

Sosyal Medyadan Hareketle Türkçede Formüsel Kalıp İfadeler: ‘Snowclone’ ve ‘Muzip İma’ Örnekleri

Amr ÇELİK*

Öz

Türkçenin söz hazinesinin dikkate değer bir parçasını teşkil eden kalıp ifadeler, sözlü yahut yazılı iletişim esnasında kendilerine sıklıkla başvuru dil unsurlarıdır. Belli bir bağlama sahip olmaları bu türden kalıp ifadelerin en belirgin niteliğidir. Bunlardan; atasözleri, deyimler, ikilemeler vb. hakkında çok sayıda bilimsel araştırma yapılmıştır. 2004 yılında bir gazetecilik terimi olarak isimlendirilmiş “snowclone”lar hakkında ise Türkçede kapsamlı bir çalışma henüz ortaya konmamıştır. “Snowclone”lar formüsel klişe ifadelerdir ve belli kalıpların yeni bağlamlar doğrultusunda kullanılmalarıyla ortaya çıkarılırlar. Bununla birlikte, “snowclone”larla diğer formüsel kalıp ifadeleri birbirinden ayırmak gerekir. Zwicky’nin de belirttiği gibi Formüsel “muzip ima” olarak adlandırılan ve bir kalıp ifadenin “snowclonelaşma” aşamalarının tümünü tamamlayamamış biçimini temsil eden ifadeler “snowclone”lardan ayrı olarak ele alınmalıdır. “Snowclone” terimi, her ne kadar bir gazetecilik terimi olarak ortaya çıktıysa da formüsel “muzip ima”larla birlikte internet memlerinde kendine yeni, işlek bir mecra bulmuştur. Bu çalışmada, “snowclone” teriminin açılanması denenmiş ve “snowclone”larla birlikte birtakım formüsel “muzip ima”ların Türkçedeki kullanımları sosyal medyadan hareketle örneklendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Snowclone, Kalıp İfadeler, Muzip İma, Sosyal Medya, İnternet Memleri.

* Dr. Öğr. Üyesi, Bartın Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bartın, Türkiye.
Elmek: acelik@bartin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-6035-5303>.

Geliş Tarihi / Received Date: 01.01.2020
Kabul Tarihi / Accepted Date: 11.05.2020

DOI: diledeara.678167

Formulaic Phrases In Turkish With Reference To Social Media: Some Examples Of Snowclones And Playful Allusions

Abstract

Formulaic expressions, which form a remarkable part of the Turkish vocabulary, are the elements of language that are frequently used during verbal or written communication. Among them numerous scientific studies have been conducted on proverbs, idioms, reduplications, etc. A comprehensive study of “snowclone”, which was named as a journalistic term in 2004, has not yet been revealed in Turkish. Snowclones are formulaic clichés and are revealed by using certain phrases in line with new contexts. However, it is necessary to distinguish between snowclones and other formulaic phrases. As Zwicky points out, expressions called playful allusions, which represent a pattern of expressions that have not completed all of the “snowcloneization” stages, should be treated separately from “snowclones”. Although the term “snowclone” originated as a journalistic term, it has found itself a new home in internet memes with playful allusions. In this study, the term “snowclone” has been tried to be explained and the use of snowclones and some playful allusions in Turkish has been tried to be exemplified through social media.

Keywords: Snowclone, Phrases, Playful Allusions, Social Media, Internet Memes.

Extended Summary

Introduction

The concept of communication is defined in different ways in studies in different fields. In fact, there is also information in the sources that this concept has over four thousand different definitions (Eroğluer 2011: 121). In “TDK Güncel Sözlük”, “communication” is defined as “transferring emotions, thoughts or information to others in every conceivable way”. The term meaning of this word is “exchange of information using telephone, telegraph, television, radio, etc.” in this dictionary (URL-1).

Communication methods take shape according to the state of technology of the period they belong to. In this context, it can be said that communication methods are one of the most affected ones by technological developments in the world. When it comes to directing forms of communication, it is seen that internet technologies come to the fore compared to other communication technologies. Communication/sharing channels called ‘social media’ are the most preferred means of internet use. New expressions, phrases and symbols are most often revealed and popularized through these channels. It can be said that this has created a new kind of communication language. Some uses of this language can be shared within all social networks, while others may gain views within each social network (Oguz 2012: 1157). The examples to be discussed in this study will be about a number of formulaic phrases created or contributed to the dissemination of the language in question. While some concepts are expressed in words in languages, a number of other concepts are conveyed through formulaic expressions. It is known that these elements, which constitute an important part of the Turkish vocabulary, are frequently used during verbal and written communication (Aksan 2002: 191; Toklu 2003: 109; Gökdayı 2008: 90).

Method

Although the term “snowclone” was coined as a journalistic term, it has found a new and practical area of evolution in internet memes.

New phrases created on the Internet are examples of neologism. In its simplest definition, neologism can be defined as “a new word, a new use, or new expressions” (Çelik 2015: 78). With a more comprehensive definition, neologisms are words or phrases that have not yet been fully accepted in a language, but are born or attempted to settle, and appear to be used by some in the spoken language, written language or media. (Yurtbaşı 2017:492). In this study, the use of such neologisms as snowclones and some playful allusions in Turkish has been shown with the some examples from social media.

Result and Discussion

As Zwicky (2006) states, every formulaic expression with similar characteristics should not be considered as “snowclones” and some of them should be considered “playful allusions”. In order for such statements to be considered a “snowclone”, they must have completed all of the “pre-formula stage”, “first fixing”, “variation on the fixed expression” and “snowcloning (the second fixing)” stages that Zwicky (2006) mentions. Many examples cannot go beyond the third stage.

As can be understood from the structure of the examples, variables can sometimes consist of a single word, sometimes a sentence, or several sentences. As the number of words increases, the structure of the formulas gets more complicated, leading to some losses in syntactic parallelism.

It is possible to say that formulaic phrases in social media are successful shortcuts for users who seek help to attract or divert attention. Formulaic expression examples such as “snowclones” and “playful allusions”, which share the function of increasing the legitimacy of the expressions of people, are important in terms of showing the potential of linguistic possibilities. Such expressions, which maintain their activities in terms of their redesignability and have become an important element of the new media language, are structures that carry clues that are more relevant not only in the field of language but also in many other fields of science. The interpretation of these as “language degeneration” should be avoided, their structure and development should be carefully examined and their place in the language should be determined and discussed.

Giriş

İletişim kavramı farklı alanlardaki çalışmalarda farklı biçimlerde tanımlanır. Hatta kaynaklarda bu kavramın dört bini aşkın farklı kullanımı olduğuna dair bilgilere de rastlanır (Eroğluer 2011: 121). TDK Güncel Sözlük'te birincil anlamıyla “Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon” olarak tanımlanan “iletişim” sözcüğünün terim anlamı ise aynı sözlükte “Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme, muhabere, komünikasyon” şeklinde kendine yer bulur (URL-1). Çakır ve Topçu'nun da (2005: 72) hatırlattığı gibi Theodorson bu kavramı, düşünce tutum ya da hislerin semboller vasıtasıyla bir kimseden veya gruptan başkasına ya da başkalarına aktarımı biçiminde tanımlar (Aktaran: Bülbül 2001: 3). Berelson ve Steiner da bu kavram için benzer bir şekilde, semboller kullanılarak bilginin, düşüncelerin, hislerin, yeteneklerin v.b. iletimi biçiminde bir tanımla karşımıza çıkar (Aktaran: Mutlu 1999: 168). Daha geniş bir tanımlama tercih eden Zılhoğlu'na (1993: 4) göre “iletişim düşüncenin konuşma ile karşılıklı değiş tokuşudur; iki kişinin birbirini anlaması, insanın karşısındaki kişiye kendini anlatabilmesidir; bireyde benlikle ilgili olarak belirsizliğin azaltılmasıdır; duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılma sürecidir; bir kişinin tekelinde olanın başkaları ile paylaşılması, başkalarına da aktarılması sürecidir” (Eroğluer 2011:121).

İletişim olanakları, dönemin teknolojisinin durumuna göre şekil alır. Bu bağlamda iletişim biçimlerinin dünyadaki teknolojik gelişmelerden en çok etkilenen unsurlardan biri olduğu söylenebilir. İletişim biçimlerini yönlendirme hususunda ise diğer iletişim teknolojilerine kıyasla internet teknolojilerinin ön plana çıktığı görülür. Bilişim ve iletişim alanlarındaki etkileriyle insanlık tarihi açısından bir dönüm noktası ve dönüşüm potansiyelini simgelediği söylenen (Nakilcioğlu 2007; Temur ve Vuruş 2009: 234) ve tesirleri ulusal sınırları aşan internet teknolojisi vasıtasıyla yaşamlarımıza yeni söyleyişler, ifade kalıpları, simgeler

ve kullanım biçimleri dahil olmaktadır (Çakır ve Topçu 2005: 72; Acun 2000: 6). ‘Sosyal medya’ olarak adlandırılan iletişim/paylaşım kanalları, internet kullanımı kapsamında en çok tercih edilen araçlardır (Oğuz 2012: 1157). Yukarıda sözü geçen tarzdaki yeni ifadeler, anlatım kalıpları, semboller vs. günümüzde en çok bu kanallar vasıtasıyla ortaya çıkarılır ve yaygınlaştırılır. Bunun yeni bir tür iletişim dili yarattığı söylenebilir. Bu dile ait kimi kullanımlar bütün sosyal ağlar bünyesinde ortaklaşırken kimi kullanımlar ise her bir sosyal ağ bünyesinde o sosyal ağa özgü görünüm kazanabilir (Oğuz 2012: 1157). Bu çalışmada ele alınacak olan örnekler ise söz konusu dilin yarattığı yahut yaygınlaşmasına katkı verdiği birtakım kalıp yapılar hakkında olacaktır.

Dillerde kimi kavramlar sözcüklerle ifade edilirken başka birtakım kavramlar kalıp ifadelerle aktarılır. Türkçenin de söz dağarcığının bir kısmını teşkil eden bu unsurlara, sözlü ve yazılı iletişim esnasında sıklıkla başvurulduğu bilinmektedir (Aksan 2002: 191; Toklu 2003: 109; Gökdayı 2008: 90) Belli bir bağlama sahip olmaları bu türden kalıp ifadelerin en belirgin niteliğidir (Yılmaz, S.S. 2017: 382).

İnternette yaratılan yeni kalıp ifadeler, neolojizm örnekleridir. En basit tanımıyla yeni bir sözcük, yeni bir kullanım ya da yeni ifadeler (Çelik 2015: 78) olarak tanımlanabilecek neolojizmler daha geniş bir ifadeyle bir dilde henüz bütünüyle benimsenmemiş, yeni oluşturulmuş ya da kendine yer bulmayı deneyen ve konuşma dilinde, yazı dilinde ya da medyada birtakım kimselerce kullanılıyor olduğu görülebilen sözler ya da söz öbekleridir (Yurtbaşı 2017:492). Bu neolojizmlerden biri olan “snowclone”ların ve birtakım “formüsel muzip ima”ların Türkçedeki kullanımları aşağıda sosyal medyadan hareketle örneklendirilmeye çalışılmıştır.

‘Snowclone’ ve ‘Muzip İma’ Kavramları Üzerine

İngilizce bir neoloji olan ‘snowclone’ teriminin isim babası Ekonomi Profesörü Glen Whitman (2005) şöyle demiştir: “Öldüğümde başka bir başarıyla daha anılmayacaksam bile en azından adıma kaydedilmiş bir neolojizmin olacak!”.

Aslına bakılırsa ifadenin terimleşmesinden önce, konunun ilk kez gündeme getirilmesiyle ilgili olarak Pullum’un (2003) Ekim 2003’te yazdığı “Phrases for Lazy Writers in Kit Form” / “Tembel Yazarlar İçin Dizi Biçimindeki İfadeler” başlıklı blog yazısından bahsetmek gerekir. Pullum bu yazıda, “oldukça sık kul-

lanılan öbek şablonları ve gazetecilik klişeleri için yeni bir tanımlayıcının gerekliliğine dair büyüyen bir ihtiyaç olduğundan” söz etmiş (Gulin, 2011) ve şöyle demiştir: “Şimdi bana göre, Mark (Lieberman) tarafından da tespit edilen ancak henüz isimlendirilmemiş başka bir dilsel figür için bir isme ihtiyacımız var. Kabaca söylemek gerekirse, kendisi için bir isme ihtiyacımız olan şey; farklı muzip varyantları, tamamen açık bir dizi biçiminde, tembel yazar ve gazeteciler tarafından değerlendirilebilen, çok kullanımlı, uyarlanabilir, anında tanınabilir, eskimiş, sıkça alıntılanmış ya da yanlış alıntılanmış ifadeler veya cümlelerdir.” (URL-4).

“Snowclone” teriminin kökeni; yeni ortaya çıkmış olması ve kasıtlı yaratımı sayesinde, hassas verilerle tespit edilebilmekte ve tarihlendirilebilmektedir: 15 Ocak 2004 Perşembe günü saat 22:56:57, Northridge, California. “Agoraphilia” isimli blogunda konuyu ele alan Glen Whitman bunu Geoffrey K. Pullum’un talebine yanıt olarak önermiştir. Bu terim, söz konusu tarihten bir gün sonra popüler dilbilim blogu “Language Log”da Geoffrey K. Pullum tarafından bir neolojizm olarak tanıtılmıştır. Aslen gazetecilikle ilgili bir terim olarak ortaya çıkan söz konusu neoloji, ilhamını Eskimoların “kar” sözcüğüyle ilgili olarak dillerinde hayli çok sayıda karışıklık barındırdığına dair, doğru olmayan ama pek çok kez alıntılanmış bir şehir efsanesinden alır. Bundan dolayı; kabaca, “Eğer Eskimoların kar sözcüğü için N adet kelimesi varsa, şüphesiz X’in Y için Z adet kelimesi vardır.” şeklindeki ifadeler, orijinal “kar” alıntısının klonlarıdır” (Pullum 2004; URL-3). “If Eskimos have N words for snow, then surely X have Y words for Z.” yapısındaki değişkenler kullanılarak 2003 yılında The Economist’te yayımlanan “If Eskimos have dozens of words for snow, Germans have as many words for bureaucracy.” (McFedries 2008: 27) “Eskimoların kar için düzinelerce kelimesi varsa, Almanların da bürokrasi için bir o kadar kelimesi vardır.” şeklindeki yapıya da “If the Eskimos have 50 words for snow, surely Britons have 50 words for ‘rail replacement bus service’” “Eskimoların kar için 50 kelimesi varsa, İngilizlerin kesinlikle ‘demiryolu değiştirme otobüs servisi’ için 50 kelimesi vardır¹ gibi internette kullanımlarına rastlanabilecek yapılar (Chivers 2015) bu tür ifadelerle örnek olarak gösterilebilir. “Snowclone” terimi, İngilizce “kar konisi”²² anlamına

¹ “Bir demiryolu değiştirme otobüs servisi, yolcu treni servisini geçici veya kalıcı olarak değiştirmek için otobüsler kullanır. Değiştirilen tren servisi, hafif raylı sistem, tramvay, banliyö treni, bölgesel raylı veya ağır raylı, şehirlerarası yolcu servisi gibi herhangi bir türde olabilir.” (URL-2).

² “Kar konisi; kâğıt koniler veya sünger gıda kabında yaygın olarak kullanılan kar helvası veya öğütülmüş buz tatlılarının bir değişkenidir. Tatlı, aromalı şeker şurubu ile doldurulmuş buz talaşından oluşur.” (URL-3).

gelen “snowcone” sözcüğüyle ilgili bir kelime oyununun sonucu olarak yukarıda bahsedilen mantıkla “snow” + “clone” sözcüklerinin birleşiminden oluşturulmuştur ve “bir deyimin formüsel olarak yeni bir bağlam içinde kullanılmasıyla oluşturulan klişe ifadeleri tanımlamak için kullanılan sözcük” (Gençalp 2019) şeklinde tanımlanmıştır. Bir ‘snowclone’ “çeşitli değişkeleri ile baştan sona açık bir dizi ortaya çıkaran bir söyleyiş ya da tümcedir. Bu terim bir çeşit basmakalıp söz ya da ifade şablonu olmakla beraber başlangıçta ‘çok kullanımlı, rahat kullanımlı, hemen tanınabilen, farklı çeşitliliklerde kullanılan bir ifade’ biçiminde de tarif edilmekteydi.” (Yurtbaşı 2017: 506).

Dilbilimci Arnold Zwicky (2006), “Language Log”daki “Snowclone Mountain” isimli yazısında “snowclone”ları diğer formüsel dil ürünlerinden ayırmak gerektiğini vurgulamış ve bu türün gelişimini nasıl gördüğünü açıklamıştır. Buna göre, “bir “snowclone”un ortaya çıkmasındaki ilk aşama “formül öncesi” aşamadır. Bu aşamada bir fikir çeşitli şekillerde ifade edilir: “Bir kişinin sevdiği, diğer kişinin nefret ettiği şeyler”, “Birilerini memnun eden, diğerlerini iğrendiren şeyler” vb. Bu ifadeler tam anlamıyla anlaşılırdır, anlaşılmak için özel bir bilgi (dil bilmenin ötesinde) gerektirmez, hemen yaratılabilir. İkinci aşama ise “ilk sabitleme” aşamasıdır. Bu aşamada, birisi fikri ifade etmenin özellikle uygun bir yolunu üretir, etkili bir metafor kullanır veya unutulmaz bir başlık ya da isim tasarlar. Temel bir formda sabitlenen bu ifade; daha sonra yayılır ve bir klişe, akılda kalıcı bir cümle, örnek söz, alıntı veya iyi bilinen bir başlık olarak geçerlilik kazanır. Üçüncü aşama “sabit ifadede çeşitlilik” aşamasıdır. Bu aşamada, açık sıraları geliştirerek veya ona dair muzip imalarda bulunarak (kelime oyunları veya diğer çeşitlemeler yoluyla) yapı hızla uzayabilir. Dördüncü ve son aşama ise “snowclone’lama (ikinci sabitleme)” olarak adlandırılır. Bu aşamada varyantlar açık sıraları olan formüller olarak (x ve y’lerle formülize edilebilecek şekilde) (nispeten) sabitlenir. İfadeyle yaratıcı bir şekilde oynamak hala mümkündür ancak çoğu varyant oluşumu şablona uyacaktır” (Zwicky, 2006).

Zwicky (2005), “An Avalanchlet Of Snowclones” isimli blog yazısında ise açık dizilere sahip klişelerle, daha karmaşık, klasik “snowclone”ları birbirinden ayıran çizginin belirsizliğinden söz etmiştir. Ona göre, birtakım mutlak örneklerde son derece belirgin kurallar söz konusuysen bir dizi ara tip örneklerde, kalıplardaki boşlukları neyin dolduracağı ve semantik ya da pragmatik özelleştirmelerin ne

derece özgür olacağı hususunda çeşitlilik mevcuttur. Zwicky’e (2005) göre belli bir sabitlenmiş formüle ve sentaktik paralelizme bağlı kalmayan yapılar snowclone’lardan ziyade “muzip imalar” / “playful allusions” başlığı altında değerlendirilmelidir. Bu yapılar kesinlikle formüsel bir dile sahiptir ancak “snowclone”ları ortaya çıkaran aşamaların sonuna dek ilerleyememişlerdir. Bir zaman sonra yalnızca ilginç ya da şaşılacak mizahî ifadeler olarak görüleceklerdir.

Sentaktik paralelizm; aralarında anlam ve biçim bağı olan cümlelerin birbirini çeşitli biçimde tekrarlamalarıyla gerçekleştirilir (Üstünova 2011: 75). Zwicky’nin “snowclone”larda bulunması gerektiğini ifade ettiği bu yöntemi Türkçe “snowclone” benzeri yapılarda ele alalım:

Formüsel Yapı 1: “X”-“Y”-“Z” sa iyi “Z” aslında.	Formüsel Yapı 2: Ne bileyim sen “X” “Y” (y)ınca ben de “Z”.
<p>Örnek 1: Benle muhatap olmasa iyi çocuk aslında. [@snalcakar -Twitter-] Öge Dizilişi: (Ö.) + Z.T. + Y. + Z.T.</p>	<p>Örnek 3: Ne bileyim, sen çiçekli elbise giyince ben de bahar geldi sandım. [@srpfdnc -Twitter-] Öge Dizilişi: B.T. + Z.T. + Ö. + N. + Y.</p>
<p>Örnek 2: Küpe diye avize takmasa iyi kız aslında. [@bilincimkayıp -Twitter-] Öge Dizilişi: (Ö.) + Z.T. + Y. + Z.T.</p>	<p>Örnek 4: Ne bileyim, sen geç yazınca ben de yeni asklara yelken açtım. [@jantikerembey -Twitter-] Öge Dizilişi: B.T. + Z.T. + Ö. + D.T. + Y.</p>
<p>Örnek 3: Çay yapmasın da bilse iyi kız aslında. [@realisttimben -Twitter-] Öge Dizilişi: (Ö.) + Z.T. + Y. + Z.T.</p>	<p>Örnek 5: Ne bileyim, sen yazmayınca selamı okutup mevlit yaptım ben de. [@FurkanSak2 -Twitter-] Öge Dizilişi: B.T. + Z.T. + Z.T. + Y. + Ö. [Kalıbın değişken olmaması gereken dizisi bozulmuş].</p>

Tablo 1. Formüsel Yapı 1 – Formüsel Yapı 2 Sentaktik Paralelizm Tablosu

Yukarıdaki örneklerden anlaşılacağı üzere “formüsel yapı 1” sentaktik paralelizme uygun örnekler türetmiş gibidir, oysa “formüsel yapı 2”³³ birçok açıdan formüle aykırı gelişimler göstermiştir. İşte bir yapı doğru formüsel biçimiyle sabit türetimler yaparak eskiyebiliyorsa bir “snowclone” özelliği kazanır diyebiliriz. “Muzip imalar”ın “snowclone”lara dönüşümü aşamasında çok şekillilik görülebilmektedir. Fakat yapının ikinci sabitleme aşamasının

3 B.T. = “Bağlama Tümclesi: Cümlelerin kurucu ögesi olan yüklemle doğrudan bağlanamayan ve cümledeki yargıyla anlam akrabalığı bulunmayan ancak cümleler arasında yapısal ve anlamsal bir bağ kuran biçimbirimler”dir. (Delice 2012: 160). “Türkçede cümle kökenli olduğu açıkça belli olan birçok bağlama edatı vardır. Bunlarda, kalıplaşma ileri boyutta olmadığı için edatın cümle soylu olduğu bariz bir şekilde görülmektedir. Örn. benzer, ne benzer, bereket versin, bırak, bırak ki (...), ne bileyim, (...) vb.” (Efendioğlu 2006: 203).

gelebilmesi yani “snowclone”laşabilmesi için yapının çoğu varyantlarının ilk şablona uyuyor olması şarttır. “Eskime” de “snowclone”lar için zaruri bir özellik olarak addedilmelidir. Yani bizce, formüsel uyumu yakalamışsa bile, yalnızca dar bir zaman diliminde sıkışıp unutulmuş yapılar ancak “snowclone”laşma potansiyeli olan yapılar olarak not edilmelidir. Bir dönem için de “sık alıntılanan” formül “eskiyip” “anında tanınabilir” hale gelmeden “snowclone”laşma (ikinci sabitleme)” aşaması tamamlanmış sayılmamalıdır. Belli bir sabitlenmiş formüle ve sentaktik paralelizme tam olarak bağlı kalamayan ve yine de formüsel bir dile sahip olan kimi örneklerin de “snowclone”ları ortaya çıkaran aşamaların sonuna dek ilerleyebildikleri söylenemez.

Örneğin “X de ne bileyim yani” (Örn. Buna düşmeyen de ne bileyim yani) [@reinex – Twitter-], (Örn. Deniz olmayan bir yerde yaşamak da ne bileyim yani) [@zarifasena -Twitter-] formüsel yapılarının “X de yani ne bileyim” (Örn. Kestaneyi pişmemiş haliyle daha çok sevmeyen de yani ne bileyim)[@evetamabanane -Twitter-]; “Yani X de ne bileyim”, (Örn. Yani buna düşmeyen de ne bileyim) [@thebekirr1 -Twitter-]; “X de ne bileyim” (Örn. Duştan sonra kolonya sürmeyen de ne bileyim) [@cacaronist -Twitter-] vb. gibi sabit ifadesi değişkenlik gösteren versiyonları da yaygındır. Benzer durum başka birtakım örnekler için de geçerlidir: ‘X ve sunumsuz yakalanmam, şükür Y’ (Örn. Bacanağımın aniden kıyma çekirtmeye gelmesi ve hazırlıksız yakalanmam şükür alelacele bir sunum hazırladım.) [@iskenderadam -Twitter-]; “X ve sunumsuz yakalanmam, çok şükür Y”, (Örn. “Kocamın aniden asansöre binmesi ve hazırlıksız yakalanmam çok şükür hemen bir sunum hazırladım.”) [@seydizm -Twitter-]; “X ve sunumsuz yakalanmam, neyse ki Y” (Örn. Şantiye şefine sunumsuz yakalanmam, neyse ki alelacele bişeyler yapabildim) [@taymkillers -Twitter-]; Neyim ben X falan mı? (Örn. Neyim ben üflemler çalgı falan mı) [@snalcakar]; “Neyim Ben X falan mıyım?” (Örn. Neyim ben Tyler Durden’in vücut bulmuş hali falan mıyım?) [@yuceemmus -Twitter-] “Neyim ben X mi” (Örn. Neyim ben Jason Statham mı?) [@81MEMMED_ -Twitter-]; “Nesin sen X falan mı?” (Örn. Nesin sen dünyanın en bilinçli hastası falan mı?) [@nocontextsağlık -Twitter-] vb. gibi. Bu örneklerin sayısı çoğaltılabilir.

Sosyal Medyadan Hareketle Türkçe Formüsel Kalıp İfadeler; ‘Snowclone’ ve ‘Formüsel Muzip İma’ Örnekleri

“Snowclone”, her ne kadar gazetecilikle ilgili bir terim olarak ortaya çıktıysa da⁴⁴ internet mizahının yükselişiyle birlikte kendine internet memleri aracılığıyla “yeni medya”da farklı bir mecra bulmuştur (URL-3). Geniş bir kavram alanını bünyesinde barındıran yeni medya, “genel olarak var olan medyayı, etkililişimli olarak, sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayar aracılığıyla üretim, dağıtım ve paylaşım sağlayan ortamlar” (Kırık 2017: 232) olarak ifade edilmeye çalışılsa da Manovich (2001: 19) tarafından teknolojik gelişmelerin devrimsel doğaları nedeniyle, bu kavramın bütünüyle açıklanamayacağı ya da mutlak bir tanımının olamayacağı da belirtilmiştir. Yanık (2016: 898-899), yeni medya kavramındaki yeniliğin “sadece teknolojik veya araçsal bir yeniliği değil medyaların iletişim modellerindeki, felsefesindeki ve tüm sistemindeki teknik, hukuki, sosyolojik, psikolojik ve diğer birçok faktörün dönüşümünü ifade ettiğini” söyler. Tıpkı ‘snowclone’lardaki durum gibi, yeni medya kendisinden önceki medya türlerinden birçok içeriği ödünç almış ve yeniden dolayımlayıp bunların çeşitli biçimlerde kullanılmasını sağlamıştır (Bolter ve Grusin 1999: 45). Çağrı Yılmaz (2017: 183), bahsedilen süreçlerle ilgili olarak aşağıdakileri belirtir:

“Medyadaki söz konusu yöndeşme ve yeniden dolayımleme süreçleri, “tüketicileri bilgi toplamaya ve dağıtık medya içerikleri arasında bağlantı kurmaya teşvik ettiği için kültürel bir değişimi temsil etmektedir” (Jenkins 2006: 39). Bu değişim, “kullanıcılara kendilerini sanatsal bir biçimde ifade edebilme; sivil katılım; yaratma ve yaratılarını paylaşma; önemsenme ve önemsedikleri insanlarla iletişim kurabilme gibi olanaklar sağlayan katılımcı bir kültür [participatory culture]” (Jenkins 2007: 7) iklimini müjdelemektedir. Bir zamanlar izleyici olarak bilinen (Rosen 2012) çağımızın aktif kullanıcılarının (yeniden) ürettikleri metinler yoluyla anlam üretim sürecine katkı sağlayan günümüzün “metin avcıları” (Jenkins 1992) olduğunu düşünmek yanlış olmayacaktır.”

Mem; bir kültürde bir davranış veya tarzın kişiden kişiye yayılmasıdır. “İnternet memleri” ise internette yayılan bir kavramı tanımlamak için kullanılır (Yurtbaşı 2017: 506). Memetik içeriğin bilhassa internet memleri dahilinde kendine özgü bir dili ve bazen tuhaf bulanabilecek özgün ifade şekilleri bulunur.

4 Gazetecilikle ilgili Türkçe “snowclone” örnekleri üzerine ayrıntılı bir çalışma yapılmalıdır.

Topluluksal aidiyet duygusuyla yakından ilişkili olan “topluluğa özgü mem okur-yazarlığı” (Nissenbaum ve Shifman 2015) bir grubu, bir insan kalabalığından bir topluluğa dönüştürdüğü ya da o grubun diğer gruplardan ayırt edilmesini sağladığı için sıklıkla tercih edilir. Çağrı Yılmaz’ın (2017: 192) Burgess’ten (2007) hareketle kültüre içkin yaratıcılık bağlamında gündelik memetik içerikleri ele aldığı şu tespitleri de dikkate değerdir:

“Burgess’in ortaya koyduğu kültüre içkin yaratıcılık [vernacular creativity] kavramı, günümüzün kültürü ve yeni medya teknolojileri bağlamında anlam kazanan gündelik kültürel üretimleri görme biçimleridir. Bu yaratıcılık, ne elit ve kurumsallaşmış ne de sıra dışı ve şaşırtıcı olarak tanımlanır; onu tanımlayan sıradanlıktır. Bu kavramsallaştırma bizleri gündelik memetik içeriklere götürür. Gerçekten de bu içeriklerin yüksek sanat ürünü olduğu iddia edilemez. Her gün, çok çeşitli dijital ortama akan sayısız içerik sıradan kullanıcılar tarafından üretilmiş –çoğu yaratıcı– kültür nesnelere. Onların en belirgin tanımlayıcıları ise internet ve bilgisayar tabanlı akıllı aygıtlar gibi yeni medya teknolojilerinden kaynaklı olmalarıdır. Kullanıcılar, yeni medya teknolojilerinin kendilerine sağladığı olanakları kullanarak bu gündelik kültür içeriklerini kolaylıkla üretebilir ve dijital ortamlar aracılığıyla tüketim ağına sokabilir.”

İşte “snowclonelar” ve “formüsel muzip imalar” da bu türden memetik yaratıların bünyesinde sıklıkla kullanılır. İnternet dilinde bunlar, birbirinden ve formüsel olmayan diğer memetik ürünlerden ayırt edilmeksizin “kalıplar” ya da “akımlar” gibi genel başlıklandırmalar altında gündeme getirilir.

İş yerlerinden okullara, oyun salonlarından kıraathanelere kadar neredeyse kamuya açık her mecrada kullanım sahası edinen sosyal medyanın yaygınlaştırdığı kalıp ifadeler kimi zaman dizi / film ismi olarak kullanılabilir ve hatta bu tarz bazı sözler oyun ve şarkı ismi dahi olabilmektedir (Yılmaz, S.S. 2017: 383). Aşağıda sıralanacak Türkçe yapılar, internet memlerinden kaynak alarak ortaya çıkan örneklerdir.

Bu örneklerden bazılarının ilk kaynağı apaçık belliyken kimilerinin ilk örneğine ulaşmak veya bu ilk örnekten emin olmak pek zordur. İlk kaynağı apaçık belli olan örnekler genellikle belli popüler kültür öğelerinden kaynak alırlar. Örneğin, Türkçe “snowclone” adaylarından “Vurur yüze ifadesi X Bitanesi” yapısı, kaynağı apaçık belli olan örneklerdendir.

Sözleri Deniz Yürekli'ye müziği Erdem Kınay'a ait ve Merve Özbey'in söylediği "Yaş Hikayesi" adlı şarkının "vurur yüze ifadesi, bulur seni bi'tanesi" şeklinde olan kısmı bu örneğin formül öncesi ve ilk sabitleme aşamalarını temsil eder. Bu süreçten sonra sabit ifadede çeşitlilik aşaması gelir. Merve Özbey, "Beyaz Show" isimli gösteri programında bu sözlerin nasıl fenomen olduğuyla ilgili soruyu yanıtlarken aslında bu örneğin ifadede çeşitlilik aşamasına geçişinin öyküsünü anlatmaktadır; "Bir arkadaş, adını hatırlamıyorum... 'Vurur yüze ifadesi, o kız kimdi bi'tanesi' diye bir tweet atmış. (...) Baktım kendi kendime buna gülüyorum on beş yirmi dakika. Dedim ki, -boştum da o gün-, haydi daha yaratıcı, daha yaratıcı derken... Herkesin ağzına pelesenk oldu ve önünü alamıyorum, her yerde var yani." (URL-4).



Resim 1. Bir snowclone adayının sabit ifadede çeşitlilik aşamasına geçişi: *Vurur yüze ifadesi X bitanesi* (Kaynak: URL-5, URL-6)

Popüler kültüre ait bir yaygınlaşma öyküsü de "herkesi mutlu edemezsin, çünkü x değilsin" şeklindeki formüsel yapıyla ilgilidir. Aslında formül öncesi ve ilk sabitleme ve hatta sabit ifadede çeşitlilik aşamalarını yabancı dil kaynaklı olarak yaşamış olan "You can not make everyone happy, you're not chocolate." yapısının bir çeşit uyarılma çevirisinin (Herkesi mutlu edemezsin, çünkü pizza değilsin.) sosyal medyada çok sayıda takipçisi olan Şeyma Subaşı'nın kitabında yer alması sonucu bu örnek popüler kültürün ve sosyal medyanın gündemine gelmiş ve Türkçede de sabit ifadede çeşitlilik aşamasına geçmiştir. Yabancı dillerden formüsel olan ve formüsel olmayan kalıpların ödünç alınması bu türden kullanımların en sık rastlanan kaynaklarındandır.

Yukarıda, biri sosyal medya diğeri de basılı bir kitap aracılığıyla "snowclone" adayına dönüşen iki formüsel yapıyı inceledik. Bunların ortak özelliği

popüler kültür öğelerine dönüşmüş olmalarıdır. Sadece bunlar değil, popüler kültür ögesi olan türlü kaynaktan doğma yapılar da “snowclone” adayına dönüşebilmektedir. Örneğin bilhassa internette yaygınlaşan şu fıkra; “Erzurumlu iki sevgili konuşur; Erkek: Seni üç yüz altmış beş gün düşünirem verene gurban olim, Kız: Galan altı saatte ne yapisan? Erkek: Ne diyisen canın yiyim, çayda mı içmiyağ?” (URL-12) bir mem olarak önce “çayda mı içmiyağ > çay da mı içmeyer” yapısıyla sabitlenmiş ve daha sonra formüsel bir ifadeye dönüşerek “‘X’ de mi ‘Y’ mayak” şeklinde bürünmüştür. Yine internette popülerleşen ve genel hatlarıyla “Fareye bira içirmişler, kalkıp oynamış. Votka, şarap, cin içirmişler, yine kalkmış oynamış. Ne zaman ki dayamışlar rakıyı, fare elini masaya vurmuş ve bağırmiş: O kedi buraya gelecek!..” (URL-8) şeklinde olan fıkradaki “o kedi buraya gelecek” yapısı memleşerek popüler kültürün türlü alanlarında ve internet memlerinin muhtelif türlerinde yer edip sabitlendikten sonra “o X buraya gelecek” biçiminde bir formüsel yapıya dönüşüp bir “snowclone” adayı olmuştur.

Tıpkı “Vurur yüze ifadesi X Bitanesi” örneğinde olduğu gibi “‘X’ler ‘Y’ kadar kalsaydın bari” (< İncirler olana kadar kalsaydın bari), “Dedi ki götür beni X’e” (< Dedi ki Götür Beni Aya), “Hangimiz X çılgınlar gibi” (< Hangimiz Sevmedik Çılgınlar Gibi) ya da “Yakarsa bu dünyayı X yakar” (Yakarsa Bu Dünyayı Garipler Yakar) gibi formüsel yapılar çeşitli şarkı sözlerinden kaynak olarak ortaya çıkmıştır. Ya da örneğin “X ve Öfkeli” formüsel yapısı yabancı bir film isminin Türkçe çevirisinden (Hızlı ve Öfkeli); “X’in ilk kuralı X hakkında konuşmamaktır!” yabancı bir film repliğinden (Fight Club/Dövüş Kulübü); “X’i sizden öğrenecek değiliz” formüsel yapısı siyasetçi dilinden; “X ve Dünya Bir Dakikalığına Güzelleşiyor” yapısı viral bir video başlığından, “İzmir’de biz X’e Y deriz” yapısı “çekirdek/çiğdem, simit/gevrek” ayrımıyla ilgili olarak tekrarlanan popüler bir söylemden kaynak almıştır. Yani “snowclone” adayları kaynaklarını her türlü klişe üreticisi kaynaktan alabilir. Kimi örnekler yalnızca belirli platformlara hasır. Örneğin, “Hakkında bu kadar entry girilince X sandım.” Ekşi Sözlük’e (URL-9), “X var dediler geldik” İnci Sözlük’e (URL-10) ait bir formüsel yapıyken, “X diyenler fav, Y diyenler rt, Z diyenler unfollow!” Twitter’a (URL-11) has bir yapıdır. “Senin X’in yok beni çıldırtmak mı istiyor-

sun” formüsel ifadesi, televizyon programcısı Müge Anlı’nın bir yayın esnasında söylediği “Kocanın evi yok ki, sen beni çıldırtmak mı istiyorsun?” benzeri bir cümleden yola çıkarak formülleştirilmiştir. Bu da geleneksel medyanın yeni medya ve yeni medya dili üzerindeki etkisinin kalıp ifadeler aracılığıyla gösteriyor olması bakımından dikkate değerdir.

Birtakım örneklerin ise ilk kaynağı muğlaktır; Örnek olarak “X Bey diyeceksiniz” formüsel yapısını alabiliriz. İnternette bu yapının kaynağı olarak kimileri siyasetçi dilini gösterirken, kimileri futbolcu Arda Turan’ı (URL-12), kimileri oyuncu Ozan Güven’i, kimileri İstanbul ile ilgili eski bir anekdotu, kimileri de “Çiçek Abbas” filmindeki bir repliği vb. işaret eder. (URL-13). Kaynaklarını göz önünde olmayan üreticilerden alan diğer birtakım formüsel yapıların ise ilk kaynağına ulaşmak ve bunun ilk kaynak olduğundan emin olmak kolay değildir. Bu tür örneklerden kimisi de yabancı “snowclone” ya da “formüsel muzip ima”ların doğrudan doğruya Türkçeye çevrilmesiyle ortaya çıkmıştır.

Sosyal medyada yer alan “snowclone” ya da “muzip ima” gibi formüsel ifadelerin birçoğu Türkçeye “caps / keps”⁵⁵ şeklinde geçen “image macro” fenomeniyle birlikte kullanılır. Yani bir resim ve o resmin üzerine ya da altına iliştirilmiş kalıp ifadeler olarak sıklıkla karşımıza çıkarlar. Ya da Twitter, Instagram, Facebook vb. gibi sosyal mecralarda resimlerle ilişkili olarak konumlanırlar. ‘Bu şey değil mi ya X’ formüsel yapısı bunlardan biridir (Bazı örnekler için bk. URL-14). (Bu yapının “şey değil mi bu X” versiyonu da bir hayli yaygındır.).

5 İngilizce “capture” kelimesinden türemiştir (Aktas, 2016). “Anlamı, kullanım alanı ve işlevi genişleyen bu tür, günümüzde mesaj içeren her çeşit sosyal iletişim görselinin genel adı olmuştur.” (Güvenç 2017: 109).



Resim 2. ‘Bu şey değil mi ya X’ Formüsel Yapısına Örnekler (Kaynak: URL-15, URL-16)

‘X ve sunumsuz yakalanmam, şükür Y’ şeklindeki ifade de bu türdendir (Bazı örnekler için bk. URL-17). Yine genellikle resimlerle birlikte kullanılan bu formüsel ifade, bir Twitter kullanıcısının “eltimin pat diye kahveye gelmesi ve sunumsuz yakalanmam, şükür alelacele çokoprensleri kurdeleyle bağlayabildim” şeklindeki bir “tweet”inden türeyerek ortaya çıkmıştır.



Resim 3. ‘X ve sunumsuz yakalanmam, şükür Y’ formüsel yapısının formül öncesi aşaması.

(Kaynak: URL-18)

Bunlarla beraber; “X olsa beğenirdiniz ama Y.” (Örn. Kuzey ışıkları olsa beğenirdiniz ama burası Bornova dolmuşu.) [@AF_Biyikli -Twitter-] ya da (Burası New York olsaydı beğenirdiniz ama burası Anakart.) [@sendeyizkrds -Twitter-]) [Burası X olsa beğenirdiniz ama burası Y şeklinde gelişmeye başlayan formül, X olsa beğenirdiniz ama Y şeklinde genişletilerek bolca örnekte kullanılmıştır.] (Bazı örnekler için bk. URL-19, URL-20); Hala X’i beğenmemeye devam mı? (Örn. Hala Ankara’yı beğenmemeye devam mı) [@tokacefecan -Twitter-] (Hala Konya’yı beğenmemeye devam mı?) [@burcunusum -Twitter-]; ‘X’, ‘Y’mayan ‘Z’ de Kendine ‘Z’yim demesin. (Örn. Şunu yapamayan köpek de kendine köpeğim demesin) [@meowvs -Twitter-]; Neyim ben X falan mı? (Neyim ben üflemler çalgı falan mı) [@snalcakar] (Neyim ben Twitter’ın en güzel kedisi falan mı?) [@Leydikedi -Twitter-]) (Bazı örnekler için bk. URL-21) vb. formüsel ifadeler de genellikle bir resim ile birlikte kullanılırlar.

Ayrıca, “X’im şekil önümden çekil”, “X’im pazardan Allah korusun nazardan”, “X Y’diğinde Ben”, “Xsem demek ki” vb. formüsel yapılar da yine resimlerle birlikte kullanılan formüsel ifadelerle örnek olarak gösterilebilir.

“X yolcusu kalmasın”, “Bu X bi harika dostum”, “X candır gerisi heyecandır” gibi formüller ve resimlerle kullanılan formüsel ifadelerden bazıları, kişilerin kendileriyle ilgili önemsedikleri bir noktayı yahut yaptıkları aktiviteleri diğerleriyle paylaşırken bayağı görünmemek, davranışlarına biraz daha meşruiyet kazandırmak adına bunu mizahla harmanlayarak dikkati biraz olsun dağıtmak yahut kendileriyle dalga geçiyor görünerek/ dalga geçerek yaptıkları paylaşımların toplumsal kabul edilebilirliğini artırmak gayesini bilinçli yahut bilinç dışı şekilde yansıtır. Kalıp ifadelerin toplumsal kabul edilebilirliği artırma işlevi başka türden kalıplarda da kullanılır (Çelik 2016: 452). Örneğin Aydın Oy’un (1958: 24-26) atasözleriyle ilgili olarak ifade ettiği şu sözler dikkat çekicidir; “Yedisinden yetmişine kadar her kişi, genci ihtiyarı, erkeği kadını, okumuşu bilgisizi konuşmalarından atasözlerini eksik etmezler. Bir tartışmanın sonunda sıkışan tarafın hemen bir atasözünü tanık göstermekle yenilgiden kurtulduğu çok görülmüştür”. İşte bu bağlamda, sosyal medyada yer alan formüsel kalıp ifadelerin de ilgi çekmek ya da ilgi dağıtmak noktasında sıkışan kullanıcıların başvurduğu başarılı kısayollar olduğunu söylemek mümkün gözükmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının büyük çoğunluğunun birincil hedefi en hızlı şekilde ilgi çekmektir. Çoğu zaman bunun meşru şekilde olmasını isterler. Yukarıda ‘ilgi dağıtmak’ denilerek kastedilen şey de kazanılan ilginin biçiminin değiştirilmeye çalışılmasıyla ilgilidir. Dikkat çekmek için en çok kullanılan yöntemlerden biri herkesin ortaklaşacağı yahut muhalefet edecek kadar bir aidiyet ya da alaka duyacakları bir konuda tespitlerde bulunmaktır. Ayrıca bunların etkileyciliğini ve hızlı yayılabilme özelliğini artırmak için bu tespitleri ellerinden geldikleri kadar kısa bir biçimde, mümkünse eğlenceli bir yöntemle ve toplumun aşına olduğu yapıları kullanarak ifade etmelidirler. Formüsel kalıp ifadeler birçok zaman işte tam da burada imdada koşar. Mesela “Bir ‘snowclone’ bilinen sözlü formülü ve dinleyicinin kültürel yönden alışık olduğu ifadeyi kullanır. Değişik bir ‘snowclone’ aslından tamamen farklı olan bir başka unsuru konu alabilir.” (Yurtbaşı 2017: 506).

“X de ne bileyim yani” (Örn. Buna düşmeyen de ne bileyim yani) [@re-inex -Twitter-], (Örn. Deniz olmayan bir yerde yaşamak da ne bileyim yani [@zarifasena -Twitter-]; “Belki X değildik ama biz de Y”, (Örn. Belki Neşet Ertaş değildik ama biz de cahildik, dünyanın rengine kandık be kardeşim) [@hunkario -Twitter-], (Örn. Belki bi Müslüm Baba değildik ama biz de sevgisizliğine bir kalp verdik.) [@asomoruks -Twitter-] (Bazı örnekler için bk. URL-22); “X olarak çok tatlıyız bence” (Örn. Okulun ilk günü okula gitmeyenler olarak çok tatlıyız bence.) [@hasansaro -Twitter-], (Örn. Kardeşikle anlaşamayanlar olarak çok tatlıyız bence) [@BayOuz2 -Twitter-]; “‘X’ ‘Y’ sa iyi ‘Z’ aslında”, (Örn. Benle muhatap olmasa iyi çocuk aslında) [@snalcakar -Twitter-], (Örn. Küpe diye avize takmasa iyi kız aslında) [@bilincimkayip -Twitter-] (Bazı örnekler için bk. URL-23); “X uyandım güne puanım 10/10” (Örn. Kardeşlerimin öpmesiyle uyandım güne puanım 10/10) [@Semikoral -Twitter-], (Örn. Bu sabah şöyle bir manzarayla uyandım güne puanım 10/10) [@akinishh -Twitter-]; “Hayaller X hayatlar Y” (Örn. Hayaller İstanbul Hayatlar Erzurum) [@Oguzhanats -Twitter-]; (Örn. Hayaller Ankara Hayatlar Paris) [@Hirdavistanli-Twitter-]; “Yok canım ne X’i”, (Örn. Yok Canım Ne Kıskanması) [@dizicibagyan -Twitter-], (Örn. Yok canım ne üşümesi) [@buluttann -Twitter-] (Yok canım ne X’i, Y biçiminde daha uzun versiyonları da yaygındır); “Anlat, Sen Seversin X’i”, (Anlat, sen seversin halüsi-

nasyonları) [@biyomizah -Twitter-], (Anlat sen seversin yüzüme yüzüme yalanlar söylemeyi) [@yengenizbihter -Twitter-]; “Sen yoksan X var” (Örn. Sen yoksan müzik var) [@muzik_var -Twitter-], (Örn. Sen yoksan Yıldız Tilbe var) [@ankara_beyi_ -Twitter-]; “X diye mutlu sanıyorlar” (Örn. Palyaçosun diye mutlu sanıyorlar) [@spooky1116 -Twitter-], (Örn. Ponçiksin diye mutlu sanıyorlar) [@BiriNilos] (Bazı örnekler için bk. URL-24); “Seven sevdiğine X alsın” (Örn. Seven sevdiğine kar küresi alsın) [@izmirgibiyiz -Twitter-], (Örn. Seven sevdiğine at alsın) [@thegradaco -Twitter-]; “X gereken konular var” (Örn. Baba rolü oynayan gereken konular var) [@Lakinist -Twitter-], (Örn. Çay içmemiz gereken konular var) [@beykiziofficial -Twitter-]; “X fikri çık aklımdan” (Örn. Saçlarını turuncuya boyama fikri çık aklımdan) [@farketmez_x -Twitter-], “Örn. Köyde yaşama fikri çık aklımdan” [@busrainhere -Twitter-]; “X’in Y’diğine yemin edebilirim ama kanıtlayamam” (Örn. Ağustosun bir hafta sürdüğüne yemin edebilirim ama kanıtlayamam) [@yinemihakliyim -Twitter-], (Örn. Kahvenin temel ihtiyaç olduğuna yemin edebilirim ama kanıtlayamam) [@ersinprofilv -Twitter-] (“X’in Y’diğine yemin edebilirim ama ispatlayamam” versiyonu da yaygındır.) ve “X için Y’leri üzdünüz” (Örn. Tango kursuna gitmiş kızlar için evde flash tv ile halay çeken kızları üzdünüz) [@vishnevoika -Twitter-], (Örn. Babet çorabı giyen erkekler için içine içlik giyen adamları üzdünüz) [@Et_Romeo -Twitter-] (Bazı örnekler için bk. URL-25) vb. formüsel ifade yapılarından bazıları “snowclone” bazıları ise “muzip ima” türünden kalıplara örnek olarak gösterilebilir ve böyle örnekler ile değişkenlerinin sayıları bir hayli çoğaltılabilir⁶⁶.

Sonuç

Gazetecilikle ilgili bir terim olarak ortaya çıkan “snowclone”lar internet mizahının yükselişiyle birlikte internet memleri eşliğinde kendine “yeni medya”da farklı bir mecra bulmuştur.

6 Örnekleler <https://www.twitter.com> adresinden alınmıştır. Twitter’da hesabın muhtevastındaki iletilerin görünmesini önleyen bir gizlilik seçeneği mevcuttur. Hesap gizli olduğu takdirde hesap sahibinin tweetlerine ulaşamaz. Gizlilik seçeneğini tercih etmeyen kullanıcılar internet ağıında üretimlerini açık şekilde yayar ve paylaşırlar. Dolayısıyla bu araştırmada ele alınan hesapların gönderileri kamusal alanda kullanıma açık olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, bu hesapların üretimlerinin arkasında yatan insan öznesinin varlığı da unutulmamış ve tweetler buna binaen hassasiyetle seçilmiştir. İnternette ilgili çalışmalarda, insan özneleri mefhumuna etkin ve eleştirel bakılması önerilmektedir (Karataş, Binark 2016). Konuyla ilgili olarak bk. Markham, A. ve Buchanan, E. (2015), “Etik Karar Alma ve İnternet Araştırmaları: İnternet Araştırmaları Birliği (AoIR) Etik Çalışma Komitesinden Tavsiyeler”, *Folklor/Edebiyat* 21(83): 411-431.

Zwicky’nin (2006) de belirttiği gibi benzer özellikler gösteren her formüsel ifade “snowclone” olarak addedilmemelidir ve bunlardan bazıları “formüsel muzip ima”lar olarak değerlendirilmelidir. Bu türden ifadelerin “snowclone” olarak değerlendirilebilmeleri için Zwicky’nin (2006) söz ettiği “formül öncesi aşama”, “ilk sabitleme”, “sabit ifadede çeşitlilik”, “snowclone’lama (ikinci sabitleme)” aşamalarının tümünü tamamlamış olmaları gerekir. Birçok örnek üçüncü aşamanın ötesine geçememektedir.

Bu türden yapıların kiminin ilk kaynağı apaçık belliyken kimilerinin ilk örneğine ulaşmak veya bu ilk örnekten emin olmak pek zordur. Bu bağlamda, “The Snowclones Database”te (URL-26) orijini belli olmayan “snowclone” adaylarının “snowclone”luklarının kesin olmadığı söylenildiği ve bunların, yanlarında bir “tentative” “belirsiz” ibaresiyle söz konusu veri tabanında yer aldığı hatırlatılmalıdır. Ayrıca, örneklerden de anlaşılacağı üzere değişkenler bazen tek bir sözcük, bazen bir cümle ya da birkaç cümleden ibaret olabilmektedir. Sözcük sayısı artıka formüllerin yapısı zorlanmakta, sentaktik paralelizm hususunda bazı kayıplara yol açılmaktadır.

Sosyal medyada yer alan formüsel kalıp ifadelerin, ilgi çekmek ya da ilgi dağıtmak noktasında yardım arayan kullanıcıların başvurduğu başarılı kısayollar olduğunu söylemek mümkündür. Söylenenlerin kabul edilebilirliği artırma işlevini diğer kalıp ifadelerle paylaşan ‘snowclone’ ve ‘muzip ima’ gibi formüsel ifade örnekleri dilsel olanakların potansiyelini göstermeleri açısından önemlidir. Yeniden tasarlanabilir olmaları yönüyle etkinliklerini koruyan ve yeni medya dilinin önemli bir unsuru haline gelen bu türden ifadeler bünyelerinde yalnızca dil alanını değil başka birçok bilim alanını daha ilgilendiren ipuçları taşıyan yapılarıdır. Bunlar, salt “dil yozlaşmaları” olarak değerlendirilmemeli, diğer kalıp ifadelerde yapıldığı gibi bu türden ifadelerin de gelişimleri dikkatlice incelenerek dildeki yerleri tespit edilmeli ve tartışılmalıdır.

Kaynakça

- Acun, Ramazan (2000), "İnternet ve Telif Hakları", *Bilgi Dünyası*, 1 (1), s. 5-26.
- Aksan Doğan (2002), *Anadilimizin Söz Denizinde*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Aktaş, Özgür (2016), "Bir İletişim Yöntemi Olarak Caps/Memes", İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 6 (14), s. 1-14.
- Bolter, Jay David ve Grusin, Richard (1999), *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Burgess, Jean (2007), *Vernacular Creativity and New Media*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Brisbane: Queensland University of Technology. http://eprints.qut.edu.au/16378/1/Jean_Burgess_Thesis.pdf (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- Bülbül, Rıdvan (2001), *İletişim ve Etik*, Ankara: Nobel Yayın-Dağıtım.
- Chivers, Tom (09.04.2015). "The Inuit Don't Have 100 Words For Snow, So Why Does The Myth Persist?" <https://www.buzzfeed.com/tomchivers/no-the-inuit-dont-have-100-words-for-snow> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Çakır, Hamza ve Topçu, Hakan (2005), "Bir İletişim Dili Olarak İnternet", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (2), s. 71-96.
- Çelik, Anıl (2015), "Nilgün Marmara'nın Şiirlerinde Dil Sapmaları", *Uluslararası Türk Dünyası Kültür Araştırmaları Dergisi*, Bahar 2015 - 1 (1), s. 76-91.
- Çelik, Anıl (2016), "Türkiye Türkçesi Atasözü Ve Deyimlerinde Toplumun Delilik Algısı", *Uluslararası Edebiyat ve Toplum Sempozyumu Bildirileri Kitabı*, Bartın, 28-30 Nisan 2016, Cilt 2, s. 449-465.
- Delice, Hacı İbrahim (2012), *Türkçe Sözdizimi*, İstanbul: Kitabevi.
- Efendioğlu, Süleyman (2006), "Cümle Menşeli Edatlar", *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, S. 31, s. 193-207.
- Eroğlu, Kemal (2011), "Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme", *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 11, Sayı: 1, Ocak 2011, s. 121-136.
- Gençalp, Hüseyin (2019), "Görsel Kültür, Çoklu Okuryazarlık ve Çoklu Biçimlilik Bağlamında Sosyal Medya İletileri", *Global Media Journal TR Edition*, 10 (19), Güz 2019 Sayısı, s.52-75).
- Gökdayı, Hürriyet (2008), "Türkçede Kalıp Sözler", *Bilig Dergisi*, Sayı:44, s. 89-110.
- Gulin, olivia (23.03.2011), "Snowclone" <https://knowyourmeme.com/memes/snowclone> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- Güvenç, Ahmet Özgür (2017), "Anlatıdan Görsele Elektronik Mizah Kültürü", *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü*, s. 101-112.

- Jenkins, Henry (1992), *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, New York, London: Routledge.
- Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*, New York, London: New York University Press.
- Jenkins, Henry, Clinton, Katie, Purushotma Ravi, Robison, Alice J., Weigel, Margaret (2007), *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Karataş, Şule, Binark, Mutlu (2016), “Yeni Medyada Yaratıcı Kültür: Troller ve Ürünleri ‘Caps’ler”, *TRTAKademi*, cilt 1, sayı 2, s. 427-448.
- Kırık, Ali Murat (2017), “Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, cilt.5, s.230-261.
- Markham, Annette, Buchanan, Elizabeth (2015), “Etik Karar Alma ve İnternet Araştırmaları: İnternet Araştırmaları Birliği (AoIR) Etik Çalışma Komitesinden Tavsiyeler”, *Folklor/Edebiyat*, 21 (83), s. 411-431.
- McFedries, Paul (2008), “Snowclone Is The New Cliché.”, *IEEE Spectrum: Technology, Engineering, and Science News*, February 1, 2008. <https://spectrum.ieee.org/at-work/education/snowclone-is-the-new-clich>.
- Mutlu, Erol (1999), *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Ark Yayınları.
- Nakilcioğlu, İsmail Hakkı (2007), “İletişimden Bilişime: İnternet Kültüründen Kesitler”, *Akademik Bilişim*, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, 31 Ocak-2 Şubat 2007.
- Nissenbaum, Asaf ve Shifman, Limor (2015), “Internet Memes as Contested Cultural Capital: The Case of 4chan’s /b/ Board,” *New Media & Society*: p. 1-19.
- Oğuz, Betül Bülbül (2012), “Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi”, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7/4, 2012, s. 1157-1166.
- Oy, Aydın (1958), “Atasözlerimizin Toplumsal Değeri”, *Eğitim Hareketleri*, 4 (40), s.24-26.
- Pullum, Geoffrey K. (27.10.2003). “Phrases For Lazy Writers In Kit Form” <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/language/og/archives/000061.html> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Pullum, Geoffrey K. (16.01.2004). “Snowclones: Lexicographical Dating To The Second” <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/language/og/archives/000350.html> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Rosen, Jay (2012), *The People Formerly Known As The Audience*. M. Mandiberg (Ed.), The social media reader içinde (ss. 13-16). New York, London: New York University Press.

- Temur, Turan ve Vuruş, Nurdan (2009), “İnternet (Genel Ağ) Ortamında Türkçenin Kullanımına İlişkin Bir Çözümleme”, *Balkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12:22, Aralık, 2009. s.232-244.
- Toklu, M. Osman (2003), *Dilbilime Giriş*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- Üstünova, Kerime (2011), *Dil Yazıları*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- Whitman, Glen (14.01.2004) / (12.06.2005). “Phrases for Lazy Writers in Kit Form Are the New Clichés” <http://agoraphilia.blogspot.com/2004/01/phrases-for-lazy-writers-in-kit-form.html> (Erişim Tarihi: 12.01.2020).
- Yanık, Akan (2016), “Yeni Medya Nedir Ne Değildir?”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 45, s. 898-910.
- Yılmaz, Çağrı (2017), “İnternet-Ortamlı Mem Çalışmaları: Uluslararası Alanyazına Bir Bakış ve Türkiye’deki Olanaklar”, *Global Media Journal TR Edition*, 8 (15), s.182-207.
- Yılmaz, Serhat Sabri (2017), “Sosyal Medyadan Gündelik Hayata: Mizahi Kalıp Sözcükler”, *Uluslararası Genç Akademisyenler Kültür Kongresi- SOKÜM ve Mizah*, s. 381-389.
- Yurtbaşı, Metin (2017), “Türkiye’de 2000-2017 Döneminde Oluşan Veya Yaygınlaşan Yeni Sözcükler (Neolojizmler)”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(40), s. 491- 562.
- Zillioğlu, Merih (2003), *İletişim Nedir?*, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Zwicky, Arnold (21.05.2005). “An Avalanchlet Of Snowclones” <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagegolog/archives/002185.html> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Zwicky, Arnold (18.10.2005). “Critical Tone For A New Snowclone” <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagegolog/archives/002555.html> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Zwicky, Arnold (13.03.2006), “Snowclone Mountain?” <http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagegolog/archives/002924.html> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).

İnternet Kaynakları

- URL-1: TDK Güncel Sözlük, “İletişim” <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi:12.01.2020)
- URL-2: “Wikipedia.com”, “Rail Replacement Bus Service”
https://en.wikipedia.org/wiki/Rail_replacement_bus_service (Erişim Tarihi:12.05.2020)
- URL-3: “Dictionary.com”, “Snowclone”
<https://www.dictionary.com/e/slang/snowclone/> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-4: “Beyaz Show / Youtube” (03.11.2015) “Beyaz Show - Vurur yüze ifadesi, “Bulur seni bitanesi” cümlesi nasıl fenomen oldu?” <https://www.youtube.com/watch?v=T0VxdgAHk2c> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-5, “Twitter” (23.09.2015) “@mervezby” <https://twitter.com/mervezby/status/646659566273474560> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-6, “Twitter.com” (25.09.2015) “@mervezby” <https://twitter.com/mervezby/status/646721424292491264> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-7: “Fikralarim.com” “Çay da mı İçmayak” <http://www.fikralarim.com/cayda-mi-icmayak.html> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-8: “Uludagsozluk.com” (02.03.2012). “O Kedi Buraya Gelecek” <https://www.uludag-sozluk.com/k/o-kedi-buraya-gelecek/> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-9: “Eksisozluk.com” <https://eksisozluk.com/> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-10: “Incisozluk.com” <https://incisozluk.com> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-11: “Twitter.com” <https://twitter.com/> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-12: “Eksisozluk.com” (04.12.2018). “x bey diyeceksiniz” <https://eksisozluk.com/x-bey-diyeceksiniz--5197531> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-13: “Eksiduyuru.com” (14.07.2017). “Bey diyeceksiniz tanımı nereden geliyor?” <https://www.eksiduyuru.com/duyuru/1207325/bey-diyeceksiniz-tanimi-nereden-geliyor> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-14: “Onedio.com” (29.12.2016). “Sosyal Medyanın Yeni Modası ‘Şey Değil mi Bu?’ Kalıbıyla Mizah Yapan 15 Kişi” <https://onedio.com/haber/sosyal-medyanin-yeni-modasi-sey-degil-mi-bu-kalibiyla-mizah-yapan-15-kisi-748348> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-15: “Twitter.com”, @tamamdaniyee <https://twitter.com/tamamdaniyee/status/787707769898106881?s=20> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-16: “Twitter.com”, @canoloji <https://twitter.com/canoloji/status/869263302991458310?s=20> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)

- URL-17: “Onedio.com” (23.09.2016). “Süs Çılgını Yeni Gelinler Gibi Ziyaretçişkolarına Sunumsuz Yakalanan 20 Kişi” <https://onedio.com/haber/sus-cilgini-yeni-gelinler-gibi-ziyaretciskolarina-sunumsuz-yakalanan-21-kisi-731959> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-18: “Twitter.com”, @ bloreleibym61 <https://twitter.com/bloreleibym61/status/777117643094589441> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-19: “Onedio.com” (03.11.2016). “Neresi Olsa Beğenirsiniz?’ Sorusunun Cevabını Mizahla Veren 18 Kişi” <https://onedio.com/haber/-neresi-olsa-begenirsiniz-sorusunun-cevabini-mizahla-veren-15-kisi-737837> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-20: “Onedio.com” (25.03.2017). “Sosyal Medya İkiyüzlüklüklerimizi Hunharca Yüzümüze Çarpan Akımdan 15 Komik Paylaşım” <https://onedio.com/haber/sosyal-medya-ikiyuzluluklerimizi-hunharca-yuzumuze-carpan-akimdan-15-komik-paylasim-761167> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-21: “Biacaip.com”(14.06.2019) “Sosyal Medyadaki “Neyim Ben?” Akımıyla Tatlı Tatlı Dalgasını Geçen 25 Twitter Kullanıcısı” <https://biacaip.com/sosyal-medyadaki-neyim-ben-akimiyla-tatli-tatli-dalgasini-gecen-25-twitter-kullanicisi/> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-22: “Onedio.com” (15.05.2015). “Twitter’da “Belki... Değildik Ama... “ Kalıbyla Atılmış En İyi 17 Tweet” <https://onedio.com/haber/twitter-da-belki-degildik-ama-kalibiyla-atilmis-en-iyi-17-tweet-508635> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-23: “Onedio.com” (03.07.2015). “Şunu Yapmasa İyi İnsan Aslında” Deddiğimiz 13 Kişi” <https://onedio.com/haber/cevresimizde-rastladigimiz-insanlari-iyi-cocuk-aslinda-kalibiyla-yansitan-19-eglenceli-tweet-538805> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-24: “Onedio.com” (28.01.2015). “Ünlü de Olsa İnsanların Üzöldüğünü Gösteren 17 “Mutlu Sanıyorlar” Caps’i “<https://onedio.com/haber/mutlu-saniyorlar-capsleri-443866> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-25: “Onedio.com” (13.01.2015). “Başka Şeylerle Oyalanarak Bu İçeriği Üzdünüz: “Üzdünüz” Akımından Seçmece 18 Tweet” <https://onedio.com/haber/icin-uzdunuz-tercih-ettiniz-tweetleri-435292> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)
- URL-26: “The Snowclones Database” “The queue” <https://snowclones.org/the-queue/> (Erişim Tarihi: 17.01.2020)