



Mükemmeli Adlandırma Yöntemi Olarak Türkçede Paragonlar: Tanım, Şekillenme Özellikleri ve İşlevleri

İsa SARI*

Özet

Paragonlar, bir türün/kategorinin en mükemmel, en kusursuz veya en ideal ya da bunların tam aksine en kötü örneklerini temsil eden dil unsurlarıdır. Bu mükemmelliği veya en kötü olma durumunu, diğer bir ifadeyle, uçlara konumlandırılmış bulunmayı ifade etme işlevi yüklenen yapılar olarak dilde kullanım alanı bulurlar. Varlıklar, kavramlar veya olgular arasında çeşitli karşılaştırmalar yapmak ve bir varlığı, kavramı veya olguyu başka bir varlık, kavram veya olguyla mukayese ederek tanımlama noktasında paragonlardan faydalanılabilir. Daha çok metaforik/metonimik kullanımlar içerisinde değerlendirilen paragonlar genellikle kişi adları, marka/model adları, yer adları gibi özel adlardan oluşturulsa da önemli tarihler veya en üst makam, mevki veya ünvan ifade eden genel adlar da paragonlaştırılabilir. Paragonlaştırılan bir unsur aynı veya farklı kategorilerden üyelerin veya olguların mukayese edilmesinde ve tanımlanmasında kullanılarak dinleyici/okur üzerinde daha etkili ve kalıcı bir aktarım işlevini yerini getirir. Genellikle [bir şey(ler)in X'i] formülüyle kullanım şeması şekillenen ancak bu şema dışında farklı yapılanmalarla da gerek yazılı gerek sözlü dilde ortaya çıkabilen paragonlu ifadeler iletişimde çeşitli işlevleri yerine getirirler. Bu çalışmada öncelikle, Türkçe ve Türk dil bilimi araştırmaları kapsamında yeni bir terim olma niteliği taşıyan paragon tanımlanıp açıklandıktan sonra ad bilimindeki yerine değinilmiş, Türkçede yer alan örneklerden hareketle paragonların nasıl şekillendikleri, dilde ve iletişimde ne gibi işlevleri yerine getirdikleri, yapısal ve anlamsal özellikleri, sınıflandırmalarının nasıl yapılacağı gibi hususlar irdelenmiştir.

* Doç. Dr., Hitit Üniversitesi, ROR ID <https://ror.org/01x8m3269>
isasari@hitit.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3766-1438>



Bunların yanı sıra paragonlaştırılmaya elverişli unsurların neler olduğu ve bunların hangi etkenlere göre belirlendikleri, kalıcılıkları, değişebilirlikleri, bilinirlikleri, derecelendirilmeleri gibi konulara da değinilmiş, çeşitli örneklerle birlikte paragonların veya paragonlaştırılan unsurların karakteristikleri aktarılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: paragon, karşılaştırma, mükemmel örnek, metafor

Paragons in Turkish as a Method of Naming Excellence: Definition, Formation Properties and Functions

Abstract

Paragons are linguistic elements that represent the most perfect, flawless, or ideal examples of a genre/category or, on the contrary, the worst examples. They are used in language as structures that have the function of expressing this perfection, or worst state of being, in other words, being positioned at the extremes. Paragons can be used to make various comparisons between entities, concepts, or phenomena, and to define one entity, concept, or phenomenon by comparing it to another entity, concept, or phenomenon. Although paragons, which are mostly evaluated within metaphorical/metonymical uses, are generally formed from proper names such as personal names, brand/model names, and place names, important dates, or general names expressing the highest authority, position, or title can also be paragoned. A paragoned element is used to compare and describe members or phenomena from the same or different categories, and thus performs a more effective and permanent transmission function on the listener/reader. Paragonic expressions, usage scheme of which is usually shaped by the formula [X of something(s)], but which can also appear in both written and spoken language with different structures other than this scheme, fulfill various functions in communication. In this study, firstly paragon is defined, and based on Turkish examples, issues such as how paragons are shaped, what functions they fulfill in language, and communication, their structural, and semantic features, and how to classify them are examined. In addition to these, issues such as what are the elements that are suitable for paragoning, and according to which factors they are determined, their permanence, changeability, recognition, grading, etc. have also been mentioned, and characteristics of paragons have conveyed with various examples.

Keywords: paragon, comparison, perfect example, metaphor



Ad bilimi (onomastik), adların sınıflandırılması ve incelenmesi noktasında gerek dil bilimsel gerek sosyolojik bakış açılarıyla şekillenen çeşitli yaklaşımlar gerektirir. Adların tarihsel oluşum ve gelişim süreçleri, sosyokültürel nitelikleri, yayılma alanları, yapıları, işlevleri, kullanım özellikleri gibi hususları inceleyen bu çalışma alanı, kavramlarla ve kavram bilimi ile doğrudan ilişkilidir (Vardar, 2002, s. 12; İmer vd. 2011, s. 12; Keskin, 2021, s. 55) ve disiplinler arası çok yönlü incelemelerle dil konuşurları ile ilgili kültüre dair çeşitli detayların ortaya çıkarılmasında önemli veriler sağlayabilir (Algeo ve Algeo, 2000). Paragonlar da bu disiplin kapsamında alt başlık olarak incelenebilecek ad bilimsel bir kategori olarak tanımlanabilir ve özel ya da daha az oranda genel adların nasıl paragonlaştıkları, toplumsal algı inşasında nasıl bir öneme sahip oldukları farklı yönleriyle değerlendirilebilir.

Diller varlık, olgu veya kavramların birbirleriyle ya da benzerleriyle mukayeselerini gerçekleştirmek ve bu mukayeselerin gerek söz yoluyla gerek yazıyla ifade edilip başkalarına aktarılmasını sağlamak üzere çeşitli araçlara sahiptirler. Bu hususta Türkçede biçim bilgisi düzeyinde ekler veya derecelendirme zarfları gibi unsurlar üzerinden, diğer söz dizimsel süreçlerle ya da bazı sözlüksel öğelerle karşılaştırmalı yapıların kurulması, böylelikle varlık, olgu veya kavramlar arası karşılaştırmalar yapılması mümkündür. Öte yandan mukayesede bir türün ya da kategorinin en üstün veya zirvesindeki üyesinin/ bireyinin öne çıkan husus ve niteliklerini dilde ifade etmek ve gerek olumlu gerek olumsuz durumda fark etmeksizin uç noktalara konumlandırılan unsurları tanımlamak için de çeşitli dilsel süreçler ve mekanizmalar mevcuttur. Bu noktada, herhangi bir adı niteleyen sıfatı *en* parçacığı ile genişletmek bu sürecin işletilmesinde ve uç örneklerin veya sınırlara konumlandırılan kategori üyelerinin tanımlanmasında yaygın yöntemlerden biridir. Böylece karşılaştırılan unsurlar arasında üstünlük ve de en üstünlük derecelendirmeleri ile bunların mukayeselerini dil yoluyla kurulup aktarılabilir. En üstünlüğü veya en uçlara konumlandırılan varlık ve olguları dil üzerinden ifade etmenin yollarından biri de Türkçede mükemmel örnek veya kusursuzluk örneği olarak nitelendirilebilecek, paragon terimi etrafında tanımlanan genelleşmiş adları ve bu işlevle söz diziminde yer alan diğer sözlüksel unsurları kullanmaktır.¹

¹ *Paragon* için Türkçede herhangi bir terim karşılığı yer almamaktadır. Bununla beraber konunun evrensel literatür nezdinde daha iyi anlaşılması ve terim birliğinin sağlanması bakımından çalışmada bu terim için herhangi bir Türkçe karşılık teklifinde bulunulmayacak, mevcut şekliyle kullanılması tercih edilecektir. Her ne kadar yukarıda da belirtildiği üzere *kusursuzluk örneği*, *mükemmel örnek* gibi karşılıklar ya da *emsal*, *timsal*, *numune-i imtisal* gibi sözlüksel unsurlar kullanılabilir veya terimin bire bir sözlüksel karşılıkları olabilecek *bileği taşı/mihenke taşı* öbekleri tercih edilebilir görünse de bunların tamamı *paragon* teriminin kapsamını karşılamaktan ve tam olarak anlaşılmasını sağlamaktan uzaktır.

Amaç, Kapsam, Yöntem ve Veri Kaynakları

Bu çalışmada öncelikle, bir türün veya kategorinin ortalama örneğini karşılamaktan farklı olarak genellikle en mükemmel, en kusursuz veya en ideal örneğini metaforik ilişkilerle de ilintili bir şekilde dilsel yolla temsil etme işlevi yüklenmiş unsurları tanımlamada kullanılan *paragon* kavramının Türk dili çalışmaları literatürüne tanıtılması ve çeşitli örnekler etrafında açıklanması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak gerek yazılı kaynaklardan gerek konuşma dilinden elde edilmiş ya da sonradan türetilmiş bağlamlardan hareketle oluşturulan çeşitli örnekler üzerinden paragonların genel özellikleri irdelenmiş ve paragonların iletişimdeki işlevleri ile bunları ortaya çıkaran unsurların sınıflandırmaları yapılmıştır. Çalışmada ayrıca paragonların şekillenme süreçlerine, değişebilirliklerine veya kalıcılıklarına, bu durumlarını belirleyen ve etkileyen hususlara da temas edilmek yoluyla iletişimdeki yeri ve önemine değinilmiştir. Bunların yanı sıra çalışma kapsamında paragonların türleri veya alt kategorileri ile söylemdeki işlevlerinin neler olabileceği gibi araştırma sorularına cevap aranmış, konuyla ilgili yapılacak daha kapsamlı çalışmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Çalışma, Standart Türkiye Türkçesi ile sınırlı tutularak veriler dijital mecralardan seçilmiş ve konunun daha iyi aktarılabilmesi amacıyla yer yer tasarlanmış örneklerle de başvurulmuştur (bu tür örneklerde herhangi bir atıf bulunmamaktadır). Öncelikle genel ağ üzerinde yer alan çeşitli veri ortamları (gazete sayfaları, sosyal medya platformları, forumlar vd.) ve ilgili diğer kaynaklar üzerinden veri taraması gerçekleştirilmiş, toplum geneline yayılmış örnekler temsil edilebilirlik bakımından ön planda tutulmuştur. Ancak yukarıda da belirtildiği üzere, konunun daha iyi anlaşılmasının sağlanmasına yönelik olarak, yazar tarafından tasarlanmış bazı kurgu örneklerle de yer verilmiştir.

Bir Terim Olarak Paragon ve Kapsamı

Eski Yunanca *parakonan* “sürünmek, sürtünmek” fiilinden geliştiği düşünülen *paragon* sözcüğünün özgün sözlük anlamı “bileği taşı”dır (Athanasidou, 2023, s. 1-2). Bu sözcük anlam ilişkileri, ayrıca kullanım amaçları yönüyle Türkçede değerli madenlerin kalitesinin belirlenmesinde kullanılan taş türünü tanımlayan *mihen* taşı ile de bu bakımdan bağlantılıdır.² Bir kategori/terim olarak dil biliminde paragonlar ise mükemmellik ya da kusursuzluk örneklerini ifade etmede kullanılan modellerdir (Athanasidou, 2023, s. 1). Bir varlığın, kavramın, düşüncenin ya da herhangi bir olgunun en mükemmel (kusursuz) ya da idealize edilmiş örnekleri paragonlar veya paragonlaştırılmış

² *Mihen* taşı ifadesi ayrıca metaforik olarak bir varlığın veya kişinin değerinin dilde ifadesinde başvurulacak yollardan biridir. Bunun yanı sıra *kilometre taşı* da benzer amaçla kullanılan (krş. İngilizce *milestone*) sözlüksel bir ifade hâlini almıştır: *Türk edebiyatının mihen taşlarından/kilometre taşlarından biri sayılan... gibi.*



unsurlar aracılığıyla ifade edilebilir ve bunlar aynı türün ya da kategorinin diğer bireyleri/unsurları için örnek oluşturabilecek, timsal sayılabilecek niteliktedir. Diğer bir ifadeyle belirli bir tür, grup veya kategori içinde bu tür, grup veya kategorinin diğer katılımcılarına/bireylerine kıyasla emsal teşkil edebilen, rol-model konumundaki unsurlar, söylemde paragon olarak işlev görürler ve bunlar derecelendirmede en ideal veya en üst konumda yer alan biçimleri temsil ederler. Paragonlar genellikle olumlama yönleriyle ön planda bulunur. Ancak bazı unsurlar olumsuz yönleriyle, diğer bir ifadeyle, en olumsuz örnekleri teşkil etmeleri bakımından da paragon hâlini alabilir. Dolayısıyla her durumda olumlama işlevleri ile ifadelerde yer almayabilirler.

Paragonlar genellikle metafor veya metonimi çalışmaları içinde ele alınıp dilin figüratif kullanımıyla ilişkilendirilirler (bk. Barcelona, 2003; Brdar ve Brdar-Szabó, 2007; Ruiz de Mendoza Ibáñez, 2020; Athanasiadou, 2023). Paragonlar bir bakıma metafor veya metonimi örnekleridir. Lakoff (1987, s. 87-88), kategorilerin bir ideali ya da onun karşıtını temsil eden tekil üyeler açısından kavrandığını, bu sebeple “en iyi on” veya “en kötü on” gibi listelerin, yüksek skor tablolarının, akademi ödülllerinin, *Guinness Rekorlar Kitabı*’nın ve benzeri unsurların bulunduğunu, “elektrikli süpürgelerin Cadillac’ı” gibi ifadelerin var olduğunu belirtir. Bunun yanı sıra temel eylemlerimizde daima paragonları model aldığımızı da savunarak paragonların karşılaştırma yapmak amacıyla, ayrıca davranış modelleri olarak kullanıldığını ifade eder (1987, s. 367). Barcelona (2004, s. 363) ise bir paragonun metonimik olarak kategoriyi tek başına temsil edebileceğini savunur. Tüm bu sebeplerle paragonların bir tür, kategori veya grubun uç noktalara konumlandırılan örneklerini dilde ifade edip aktarmaları yönüyle söylemde önemli bir anlamsal ve ilişkisel rol üstlendikleri ve bu rolleri dolayısıyla ifade olanaklarını çeşitlendirdikleri belirtilmelidir.

Paragonların Şekillenme Süreçleri ve Genel Özellikleri

Paragonların şekillenme süreçleri ve dilsel düzeyde karakteristikleri, ilgili literatürde herhangi incelemeye veya değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Genel itibarıyla dilin mecazî ya da temsili kullanım örnekleri arasında yer alan paragonlar (paragonlaştırılmış adlar ve ilgili diğer dil unsurları) çoğunlukla bir türün kendi içinde en iyisini, en kalitelisini, en güzelini, en üstününü kısaca en mükemmeli (kusursuzunu) temsil etmeleri ya da başkaca olumlu veya olumsuz yönleriyle en uça konumlandırılmaları bakımından diğerlerinden ayrışır. Bu sebeple paragonlaştırılan unsurlar ve üyeler daha akılda kalıcıdır, daha popülerdirler, daha fazla kişi tarafından bilinip tanınırlar ve zaman içinde unutulmaları türün diğer unsur ve üyelerine göre ya daha geç gerçekleşir ya da hiç gerçekleşmez. Olumluluk düzleminde idealize edilmiş olmaları, çeşitli yönleriyle ulaşılması istenen veya karşılaştırmalarda kulla-



nılan biçim hâlinde bulunmaları veya bu durumların tam aksini karşılamaları paragonları aynı türün diğer bireylerinden ayırır. Dolayısıyla kullanıcıların veya konuşurların zihninde paragon olarak yer alan adlar idealize edilmiş, adı geçen türün en mükemmel ve ideal örneğini temsil eden ya da tam aksine olumsuz içerikleri veya nitelikleri yönüyle en kötü örnekleri oluşturup bu yönüyle uçlarda yer alan unsurlardır. Bu tür unsurlar bir bakıma varlık, kavram veya olguların birbirleriyle mukayeselerinde esas alınan örnekler, timsaller durumundadırlar.

Aynı türe/kategoriye ait unsurlar arasında karşılaştırma yapmak veya zıtlık oluşturmak için paragonlardan faydalanılabilir. Bu bağlamda söz gelimi (1)'de yer alan bağlamda *gül* doğrudan paragon olarak kullanılmamış, *paragon* sözcüğü (her ne kadar Türkçede yaygın olarak kullanılmasa dahi) kendi başına mükemmel ya da ideal olma, emsal teşkil etme durumuna göndermede bulunmuş, ilgili kategorinin (çiçek) en iyi temsil yeteneğine sahip üyesini açıklama işlev ve içeriğiyle söylemde yer almıştır.

(1) Çiçeklerin paragonu güldür.

Bu kapsamda, ilgili bağlam içerisinde *gül*'ün paragon konumunda yer almasının konuşur veya yazar tarafından vurgulanmak istenmesi durumunda en üst düzeyde konum, makam veya rütbe temsil eden *şah*, *sultan*, *kraliçe* gibi ünvana yönelik ifadeler de tercih edilebilir (2) ve böylece ilgili adlar paragonlaştırılabilir. Paragonlaştırılan bu adların ortaya çıkışında ve bunlardan hangilerinin tercih edileceği noktasında, geri planda çeşitli anlamsal roller ve tanımlamalar etkindir. Zira *gül* çoğunlukla bir dişi olarak algılanır ve bu sebeple yine aynı dişilik içeriğini barındıran *sultan* veya *kraliçe* gibi unsurlar çoğunlukla tercih edilebilir. Bu durum paragonların şekillenmesinde genel bir eğilim olarak gözlemlenir. Sözlüksel anlamı itibarıyla en tepede konumlandırılan ünvanların aynı zamanda paragonlaştırılmaya en elverişli sözlüksel unsurlar arasında olduğu belirtilmelidir. Bu noktada metaforik olarak çeşitli benzetme ilişkileri üzerinden gönderimlerin, temsillerin ve yakıştırmaların etkin olduğu açıktır.

- (2) a. Yüzyıllardır ilham kaynağı, çiçeklerin kraliçesi olan gülin, sınır tanımazlığı ile yaratılan eşsiz bir tasarım. (Vakko, 2024)
b. Gül, ilahî ve beşerî güzelliğin yansıdığı nadide bir çiçektir ve bu yönüyle çiçeklerin sultanı; sevgilinin, aşkın sembolü ve şairlerin ilham kaynağı olmuştur. (Zeytinburnu Tıbbi Bitkiler Bahçesi, 2007)

Bu tür unsurların veya genel adların kullanımının yanı sıra bazı marka adları, kişi adları, yer adları gibi özel adlar da paragonlaştırılabilir. Paragonlaştırılan bu tür adlar, terimi en iyi tanımlayan ve açıklayan örnekler arasında yer alır. Ayrıca *ilah/Allah* gibi özel adlar ya da *nirvana* gibi inanışa yönelik



bazı unsurlar da [*Bir şeyin*] ilahı veya [*Bir şeyin*] nirvanası (ör. *Karavanların nirvanası* (Avcı, 2020) gibi bağlamlarda paragonlaştırıcı unsur olarak söylemde yer alabilir. Bir unsurun veya adın paragon hâline dönüştürülmesi için hem konuşur hem de dinleyici tarafından bilinirlik vasfı taşıması, yerel ya da uluslararası düzeyde toplum belleğinde yer alması, tanınması ön şarttır. Bu kapsamda zaman zaman tüm dünyaca tanınan, bilinen, öne çıkmış her türlü belirleyici ve örnek teşkil eden varlık, kişi, tarih veya kavram örneğin sporcular, sanatçılar, hükümdarlar, önemli tarihler, otomobil markaları veya daha farklı modeller paragonlaştırılabilir. Söz gelimi *orkide* örneğinden hareketle (3)'te yer alan bağlam içerisinde *Ferrari* tanınırılık, lüks göstergesi olma, temsiliyet niteliği taşıma gibi yönleriyle paragonlaştırılabilir. Böylece çiçek türünün/kategorisinin bir üyesi olarak *orkide*, otomobil kategorisinden bir üye ile ilişkilendirilmiş olur. Bambaşka bir kategorinin üyesi olan *orkide*, anılan paragonlaştırılmaya esas nitelikleri sebebiyle öne çıkarılan *Ferrari* paragonu ile bağdaştırılmıştır.

(3) [Ç]içeklerin ferrarisi, canım nergis. (Ekşi Sözlük, 2023)

Özel ya da genel herhangi bir ad paragonlaştırılabilir. Bunda temel ölçüt ise paragonlaştırılan adın tür içinde, yani işlev ve nitelikleri itibarıyla benzerleri arasında mükemmel veya kusursuza en yakın olma niteliğini ya da idealleştirilecek bir veya birkaç vasfı barındırması, benzerleri içinde en üst kademedeki bulunması, diğer üyeler için emsal teşkil etme potansiyeli taşıması veya başkaca özellikleri dolayısıyla üst noktalarda, uçlarda konumlandırılmasıdır. Özel adlar (marka adları, model adları, kişi adları, yer adları vs.) paragon işleviyle kullanılabilirken özel adlar dışında anlam bilimi ile ilişkili olarak ünvanlar, tarihler veya başkaca cins adlar da paragon olarak söylemde yer bulabilmektedir. Bu kapsamda (4a)'da *şah* paragonlaştırılmış iken (4b)'de ise *kral* sözcüğü paragon olma işlevi kazanmıştır. Bundan hareketle en üst düzeydeki makamlar veya ünvanlar söylem içerisinde paragonlaştırılma eğilimindedir. Bu tür kullanımlarda paragonlaştırılan makam veya ünvanların en tepede konumlandırılma durumları ön plandadır. Bu sebeple (4a)'da *baklava*, konuşur açısından diğer üyelerine kıyasla ilgili kategorinin (tatlı) en önemli, en lezzetli olanı iken (4b)'de *Rüşti* kaleci kategorisi içinde yetenekleri ve bilinirliği dolayısıyla en tepede konumlandırılmaktadır. Yaygın kullanım alanına sahip *şairlerin sultanı* (*sultânü 'ş-şuarâ*) yapısında ise *sultan* paragonlaştırılmış durumdadır (4c).

(4) a. Tatlıların şahı, bayramların vazgeçilmezi baklavanın adı da [...] (Facebook, 2021)

b. [B]ir zamanlar hakan kalecilerin kralı rüşti gittikleri yerde yadak kaldılar. (Haber7, 2007)

c. Şairlerin sultanı Baki'nin beyitleri ve anlamları. (Fikriyat, 2020)



Özel adlar tek bir gönderene sahip olmaları sebebiyle genel adların aksine gerek biçim bilgisi gerek söz dizimi düzeyinde çeşitli kısıtlamalara tabidirler. Ancak bu ad türü, daha çok olarak da kişi adları veya yer adları paragonlaştırıldıklarında türetime girmeme, çoğullaştırılamama gibi türe ait kısıtlamalardan sıyrılarak hem biçim bilgisel hem de söz dizimsel olarak cins adlar gibi davranabilirler. Bu kapsamda örneğin *Venedik* özel adı (5a)'da bu tür kısıtlamalardan kurtularak söz dizimi ve biçim bilgisi yönüyle cins adına dönüşmüş, (5b)'de ise bir bakıma sıfatlaşmıştır. Bu bağlamlarda *Venedik*, içinden kanallar geçen, pek çok adanın köprülerle birbirine bağlandığı ve bu yönüyle mükemmel örnek teşkil bir şehir olması yönüyle ön plandadır.

- (5) a. Azıcık Venedikleştirmek gerek burayı.
b. Eskişehir Türkiye'nin en Venedik şehri.

Kişi adlarının veya marka adlarının paragonlaştırılması durumunda da bu tür kısıtlamalar ortadan kalkar ve paragonlaştırılan bu adlar genel adların sahip olduğu tüm özellikleri göstermeye başlarlar. Örneğin (6)'da yer alan *Arda Turan* özel ad grubu, futbolda ön plana çıkan ve diğer futbolculara kıyasla çevikliği, fazla sayıda gol atması, pek çok yıl en iyi futbolcu seçilmesi, dünyaca tanınır olması gibi özellikleri dolayısıyla paragonlaştırılmış ve çekimlenmiştir.

- (6) Türkiye nice Arda Turan'lar yetiştirecektir.

Paragonlar birbirleriyle rekabet içinde bulunabilir. (6)'da yer alan bağlamda aynı özelliklerle ön plana çıkan, bazıları vefat etmiş pek çok futbolcu adı paragon işleviyle kullanılabilir: *Sergen Yalçın*, *Emre Belözoğlu*, *İlhan Mansız*, *Metin Oktay* gibi. Bunlardan hangisinin söylemde tercih edileceği ise güncel veya gündemde olma, konuşur ve dinleyen tarafında aynı anda bilinir/tanınır olma gibi farklı etkenlere bağlıdır. Ayrıca konuşur ve dinleyenin yetişme ortamları, bilgi düzeyleri, yaşları, hayat tecrübeleri gibi hususlar da paragonlaştırılacak rakip unsurlardan hangisinin tercih edileceğini doğrudan belirleyen hususlar arasındadır. Dolayısıyla birden fazla ad aynı konumda paragonlaştırılabilir. Örneğin ilgili bağlamda *Metin Oktay* adlı futbolcunun kendi döneminde söz gelimi *Arda Turan*'a kıyasla daha başarılı olmasına rağmen konuşurun bu futbolcu hakkında bilgi sahibi olmaması, kendisini tanımamış olması gibi sebeplerle paragonlaştırılmaya elverişli değildir. Dolayısıyla paragonlaştırılacak adlar birden fazla miktarda bulunabilir ve bunlar arasında farklı sebeplerle tercihte bulunulabilir. Bu noktada paragonların kalıcılıkları, dönemden döneme değişebilirlikleri gibi durumlar söz konusudur.

Paragonların şekillenmesinde farklı kategoriler veya türler içinde gönderimde bulunulabilir. Diğer bir ifadeyle bir kategorinin veya türün en mükemmel veya ideal örneğini tanımlamada farklı bir kategoriden bir kişi, ürün, mar-



ka veya model tercih edilebilir. Yani kategoriler arasında ilgi yönüyle uzaklık bulunabilir ancak bu durum paragonlaştırmaya engel değildir. Bu kapsamda (7a)'daki bağlam içerisinde *Ronaldo* adı tamamen ilgisiz bir kategoride (otomobil) yer alan bir bireyi mükemmelleştirmede tercih edilmiştir. Ancak bu tür kullanımlarda, geri planda, paragonlaştırılan unsur bir bütün olarak değil de unsurun bir veya birkaç yönü itibarıyla benzetme ve bu yönleriyle mükemmelleştirme/kusursuzlaştırma biçimlendirilmeye esas bulunabilir. Dolayısıyla (7a)'da *Toyota* markası örneğin dayanıklılık yönüyle *Ronaldo* ile ilişkilendirilmiş olabilir. Bu ilişkinin anlaşılıp çözümlenebilmesi ise konuşur ile dinleyici(ler) arasındaki ortaklıklarla ve bilgi birikimiyle bağlantılıdır. Bu kapsamda *Ronaldo*'nun dünyaca ünlü bir futbolcu olması futbolla ilgilenmeyen kimseler de dâhil olmak üzere hemen herkesçe bilinen bir hususken, onun dayanıklılığı detay düzeyinde bir bilgidir. Bu sebeple *Toyota* markalı araçların dayanıklılık yönüyle *Ronaldo* ile ilişkilendirilip paragonlaştırılması ve bu ilişkinin anlaşılıp çözümlenmesi konuşucu (yazar) ile dinleyicilerin (okuyucuların) benzer ilgi alanlarına ve bilgi birikimine sahip olmalarıyla mümkündür. Benzer olarak (7b)'de ise paragonlaştırılan bir cep telefonu üreticisi/markası iken (*Apple*) söz konusu esas unsur (burada *Liebherr*) bir buzdolabı markası olabilir. Burada *Apple*'ın konuşur ve dinleyici için neler ifade ettiği, algısal olarak nereye konumlandırıldığı ve hangi nitelikleri taşıdığı da teknolojik (donanımlı olma), ekonomik (pahalı olma), sosyokültürel (statü göstergesi olma) veya kullanışlılık, dayanıklılık vb. arka plan bilgilerine bağlıdır.

- (7) a. Ahmet Bey'e göre otomobillerin *Ronaldo*'su *Toyota*'ymış.
b. Türkiye'de pek bilinmese de *Liebherr* buzdolaplarının *Apple*'i bence.

Bununla beraber (7b)'te yer alan örnek, benzer kategoriler (cihaz-cihaz / marka adı-marka adı) arasında şekillenirken (7a)'da çok farklı kategoriler (kişi adı-otomobil üreticisi / kişi adı-marka adı) arasında paragonlaştırma gözlemlenmektedir. Bu da paragonlaştırmanın sadece aynı tür veya kategori içinde değil farklı türler veya kategoriler arasında da ortaya çıkabileceğini göstermektedir.

Benzetme veya parça-bütün ilişkisinden farklı olarak paragonlar karşılaştırmada en üst seviyede yer alırlar. Bu noktada (7a) ve (7b) gibi bağlamlarda yer alan kullanımlarda (7a)'daki bir benzetimden ibaretken (7b)'deki kullanım paragon örneği oluşturur. Bunların çözümlenmesinde söz konusu unsurlara dair arka plan bilgisi gereklidir. Dolayısıyla dinleyici için nitelikleri kodlanmamış bir paragon anlaşılamaz ve çözümlenemez olacaktır. (8)'de yer alan bağlamdaki *Andre Agassi* paragonu, bu kişiyi tanımayanlar için anlaşılamaz



durumda bulunacaktır ve en mükemmel/kusursuz örneği mi teşkil ettiği yoksa ortalama ya da en kötü örneğe mi işaret ettiği belirsiz kalacaktır.³

(8) Basketbolun Andre Agassi'si Hidayet'tir.

Paragonlaştırılmış kullanımlarda ilgili unsurların en mükemmel veya kusursuz olma niteliklerinin mi yoksa sempatiklik, göze hoş görünürlük gibi başkaca özelliklerinin mi ön planda olduğu önemlidir. Dolayısıyla *en* tanımlayıcısıyla ilişkili olma paragonlarda aranan niteliklerden biridir. Bu doğrultuda (9a)'da *gül* unsuru rengi dolayısıyla bir benzetmeden ibaretken (9b)'de *şah* sözcüğü artık paragonlaştırılmıştır ve burada *künefe* örneği en tepeye konumlandırılmıştır. Ancak *gül* sözcüğü de gül kavramının en öne çıkan ve belirgin birtakım nitelikleri yönüyle kavram haritası üzerinden paragonlaştırılmış bulunabilir. Bu noktada konuşur ve dinleyicinin arka plan bilgileri ile bağlamın öncesi-sonrası hususları etkili olmaktadır.

(9) a. Tatlıların gülü kadife pastasıdır.

b. Tatlıların şahı künefedir. (Konya Yenigün, 2021)

Paragonların dinleyici veya okur tarafından anlaşılması için arka plan bilgisi gerekebilir ve bu bilgi kültürel, teknolojik, tarihsel düzeylerin birini veya bir kısmını barındırabilir. Örneğin (10)'daki bağlamda *Chomsky* paragonunun anlaşılabilir olması için dinleyicinin dil bilimine yönelik arka plan bilgisine sahip olması ön koşuldur ve bağlamın da ilgili disiplin üzerine kurulmuş olması gereklidir. Aksi hâlde ilgili paragon kullanımı dinleyici(ler) açısından çözümlenemez bir görünüm sunacaktır.

(10) Ahmet Hoca bence Türkiye'nin Chomsky'si.

Bu tür belirli disiplinler için geçerli paragonların yanı sıra daha geniş kitlelerce tanınan *Albert Einstein* (*Aynştayn*) gibi isimler genellikle ortalama veya ortalamanın altı eğitim seviyesine sahip, herhangi bir akademik birikimi olmayan kişilerce de paragon olarak anlaşılabilir durumdadır. Bu hususta örneğin iki kez Nobel Kimya Ödülüne aday gösterilen Prof. Dr. Oktay Sinanoğlu için *Türk Aynştaynı*, *Türkiye'nin Einstein'ı* gibi paragonlaştırılmış kullanımlar türetilmiş, hatta kendisini konu alan *Türk Aynştaynı Oktay Sinanoğlu* adlı kitap yayımlanmıştır. Bu noktada, Einstein esasen bir fizikçi olmasına rağmen ünü fizik disiplinin sınırlarını aşmış, farklı disiplinlerde çalışan üstün başarırlı kimseleri tanımlamada da bu özel ad kullanılır hâle gelmiştir. Dolayısıyla Türkçede *Aynştayn* (~*Einstein*) üstün zekâlı veya üstün başarı sergileyen kimselere göndermede bulunmada veya bunları tanımlamada kullanılan bir paragona dönüşmüştür. Bunun yanı sıra çalışkanlığıyla bilinen çocuklar veya

³ Sekiz şampiyonluğu bulunan ve bir olimpiyat altın madalya sahibi olan Amerikalı tenis oyuncusudur. Agassi, başarıları ve iyi oyunculuğu yönüyle tenis camiasında büyük bir üne sahip olup bu spor dalıyla ilgilenen hemen herkes tarafından bilinen bir isimdir.



öğrenciler için de bu ad paragonlaştırılmaktadır. Ancak *Aynştayn* paragonu kinaye veya alay amaçlı olarak da dil konuşurlarınca kullanılabilir. Öyle ki derslerinde başarı gösteremeyen bir öğrenci için kurulan (11)'deki bağlamlarda bu tür amaçlar ön plandadır.

(11) a. Okuyup da Aynştayn olacak sanki!

b. Okulumuzun Aynştayn'ı da geldi sonunda!

Öte yandan, paragonlaştırılmış kişi adlarının veya diğer unsurların ön plana çıkan en önemli nitelikleri farklı bağlamlarda anlaşılmayı güçleştirebilir. Söz gelimi (12a)'daki bağlam içerisinde *Aynştayn* ile kastedilenin zekilik mi yoksa yetenek mi olduğu belirsizdir. Bu bağlam spor üzerine kuruludur ve *Aynştayn* paragonu burada oyunu yönetme, yönlendirme, oyun ilkeleri gibi hususlar bakımından kurulmuş bulunabileceği gibi daha geniş perspektifte oyun içindeki fiziksel başarı veya yetenek gibi başkaca hususlar yönelik de ortaya çıkabilir. Ancak her ne şekilde olursa olsun bu paragonlaştırmayı işiten bir dil konuşuru öncelikle muhtemel olarak en öne çıkan nitelik durumundaki 'zekâ'yı algılayacak ve basketbolda taktik oyunculuk gibi hususlarla paragonu eşleştirecektir. (12b)'de ise Einstein, anlama veya çözümleme yetenekleri yönüyle paragonlaştırılmış durumdadır.

(12) a. O kız bana göre voleybolcuların Aynştayn'ı.

b. Bu işin doğru ya da yanlış olduğunu söylemek için Einstein olmaya gerek yok ki!

(Taşkın, 2017)

Paragonlaştırılan bir unsurun hangi yönünün ön plana çıkarıldığı daha çok bağlamla ilgilidir. Bu bağlam ise hem konuşurca ifade edilebilir hem de dinleyici tarafından anlaşılabilir olma özelliğini barındırmak durumundadır. Bu hususta örneğin *Ferrari* gibi paragonlaştırılan özel adlarda hız, pahalılık gibi paragonlaştırmaya esas nitelikler bunlardan biri, birden fazlası veya tamamı olabilir. Ancak hangisi olursa olsun gerek konuşur ve gerek dinleyici ortak algılara sahip olmalıdır. Aksi hâlde paragon, işlevini tam olarak yerine getirmeyecek ve anlaşılmazlık ortaya çıkacaktır.

Bazı paragonlar bir bağlam içerisinde karşılaştırma veya kıyaslamaya gerek kalmadan kişilerin veya diğer varlıkların, kavramların belirli özelliklerini genel olarak tanımlamada kullanılabilir. Bu tür paragonlaştırmalar, yaygın bilinirliğe ve dolayısıyla dinleyici/okuyucu tarafından hızlı, kolay çözümlenebilirliğe sahiptir. Bu kapsam (13)'te *Mecnun* paragonu 'çok âşık olma' gibi bir anlam içeriğiyle paragonlaştırılmış durumdadır ve diğer paragon bağlamlarına kıyasla herhangi bir karşılaştırma bilgisi barındırmaz. Ancak yine de İran ve ardından Türk kültüründe âşıklar içerisinde en tepede konumlandırılması bakımından paragonlaştırılmış durumdadır.



- (13) Bahri ise tam bir Mecnun olmuş durumda bu seferde Atiye'nin eğitim engeline takıldı. (rdermirci, 2015)

Paragonların İşlevleri ve Derecelendirilmeleri

Paragonların temel işlevi bir türün veya kategorinin en öne çıkan, en kursuz veya mükemmel örneğini ya da bunun tam aksine olumsuz özellikleri yönüyle en uç noktada konumlandırılan üyesini karşılaştırmalarda veya tanımlamalarda ifade etmektir. Paragonlar genellikle olguları, kavramları, kişileri, ürünleri veya farklı olarak durumları vs. övmek, takdir etmek, bunlara yönelik beğeniye en üst seviyede göstermek ya da hayranlığı belirtmek için veya aksine yermek amacına yönelik olarak kullanılır. Bu tür kullanımların konuşanın veya yazarın duygu, düşünce ve tutumlarını daha güçlü ve etkili bir biçimde aktarma işlevleri ön plandadır. Dolayısıyla konuşur veya yazar herhangi bir ürün, durum, kişi, nesne veya olay karşısındaki düşüncesini paragonlar ve daha genel olarak paragonlaştırılan unsurlar aracılığıyla daha etkili bir şekilde ifade edebilir. Konuşur ve yazar açısından böylesi pekiştirme ve etkileme amaçlı kullanım dinleyici veya okuyucu tarafında da karşılık bulur. Bu bakımdan paragonlar dinleyici veya okuyucu üzerinde ilgi çekme, merak uyandırma gibi etkilere ve yan işlevlere de sahiptir. Bu sebeple paragonların hem konuşur veya yazar hem de dinleyici veya okuyucu üzerinde çift işleve sahip olduğunu belirtmek mümkündür ve paragonlaştırılan unsurlar her iki taraf üzerinde de çeşitli ayrıcalıkları ile belirli işlevleri üstlenirler. Böylece anılan söz konusu varlık veya kavramın ya da diğer olguların türünün en iyisi (veya bağlamına göre en kötüsü) olduğu, yani en uç noktaya konumlandırıldığı bilgisi paragonlaştırılan unsurlar yoluyla dilde ifade edilmiş bulunur.

Paragonlar, az sözle çok şey anlatmak olarak özetlenebilecek söyleme dönük işlevleriyle de ön plandadırlar. Örneğin akademide en tepedeki *profesör* ünvanı çeşitli bağlamlarda paragonlaştırılmış olarak kullanılabilir (14). Dolayısıyla çok daha hacimli ifadelerle aktarılabilen bir durum bu tür paragonlaştırılmış bir ünvan ile hem daha etkili hem de öz olarak aktarılmıştır.

- (14) Okuyup da profesör mü olacak sanki!

Paragonlar reklam veya tanıtım amacıyla kullanıldıklarında hedef kitleyi etkileme, bu kitlenin dikkatini çekme ve ürünü daha akılda kalıcı olarak pazarlama gibi işlevlerle de kullanılabilir. Bu hususta (15)'te yer alan bağlamda *iPhone* paragonu farklı kategoriden (mobilya) ile ilişkilendirilerek tanıtımı ya da pazarlaması yapılan ürünün hem çeşitli niteliklerinin ön plana çıkarılması hem de bu faaliyetin etkisinin artırılması işlevini yerine getirmiştir.

- (15) [Dünyaca ünlü Türk şirket] koltukların iPhone'unu üretiyor. (Özüağ, 2024)



Paragonlar sözvarlığındaki unsurların veya özel adların anlam çeşitliliği kazanması işlevini de beraberinde getirir. Bu kapsamda, paragonlaştırılan unsurlar ve özel adlar üstün nitelikleri aktarma aracı olarak kullanılırlar ve varlıkları, olguları, kişileri veya başkaca hususları karşılaştırma yoluyla temsil etme niteliğini taşıır hâle gelirler. Bu sebeple sözlüksel düzeyde *kral*, *kraliçe*, *şah* gibi cins adları en iyi, en üstün gibi farklı anlam bileşenlerini bünyelerine dâhil ederler. Öte yandan paragonlaştırılan özel adlar da genel adlar gibi kullanılarak söylemde çeşitliliğin artırılması veya anlatım yollarının güçlendirilmesi gibi işlevler kazanırlar.

Paragonlar, kendi içlerinde dahi derecelendirilebilir. Diğer bir ifadeyle hâlihazırda paragon olarak söylemde yer alan bir ad *tam*, *kusursuz*, *eksiksiz* gibi daha fazla olumlamaya ve idealleştirmeye yönelik sıfatlar aracılığıyla türün en iyisi, en ideali veya en kusursuzu konumuna bir derece daha taşınabilir. Söz gelimi (16)'da *Mercedes* markalı bir otomobille ilgili yorumda bulunan kimse söz konusu araç markasının diğer modelleri içinde dahi bahsettiği modelin, o markanın öne çıkan ve ayırt edici tüm özelliklerini kapsadığına vurgu yapmaktadır.

(16) Bu araba tam bir Mercedes!

Aynı kategoride birden fazla ad paragon olarak kullanılabilir. Örneğin araba kategorisinde *Mercedes*, *Ferrari*, *Bentley* gibi birden fazla marka paragonlaştırılan marka adı bulunabilir ve bunların tamamı en iyi, en mükemmel veya en kusursuz örneği teşkil edebilir. Öte yandan paragonlaştırılma aynı kategoride uç kutuplarda da yer alabilir. Diğer bir ifadeyle aynı kategoride paragonlaştırılan adlardan biri en olumlu örneği teşkil ederken bir başkası en olumsuz örneği temsil etmede kullanılabilir: olumlu içerikli *Mercedes*'e karşılık olumsuz içerikle *TOFAŞ* gibi.

Başka bir derecelendirme, aynı söylem içinde birden fazla paragonlaştırma yoluyla gerçekleştirilebilir. (17)'de yer alan *Mercedes* ve *Bentley* markalarının her ikisi de paragonlaştırılmaya aday iken *Bentley* konuşurca bazı yönleri daha da ön plana çıkarılmış ve *Mercedes*'e kıyasla daha da paragonlaştırılmıştır.

(17) Cep telefonlarının *Mercedes*'i, hatta *Bentley*'i kesinlikle *iPhone*'dur.

Bu tür örneklerde kişisel tutumların ve tecrübelerin arka planda paragonlaştırmaları etkileyerek biçimlendirdiği belirtilmelidir. Dolayısıyla ilgili paragonların hangi yönleriyle (hızlılık, lüks olma, dayanıklılık, donanım kapasitesi vs.) ön plana çıktıkları söylemi üreten tarafından kodlanmaktadır ve bağlamın öncesi ile sonrası bunun çözümünde etkindir. Bu hususta (17)'deki söylemin ardından (18)'deki gibi bir tümce, hangi yönleriyle paragonlaştırma yapıldığını açıklar niteliktedir. Dolayısıyla *iPhone* model telefonlar sağlam ve lüks



olma nitelikleri yönüyle türünün en tepesinde yer almakta, bu yönüyle paragonlaştırılmaktadır.

(18) iPhone'lar artık sağlamlık ve lüksün göstergesi oldu adeta.

Paragonlaştırılan unsurlar arasında derecelendirmenin yapılamaması veya paragonlaştırmaya elverişli birden fazla unsur bulunması durumunda ise bunların tamamı aynı söylem içinde yer alabilir (19). Bu tür kullanımlarda paragonlaştırmaya esas nitelikler eşit düzeyde ön plandadır ve paragonlaştırılan unsurlar da eşit seviyede bulunur. Dolayısıyla bu tür paragonlardan “en” eşit derecede birden fazla ad üzerinden karşılanabilir bir görünüm sunar.

(19) Çocuk sanki bizim okul takımının Ronaldo’su veya Messi’si gibi oynuyor.

Varlık veya kavramların olumlu yönlerinin dışında, daha önce de belirtildiği üzere, olumsuz yönlerini ön plana çıkarmada kullanılan paragonlar da mevcuttur. Diğer bir ifadeyle paragonlar çoğunlukla olumlu yönleriyle ön plana çıkan örnekler etrafında şekillenir. Ancak olumsuz yönleri dolayısıyla aşırılıkları da temsil edebilir. Bu bağlamda paragonları tanımlamada kullanılan en mükemmel, en kusursuz veya idealize edilmiş örneği temsil etme durumu tam aksi yönde şekillenir ve *en kötü*, *en kusurlu* veya *en istenmeyen/beğenilmeyen* örneği temsil etme niteliği belirgin hâle gelir. Söz gelimi, Amerikalı bir seri katil olarak kötü şöhrete sahip olan ve son yıllarda hakkında çeşitli diziler, belgeseller yayımlanarak dünyaca tanınır hâle gelen *Jeffry Dahmer* bu noktada seri katiller içerisinde en uçta konumlandırılan olumsuz içerikli bir paragon olarak söylemde yer bulabilir (20).

(20) İşte yerli Jeffrey Dahmer: Çumra Canavarı Abdullah Aksoy
(Medya Tava, 2022)

(21)’de yer alan bağlamda farklı bir coğrafyada yer alan bir paragon unsur yerel olarak bağdaştırma içinde bulunabilir. Diğer bir ifadeyle dünyaca ünlü bir kişi (yazar, sanatçı, sporcu vs.) benzer nitelikleri taşıyan yerel bir kişiyle özdeşleştirilebilir ve paragonlaştırılan esas kişi yer adıyla veya etnik adla beraber söylem içerisinde bulunabilir:

(21) a. Karadeniz’in Ricky Martin’i evleniyor. (Olay53, 2010)

b. Sivashlı Cindy, yeni sevgilisiyle ilk kez görüntülendi. (Haberler, 2018)

Paragonlaştırılan unsurlar, ilk örnekleri esas alınarak ikincisi, üçüncüsü veya sonrakiler şeklinde bir derecelendirmeye tabi olabilirler. Bu noktada (22a)’da yer alan bağlamda adeta küresel bir paragon hâlini alan *11 Eylül* tarihi ve (22b)’de ise dünyaca bilinen İspanyol yazar *Cervantes* paragon konumuna yükselerek esaslı örnek teşkil eden unsurlar hâlini almışlardır.



(22) a. Amerikan casusları *ikinci 11 Eylül*'e hazır mı? (FikirTuru, 2021)

b. [...] bazı eleştirmenler tarafından İspanyol romanının İkinci Cervantes'i olarak adlandırılmıştır. (Opera Kitap, 2020)

Paragonlarda Bilinirlik, Geçicilik ve Kalıcılık

Paragonlar genellikle yerel, ulusal veya evrensel olma niteliklerini taşıyıcılar da sınırlı bir bağlamda ve çevrede de birtakım paragonlar ortaya çıkabilir. Söz gelimi, çalışkanlığı ile ön plana çıkmış birisi için (23)'teki bağlam yalnızca sınırlı bir çevrede hatta yalnızca konuşur ile dinleyici arasında çözümlenebilir durumda olacaktır. Bu örnekte paragonlaştırılan *Hasan Yılmaz*, aynı üniversitenin farklı bir biriminde görev yapan ve çalışkanlığı, iş bitiriciliği ile ön plana çıkmış bir kişi olabilir. Ancak bu bilgi yalnızca ilgili kurum ve hatta birim mensuplarıyla sınırlı kalabilir. Böylesi paragonları *sınırlı kitle paragonları* veya ortaya çıkma, geçerlilik ve tükenme süreleri göz önünde bulundurulduğunda *anlık paragonlar* ya da *süreli paragonlar* olarak tanımlamak da mümkündür. Ancak bu tür paragonlaştırılan adların zamanla daha bilinir ve tanınır hâle gelmesi geçerlilik alanlarını ve sürelerini artırabilir, böylece bunlar genel paragonlara dönüşebilirler. Söz gelimi bu bağlamda yer alan kişi, ilgili üniversitenin tarihi boyunca anılacak ve hatırlanacak bir kişi statüsüne yükselebilir ve böylece adının paragon işleviyle kullanımı da uzun yıllar boyunca devam edebilir.

(23) Ahmet, Mühendislik Fakültesinin Hasan Yılmaz'ıdır.

Brdar ve Brdar-Szabó (2007), özel adların paragonlaştırılarak metaforik olarak kullanımlarını [bir şeyin X'i] (X=özel ad) formülü üzerinden izah ederler. Bu tür metaforik kullanımların ortaya çıkış sürecinin karmaşık, dinamik ve esnek olduğunu belirtirler ve bu sürecin çıktılarının her aşamada yeniden düzenlenebileceğini, bilgiyle zenginleştirilebileceğini veya tükenebileceğini savunurlar. Yani paragonlaştırılmış kullanımların zaman içinde içeriklerinin değişmesi veya bu tür kullanımların son bulması mümkündür. Dolayısıyla paragonlaştırılmaya elverişli kişi adları ya da diğer özel adlar zamanla değişebilir veya geçmişte paragonlaştırılan adların bir kısmı unutulabilir. Bu kapsamda önceleri paragon durumunda kullanılan ve bu işlevle örnekleri pek çok TV, sinema veya radyo yapımında/kaydında ayrıca basın-yayın faaliyetlerinde yer bulan *Maradona*, *Pele* gibi futbolcu adları günümüzde bilhassa Y ve Z kuşağı için adeta unutulmuş, bunların yerini *Ronaldo*, *Messi* gibi hâlen hayatta olan ve medyada, basında sık sık yer alan, diğer bir ifadeyle güncelde bulunan oyuncular almıştır. Ancak önceki paragonlaştırılmış kullanımlarda da görüldüğü üzere bir süre sonra bu oyuncuların yerlerini başka oyuncular alacak ve bu sebeple farklı paragonlar türetecektir. Buna rağmen *Aynştayn* gibi



daha evrensel ve çağlar üstü olma niteliği taşıyan paragonların ise daha uzun süre kullanımda kalması muhtemeldir. Paragonlaştırılan bu adların kullanımda olup olmamaları ise güncel değerlerine, basın-yayın, sosyal medya gibi mecralarda ne oranda yer alıp almadıklarına göre değişiklik gösterir. Diğer bir ifadeyle hâlihazırda gündemde olan veya yakın zamana kadar gündemde kendine yer edinen adlar paragon olarak işlev görürler ancak bir süre boyunca gündemde yer alamayan paragonlaştırılmış adlar zaman içinde unutulurlar ve bunlar kuşaklar arasında aktarılmayabilirler. Öte yandan yer adları gibi değişmesi veya silinmesi mümkün olmayan özel adların paragonlaştırılma durumlarındaki değişiklikler ise daha kalıcıdır (24).

(24) Ortadoğu'nun Paris'i nasıl iflas etti? (GZT, 2021)

Paragonlaştırılan Unsurlar

Özel Adlar

Özel adlar, paragonlaştırmaya en elverişli unsurlar arasındadır. Bu özel adlar arasında yoğunluk kişi adları veya marka/model adlarında iken coğrafi oluşum özellikleri, turistik nitelikleri veya başkaca özellikleri dolayısıyla belirgin bazı yer adları da paragonlaştırılabilir. Ayrıca *Oxford* (Üniversitesi) gibi kurum adları da paragonlaştırılabilir ve *Urfa'da Oxford vardı da biz mi okumadık?* gibi halka mal olmuş söylemlerde kendilerine yer bulabilirler. Dolayısıyla a) kişi adları, b) marka/model adları, c) yer adları, d) kurum adları sıkça paragonlaştırılan özel adlar arasındadır.

Paragonlaştırılan özel adlar genellikle bu niteliklerinden bağımsız olarak bir bakıma cins adı olma niteliğini kazanırlar ve söz dizimi içerisinde genel adların sahip olduğu tüm özellikler etrafında kullanılmaya başlanırlar. Paragonlaştırılan özel adlardan bir kısmı bu sebeple sözlüklerde de tanımlanabilirler. Bu bakımdan örneğin *Cadillac* özel adı *Collins English Dictionary* içerisinde ‘türünün en lüksü veya en yüksek kalitelisi’ şeklinde, paragonlaştırılmış olarak listelenmektedir ve *Oxford Learner's Dictionary* gibi başka bazı sözlüklerde de benzer tanımlar yer almaktadır (Brdar-Szabó ve Brdar, 2023, s. 10). Buna karşın bu araştırma kapsamında yapılan taramalar doğrultusunda, Türkçe sözlüklerde henüz böylesi paragonlaştırmalara ilişkin anlam tanımlamaları tanıklanabilmiş değildir. Ancak *Danzig* yer adından geldiği belirtilen (bk. *Güncel Türkçe Sözlük*) *daniska* adı ‘çok iyi, en iyi, en güzel, en seçkin’ anlamı üzerinden paragon olma işleviyle kullanılmaktadır ve *daniskasını bil-mek* veya *daniskasını yapmak* gibi bazı öbek yapılarında da aynı işlev ve anlam içeriğiyle kullanılmaktadır. Ayrıca *işin daniskası* yapısı içinde de Türkçede daha çok konuşma dilinde paragonlaştırılmış olarak yer almaktadır. Ancak bu unsur daha çok olumsuz içerikteki durumları tanımlamada tercih edilmekte-



dir: *saçmalığın daniskası, aptallığın daniskası, rezaletin daniskası, yüzüstlüğü daniskası, Mutsuzluğun Daniskası* (kitap adı) vd.

(25) Bu yani senin yaptığın edepsizliğin daniskası. (Yenigün, 2023)

Genel Adlar/Sıfatlar

Herhangi bir kişi, marka, model vb. özel varlığa işaret etmeden yalnızca ‘en iyisi, en mükemmeli’ vb. anlam içerikleriyle *şah, padişah, kral, sultan, kraliçe, profesör, âlâ* gibi genel adlar ve sıfatlar, ilgili bağlamlar içerisinde paragonlaştırılarak kullanılabilirler. Söz gelimi (26)’da yer alan bağlamda *kral* ve *kraliçe* unsurları genel olarak ‘en iyisi’ içeriğiyle paragonlaştırılmış olarak yer almaktadır ve cinsiyetlere göre de farklılaştırılmıştır.

(26) Onlar bu işin kralını, ben kraliçesini yapıyorum. (Gerçek İzmir, 2020)

En üst rütbe, makam veya akademik ünvan ifade eden unsurların paragonlaştırılmış kullanımları genellikle [bir şey(ler)in X’i] formülü içerisinde kullanım alanı bulurlar. Aksi hâlde bu tür unsurların paragonlaştırmaya yönelik işlevleri belirsizlik taşır. Ancak yine de *Kralı gelsin!* gibi ifadeler içerisinde böylesi unsurların paragonlaştırılmış anlam ve sezdirim içerikleri ön planda bulunabilir.

Tarihler

Dünya genelinde, bir bölge veya yöre ya da ülke genelinde vuku bulmuş, toplum belleğinde olumlu veya olumsuz çeşitli izler bırakan bazı olayların gerçekleştiği tarihler, sonraki zamanlarda gerçekleşen benzer içerikteki ve nitelikteki olayları ifade etmede paragonlaştırılmış olarak kullanılabilir. Örneğin 11 Eylül 2001 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri sınırları içerisinde gerçekleştirilen saldırılar ani gelişen, şoke edici ve uzun süren küresel sonuçları bulunan olaylar olma niteliğini taşımaları sebebiyle bu olayların gerçekleştiği gün ve ay olan *11 Eylül* metaforik olarak genelleyici yönüyle kullanılılmaktadır (Brdar-Szabó ve Brdar, 2023, s. 4). Bu bakımdan bu tarih pek çok toplumda benzer olayları tanımlamada bir paragon olarak kullanılmaktadır. Türkiye’de de bazı olayların, saldırıların vs. nitelendirilmesinde ve tanımlanmasında *11 Eylül* tarihi paragonlaştırılmış kullanım örneklerine sahiptir. Bu kapsamda örneğin 2003 yılında İstanbul’daki terör saldırıları veya başkaca dönüm noktası teşkil eden olayların aktarılmasında etkinin artırılması veya karşılaştırmaların yapılması gibi arka plan amaçları doğrultusunda bu tür paragonlar kullanılabilir:

(27) a. 20 Kasım 2003 Türkiye’nin 11 Eylül’üydü... (Barlas, 2004)

b. [...] 15 Temmuz darbe girişiminin Türkiye’nin 11 Eylül’ü olduğunu da vurguladı. (NTV, 2016)



Sonuç ve Tartışma

Her ne kadar Türkçede sık kullanılmasa dahi *paragon* sözcüğü, bazı ünvanlar ya da mevki ifade eden unsurlar, ayrıca paragonlaştırılan özel adlar tür, kategori veya grup bireyleri arasında karşılaştırma yaparak bunlardan en iyisini, mükemmeli, kusursuzunu ya da tam aksine en kötüsünü, olumsuzunu tanımlamada ve öne çıkararak türün diğer üyelerini belirtmede işlev görebilir. Bu noktada paragonları genel itibarıyla şu üç ana kategori altında tanımlamak mümkündür: 1. *paragon* teriminin kendisi, 2. en tepede yer alan konum, makam, mevki niteleyen ünvanlar, 3. paragonlaştırılan adlar ve diğer unsurlar. Bunlardan bilhassa özel adlardan marka, model, ürün adlandırmaları bu kategorilerin gerek kendi içlerinde gerek kendi aralarında mukayeselerinin yapılabilmesi için etkin olarak iletişimde kullanılır hâle gelmiştir. Günümüzde dil konuşurları bir kategorinin üyelerini başka kategorilerin paragonlaştırılan üyeleri üzerinden mukayese edebilmekte, böylece daha etkili ve açıklayıcı söylemler geliştirebilmektedir. Bu noktada paragonların söylemi pekiştirdiği, dinleyici veya okuyucu üzerinde daha fazla etki oluşturma amacına yönelik olarak kullanıldığı, reklamcılık, tanıtım gibi faaliyetlerde de bu tür paragonlaştırılan unsurlardan yararlanıldığı belirtilmelidir.

Paragonlaştırmada tercih edilen genel nitelikteki *kral*, *şah*, *sultan*, *nirvana*, *daniska* gibi adların yanı sıra marka ad bilimi açısından model adları, kişi adları, yer adları gibi özel adlar ya da belirli tarihler gibi diğer yapılar da sıkça öne çıkmaktadır. Bunlardan bazıları toplum belleğinde kalıcı olarak yer edinmişken bazıları zaman içerisinde güncelliğini ve bilinirliğini yitirebilmektedir. Bu hususta Türkçenin tarihsel veya modern farklı lehçeleri ya da ağızları için de paragon temelli çalışmaların yapılması, bu unsurların ad biliminin bakış açısıyla daha detaylı olarak incelenip tarihsel süreçte nasıl şekillenerek çeşitlendiklerinin açıklanmasında ve yine tarihsel örneklerinin belirlenmesinde faydalı olacaktır. Böylelikle tarihsel dönemler başta olmak üzere ilgili lehçelerde paragonlardan ne derece faydalandığı, ayrıca mükemmeli veya ideali ya da bunların tam aksine en olumsuz, kötüyü ifade eden örneklerin dilde hangi araç ve yöntemlerle tanımlanıp şekillendirildiği gibi hususlar daha ayrıntılı olarak ortaya konulmuş olacak, bu noktadaki değişim, dönüşüm ve farklılıklar somut veriler üzerinden takip edilebilecektir. Öte yandan paragonlaştırmanın psikolojik geri planına ilişkin yapılacak disiplinler arası anket destekli araştırmalarla da bu sürecin şekillenmesinde etkili dil-dışı faktörlerin neler olduğu gibi hususlara ilişkin daha ayrıntılı bilgiler ortaya konulabilecektir.



Etik Komite Onayı Araştırmada etik kurul iznine gerek yoktur.

Mali Destek Araştırma için herhangi bir mali destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Ethical Committee Approval Ethical committee approval is not required for this research.

Funding This research received no external funding.

Conflicts of Interest The author declares no conflicts of interest in this study.

Kaynakça

- Algeo, J., & Algeo, K. (2000). Onomastics as an interdisciplinary study. *Names*, 48(3-4), 265-274.
- Athanasiadou, A. (2023). Paragon and antonomasia: Similar but/and different? *Lingua*, 288, 1-11.
- Avcı, İ. (2020, Eylül 29). Karavanların Nirvanası: Crawler Otağ 600. <https://www.arabam.com/blog/genel/karavanların-nirvanası-crawler-otag-600/>
- Barlas, M. (2004, Ekim 25). 20 Kasım 2003 Türkiye'nin "11 Eylül"üydü... *Sabah*. https://www.sabah.com.tr/yazarlar/barlas/2004/10/25/20_kasim_2003_turkiye_nin_11_eyluluydu
- Barcelona, A. (2003). Names: A metonymic 'return ticket' in five languages. *Jezikoslovlje*, 4(1), 11-41.
- Barcelona, A. (2004). Metonymy behind grammar: The motivation of the seemingly 'irregular' grammatical behaviour of English paragon names. In G. Rad-den & K.-U. Panther (Eds.), *Studies in linguistic motivation* (pp. 357-374). Mouton de Gruyter.
- Brdar, M., & Brdar-Szabó, R. (2007). When Zidane is not simply Zidane, and Bill Gates is not just Bill Gates: Or, some thoughts on online construction of metaphonymic meanings of proper names. In G. Rad-den, K.-M. Köpcke, T. Berg & P. Siemund (Eds.), *Aspects of meaning construction* (pp. 125-142). John Benjamins.
- Brdar-Szabó, R., & Brdar, M. (2023). Figuratively used product names: From ergonyms to eponyms and paragons. *Lingua*, 290. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2023.103552>
- Facebook. (2021, Mayıs 12). Zeytinyağlı baklava denediniz mi? <https://www.facebook.com/watch/?v=181021520560519>
- Ekşi Sözlük. (2023, Mart 13). Yazarların koklamayı en çok sevdiği şey. <https://eksisozluk.com/yazarların-koklamayı-en-cok-sevdigi-sey--7415044?p=39>



- Fikir Turu. (2021, Eylül 9). *Amerikan casusları ikinci 11 Eylül'e hazır mı?* <https://fikirturu.com/jeo-politika/amerikan-casuslari-ikinci-11-eylule/>
- Fikriyat. (2020, Şubat 23). Şairlerin sultanı Baki'nin beyitleri ve anlamları. <https://www.fikriyat.com/galeri/edebiyat/sairlerin-sultani-bakinin-beyitleri-ve-anlamlari>
- Gerçek İzmir. (2020, Mart 7). Onlar bu işin kralını ben kraliçesini yapıyorum. <https://www.gercekizmir.com/haber/-Onlar-bu-isin-kralini-ben-kralicesini-yapiyorum-/76734>
- GZT. (2021, Kasım 17). Ortadoğu'nun Paris'i nasıl iflas etti? <https://www.gzt.com/video/jurnalist/ortadogunun-parisi-nasil-iflas-etti-2193572>
- Haber7. (2007, Haziran 7). Fener'de Tuncay belirsizliği sürüyor. <https://m.haber7.com/spor/haber/246629-fenerde-tuncay-belirsizligi-suruyor>
- Haberler. (2018, Ekim 11). Sivaslı Cindy, yeni sevgiliyle ilk kez görünlendi. <https://www.haberler.com/magazin/sivasli-cindy-yeni-sevgili-siyle-ilk-kez-11320940-haberi/>
- İmer, K., Kocaman, A. ve Özsoy, A. S. (2011). *Dilbilim sözlüğü*. Boğaziçi Üniversitesi.
- Keskin, A. (2021). Adbilim odağında lakaplar ve lakaplarla karıştırılan başlıca terim ve kavramlar. *Avrasya Terim Dergisi*, 9(2), 54-62.
- Konya Yenigün. (2021, Mart 3). *Tatlıların şahı künefedir*. <https://www.konyayenigun.com/tatlilarin-sahi-kunefedir>
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire, and dangerous things: what categories reveal about the mind*. University of Chicago.
- Medya Tava. (2022, Kasım 5). *Dünyanın konuştuğu Jeffrey Dahmer'in cinayetlerinin benzerleri Türkiye'de işlenmiş. İşte yerli Jeffrey Dahmer: Çumra Canavarı Abdullah Aksoy*. https://www.medyatava.com/foto-galeri/dunya-nin-konustugu-jeffrey-dahmerin-cinayetlerinin-benzerleri-turkiyede-islenmis-iste-yerli-jeffrey-dahmer-cumra-canavari-abdullah-aksoy_278287
- NTV. (2016, Ağustos 24). ABD Başkan Yardımcısı Biden Türkiye'de. https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/abd-baskan-yardimcisi-biden-turkiyede,Eg-MGdzcYUkC7tO_ehzcpQ/6usfF81L4kqHGh7dA9OfBA
- Olay53. (2010, Nisan 1). Karadeniz'in Ricky Martin'i evleniyor. <https://www.olay53.com/haber/karadenizin-ricky-martini-evleniyor-15710.htm>
- Opera Kitap. (2020, Temmuz 2). *Benito Perez Galdos*. <https://www.operakitap.com/benito-perez-galdos/>
- Özüağ, E. (2024, Ocak 31). *Koltukların iPhone'unu üretiyor | Dünyaca ünlü Türk şirket* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=diDB3Hy_Elg
- rdemirci. (2015, Kasım 24). *Yeşil Deniz (TRT1) [Çevrim içi forum gönderisi]*. <https://www.turkeyforum.com/satforum/archive/index.php/t-739896-p-2.html>



- Ruiz de Mendoza Ibáñez, F. J. (2020). Understanding figures of speech. Dependency relations and organizational patterns. *Language & Communication*, 71, 16-38.
- Taşkın, M. (2017, Kasım 16). Bu işin doğru ya da yanlış olduğunu söylemek için Einstein olmaya gerek yok ki!. *İstikbal Gazetesi*. <https://www.istikbalgazetesi.com/makale/bu-isin-dogru-ya-da-yanlis-oldugunu-soylemek-icin-einstein-olmaya-gerek-yok-ki-180871>
- Vardar, B. (2002). *Açıklamalı dilbilim terimleri sözlüğü*. Multilingual.
- Vakko. (2024, Mayıs 30). <https://www.instagram.com/vakko/reel/C7mVXY-rovGz/>
- Yenigün, A. D. (2023, Aralık 8). Yazıklar olsun sizlere... *Kemer Gözcü*. <https://kemergozcu.com/yazi/yaziklar-olsun-sizlere-43.html>
- Zeytinburnu Tıbbi Bitkiler Bahçesi (2007, Mayıs 9). Osmanlı tıbbında gül. <https://www.ztbb.org/2007-tip-festivali/osmanli-tibbinda-gul/>



Extended Summary

Paragons (paragoned names and other related linguistic elements), which are generally examples of figurative or representational use of language, are distinguished from others in that they represent the best, the highest quality, the most beautiful, the most superior, in short, the most perfect, or flawless within a genre, or are positioned at the extreme with other positive or negative aspects. For this reason, paragoned elements and members are more memorable, more popular, known, and recognized by more people, and are forgotten over time either later or not at all compared to other elements and members of the genre. Paragons are distinguished from other members of the same genre by the fact that they are idealized, aspired to in various aspects, or used in comparisons, or vice versa. Therefore, names and other linguistic structures that are paragons in the minds of users, or speakers are idealized, representing the most perfect and ideal example of the genre in question, or, on the contrary, they constitute the worst examples in terms of their negative content or qualities, and in this respect, they are at the extremes. In a sense, such elements are examples, the epitomes that are taken as a basis for comparing beings, concepts, or phenomena with each other.

The main function of paragons is to express in comparisons or descriptions the most prominent, most perfect or perfect example of a species or category, or, conversely, the most extreme member of it in terms of its negative characteristics. Paragons are often used to praise, appreciate, show the highest level of admiration or admiration for, or, conversely, to denigrate, phenomena, concepts, persons, products, or situations, etc. Such uses have the primary function of conveying the speaker's or writer's feelings, thoughts, and attitudes in a more powerful and effective way. Therefore, the speaker/writer can express his/her opinion about a product, situation, person, object, or event more effectively through paragons and, more generally, paragoned elements. Such use for reinforcement and influence on the part of the speaker and writer is also reciprocated by the listener or reader. In this respect, paragons also have effects and side functions such as attracting attention and arousing curiosity on the listener/reader. For this reason, it is possible to state that paragons have a double function on both the speaker/writer and the listener/reader, and the paragoned elements assume certain functions with various privileges on both sides. Thus, the information that the said entity or concept or other phenomenon is the best of its kind (or the worst, depending on the context), that is, that it is positioned at the most extreme point, is expressed in language through paragoned elements.

Although paragons are usually local, national or universal, some paragons may also occur in a limited context and environment. For example, for a person who stands out for his/her hard work, with his/her paragoned use, would be analyzable only in a limited environment, and only between the speaker and the listener. The person, who is paragoned in such an example, may be a person who works in a different department of the same university and who stands out for his hard work and diligence. However, this information may be limited only for the members of the relevant institution or even the unit. It is also possible to define such paragons as limited mass paragons, or momentary paragons or ephemeral paragons, considering their emergence, validity

and exhaustion periods. However, as such paragoned names become more known and recognizable over time, their validity and duration may increase, and thus they may become general paragons.

Even though it is not frequently used in Turkish, the word paragon, some titles, titles, or elements expressing status, as well as proper names that are paragoned, can function to identify and highlight the best, perfect or on the contrary, the worst, negative one by making a comparison between individuals of a species, category or group, and to indicate the other members of the species. At this point, it is possible to define paragons in general under the following three main categories: 1. the term paragon itself, 2. titles that characterize the position, office or position at the top, 3. names and other elements that are paragoned. The last of these, in particular, has been used effectively in communication due to the increase in brand, model and product names in order to make comparisons within and between these categories. Today, language speakers can compare the members of one category with the paragoned members of other categories and thus develop more effective and explanatory discourses. At this point, it should be noted that paragons reinforce the discourse, are used to create more impact on the listener (reader), and such paragoned elements are also used in activities such as advertising or promotion.

In addition to general names such as *kral*, *şah*, *sultan*, *daniska*, brand and model names, personal names, place names or other general elements such as dates are frequently used in paragoning. While some of these are permanently embedded in the collective memory, others may lose their currency and recognition over time. In this regard, conducting paragon-based studies for different historical or modern variants or dialects of Turkish will be useful in explaining how these elements have been shaped and diversified in the historical process and determining their historical examples. In this way, issues such as the extent to which paragons are utilized in the relevant variants, especially in historical periods, as well as the tools and methods by which examples expressing perfection or perfection are defined and shaped in the language will be revealed in more detail, and the changes, transformations and differences at this point will be followed through concrete data. On the other hand, interdisciplinary survey-supported research on the psychological background of paragoning will provide more detailed information on issues such as what non-linguistic factors are effective in shaping this process.



