin söylemleri, kalıplaşmış sözler başlığı altında deyimler, atasözleri ve kalıpsözler olarak ayrı ayrı incelenmiştir. Özdeyişler ise atasözleri ile birlikte ele alınmış, söylemlerin içerisinde az geçtiğinden dolayı ayrı bir başlık açılmamıştır.

Araştırma ile ilgili veriler www.hurriyet.com.tr sayfasının arşiv bölümünden toplanarak bir bütünce oluşturulmuştur. Sözü edilen internet sitesi, söylemlere ulaşma kolaylığı, internet sayfasının düzenliliği ve Türkiye’nin en eski ve en fazla okunan gazetelerinden birinin internet gazetesi olduğu için seçilmiştir.

İlgili liderin ismi, 2011 yılının her ayı ayrı ayrı olmak üzere arşiv bölümünden aranmış, çıkan sonuçlar tek tek taranarak sadece kalıplaşmış söz içeren *doğrudan* söylemler bütüncüye dahil edilmiş, gazetecilerin öznel yorumunun bulunma ihtimaline karşı dolaylı aktarımlar (aktarımlı söylemler) tezin kapsamı dışında bırakılmıştır. Diğer yandan, sözcelem durumunun ve bağlamın tam olarak anlaşılması amacıyla, bütüncüde yer alan örnek söylem kesitleri, kalıplaşmış sözlerin öncesi ve sonrası ile birlikte alınmıştır.

Amaç

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin güncel politikasında yer alan üç önemli liderin, politik söylemlerinde yer verdikleri kalıplaşmış sözleri nasıl ve ne amaçla kullandıklarını belirlemek, kullanım sıklıklarını ortaya çıkarmak, en çok tercih edilenleri saptamak ve değerlendirmektir. Bunun yanı sıra, muhalefet liderleri ile iktidar liderini; seçim öncesi söylemler ile seçim sonrası söylemleri, yine kalıplaşmış sözler açısından incelemek ve karşılaştırmak da, makalenin amaçları arasında yer almaktadır.

Kalıplaşmış Sözler

Kalıplaşmış sözler, bir dil topluluğunun ortak düşünce sisteminde, ortak kültüründe ve söz varlığında yer alan, biçim ve anlam olarak değişmeden yinelenen sözlerdir: atasözleri, deyimler, özdeyişler, dualar, beddualar, yeminler, küfürler; ayrıca kalıp sözler (ilişki sözleri): selamlama; rica, temenni, teşekkür etme vb. (Aksan 1996: 34).

Büyük Türkçe Sözlük (Türk Dil Kurumu) deyim, atasözü ve özdeyiş sözcüklerini şu şekilde tanımlamaktadır: deyim: “genellikle gerçek anlamından az çok ayrı, ilgi çekici bir anlam taşıyan kalıplaşmış söz öbeği, tabir”; atasözü: “uzun deneme ve gözlemlere dayanılarak söylenmiş ve halka mal olmuş, öğüt verici nitelikte söz, darbimesel”; özdeyiş: “bir düşüncüyü, bir duyguyu, bir ilkeyi kısa ve kesin bir biçimde anlatan, genellikle kim tarafından söylendiği bilinen özlü söz, vecize, ülger, kelimakibar, aforizm, aforizma, motto”. Bu tanımlardan da anlaşıldığı üzere, deyim çok genel ve kapsayıcı bir dilsel kavramdır (örneğin “gafil avlanmak, danişıklı dövüş, rafa kaldırmak”); atasözü ile özdeyiş arasındaki ayrım ise, ilkinin kimin tarafından söylendiğinin belli olmaması ya da unutulmuş olması; ikincisinin ise kaynağının bilinmesidir. Örneğin “Cahile söz anlatmak, deveye hendek atlatmaktan zordur” bir atasözüdür; “Dünyada her şey için, medeniyet için, hayat için, başarı için *en hakiki mürşit ilimdir, fendir*” sözü ise, Atatürk'e ait bir özdeyiştir.

Kalıplaşmış sözler, politik söylemde olduğu gibi, her tür sözel iletişimde de, örneğin ikna etmek, inandırmak, etkilemek gibi farklı amaçlarla ve sıklıkla başvurulan sözlerdir. Bu çalışmada, kalıplaşmış sözlerden sadece deyimler, atasözleri (ve özdeyişler) ve kalıp sözler ele alınmış; bu başlıklar altında, iktidar ve muhalefetten seçilen üç Türk politikacının söylemlerine yer verilmiş ve bu söylemlerde geçen üç tür kalıplaşmış söz anlam, sözdizim, kullanım sıklığı, dil düzeyleri (ölçünlü, teklifsiz, argo) ve duygu değerleri (esenlikli / esenliksiz) açısından açıklanmıştır.

Dil düzeylerinden biri olan argo, belirli bir grup içinde oluşturulmuş, var olan sözcüklere eklenen yeni anlamlar ya da dilin söz varlığına eklenen yeni sözcüklerle ortaya çıkan, toplumsal gruplara ve zamana göre değişkenlik gösteren, dil içinde özel ve kapalı bir dildir¹. Teklifsiz dil, ya da

1 “Bir toplumdaki genelgeçer dilden ayrı, ama ondan türeme olan, belli çevrelerce kullanılan ve herkesçe anlaşılmayan, eğretilmelerin büyük bir yer tuttuğu, kendine özgü sözcük ve deyimlerden oluşan özel dil. Genel olarak teklifsiz, kaba vb. çeşitli konuşma biçimlerini de belirten argo terimi, dilbilimde daha sınırlı bir anlam taşır; ya kapalı bir yaşamı olan ya da kendini gizlemek isteyen bir topluluğun özel anlaşma aracını belirtir.” (Vardar, 1998: 26)

senli benli dil, samimi ilişkide olan konuşucuların yeğlediği bir dil düzeyidir. Ölçünlü dil² ise, görece olarak daha resmi ve toplumun büyük kesiminin anlayıp kullandığı ortak bir dil düzeyidir.

Dilde ve söylemde farklılaşabilen duygu değeri ise, sözcüklerin veya söz öbeklerinin kişilerde uyandırdığı esenlikli (iyi) ve eseniksiz (kötü) algılarla belirir. Örneğin sevgi, dostluk, sadakat, dürüstlük gibi kavramlar esenlikli bir duygu değeri taşıırken, ölüm, yalnızlık, hastalık, ihanet gibi kavramlar eseniksiz değer taşır. Bir konuşucunun belli bir söyleminde hangi duygu değerine ağırlık verdiği, söylemin alıcıda (dinleyicide) yaratacağı etki açısından büyük önem taşımaktadır.

Bulgular

Çalışmamızda Türkiye Türkçesindeki kalıplaşmış sözlerin politik söylemdeki yerinin incelenmesi amacıyla, 2011 yılında Türk siyasetinin üç önemli liderinin bir yıllık söylemleri taranmıştır. www.hurriyet.com.tr sayfasının arşiv bölümünden yapılan aramalar sonucunda, Recep Tayyip Erdoğan'ın adının geçtiği 3.935, Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2.390, Devlet Bahçeli'nin ise 867 haberi bulunmuştur.

Aşağıdaki tabloda, çıkan haberlerden deyim, atasözü ve kalıp söz içeren haber sayıları ve kullanılan kalıplaşmış söz sayıları verilmiştir:

Tablo 1: Haber ve Kalıplaşmış Söz Sayıları

	Toplam haber	Deyim içeren haber	Kullanılan deyim sayısı	Atasözü içeren haber	Kullanılan atasözü sayısı	Kalıp söz içeren haber	Kullanılan kalıp söz sayısı
Erdoğan	3.935	113	151	28	22	51	27
Kılıçdaroğlu	2.390	118	127	17	7	26	12
Bahçeli	867	94	187	4	4	18	10
TOPLAM	7192	325	464	49	33	95	49

Tabloya göre, Bahçeli'nin deyim içeren haber sayısı en az (94) olmasına rağmen (Erdoğan 113, Kılıçdaroğlu 118), kullandığı deyim sayısı (187) diğerlerinden fazladır (Erdoğan 151, Kılıçdaroğlu 126). Atasözü (22) ve kalıp söz (51) kullanımında ise Erdoğan ilk sırada yer almaktadır.

“Deyim” kullanımlarındaki duygu değerlerine bakıldığında, her üç liderin de eseniksiz duygu değeri taşıyanları, esenlikli deyimlere göre çok daha fazla kullandıkları görülmektedir. **Eseniksiz** değer taşıyan deyimlerin oranları, her liderin kendi söylemi ele alındığında sırasıyla şu şekildedir:

Bahçeli: % 81,06

2 Çeşitli yerel ya da toplumsal değişkenliklerin dışında kalan ve dilsel bir topluluğun ortak paydası olarak görülen dil. (Vardar, 1998: 160)

Kılıçdaroğlu: % 67,27

Erdoğan: % 64,74

Bahçeli'nin esenliksiz deyim oranının (% 81,06) diğerlerinden daha fazla olması ve aynı zamanda Meclisteki diğer iki partiye göre daha az oy oranına sahip olması dikkat çekici bir özelliktir. En az oranda esenliksiz deyim kullanan ise (Kılıçdaroğlu ile az sayılabilecek bir farkla) Erdoğan olmuştur. Diğer bir deyişle, esenliksiz duygu değeri taşıyan söylem oranı ile oy oranı arasında ters bir orantı gözlenmektedir.

Üç liderin birbirleriyle karşılaştırmalı olarak esenliksiz deyim kullanım ve yüzdeleri şu şekildedir:

Tablo 2: Esenliksiz Deyim Sayı ve Oranları

	Esenliksiz deyim sayısı	Esenliksiz deyim oranı
Erdoğan	90	% 33,21
Kılıçdaroğlu	74	% 27,30
Bahçeli	107	% 39,48
Toplam	271	

Deyim kullanımına ve teklifsiz dil kullanımına başvurma açısından her liderin kendi söylemi ele alındığında şu sonuçlar karşımıza çıkmaktadır:

Tablo 3: Teklifsiz dil kullanımı sayı ve oranları

	Deyim sayısı	Teklifsiz dil	%
Erdoğan	151	47	31.12
Kılıçdaroğlu	126	46	36.5
Bahçeli	188	58	31.01
TOPLAM	465	151	32.47

Sayısal olarak Bahçeli en çok deyim başvuran (188) lider olup, teklifsiz dil kullanımı en fazla (58) olan liderdir. Kılıçdaroğlu en az sayıda deyim (126) başvuran lider olup, teklifsiz dil kullanımı en düşük (46) olan liderdir. Erdoğan ise, Bahçeli'den az, Kılıçdaroğlu'ndan çok deyim başvurmuş olup; deyimlerdeki teklifsiz dil kullanımı Kılıçdaroğlu ile aşağı yukarı aynı oranda (47) gerçekleşmiştir. Yüzde olarak bakıldığında, teklifsiz dile en çok başvuran Kılıçdaroğlu olmuştur (%36.5). Diğer iki liderin teklifsiz dil kullanım yüzdesi neredeyse aynıdır (Erdoğan % 31.12, Bahçeli %31.01). Üç liderin teklifsiz dil kullanımları karşılaştırmalı olarak incelendiğinde şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır:

Erdoğan: % 31

Kılıçdaroğlu: % 30

Bahçeli: % 38

Üç liderin teklifsiz dil kullanımı oranları arasında büyük farklar olmaması dikkat çekicidir. Bu açıdan, her üç liderin de, halka yakın olma kaygısıyla ya da gündelik dil kullanımındaki seçimlerinin yansımaları olarak bu dil düzeyine başvurdukları sonucuna ulaşılabılır.

12 Haziran 2011 tarihinde Türkiye’de genel seçim yapılmış, parti liderleri de söylemlerinin çoğunda meydanlarda halka seslenmişlerdir. Liderlerin seçim öncesi ve seçim sonrası kullandıkları deyim sıklıklarını incelediğimizde şu şekilde bir tablo oluşturabiliriz:

Tablo 4: Liderlere göre deyim kullanma sıklıkları

	Toplam deyim kullanımı	Seçim öncesi	Seçim sonrası
Erdoğan	295	172 (%58,30)	123 (%41,69)
Kılıçdaroğlu	302	196 (%64,90)	106 (%35,09)
Bahçeli	308	191 (%62,01)	117 (%37,98)
TOPLAM	905	559	346

Yılın 5,5 ayından daha az bir süreyi kapsayan seçim öncesi dönemde, liderlerin gözle görülür bir farkla daha fazla deyim kullandıkları gözlemlenmektedir.

Anlaşılmaktadır ki, liderler genel olarak kendilerine muhalif olan partilere yükledikleri zaman deyimleri daha çok yeğlemektedirler. Bu yüklenme seçim öncesi dönemde, oylarını arttırmak amacıyla daha fazla gerçekleştiğinden, deyim kullanma sıklığı da artmaktadır. Tabloda gördüğümüz bir başka özellik de şudur: Erdoğan’la karşılaştırıldığında, iki muhalefet partisi lideri, seçim öncesinde daha fazla deyim kullanmış, seçim sonrası ise bu oran Erdoğan’ın oranının altına düşmüştür. AKP 9 yıl süren iktidarı süresince seçimlerde hep yüksek oy oranlarıyla iktidara gelmiştir. Bu son seçimde de yine diğer partilerden daha fazla oy almıştır; nitekim birçok haberde rahat bir şekilde iktidara geldiği vurgulanmıştır. Bu da, söylemlerinde muhalefet parti liderlerinin seçim öncesinde daha fazla deyim kullanmasının bir nedeni olabilir. Daha az oya sahip olan muhalefet parti liderleri, iktidardaki partiye daha fazla deyim kullanarak yüklenmekte ve böylelikle oy oranını arttırmayı hedefliyor olabilirler. Bunun yanı sıra, çoğu basın organında muhalefete fazlaca yer verilmediği gerçeğinden hareketle, muhalefetin özlü bir anlatım içinde, halka mal olmuş kalıp sözlere başvurarak etkileyici bir sonuca ulaşmak istemesi, olasılık dahilindedir. Bu çerçevede düşünüldüğünde, ulusların ortak söz varlığı içinde yer alan deyimlerin halka yaklaşma açısından bir önem taşıdığı sonucuna ulaşılabılır. Diğer yandan, deyim kullanmak belli bir dil bilgisinin ve becerisinin de göstergesi sayılabilir. Kaldı ki, deyim kullanma sıklığı belirlenirken, aynı deyim kaç kez kullanıldığı yukarıdaki tablolarda hesaba katılmamıştır. Yani, her liderin çok sık başvurduğu deyimler olduğu düşünüldüğünde, çeşitlilik açısından da farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

Liderlerin kullandığı deyimler arasından en sık kullandıkları şunlar olmuştur:

Erdoğan: adım atmak (15 kez); boyun eğmek, göz yummak, çark etmek (9); el pençe divan (8); kulak tıkamak (7).

Kılıçdaroğlu: dile getirmek (38 kez); hesap sormak (13); köşeyi dönmek (9).

Bahçeli: peşkeş çekmek (14 kez), hesap sormak (10), çamur atmak (7).

Erdoğan'ın kullandığı “adım atmak” deyimini esenlikli bir deyimdir ve deyimün öznisi de genellikle AKP'dir. Erdoğan, 9 yıllık iktidarı süresince neleri icra ettiğini halka anlatmak ve özellikle vurgulamak için bu deyimini tercih etmiş görünmektedir. Kılıçdaroğlu'nun en çok kullandığı “dile getirmek” deyimini ise dilde duygu değeri olmayan bir deyimdir ve bu deyimün de öznisi genellikle CHP olmuştur. Deyimün nesnesi ise genellikle yaşanan sorunlar ve sıkıntılardır. CHP, oy oranı AKP'den sonra en fazla olan ana muhalefet partisidir. Kılıçdaroğlu'nun 38 kez gibi dikkate değer bir sıklıkla tercih ettiği bu deyimini, var olan sıkıntıları halka aktararak bir bilinç oluşturmak için kullandığı düşünülebilir. Bahçeli'ye gelince, dilde eseniksiz bir duygu değeri olan “peşkeş çekmek” deyimini en çok kullandığı deyim olmuştur. Kullandığı deyimlerin %80'i eseniksiz duygu değeri taşıyan Bahçeli, bu deyimini sıklıkla kullanarak iktidardaki partiye yüklenmiş ve onu bu deyimle eleştirmeyi seçmiştir.

Liderlerin kullandığı *kalıp sözler*, anlam ve kullanıldıkları bağlama göre gruplandırıldığında, aşağıdaki tablodaki sonuçlar görülmektedir:

Tablo 5: Kalıp Sözler ve İçerik Sayıları ve Oranları

	Dini inanç	Hayır dua ve iyi dilek	Ölüm sonrası	Selamlaşma ve ayrılık	Özür dileme	Minnet	Beddua	Toplam kalıp söz	Sıklık	Sıklık oran
Erdoğan	13 (%48)	11 (%40)	6	4	1	1	-	27	120	%67,79
Kılıçdaroğlu	4 (%33.3)	3	5 (%41)	-	1	2	1	12	33	%18,64
Bahçeli	3 (%30)	2	3 (%30)	2	1	1	1	10	24	%13,55
TOPLAM	20	16	14	6	3	3	2	49	177	

Kalıp sözler açısından üç lider karşılaştırıldığında elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

En çok kalıp söz (27) kullanan lider Erdoğan'dır. Onu 12 kalıp sözle Kılıçdaroğlu ve 10 kalıp sözle Bahçeli izlemektedir. Kullanma sıklığı açısından, yine Erdoğan (120) ile diğer iki lider (33; 24) arasında çok önemli bir fark gözlenmektedir. Erdoğan Türkiye Cumhuriyeti'nin başbakanı olması nedeniyle birçok olayla ilgili görüşü alınmakta ve söylemleri daha çok haber olmaktadır. Kullandığı kalıp sözlerin diğer liderlerden çok daha fazla olması, haber konusu olan söylem sayısının daha çok

olmasıyla açıklanabilir. Bunun yanı sıra, kullanılan kalıp sözlerin içeriği ve sözcük durumu da önem taşımaktadır.

Erdoğan'ın en çok kullandığı kalıp sözler %48 ile “dini inanç bildirenler” olmuştur. Kılıçdaroğlu'nun en çok başvurduğu kalıp sözler %41 ile “ölüm sonrası” söylenen sözler; Bahçeli'nin en çok kullandığı iki kalıp söz grubu ise “ölüm sonrası” söylenen sözler ve “dini inanç bildirenler” olarak gerçekleşmiştir. Bu veriler, bir taraftan siyasal liderlerin ideolojilerini ortaya koymakla beraber, diğer taraftan katıldıkları (katılmak zorunda oldukları) toplumsal olayların (özellikle cenazeler; “ölüm sonrası söylenen kalıp sözler”) da zorunlu kıldığı söylemlerle ortaya çıkmıştır.

Atasözlerinin duygu değeri açısından üç liderin karşılaştırma tablosu şu şekildedir:

Tablo 6: Atasözleri Ve Duygu Değerleri

Atasözü	sayı	esenlikli	esenliksiz	esenliksiz atasözü oranı
Erdoğan	16	1	15	%60
Kılıçdaroğlu	6	0	6	% 24
Bahçeli	4	0	4	% 16
TOPLAM	26	1	25	

Üç liderin kullandığı atasözlerinin neredeyse hepsinin esenliksiz duygu değeri içerdiği görülmektedir. Deyimlerde var olan tutum burada da değişmemiştir. Liderler esenliksiz atasözlerini kullanarak diğer parti ve liderleri eleştirmiştir. Diğer bir önemli nokta da, atasözlerinin çoğunun liderler tarafından genellikle değiştirilerek kullanılmış olmasıdır. Liderler, söylemlerinde atasözlerinden yararlanırken, bunları çoğu zaman bilinçli bir şekilde değiştirerek, anlatmak istediklerini vurgulamaktadırlar.

Örneğin Recep Tayyip Erdoğan, Kılıçdaroğlu'nun SSK'yı başarı ile yönettiğini söylemesine karşılık, “Halebi orada ise arşın burada” atasözünü “Halep oradaysa arşın evraklarda, belgelerde, burada” şeklinde değiştirmiştir. Kemal Kılıçdaroğlu ise, “Mısır'daki sağır sultan bile duydu” atasözünü, “Mısır'daki sağır sultan bile CHP'nin halkın partisi olduğunu biliyor”, “Sağır sultanın bile duyduğu yolsuzluklara kulağını tıkama” şeklinde dile getirmiştir. Devlet Bahçeli de “Yavuz hırsız ev sahibini bastırır” atasözünü şu şekilde değiştirerek seçmenlerine seslenmiştir: “Ev sahibini bastıran yavuz hırsız misali, zamlara yönelik tepkilere hiddetlenen bu zihniyetin, ‘sigara içmezsin olur biter’, türünden açıklamalara sığınması tam anlamıyla çirkefliktir.”

Sonuç

Bu makalede elde edilen tüm verilerden hareketle genel bir sonuç ortaya koymak gerekirse, öncelikle politik söylem içinde kalıplaşmış sözlerin yerinin ve işlevinin dikkate değer olduğu, özel bir anlam ve değer taşıdığı söylenebilir. Politik liderlerin, kitleleri etkilemek ve kendilerine çekmek amacıyla, dilin söz varlığı içinde yer alan ve ortak kültürü temsil eden kalıplaşmış sözlere sıklıkla başvurdukları anlaşılmaktadır. Diğer yandan, liderler tarafından yeğlenen ve yinelenen kalıplaşmış

sözler, onların siyasal ve ideolojik kimliklerini, tutumlarını, duruşlarını ortaya koymaktadır. Her politik lider, ait olduğu ideolojiyi dolaylı veya doğrudan olarak genel alıcılara (tüm vatandaşlar ve seçmenler), özel olarak da hedef kitlesine iletirken bu kalıplaşmış sözlere bilinçli olarak başvurmakta, hatta bazı durumlarda kalıplaşmış sözlerde değişiklikler yaparak inandırıcılıklarını artırmaya ve dikkat çekmeye çalışmaktadırlar. Politik söylemde politikacılar, kendilerine muhalif olan partileri veya liderleri çoğu zaman esenliksiz deyim ve atasözleri kullanarak eleştirmekte ve onlara bu yolla yüklenmektedirler. Liderlerin kullandığı esenliksiz deyim ve atasözlerinden bazıları şunlardır: “çamur atmak”, “defterini dürmek”, “zıvanadan çıkmak”, “çark etmek”, “dil uzatmak”, “düt yemiş bülbüle dönmek”, “Bekâra karı boşaması kolaydır”, “Yarası olan gocunur”, “Takke düştü kel göründü.”

Bu açılardan düşünüldüğünde, belli bir liderin politik söyleminde yer alan kalıplaşmış sözler bütünüünün özellikleri o lidere ait bilgi verici niteliktedir ve kitleleri olumlu ya da olumsuz yönde etkileme açısından büyük bir önem taşır. Bu makalede kalıplaşmış sözlerden yalnızca üçü ele alınmıştır, ancak diğer kalıplaşmış söz türlerinin kullanımının da incelenmesi, kuşkusuz politik liderlerin tutum ve konulanmaları hakkında daha çok bilgi verecektir.

Kaynakça

- Aksan, D. (1996). *Türkçenin Sözvarlığı*, Ankara: Engin.
- _____ (1995). *Her Yönüyle Dil. Ana Çizgileriyle Dilbilim*, Ankara: TDK.
- Aksan, M., Aksan, Y. (1991). Metin Kavramı ve Tanımları. *Dilbilim Araştırmaları* 1991, 90-104. Ankara: Hitit Yayınevi.
- Aksoy, N. Berrin (2002). Siyaset Dili ve Çevirisi. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19/1: 1-10.
- Aksoy, Ö. A. (2010). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü 1 / Atasözleri Sözlüğü*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- _____ (2010). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü 2 / Deyimler Sözlüğü*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Alagözlü, N.; Şahin, S. (2010). Siyasi Söylemde Güç ve Edimsel Kullanım Biçimleri. *Türkbilig Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, 20: 12-36.
- Darıcı, Esra (2012). Türkiye Türkçesinin Söz Varlığında Yer Alan Kalıplaşmış Sözlerin Politik Söylemdeki Yeri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gökdayı, H. (2008). Türkçede Kalıp Sözler. *Bilig*, 44: 89-110.
- Karataş, Y. (2008). *Metin İncelemesinde Söylembilim Yöntemi “Binbir Gece Masalları Üzerine Bir Uygulama”* Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Kıran, Z., Kıran, A. (2010). *Dilbilime Giriş*, Ankara: Seçkin Yay.
- Onursal, İ. (2003). Türkçe Metinlerde Bağdaşıklık ve Tutarlılık. *Günümüz Dilbilim Çalışmaları* içinde (yay. haz: Prof. Dr. Ayşe Kıran, Doç. Dr. Ece Korkut, Dr. Suna Ağıldere), 121-132. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Türk Dil Kurumu. *Bilim ve Sanat Terimleri Ana Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu. <http://www.tdk.gov.tr>
- Türk Dil Kurumu. *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu. <http://www.tdk.gov.tr>
- Vardar, Berke (1998). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: ABC Kitabevi.