





<p>ULUSLARARASI DİL, EDEBİYAT VE KÜLTÜR ARAŞTIRMALARI DERGİSİ</p>  <p>INTERNATIONAL JOURNAL OF LANGUAGE, LITERATURE AND CULTURE RESEARCHES</p> <p>МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖУРНАЛ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ, ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКИХ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ</p>	<p>Cilt: 3, Sayı: 2, 2020</p> <p>Vol: 3, Issue: 2, 2020</p> <p>Sayfa – Page: 183-205</p> <p>E-ISSN: 2667-4262</p> 
---	---

ELEKTRONİK KÜLTÜR ORTAMINDA NEOLOJİZM

NEOLOGISM IN ELECTRONIC CULTURE ENVIRONMENT

Esra KAAAN ÇELİK TEN* & Hakan ÇELİK TEN**

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p> Geliş: 25.08.2020</p> <p> Kabul: 19.11.2020</p> <p>Anahtar Kelimeler: Neolojizm, Elektronik kültür ortamı, Söz varlığı, Dil değişimi.</p> <p>Araştırma Makalesi</p>	<p>Yüzyıllardan beri insanlar arasında anlaşmayı sağlayan, kültür değerlerini nesilden nesle taşıyan, her bir süreçte kendini yenileyen ve geliştiren, kendine ait bir sistemi olan yapıya dil denir. Bu sistemin kendi içinde kuralları olsa da dışardan etkiye de her zaman açıktır. Dilin bu dinamik yapısı onu iyileştiren ve geliştiren tarafını oluşturmasına rağmen bazen bu yeni yapılanma dilin zararına da olabilmektedir. Sözlü ve yazılı iletişim ortamından sonra teknolojik gelişmelerin etkisiyle insanlar arasındaki iletişimin elektronik ortama kayması sonucu oluşan elektronik kültür ortamı, yakın dönemde dildeki değişimin görülebileceği en somut yerdir. Gelişen şartlar doğrultusunda dilde yeni bir kavrama ihtiyaç duyulduğunda ya da daha önce kullanılan bir kelimeye yeni bir anlam verildiğinde dilin kuralları esas alınarak yapılanma süreci ilerlemektedir. Bu yeni yapılanma, dilde neolojizm olarak tanımlanmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte coğrafyanın bir öneminin kalmaması durumu, elektronik kültür ortamında yeni yapıların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Dilimizde çoğunlukla bu yeni kültür ortamıyla yayılan yabancı kelimeler zaman içinde birtakım değişimler göstermiştir. Buna göre zamanla yabancı kökenli sözcüklere Türkçeymiş gibi muamele edilmiş, bu kelimelere Türkçe ekler veya yardımcı fiiller getirilmiştir. Bu çalışmanın amacı; elektronik kültür ortamında yaşanan bu yeni neolojizmleri ele almak, yabancı kelimelere gelen Türkçe ekleri ve yardımcı fiilleri tespit etmeye çalışmaktır.</p>

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p> Received: 25.08.2020</p> <p> Accepted: 19.11.2020</p> <p>Keywords: Neologism, Electronic culture environment, word presence, language change.</p> <p>Research Article</p>	<p>Structure that has its own system that has provided agreement between people for centuries, carried cultural values from generation to generation, renewed and developed itself in each process, is called a language. Although this system has rules in itself, it is always open to external influence. Although this dynamic structure of the language creates a side that heals and develops it, sometimes this new structure can also be to the detriment of the language. The electronic culture environment, which is formed as a result of the shift of communication between people to electronic environment due to technological developments after oral and written communication environment, is the most concrete place where the change in language can be seen in the near term. In accordance with the developing conditions, when a new understanding of the language is needed or a new meaning is given to a previously used word, the structuring process is always progressing based on the rules of the language. This new structuring is described in the language as neologism. The fact that geography does not have any importance with the development of technology has led to the emergence of new structures in the electronic culture environment. Foreign words in our language, which are mostly spread by this new cultural environment, have shown a number of changes over time. Accordingly, over time, foreign origin words were treated as if they were Turkish, and Turkish suffixes or auxiliary verbs were introduced to these words. The aim of this study is to address these new neologisms experienced in electronic culture environment, to try to identify Turkish suffixes and auxiliary verbs coming to foreign words.</p>

* Sorumlu Yazar (Corresponding Author), Doktora öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara / Türkiye, E-posta: esraakaan1@gmail.com.

ORCID  : <https://orcid.org/0000-0002-7101-0092>.

** Arş. Gör. Dr., Harran Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Şanlıurfa / Türkiye, E-posta: hakancelikten1@gmail.com.

ORCID  : <https://orcid.org/0000-0002-3823-684X>.

Bu makaleyi şu şekilde kaynak gösterebilirsiniz / To cite this article (APA):

Kaın Çelikten, Esra-Çelikten, Hakan (2020). "Elektronik Kültür Ortamında Neolojizm". *Uluslararası Dil, Edebiyat ve Kültür Araştırmaları Dergisi* (UDEKAD), 3 (2): 183-205. DOI: <http://dx.doi.org/10.37999/udekad.785222>.

Extended Abstract

A means of communication that provides communication between people and allows them to tell the feelings and thoughts, lives, traditions and customs of the society in which they were created by word or sign is called language. A language is a system programmed to change and improve itself from the first moment it was created. Throughout history, different languages have interacted with each other due to many elements such as migrations, Wars, geography being close to each other, and trade. In the following period of time, the emergence and development of technology has become the most important element affecting the language. While we can talk about oral and written culture for societies before, with the development of Technology, a new one has been added to them: the electronic culture environment.

Along with television, radio, the internet and social media, a new era in language has begun. Before, when various factors were needed to change the language, the emergence of technology changed the balance and moved the language interaction to a different dimension. Increasing the interaction of different languages with each other has changed and updated the need for language. Meeting the need for new words that arise in the language is called 'neologism'. Neologism, which occurs in two ways: semantic and formal, plays an important role in meeting the needs of language, while its unconscious use leads to language corruption. Each language can be influenced by another language. This is an important element for the development of language. But even though it is the equivalent of a word in a language, the preference of a stranger of that word corrupts that language. This situation is a threat to the existence of native language and language.

The aim of this study is to determine the formal neologisms arising in the electronic culture environment. Turkish Turkish auxiliary verb is a foreign word and a foreign word is brought together to form a unified structure of the case was tried to be examined in spite of the origin of the word is foreign.

During the preparation of this study, electronic media such as television, internet, social media, online games were scanned and the neologisms that emerged on these platforms were classified under separate headings. Neolojistik emerging through social media terms, neolojistik emerging terms through games, through television neolojistik emerging terms, terms and terms used in various fields neolojistik neolojistik used in more than one area, for a total of five titles are given. It is aimed to evaluate the neologism in the language within its context with sample sentences reflecting the use of words in media such as Twitter, Instagram, Youtube.

The data obtained showed that foreign words are most often given verb-making suffixes from the noun -la/-le/-leş. (likela- / dmleş- / tweetle-)

Auxiliary verbs brought to foreign words are verbs such as to/to be/ to do/ to take/ to laugh/ to attract/ to eat/ to walk/ to exit/ to remove/ to open/ to give.

The study found that not every suffix or verb was used with the same intensity. The fact that these new neologisms, which emerged in the study, have become widespread in the language, causes serious damage to the language. In addition, this study has shown that some words have begun to be re-meaning in such a way that they come to different meanings from the field in which they were first used. This shows how widely neologism is used. The use of the word in one area in other areas has shown that neologism can very easily affect the native language and gain prevalence very easily. Although there is no need for native language, these foreign words that leak pose serious harm to the language. The increase in Internet use has also paved the way for young age groups to actively participate in this medium, and this has led to the realization of neologism in younger groups. The fact that the electronic culture environment is a fast consumption environment, that the language used is periodic, has caused Generations x, y, z to break away from each other and have difficulty understanding and the emergence of a mixed language structure.

1. Giriş

En eski çağlardan beri birbiriyle iletişim kurmayı bir şekilde başarmış olan insan, zaman ilerledikçe hem kendini hem de dilini geliştirmiş ve ilerletmiştir. Muharrem Ergin dili;

“İnsanlar arasında anlaşmayı sağlayan doğal bir vasıta, kendisine mahsus kanunları olan ve ancak bu kanunlar çerçevesinde gelişen canlı bir varlık, temeli bilinmeyen zamanlarda atılmış bir gizli anlaşmalar sistemi, seslerden örülmüş içtimai bir müessesedir” (2008: 3) şeklinde tanımlar. Her dil ortaya çıkışından itibaren kendini geliştirir. Bu durum dilin doğasında vardır. Her dilde az veya çok diğer dillerden bir etki görülür. Bunun sebebi her toplumun birbiriyle etkileşim hâlinde olmasıdır. Geçmiş zamanda savaşlar, göçler, ekonomik gelişmeler, bulunulan coğrafya vb. durumlar dili geliştiren ve toplumların etkileşimde olmasını sağlayan önemli unsurlardandır. Günümüzdeyse bu etkenlerin yanı sıra bir yeni gelişme daha dile katkı sağlamaya başlamıştır: Teknoloji.

İnsanlığın her geçen zamanda biraz daha gelişmesi, yeni şeylerin keşfi ve bu yeni şeylere mevcut kavramların yetersiz kalması dili gelişmeye ve değişmeye zorlamıştır. Ancak bu değişim sadece belli bir yerde gerçekleşmemiştir. İnternetin keşfedilmesi coğrafi konumları etkisiz hâle getirmiş, daha önce coğrafi yakınlığı bulunmayan yerler, internet sayesinde birbiriyle etkileşime geçebilmiştir. Şüphesiz teknoloji olmadan önce de toplumlar birbiriyle etkileşim hâlinde olmuşlardır. Ancak söz gelimi Amerika’da yaşanan bir olayın veya keşfedilen bir şeyin öğrenilmesi, bu coğrafyadan uzak olan toplumlar için uzun zaman almıştır. Ancak teknolojinin işin içine girmesiyle coğrafi konum artık ister yakın olsun ister uzak her bölgeden, her insan birbiriyle iletişim hâlinde olmayı başarmıştır. Teknolojinin ortaya çıkardığı bu durum, dil ve iletişim açısından önemli bir gelişmedir. Ancak bu yeni mecrada anlaşmayı sağlayacak olan dilin hangi dil olacağı konusunda bir uzlaşmaya varılamamıştır. Nitekim İngiltere de bir terim ortaya çıkmış ve bu terimin diğer dillerde karşılığının olmaması ilk kullanıcıların söylediği şeklin yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Bunun ardından ekonomik, askeri, sosyal ve siyasi olarak en gelişmiş olan devletlerin dili, ortak anlaşma dili olarak doğal bir süreçle kendini kabul ettirmeye başlamıştır. Bilindiği üzere bir devlet ne kadar güçlüyse etkisi de o kadar güçlü olmuştur. Bu tarihte ilk kez gördüğümüz bir şey değildir. Daha önce de ekonomik sömürünün kültürel sömürüye dönüştüğü, ekonomisi güçlü olan toplumların daha zayıf toplumlara karşı dil politikaları uyguladığı bilinen bir gerçektir.¹ Bilindiği üzere toplumların anlaşma aracı olan dile yapılan her müdahale onları yönetmenin kapısını aralamaktadır. Bu yüzden dil ve ekonomi arasında sıkı bir ilişki vardır. Günümüzde ekonomik açıdan güçlü olan devletlerin, teknolojiye de kendilerini geliştirmeleri ve bu alanda birçok çalışma yapmaları ve bu devletlerin daha çok Batı devletlerinden oluşması, gelişmelerin bu yönde olmasına sebep olmuştur. Durumun böyle olması yani keşfedilen şeylerin daha çok Batı kaynaklı olması elektronik kültür ortamında da Batı etkisinin ağırlık kazanmasının ağırlık kazanmasına sebep olmuştur.

Gelişen teknoloji ve artan iletişim, kültürler arası etkileşimi arttırmış bununla birlikte de diller arasında çeşitli değişimler ortaya çıkmıştır. Toplumlar arası dil etkileşimi bilinen en eski gerçeklerden olsa da bu yabancı dillerin aşırı etkisini kabul etmek anlamına da gelmemelidir. Doğan Aksan bu konuda, “...Eğer yabancı dillerin etkisi aşırı ölçüde olursa bunun sonucunda dil kendi benliğini yavaş yavaş yitirmekte, yabancılaştırma, temel söz varlığına inerek dilin pek çok kavramının kendi öğeleriyle anlatılmasına, yeni kavramların anlatım bulmasına, eğitim ve öğretimin anadiliyle gerçekleştirilmesine engel olmaktadır” demiştir (2009: 25). Yine bu

¹ Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. (Özkan-Musa 2004: 96).

konuda “*Yabancı dillerden ihtiyaç ölçüsünde kelime almanın dışında gramer yapısını bozacak yabancı unsur, dilin iç bünyesindeki gelişimi durdurup onun yozlaşmasına, hatta yoksullaşmasına sebep olur. Dilin yozlaşması, onun kirlenmesi anlamına gelmektedir*” şeklinde görüşler de vardır (Özkan-Musa 2004: 97). Bir dilin söz varlığı her zaman önemli olmuştur. Çünkü bir dilin ileri seviyede olup olmadığının ölçütlerinden biri o dilin söz varlığıdır. Bir dilin ne kadar gelişmiş olduğu, ne kadar etkileşimde bulunduğu, zengin bir söz varlığına sahip olup olmamasından anlaşılmaktadır.² Buradaki etkileşim elbette içinde barındırdığı yabancı kelimelerin çokluğu değildir. Zira bir dilde kendi dilinden daha fazla yabancı kelime varsa bu, o dilin dış etkiye açık olduğunu ve milli bir bilincin olmadığını gösterir.

Dil içinde herhangi bir sebeple yeni bir kelimeye ihtiyaç duyulabilir. Bu durumlarda dil, ya mevcut ihtiyacı için yeni bir kavram bulacak ya da bu kavramı başka dillerin kullanımıyla karşılayacaktır. Yeni ihtiyaçlar bazen dile yeni kavramların kazandırılması şeklinde olumlu gelişmelere yol açabilir. Çünkü mevcut söz varlığı zenginleşecek ve dili geliştirecektir. Ancak bazen yeni kavramların kabulü dilde birtakım yozlaşmalara da sebep olabilmektedir.³ Dilbiliminde bu durum ‘neolojizm’ kavramıyla ele alınmaktadır. Neolojizm; Yunanca kökenli bir kelimedir. *Neo-* ya da Yunanca tabiriyle *neos* ‘yeni’ demektir ve eklendiği kelimeye ‘Yeni’ kelimesinin vurgusunu yapar; *logos* ise ‘söz’ demektir. Neolojizm bu iki kelimenin birleşmesinden oluşur. Dilbiliminde ‘yenileşme’ olarak ifade edilse de kesin bir tanımı yapılamamaktadır.

Günay Karaağaç, Dil Bilimi Terimleri Sözlüğünde neolojizm için “*İletişimi ikinci plana atan yanlış dil tutumlarından biri*” olarak tanımlar (2013: 321).

Hasan Tutar ise; “*Dilin genel morfolojik ve semantik yapısına aykırı moda, heves ve içeriksiz bir ‘yenilik sarhoşluğu’yla köksüz, özensiz kavram üretimi*” (2018: 3) olarak tanımlamaktadır.

İsa Sarı, bu konu da daha olumlu bir görüş öne sürmektedir:

“Yeni kavramları karşılamak amacıyla, daha önce dilde var olmayan sözcükler türetilir ya da ilgili kavramı karşılayan sözcükler başka dil(ler)den aynen alınıp çoğu zaman da uyarlanarak dilin söz varlığına dahil edilir. (...) Bundan hareketle, yaygın kullanım alanı bulmalarına bakılmaksızın, dilde daha önce var olmayan ya da var olan fakat yeni anlamlar kazanan sözcükleri neolojizm olarak değerlendirmek mümkündür” (2013: 20).

Berke Vardar ise; “*Yeni oluşturulmuş ya da bir süre unutulduktan sonra yeniden kullanılmaya başlanmış bir başka dilden ya da bir ağızdan yeni alınmış birimlerle yeni bir anlam edinmiş aynı türden birimlere verilen ad*” (2002: 223) şeklinde tanımını yapar.

Yukarıdaki tanımlardan da anlaşılacağı üzere neolojizm dilde değişimi ortaya çıkardığı açıktır. Bu değişimin olumlu veya olumsuz yönde olduğu şeklinde yorumlama ise konuyu ele alış tarzınıza bağlıdır. “*Dilbilimcilerin büyük bir çoğunluğu yalnız neoloji/ neolojizm teriminin*

² Söz varlığı hakkında geniş bilgi için bkz. (Aksan 2004: 7-10).

³ Dil yozlaşması ve neolojizm ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. (Karaağaç 2013: 320-321)

kökeninde bulunan 'yeni' anlayışı üzerinde görüş birliğine varmış ancak bu yeniliğin türü konusunda ortak bir düşünceye varamamışlardır” (Okтуğ 2009: 127).

Elektronik kültür ortamındaki neolojizmin ne şekilde ve hangi işlevde gerçekleştiği hususuna geçmeden önce bu alanda yapılan çalışmalara genel hatlarıyla bakmak yerinde olacaktır. Konuyu Cumhuriyet Dönemi ile ele alırsak aslında 1932 yılında Türk Dil Kurumunun faaliyetleri ile dile yeni kelimeler kazandırma çalışmalarının başladığını söylemek mümkündür. Bu faaliyetlerin bir devlet politikasıyla birlikte yürütüldüğü açıktır. Bu dönemde Türkçeyi daha çok Arapça ve Farsça kökenli kelimelerden arındırma süreci yaşanmıştır. İlerleyen yıllarda günlük dilde kullanılacak kelimeler hükümet politikaları ve siyasi yaklaşımlar sebebiyle çeşitli tartışmalar çerçevesinde devam etmiştir.⁴ Günümüze doğru yaklaşıldığında ise dile yeni kelimelerin girmesi, farklı bir platform olarak radyo ve televizyon gibi teknolojik araçlar ile sunulan içeriklerle devam etmiştir. Yakın dönemde ise internet ortamı dilde neolojizmin yaşandığı önemli bir alan olmuştur. Yeni koşullar altında dilde hızla kullanım yaygınlığı kazanan yeni ögeler üzerine çeşitli çalışmalar yapılarak bu konu, alan uzmanlarınca farklı açılardan ele alınmıştır. Buna göre genel ağ dili üzerine (Akata 2019), akıllı telefonlarla birlikte yeni sözcüklerin kullanımı üzerine (Şafak 2018), Türkçede 2000li yıllarda iti baren yaygınlaşan yeni sözler üzerine (Yurtbaşı 2017), yine Türkçenin sözvarlığında yer alan yeni ögeler üzerine (İmer 1991), yeni adlandırma ihtiyaçları üzerine (Sarı 2013), Türkçede kelime oluşumu üzerine (Gözütok 2008) vb. çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bütün bu çalışmalar neolojizmin oluşum aşamaları, türleri ve dillerin sözvarlığı üzerine ayrıntılı bilgiler sunmaktadır. Bu çalışmalarla elde edilen verilerin yanında günümüzde gelişen şartlar doğrultusunda dilde neolojizmin oluştuğu yeni ortamlar ve yeni oluşum şekilleri ortaya çıktığı fark edilmektedir. Bu hususta genç kuşakların sosyal medya platformlarındaki dil kullanımının yanı sıra online oyunlardaki dil kullanımını dikkat çekmektedir.

Sözlü ve yazılı kültürden sonra üçüncü bir kültür olarak karşımıza çıkan elektronik kültür ortamı kitleler arasında iletişimde oldukça önemli bir konuma yerleşmiştir. İletişim açısından kendi dilini oluşturmuş olan bu yeni kültür ortamı, hızla yayılmış ve bu durum yeni kelimelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kuşaklar arasında iletişimin zorlaşmasına sebep olan bu kültür ortamı, daha çok Z kuşağı olarak tabir edilen 2000 yılı sonrası doğan genç nesil tarafından tercih edilmektedir. X kuşağının yabancı olarak gördüğü, Y kuşağının yarısının anlamlandırdığı ancak Z kuşağı ve sonrası kuşakların kullandığı bu yeni kültür dönemi, dilde birtakım değişimlere sebep olmaktadır.⁵ Günümüzde özellikle genç kuşakların yaygın olarak kullandığı sosyal medya ve online oyun alanları dile birçok yeni öge girişinin önünü açmaktadır. Dilde karma yapıları ortaya çıkaran bu durum dildeki değişimin yaş sınırını çok aşağılara çekmiştir.

Bir dilin söz varlığı, yeni kavramları karşılayamadığı durumlarda bu kavramları karşılamak için yeni kelimelere ihtiyaç duymaktadır. Neolojizm de bu kavramları çeşitli yöntemlerle ortaya çıkaran ve bu kavramları söz varlığına kazandıran sistemin adıdır. Kamile İmer; neolojizmin dizimsel ve anlamsal olmak üzere iki başlığından bahseder. Bunlar; şekil üzerinden yapılan yani kelime türetim ekleriyle ortaya çıkan veya kelimelerin birleşmesiyle

⁴ Türkiye’de neoloji çalışmaları hakkında bkz. (Yurtbaşı 2017: 521-522)

⁵ Kuşaklar hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. (Arslan-Staub 2015: 1-24; Kuran 2018 vb.).

yeni anlamlar ortaya çıkarılan dizimsel neolojizm ve aynı kelimeye farklı anlamların kazandırılmasıyla ortaya çıkan anlamsal neolojizmdir.⁶

Neolojizme, dilde konuşucular açısından üç farklı işlev yüklenmektedir:

1- Çağrı İşlevi: Neolojizmin tanımı gereği, yeni bir adlandırma olması, bu sözcükleri ilgi çekici kılmaktadır. Neolojizmlerin önemli bir bölümü, okuyucuyu yönlendirmek amacıyla gazete haberlerinin başlıklarında kullanılmaktadır.

2- Uslamlama İşlevi: Neolojizm kullanan konuşucu, dinleyici üzerinde etki yaratma amacı taşımaktadır.

3- Bağlantı İşlevi: Neolojizmler, son olarak dinleyicide etki yaratarak iletiye tepki vermesini sağlamak amacıyla da kullanılmaktadır (Oktuğ 2009: 125).

Neoloji, bir dilde yeni sözlükbirimlerin ortaya çıkmasını sağlar. Bir başka deyişle dilde var olmayan yeni kavramları ortaya çıkartır veya var olan kavramlara yeni anlamlar yükleyerek o kavrama yeni bir boyut kazandırır. Bu yönüyle de neolojizm iki ayrı bölüme ayrılır:

1-Biçimsel Neolojizm: Daha önce dilde bulunmayan sözcüklerin üretimidir. Çoğunlukla ön/ son eklerle türetme veya birleşik sözcükler yaratılması yoluyla gerçekleştirilmektedir.

2- Anlamsal Neolojizm: Dilde var olan bir gösterene yeni bir anlam yüklenmesidir (Oktuğ 2009: 127).

Biçimsel neolojizmin alanına giren verileri inceleyen bu çalışma, hem elektronik kültür ortamında gerçekleşen neolojizmin neler olduğunu, hangi eklerle ve hangi yardımcı fiillerle yapıldığını tespit etmeyi hem de oluşan bu neolojizmin hangi yaş gruplarının üzerinde etkili olduğunu ve bu durumun kuşaklar arasındaki iletişimde doğurabileceği olası sorunları göstermeyi hedeflemektedir. Bu yapılırken kuşaklar arası bir yaklaşım gözetilerek yakın dönemde yeni öğelerin dile giriş şekli ve kuşaklar arası iletişimin boyutları üzerinde durulacaktır. Özellikle elektronik kültür ortamındaki platformların kullanıcılarının yaşının çok aşağılara çekilmiş olması günümüzde neolojizmin çok genç kuşaklarda gerçekleştirdiğini göstermektedir. Çalışmamız bu yöne yaptığı vurguyla günümüzde neolojizmin yeni yaşam alanlarını, dilin kuşaklar arasındaki değişimini ve yaşanan bu değişimin toplum içerisindeki etkisini göstererek bu alanda ortaya çıkan yeni gelişmeleri gösterme çabasıdadır. Ayrıca bir alanda ortaya çıkan yeni öğelerin başka alanlara geçerek dilde kendine yeni kullanım alanları açtığı da gösterilmeye çalışılacaktır. Bu çalışmadan önceki çalışmalar çoğunlukla anlamsal neolojizmi ele alırken bu çalışma biçimsel neolojizme göre yapılmıştır. Ayrıca sadece sosyal medya dili değil çevrimiçi oyun dili de çalışmaya eklenmiştir. Bu konuyla ilgili örneklendirme daha önce hiçbir çalışmada yer almamaktadır. Elde edilen verilerin yaş grupları da belirtilerek dil değişiminin özellikle hangi yaş grubu aralığında olduğunu göstermek çalışmanın ana temasını oluşturmaktadır. İncelenmiş olan kelimelerin hangi anlamda kullanıldığı örneklerle birlikte desteklenmiştir.

2. Elektronik Kültür Ortamında Neolojistik Terimler

⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz. (İmer 1991: 18-23).

Elektronik kültür ortamının yakın döneminde gerçekleşen neolojizme odaklanan bu çalışmada, sosyal medya platformları, online oyunlar ve televizyon aracılığıyla ortaya çıkıp popüler bir şekilde kullanılan kelimeler ele alınmıştır. Bu kelimelerin tanımlanması yapıldıktan sonra yaygın kullanım örnekleri verilerek kelimelerin kullanım bağlamları içinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ardından çeşitli alanlardaki kullanımlara bakılarak dile yeni giren kelimelerin, farklı kullanım alanlarına geçişi üzerinde durulmuştur. Son olarak 2020 yılı internet kullanımı istatistikleri verilerek yakın dönemde neolojizmin ortaya çıktığı alanlar ve bu kelimeleri kullanan kitleler değerlendirilerek konu bir bütünlük içerisinde ele alınmıştır.

2.1. Sosyal medya aracılığıyla ortaya çıkan neolojistik terimler: İnternetin yaygınlık kazanmasıyla birlikte kitleler arasında iletişimi sağlamak için çeşitli programlar ortaya çıkmıştır (Facebook, Instagram, Twitter vb.). Bu yeni programlar daha çok Batı kaynaklı olduğu için bu platformlar aracılığıyla dile birçok yabancı terim geçmektedir. Her milletten kişiyi buluşturan bu yeni platformlar, iletişim kolaylığı açısından iyi bir seçenek olsa da dil açısından birtakım değişimlere sebep olmuştur. Bu yeni ortamın kullanıcıları zaman içerisinde yeni terimler oluşturmuş ve bu da ‘*internet dili*’ni ortaya çıkarmıştır. Bu dille alakalı örnekleri şu şekilde göstermek mümkündür:

Favla-: Sosyal medyada herhangi bir unsurun favori olarak seçilmesi, beğenilmesi için kullanılan terim.

Örneğin: ‘*Tweet’inizi çok beğendim ve favlamak istedim.*’⁷

Likela-: Sosyal medyada bir bağlantının, videonun veya fotoğrafın beğenilmesi durumunda kullanılan terim.

Örneğin: ‘*Instagram da yanlışlıkla birini likelamak diye bir şey var intiharlık.*’⁸

Unlikela-: Sosyal medyada bir bağlantının beğenilmemesi durumunda kullanılan terim.

Örneğin: ‘*Fotoğraf unlikelamak nedir?*’⁹

Tweetle-: Twitter adlı sosyal medya da bir paylaşım yapıldığını ifade etmek için kullanılan terim.

Örneğin: ‘*Aklımdan geçenleri tweetlemek, onu başkalarıyla paylaşmaktan daha iyidir.*’¹⁰

Retwitle-: Twitter adlı sosyal medyada bir bağlantının aynen alınıp paylaşılması için kullanılan terim.

Örneğin: ‘*Lütfen retweetle destek olalım kampanyayı duymayan kalmasın. En az 1 milyon imza olmalı.*’¹¹

Chatleş-: İnternet ortamında biriyle konuşmak, mesajlaşmak, sohbet etmek.

⁷ https://twitter.com/Tweet_Severim

⁸ <https://twitter.com/Himesovski/status/616945622835437568>

⁹ <https://twitter.com/vesimipek/status/683103299877384194>

¹⁰ <https://twitter.com/kinomiyatakaoo/status/1318499253610831875>

¹¹ <https://twitter.com/Domessstos1/status/1313507851105640448>

Örneğin: *'Lan dünyanın en sıkıcı şeyi biriyle chatleşmek nasıl sürekli mesajlaşıyorsunuz ben 3 mesaj sonra sıkılıyorum.'*¹²

Spamla-: İnternet ortamında birçok kişiye iletilen gereksiz veya uygunsuz iletilere spam denir. Bu ortamda beğenilmeyen, uygun bulunmayan iletilerin sosyal medya üzerinden şikayet edilmesi ise spamlamak olarak tabir edilmektedir.

Örneğin: *'Spamlamak lazım bunları temiz twitter için'*¹³

Stalkla-: Stalk, sinsice, gizli bir şekilde izlemek anlamına gelmektedir. Stalklamak da internet üzerinden bir kişi hakkında gizlice bilgi edinmek için kullanılan terimdir.

Örneğin: *'Senden sonra en sevdiğim şey seni stalklamak.'*¹⁴

Dmleş-: (Dm-leş-) "Direct message" teriminin kısaltılmış hali olan dm, sosyal medya üzerinden mesajlaşmak için kullanılan terimdir.

Örneğin: *'Sevdiğim userlara dmlemek istiorum ama utaniyorum'*¹⁵

Hashtagle-: Sosyal medya üzerinden bir konuyla ilgili etiket yapma işi için kullanılan terim.

Örneğin: *'Şahsınıza bir hakaret göremedim genel itibariyle erkek algısı ile ilgili eleştiriler getirmiş. Emniyeti hastaglemek maalesef espiri vasfına girmiyor ülkemizde.'*¹⁶

Trolle-: 'Kandırmak' anlamındaki 'troll' kelimesinden türeyen, genellikle sosyal medya üzerinden birilerine eğlence amaçlı çeşitli şakaların ve kandırmacaların yapıldığı hareketleri tabir etmek için kullanılan terim.

Örneğin: *'Her haberi 'trolleme' zorunda değilsin.'*¹⁷

Mentionla-: 'Bahsetmek, anmak' anlamındadır. Sosyal medyada '@' işaretiyle bir veya birden fazla kişinin etiketlenip konuya dahil edilmesi ya da konudan haberdar edilmesi durumudur.

Örneğin: *'Dedikodunun adı mentionlamak olmuşt.'*¹⁸

Challenge yapmak/ etmek: Sosyal medyada bir konu üzerinden birine meydan okumak.

Örneğin: *'Abi korkmama chalenge yap çok fena olur.'*¹⁹

Online olmak: Sosyal medyada belli programlarda çevrimiçi olmak, ulaşılabilir olmak.

¹² <https://twitter.com/Kerem221b/status/1051594452056330242>

¹³ <https://twitter.com/mikrobakteriel/status/1317152844114440194>

¹⁴ https://twitter.com/damla_27d/status/1318201428662489088

¹⁵ <https://twitter.com/sabirsizm/status/13019917516878274567456>

¹⁶ https://twitter.com/dr_jivago112/status/1093462407186468865

¹⁷ <https://twitter.com/Bunyazaydngz/status/1317853429469937668>

¹⁸ https://twitter.com/durukurt_/status/984190816171253760

¹⁹ <https://twitter.com/CanOnc4040/status/772512057262497792>

Örneğin: *'Dünyayı yemek yemek, online olmak sonra gezmek uyumak sanan varlıklarda var.'*²⁰

Offline olmak: Sosyal medyada belli programlarda çevrimdışı olmak, ulaşılamaz olmak.

Örneğin: *'Whatsapp'ta tartışırken 'peki' yazıp offline olmak bütün küfürlere tur bindirir.'*²¹

Story atmak: Sosyal medyada geçici süreliğine paylaşım yapmak.

Örneğin: *'Ben artık otogarda valizli story atmak istiyorum.'*²²

Spam yemek: Sosyal medyada paylaşılan içeriğin beğenilmemesi durumunda kaldırılmasını sağlamak için çokça şikâyet etmek.

Örneğin: *'Yine spam yemek üzereyim bari gündeme girebilseydik değseydi.'*²³

Dm atmak/ dmden yürümek: Sosyal medyadaki belli programlar aracılığıyla kişinin hesabından yaptığı özel konuşma, mesajlaşma.

Örneğin: *'Çok sıkılıyorum ya dm atmak isteyen varsa lütfen atsın tam şu an vakti.'*²⁴

*'Bu çıtırın instası var mı dmden yürümek istiyorum.'*²⁵

Follow etmek: Sosyal medyada belli programlarda hoşça gidilen, sevilen şeylerin veya kişilerin takip edilmesi.

Örneğin: *'Hiç ama hiç ilgilenmediğim halde laf olsun diye follow ettiklerimden sırf follow etmiş olmak için follow ettiklerimden follow affi diliyorum.'*²⁶

Unfollow etmek: Sosyal medyada belli programlarda hoşça gitmeyen, sevilmeyen şeylerin takibinden çıkılması, takipten çıkarılması.

Örneğin: *'Instagram'da 'siyasi görüş ayrılığı yüzünden hemen birini unfollow etmek' diye bir şey var.'*²⁷

Random atmak/ gülmek: Hiçbir düzeni veya kuralı olmadan rastgele harflere basılarak oluşturulan gülme biçimi (shahskhshksa gibi).

Örneğin: *'Ben artık gülmediğim şeylere random atmak gereksiz samimiyetlere girmek istemiyorum.'*²⁸

*'Güzel bir kadın olmanın iki şartı vardır. Birincisi random gülmek, ikincisi katlanır bisiklete binmek.'*²⁹

²⁰ https://twitter.com/anti_histaminik/status/1318535178873114624

²¹ <https://twitter.com/MikropPis/status/584671440529653760>

²² <https://twitter.com/tugbadurkal/status/1317028214338879488>

²³ <https://twitter.com/bzkrtgcn/status/1314285316921065472>

²⁴ <https://twitter.com/vangoghisd/status/1318579341769527298>

²⁵ <https://twitter.com/Koyuusiyah1/status/1298192545550405634>

²⁶ <https://twitter.com/ceminaycem/status/718496069638873088>

²⁷ <https://twitter.com/ardaereel/status/1112824990800535553>

²⁸ <https://twitter.com/sherlockerm/status/1131259211332149250>

²⁹ https://twitter.com/wolfie_uveys/status/1314902126980628483

TBT yapmak: (Throw Back Thursday açılımının kısaltılmış hali). Daha önce yaşanmış bir durumu, olayı, videoyu veya fotoğrafı perşembe günleri yeniden hatırlatarak paylaşmak.

Örneğin: *'Bana kalırsa evlenenlerin %45'i instagramda düğünden stories paylaşmak ve tbt yapmak için evleniyor.'*³⁰

Like yapmak/ etmek: Sosyal medyada bir içeriği/ paylaşımı beğenmek.

Örneğin: *'Nezaketen like yapmak durumunda kalıyorum.'*³¹

TT olmak: Açılımı 'Trending Topic' olan, Twitter'da gündem olan ve en çok konuşulan konuyu gösteren kısımdır.

Örneğin: *'TT olmak istiyorsak bu kurallar çok önemli tweet atarken bunlara dikkat edelim ki tt olabilelim.'*³²

Like almak: Sosyal medyada paylaşılan bağlantı, video veya fotoğrafa takip edenler tarafından beğeni verilmesi.

*'Biraz like almak için cidden iğrenç oluyorsunuz.'*³³

Like vermek: Sosyal medyada paylaşılmış olan bir gönderinin beğenilmesi.

*'Twitter kullanıcıları bundan sonra tweet'lere yalnızca like vermek yerine, farklı emoji tepkileriyle duygularını ifade edebilecekmiş.'*³⁴

Dislike atmak: Sosyal medyada bir içeriği/ paylaşımı beğenmemek.

Örneğin: *'Bazı tweetlere gerçekten dislike atmak istiyorum'*³⁵

Stalk yapmak: Gizlice birileri hakkında bilgi toplamaya çalışmak.

Örneğin: *'Soğumak için stalk yapmak yeterliymiş sanırım.'*³⁶

Hashtag açmak: Herhangi bir konu hakkında etiket açmak, bu etiketin herkesin kullanmasını sağlamaya çalışarak gündem oluşturmaya çalışmak.

Örneğin: *'Umarım bunun için hashtag açmak zorunda kalmazlar.'*³⁷

Fake atmak: Aldatmak, kandırmak anlamındaki 'fake' kelimesinden türemiştir. Basketbolda rakip kandırıldığı zaman kullanılan bu terim zaman içinde her türlü aldatma ve kandırma için kullanılır olmuştur.

Örneğin: *'Sen nasıl bir kralısın ya o nasıl fake atmak?'*³⁸

³⁰ <https://twitter.com/umutaksakalli0/status/892120006619738112>

³¹ <https://twitter.com/bylgule/status/1314326429769904128>

³² <https://twitter.com/evetarven/status/1314478440087777281>

³³ <https://twitter.com/FitOzzie25/status/1312463982901436416>

³⁴ <https://twitter.com/abdullahciftcib/status/667811682496876544>

³⁵ <https://twitter.com/ozgurbuzokan/status/1317480436453548035>

³⁶ <https://twitter.com/Berffyadaberfo/status/1313609579679318018>

³⁷ <https://twitter.com/Zafererg/status/1314887893312319488>

³⁸ <https://twitter.com/busankurabiyesi/status/1015566021489577985>

Fenomen olmak: Sosyal medya üzerinden yaptığı paylaşımlarla ünlü olan, büyük kitleler tarafından takip edilen kişi.

Örneğin: *'Benimle birlikte okul okumayı bırakıp da fenomen olmak yolunda ilerleyecek kac kişi var.'*³⁹

Influencer olmak: Sosyal medyada yapmış olduğu paylaşımlarla reklam yapan, aldığı, kullandığı veya sadece reklam için belli ürünlerin tanıtımını yapan ve o ürünün popüler olmasını sağlamaya çalışan, büyük kitlelere hitap eden kişi/ kişiler.

Örneğin: *'Test çözmeyi sevmiyorum influencer olmak istiyorum müthiş link hazırlarım.'*⁴⁰

Adminlik yapmak: Sosyal medyada belli bir konuda açılan sayfanın yöneticisi olmak.

Örneğin: *'Arkadaşlar Adminlik Yapmak İsteyen Sayfada DM yazsın.'*⁴¹

Screenshot atmak: Telefondan alınan ekran görüntüsünün başka bir kişiye atılması.

Örneğin: *'Allah kimseyi kendini kanıtlamak için screenshot atmak zorunda bırakmasın.'*⁴²

Screenshot almak: Telefondan alınan ekran görüntüsünün başka bir kişiden alınması.

Örneğin: *'Çok önemliyse screenshot alarak devam ediyorlar yollarına.'*⁴³

Match olmak: Sosyal medyada belli programlarda, arkadaş arayan kişilerin program aracılığıyla eşleşmesi.

Örneğin: *'Onlar match olmak için bu uygulamanın çok fazla kullanıldığını söylediler.'*⁴⁴

2.2. Oyunlar aracılığıyla ortaya çıkan neolojistik terimler: Teknolojinin gelişmesiyle birlikte elektronik kültür ortamına ilgi artmış, bu durumda beraberinde birçok yeniliği getirmiştir. Sokaklarda arkadaşlarıyla, kardeşleriyle oynayan nesil, yerini sanal ortamda oyunlarını oynayan, daha bireysel bir nesle bırakmıştır. Oyunların yerli ve yabancı kaynaklı olmak üzere iki kaynağı vardır. Yabancı kaynaklı oyunlar beraberinde yine birtakım neolojistik terimlerin oluşmasını sağlamıştır. Özellikle genç kuşağın çokça kullandığı bu terimler, kendi aralarında anlaşmalarını sağlayan bir *'oyun dili'* hâline dönüşmüştür. Bu konuyla alakalı örnekleri şu şekilde göstermek mümkündür:

Pushla-: Oyun içinde rakibe baskı uygulamak, itirmek.

Örneğin: *'Ben diğer tarafa gidince senin pushlaman lazım.'*

Rushla-: Oyun içinde durmaksızın rakibin üzerine koşmak.

Örneğin: *'Hadi rushla, ben diğer taraftan geleceğim.'*

Flashla-: Oyun içinde 'flash' adındaki bombayı kullanmak.

Örneğin: *'Flashlamak için doğru zamanı beklemelisin.'*

³⁹ <https://twitter.com/defnesland/status/1313528861649522690>

⁴⁰ <https://twitter.com/jadepowel/status/1315752088572436482>

⁴¹ <https://twitter.com/tozanadamm/status/1014590315959914496>

⁴² <https://twitter.com/zuhalcakirs/status/432156989826015233>

⁴³ <https://twitter.com/fikrimavi/status/741381547367010305>

⁴⁴ <https://twitter.com/tanrisiva/status/1191716571976290305>

Smokela-: Oyun içinde sis bombasını kullanmak.

Örneğin: *'Tam rakibi gördüm smokeladılar.'*

Ban yemek: Oyunda kural ihlali yapıldığında oyuncunun geçici veya kalıcı süreyle girişinin yasaklanması.

Örneğin: *'Hile yaptığım için ban yedim.'*

2.3 Televizyon aracılığıyla ortaya çıkan neolojistik terimler: İnternetin henüz bu kadar yayılmadığı dönemlerde kitlelerin eğlence, bilgi alma, öğrenme ihtiyacını karşılayan televizyon, zaman içerisinde yerini internete bırakarak geri plana geçmiştir. Bu geri plana çekilme sadece internete oranla söylenebilir çünkü televizyon hâlâ geniş kitleler tarafından kullanılan bir araç olma özelliğini korumaktadır. İnternette ortaya çıkan şeylerin, internete ulaşamayan kitlelere de ulaşmasını sağlayan televizyon, kendi alanında çok fazla neolojistik terimi ortaya çıkarmasa da internette çıkanları yaymakta oldukça başarılı olmuştur.

Zap yapmak: Televizyon kanallarından herhangi birinde duraklamadan, kanaldan kanala sürekli bir geçiş yapmak.⁴⁵

Örneğin: *'İki maç arasında zap yapmak da ne zormuş.'*⁴⁶

2.4 Çeşitli alanlarda kullanılan neolojistik terimler: Bu başlık altında incelenen örnekler farklı farklı birçok mecradan toplanmış olan örneklerdir.

Faxla-: Fax makinesinin kullanılmasıyla yapılan eyleme denilmektedir.

Örneğin: *'Ben yarın seni arıcam kağıtları faxlamak için'*⁴⁷

Link atmak: İnternet ortamında paylaşılan her verinin kendine özel bir bağlantısı bulunmaktadır. Bu bağlantıyı biriyle paylaşmaya link atmak denilmektedir.

Örneğin: *'Trendyolcular herkes twitn altına koleksiyon linklerini atsın kaydelimmm site çökene kadar.'*⁴⁸

Start almak: Spor teriminde *'yarışa başlamak'* olarak bilinen bu terim, sosyal medyada bir işe başlamak şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Örneğin: *'Logo Çözüm Ortakları Konferansı yurtdışı çözüm ortaklar toplantısıyla start almak üzere.'*⁴⁹

Diss atmak: Özellikle rap müzik yapanların şarkılar aracılığıyla birbirlerine cevap vermeleridir.

Örneğin: *'Rap yapmayı diss atmak sanıyorlar diyorsunuz.'*⁵⁰

⁴⁵ Alternatif tanım için bkz. (Akalın-Toparlı vd. 2005: 736).

⁴⁶ <https://twitter.com/GoalTurkiye/status/862771917861916672>

⁴⁷ <https://twitter.com/sametisbackk/status/859427066055462912>

⁴⁸ <https://twitter.com/ruqinq/status/1313229459277910017>

⁴⁹ <https://twitter.com/tugrult/status/568769789281374208>

⁵⁰ <https://twitter.com/bangwabee/status/1316067223908298754>

Search yapmak: İnternet ortamında çeşitli programlar sayesinde araştırma yapmak, bilgi toplamak.

Örneğin: *'En ufak sallatında avizeye bakma güdüsü yerine googleda search yapmak güdüsü.'*⁵¹

Cover yapmak: Müzikte daha önce seslendirilmiş bir eserin başkası tarafından yeniden seslendirilmesi durumudur. Elektronik ortamda özellikle bu tarz müzikler oldukça yaygınlık kazanmıştır.

Örneğin: *'Cover yapılabı 1 yıl oldu hala burda olanlar beğensin.'*⁵²

Selfie yapmak/ çekmek: Kişinin kendi fotoğrafını özellikle telefonlardaki ön kamera sayesinde çekip sosyal medyaya yüklemesidir.

Örneğin: *'Çatı katındaki partide selfie çekmek isteyen iki öğrenci aşağı düştü.'*⁵³

Forward etmek: Gelen e-postayı (mail) birine göndermek.

Örneğin: *'Toplu mesajı bir yere kadar anlıyorum da, başkasından gelen mesajı forward ederek Cuma tebrik etmek nedir ya.'*⁵⁴

Press yapmak: Sporda rakip takıma baskı yapıp oyununu bozmak için kullanılan bu kelime oyun dilinde de yine rakipler için kullanılan bir terim olmuştur.

Örneğin: *'Acaba Sergen Yalçın orta sahada press yapmak zorunda kaldığı ender durumlarda benim hissettiğim şeyleri hissediyou muydu?'*⁵⁵

Make up yapmak: Özellikle sosyal medyada makyaj yapmak, nasıl makyaj yapıldığını göstermek amaçlı çekilen videolar için kullanılan terimdir.

Örneğin: *'Biometrik fotoğraf çekilirken sorun olmasın diye 'no make up' make up yapayım dedim normal makyajdan daha uzun sürdü bir şey sürmemiş gibi yapmak bu normal mi?'*⁵⁶

Single yapmak/ çıkarmak/ çıkmak: Teknolojinin gelişmesiyle birlikte müzik platformlarına yüklenen, tek şarkıdan oluşan müzik için kullanılan terimdir.

Örneğin: *'Single çıkaran sanatçılar evreninde albüm çıkarmak cesaret mi?'*⁵⁷

2.5 Birden fazla alanda kullanılan neolojistik terimler: Bu grupta yer alan kelimeler esnek bir yapıya sahiptir. Tek bir kullanım alanı olmayıp çeşitli alanlarda farklı anlamlarda kullanılabilir. Doğrudan doğruya elektronik kültür ortamında olmayan ancak üstlendiği yeni anlamlarla bu ortamda da kullanılabilen bu gruptaki kelimeler birçok farklı mecrada kullanılabilir.

⁵¹ https://twitter.com/Ucuz_Gezegen/status/400548848088518656

⁵² <https://www.youtube.com/watch?v=KXY6O7xx4fY>

⁵³ <https://twitter.com/DikenComTr/status/1313046722956980224/photo/1>

⁵⁴ <https://twitter.com/ersoydede/status/1205400045312466944/photo/1>

⁵⁵ <https://twitter.com/uptamil/status/825167868656492552>

⁵⁶ https://twitter.com/Raabiaa_/status/1228015908263731202

⁵⁷ <https://www.milliyet.com.tr/single-cikaran-sanatcilar-evreninde-album-cikarmak-cesaret-mi--molatik-11833/>

Ful(I)le- Boş olan yapının tamamen dolması ya da tamamlanması anlamında kullanılan bu kelime, elektronik ortamda özellikle oyunlarda karşımıza çıkmaktadır. Bunun dışımda günlük dilde herhangi bir unsurun tamamını yapmak anlamında da kullanılmaktadır.

Örneğin: *'Oyunda canımın fullenmesini bekliyorum.'*

'-Nasıl geçti'

*'-Matematiği ve Türkçeyi fulledim, derece var kesin.'*⁵⁸

Start vermek: Başlama/ başlatılma anlamındaki bu sözcük, daha çok spor terimi olarak kullanılsa da elektronik ortamda oyunlarda karşımıza çıkan bir terimdir.

Örneğin: *'Hadi gelin de oyuna start verelim.'*

*'Milli yüzücümüz Alper Sunaçoğlu bugün Trabzon'dan yüzmeye başlayacak 19 Mayıs'ta Samsun'da olacak. Start vermek ve destek için Trabzon'dayız.'*⁵⁹

Mix yapmak: Müzikte albümün kayıt aşaması bittikten sonra, ses, tonlama, müzik kısımlarının ayarlanması durumuna denmektedir. Ancak elektronik ortamda karma olarak yapılan birçok unsur için bu terim kullanılmaktadır. (Fotoğrafların mix yapılması gibi)

Örneğin: *'Bugüne kadar ki bütün fotoğraflarımızdan mix yaptım, umarım beğenirsin.'??*

*'Şarkılara mix yapmak yaptığınız en akıllıca işlerden biri her halimi güzel olur.'*⁶⁰

Bloke etmek: Kullanımın engellenmesi anlamına da gelen bu kelime, sosyal medyada bir kişiyi engellemek olarak da kullanılmaktadır.

Örneğin: *'Ben artık kocamın limitsiz kredi kartını bloke etmek istiyorum.'*⁶¹

*'Evden puanın açıklandığını çaktırmadan çıktım. Akrabaları bloke etmek için tellerini uçak moduna aldım aramaya yapmaya çalışmazlarsa sıkıntı yok.'*⁶²

Trend olmak: Elektronik ortamda geçici bir süreliğine büyük kitlelerin bir konuya yüksek ilgi duyması durumudur. Bu kavram ayrıca günlük yaşamda moda kavramı ile de birlikte kullanılmaktadır.

Örneğin: *'Arkadaşlar like retweet yapın trend olmak ve düşmemek için.'*⁶³

*'Şu an moda olan çirkin ayakkabıları unutun:2021'de trend olması beklenen birbirinden değişik ayakkabı modelleri.'*⁶⁴

⁵⁸ <https://eksisozluk.com/fullemek--125902>

⁵⁹ <https://twitter.com/gurseltekin34/status/201964781215817728>

⁶⁰ <https://twitter.com/btsllarrie/status/758401184365416448>

⁶¹ <https://twitter.com/lenaurznrz/status/1205140859324375040>

⁶² <https://twitter.com/1llavinia1/status/1287654520055566341>

⁶³ <https://twitter.com/beYoNdUniVeRSeS/status/1316341608468619264>

⁶⁴ <https://onedio.com/haber/su-an-moda-olan-cirkin-ayakkabiları-unutun-2021-de-tren-olması-beklenen-birbirinden-değişik-ayakkabi-modelleri-931552>

Check etmek: Kontrol etmek, gözden geçirmek anlamında kullanılmakta olan kelimedir. Sosyal medyada birçok paylaşım check edilirken günlük hayatta herhangi bir bilgi, evrak, kişi check etme kavramı ile birlikte kullanılabilir.

Örneğin: *'Yıllık izinde olup günün random saatlerinde mailleri check etmek çok keyifli bir şey.'*⁶⁵

*'Google iyice güvensiz bir ortam oldu kırk kere check etmek gerek'*⁶⁶

Bu örneklerden de anlaşıldığı üzere herhangi bir platformda kullanılarak dile giren yeni öge kullanım yaygınlığı kazandıktan sonra günlük dilde de kullanılır hâle gelmektedir. Bu durum neolojizmin sadece ilgili alanla sınırlı kalmadığını göstermektedir.

Yukarıdan beri örneklerini sıraladığımız bu kelime ve kelime grupları gelişen teknolojiye bağlı olarak farklı araçların kullanımı vesilesiyle gündelik dile yansımaktadır. Bu hususta internet kullanımının dil kullanımında önemli bir etkileme gücüne sahip olduğu anlaşılmaktadır. İnternetin kendi kullanıcılarına sunmuş olduğu sınırları kaldırma olanağı farklı kültürel yapılar içerisinde yaşayıp farklı dillere sahip olan kişilerle etkileşim kurma imkânı sağlamaktadır. Bu durum birçok alanda olduğu gibi dilde de sözcük alışverişinin yaşanmasının önünü açmaktadır. Bu süreçte baskın dilin diğer dil yapısı üzerinde etkin olması kaçınılmazdır.

Farklı dillerin konuşan kişilerin internet üzerinden bir araya geldiği en önemli araçları sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Bu sebeple dilde neolojizmin oluşmasının en önemli kaynağı olarak bu platformları göstermek mümkündür. Yukarıda ele aldığımız örnekler incelendiğinde de büyük çoğunluğunun sosyal medya platformları aracılığıyla gündelik dile girdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyanın kullanımındaki artışın kişiler arasındaki etkileşimi arttırarak dilde neolojizmin gerçekleşmesinin önünü açacağı anlaşılmaktadır.

Bu hususta Türkiye'de 2020 yılı sosyal medya kullanım oranlarına bakmak yerinde olacaktır. Öncelikli olarak dünyadaki internet ve sosyal medya oranlarına bakıldığında dünya genelinde;

- 4.57 milyar internet kullanıcısı (Dünya nüfusunun %59'u)
- 3.81 milyar sosyal medya kullanıcısı (Dünya nüfusunun %49'u)
- 5.16 milyar mobil kullanıcısı (Dünya nüfusunun %66'sı)

olduğu görülmektedir.⁶⁷ Rakamlardaki yükseklik dünya genelinde nasıl bir etkileşim ortamının olduğunun ipuçlarını sunmaktadır.

Dünya genelinde en çok kullanılan sosyal medya araçlarına bakıldığında ilk sırada Facebook ve onu Youtube, Whatsapp, Instagram, Tiktok, Snapchat, Twitter ve Pinterest gibi platformların takip ettiği görülmektedir. Bunları içerisinde en popüler olanlarına bakıldığında dünya genelinde,

- Facebook'un 2.02 milyar,

⁶⁵ <https://twitter.com/HCK05/status/737565126706888705>

⁶⁶ <https://twitter.com/PashaMarki/status/1179003364014731266>

⁶⁷ Dünya genelinde internet ve sosyal medya kullanımı istatistikleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2-ceyrek/>

- Instagram'ın 970 milyon,
- Twitter'in 386 milyon,

kullanıcıya sahip olduğu görülmektedir.⁶⁸ Bütün bunlar dünya genelinde ciddi bir kitlenin sosyal ağ platformları aracılığıyla etkileşim halinde olduğunu göstermektedir. İncelenen örneklerin 24'ü Instagram, 21'i Twitter, 7'si Youtube, 6'sı Facebook, 1'i Tinder, 2'si Whatsapp platformlarına aittir. Bu incelemede ortak olan kullanımlarda dahil edilmiştir. Çalışmada yer alan örneklerin büyük çoğunluğunun kullanım yeri olarak Instagram ve Twitter'a ait olduğu görülmektedir. Buradan yaygınlaşmaya başlayan birçok kullanım diğer platformlarda da zaman içinde yaygınlık göstermiştir. Diğer platformlarda kıyaslandığında en yüksek kullanım ağına sahip olan Facebook'un değil de Twitter ve Instagram'ın daha fazla yabancı kelime içermesi genç yaş grubunun daha çok bu platformları tercih ettiğini göstermektedir.

Türkiye'deki kullanım istatistiklerine bakıldığında da ciddi rakamlarla karşı karşıya kalınmaktadır. Buna göre 2020 yılı Türkiye'sinde internet ve sosyal medya kullanımına bakıldığında;

- 62 milyon internet kullanıcısı (nüfusun %74'ü)
- 54 milyon sosyal medya kullanıcısı (Nüfusun %64'ü)
- 77 milyon mobil kullanıcısı (Nüfusun %92'si)

olduğu görülmektedir.⁶⁹ Rakamların yüksekliği Türkiye özelinde de ülke içi ve ülke dışı insanlar arası etkileşimin yüksek olduğunu göstermektedir. Ülke içindeki sosyal medya kullanım oranlarında bakıldığında ise ilk sırada Youtube olduğu ve arkasından Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter, FB Messenger, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Tiktok, Skype, Twitch, Tumber, Reddit, Wechat ve Line gibi ağların geldiği görülmektedir.⁷⁰

Türkiye 2020 yılı sosyal medya kullanıcıların yaş ve cinsiyet dağılımına bakıldığında ise,

- 18-24 yaş aralığında %7.2 kadın, %13.2 erkek,
- 25-34 yaş aralığında %13.8 kadın, %20.7 erkek,
- 35-44 yaş aralığında %8.5 kadın, %12.2 erkek,

kullanıcının olduğu görülmektedir. 45 yaş üstünde ise yaş ilerledikçe kullanım yüzdeleri %1-2 oranlarına düşmektedir.⁷¹

Bu verilerden de anlaşıldığı üzere internetin en aktif kullanıldığı yaş aralığı 18-44 olarak görülmektedir. Bu da genç nüfusun farklı dilde konuşan kişilerle ve kendi anadilinden farklı bir dile sahip olan içeriklerle etkileşim içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu durum genç nüfusun dilinde neolojizmin daha çok yaşandığı anlamına gelmektedir.

⁶⁸ Dünya genelinde sosyal medya kullanımı istatistikleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2-ceyrek/>

⁶⁹ Türkiye'de sosyal medya ve internet kullanımı istatistikleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

⁷⁰ Türkiye'de en popüler sosyal medya ağları sıralaması için bkz. <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

⁷¹ Türkiye'de sosyal medya kullanımı yaş ve cinsiyet oranları için bkz. <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>

Türkiye oyun sektörü 2019 yılı raporuna göre oyun oynayan kesimin yaş grupları ise şu şekildedir:

-18-24 yaş aralığı %21,9

-25-34 yaş aralığı %35

-35-44 yaş aralığı %28,6 şeklindedir. Türkiye’de oyun oynayan kadın %42,8 iken erkekte bu oran %57,2’dir.⁷²

Oyun oynayan kişilerin yaş gruplarının bilinmediği ya da bu konuda istatistiksel veri olmadığı için sadece yaş aralığına göre istatistiksel verilere yer verilmiştir. Bu verilerden anlaşılacağı üzere oyunlarda da en aktif grup 18-34 yaş aralığındaki gruptur. Genç kesimin bu mecrada daha çok olması dil üzerinde de ciddi bir etkiye sebep olmuş ve yeni bir oyun dili ortaya çıkmaya başlamıştır. Sosyal medya dışında internet üzerinden oynanan oyunlar aracılığıyla dilde neolojizmin yaşandığı görülmektedir. Burada kullanım yaşının sosyal medya kullanıcılarına göre daha düşük olduğunu söylemek mümkündür. Çevrimiçi oyunlarla ilgili hazırlanmış olan çalışmalarda yaş grubunun daha çok 18-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir.⁷³ Bu da daha genç yaş grubunun yabancı içeriklere maruz kaldığı ve dilde yaşanan değişimin bu yaş grubunda daha da arttığı sonucunu doğurmaktadır.

Bütün bunlar elektronik kültür ortamında ileri yaş grupları ile genç yaş grupları arasında ciddi iletişim sorunları yaşanacağını göstermektedir.

Sonuç

Teknolojinin gelişmesi, kitle iletişim araçlarının özellikle bu alanda yaygınlık kazanması, birçok dille iç içe olma durumu, birçok yeni kavramla karşılaşılması, eski kavramların popülaritesinin artık kaybolması, yeni kavramlara hızlı bir şekilde dilde karşılığının bulunmaması gibi etmenler dilde birtakım değişimlerin önünü açmıştır. Özellikle Batı etkisinde kalınan ve Türk diline hızla dahil olan yeni kavramlar, toplum içinde hızlıca yayılmaya başlamıştır. Dilde karşılığı olmasına rağmen yabancı kelimelere olan düşkünlük artmış, bu yabancı kelimelere Türkçe ekler veya fiiller getirilerek yeni kavramlar ortaya çıkarılmıştır. Dilbiliminde neolojizm olarak tabir edilen bu yeni yapılanmayla nesiller arası anlaşma güçleşmiş ve bu yeni kavramların sayısı dile zarar verecek biçimde artmıştır.

Bir dilin işlevi insanlar arasında anlaşmayı sağlamak, nesilden nesle gelenek ve göreneklere aktarmak şeklinde tanımlandığı düşünülürse dilin bu şekilde ilerlemesi, bu işlevlerin bozulmasına sebep olacaktır. Elbette dil başka dillerle etkileşim hâlinde olacak, kendine yeni kavramlar katacak ve bu şekilde değişip gelişecektir. Ancak dilde karşılığı olan kelimelerin bile yeni bir şekle büründürülmesi bunu yaparken de yabancı kelimelerden sık sık yararlanılması o dili yozlaştırmaktadır.

Bu çalışmada elektronik kültür ortamındaki yabancı kelimelerin kullanımı incelenmiştir. İncelenen bu kelimeler biçimsel neolojizmin alanına girmektedir. Daha önce dilde olmayan

⁷² Oyun ile ilgili rapor için bkz. <http://fintechtime.com/tr/2020/03/turkiye-oyun-sektoru-2019-raporu-aciklandi/>

⁷³ Oyunlarla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. (Altuntaş-Karaaslan 2017: 287-288).

sözcük birimlerin dilde üretilmesi yöntemi olan biçimsel neolojizm, elektronik kültür ortamında oldukça kullanılan bir yöntem olmaya başlamıştır.

Çalışmamızda dile giren yabancı sözcükleri incelemeyip Türkçeymiş gibi muamele edilen yabancı kelimeler esas alınmıştır. Ele alınan örneklerle yabancı kelimelere Türkçe eklerin getirildiği ve Türkçe yardımcı fiillerle birleşik bir yapının oluşturulduğu görülmüştür. Bu incelemeye göre; kullanılan eklerin genellikle *-la/-le/-laş/-leş* eklerinden oluşturulduğu, birleşik yapıların ise daha çok *etmek/ olmak/ yapmak/ almak/ atmak/ yemek/ yürümek/ vermek/ çıkmak/ çıkarmak/ gülmek/ vermek/ açmak/ gülmek/ çekmek* fiilleriyle oluşturulduğu tespit edilmiştir. Özellikle birleşik yapılarda fiillerin aynı oranla kullanılmadığı dikkat çekici bir husustur. Belli eklerin ve fiillerin çokça kullanılması, dildeki her ek ve kelimenin aynı kullanılabilirlikte olmadığını göstermektedir.

Yapılan bu incelemede *'-la/-le'* ekiyle ilgili tespit edilen örnekler şu şekildedir: Favla-, likela-, unlikela-, tweetle-, retwitle-, spamla-, stalkla-, hashtagla-, trolle-, mentionla-, pushla-, rushla-, flashla-, smokela-, faxla-, ful(l)le-.

'-leş' ekiyle ilgili tespit edilen örnekler şu şekildedir: Chatleş-, dmleş-.

'Etmek' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Challenge etmek, follow etmek, unfollow etmek, like etmek, forward etmek, bloke etmek, check etmek

'Olmak' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Online olmak, offline olmak, TT olmak, fenomen olmak, influencer olmak, match olmak, trend olmak

'Yapmak' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Challenge yapmak, TBT yapmak, like yapmak, stalk yapmak, adminlik yapmak, zap yapmak, search yapmak, cover yapmak, selfie yapmak, press yapmak, make up yapmak, single yapmak, mix yapmak

'Almak' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Like almak, screenshot almak, start almak

'Atmak' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Story atmak, random atmak, dislike atmak, fake atmak, screenshot atmak, link atmak, diss atmak

'Yemek' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Spam yemek, ban yemek

'Yürümek' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Dmden yürümek

'Vermek' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Like vermek, start vermek

'Çekmek' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: selfie çekmek

'Çıkarmak' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: single çıkarmak

'Çıkmak' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Single çıkmak

'Gülmek' fiiliyle ilgili birleşik fiil örnekleri şu şekildedir: Random gülmek

Bu çalışmada ele alınan örneklerde daha çok *'-la/-le'* ekinin kullanıldığı, *'-leş'* ekinin ise daha az tercih edildiği görülmektedir. Birleşik yapı oluşumunun eklere oranla daha fazla tercih edildiği gözlemlenmekle beraber bu yardımcı fiillerden de en çok *'yapmak, etmek, olmak, atmak'* fiillerinin yoğun olarak tercih edildiği fark edilmiş; *'almak, yemek, yürümek, vermek,*

çekmek, çıkarmak, çıkmak, gülmek' fiilleri diğerlerine oranla daha az tercih edilmiştir. İncelenen bu örneklerin sayısı ve içeriği zamanla değişkenlik gösterebilir. Gelişen teknoloji ve artan ihtiyaçlar, yeni kavramları da beraberinde getirmektedir. Bu da ilerleyen süreçte yeni kelimelerin oluşmasını sağlayacaktır.

Batı kaynaklı yabancı kelimelerin Türk dili üzerindeki etkisinin artmasında, Türklerin Anadolu coğrafyasına yerleşmesi ve bunun ardından Batı dünyasıyla kurulan ilişkilerin geliştirilmesi etkili olmuştur. Yönünü Batı'ya çevirmiş olan Türkler, gün geçtikçe dil açısından da Batı'dan etkilenmeye başlamıştır. Daha çok kelimelerin direkt alıntılanması olarak karşımıza çıkan bu durum, teknolojinin hayatımıza girmesiyle bu kelimelere Türkçe ek getirilmesine - başka bir deyişle alıntı kelimelere Türkçeymiş gibi muamele edilmesine- sebep olmuştur. Türkçenin geçmiş 25 yılına bakıldığında dile giren yabancı sözcüklerde ciddi bir artış olduğu ve özellikle internetin toplum içinde kullanım yaygınlığı kazanmasıyla bu artışın daha da arttığı bilinmektedir.

İstatistiksel veriler incelendiğinde, toplum içerisinde internet kullanımının hızla yayıldığı görülmektedir. İnternet ortamının farklı dil ve kültür yapısı içerisinde olan bireyleri bir araya getirmesi birçok alanda olduğu gibi dilde de değişimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu ortamda yaygın kullanıma sahip olan sosyal medya ve online oyunlar gibi unsurlarda hâkim dilin İngilizce olması, günümüzde dilde yeni kelimeler üretilme esnasında İngilizcenin etkisinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca internet ortamının aktif kullanıcılarına bakıldığında çoğunluğun genç kuşaklar olduğu görülmektedir. Özellikle online oyunlarda kullanıcı yaşının bir hayli düşmesi genç kuşakların yeni dönem elektronik kültür ortamı kaynaklı dil değişimlerine daha çok maruz kaldıklarını anlamını taşımaktadır. Bu değişimde rol oynayan yoğun yabancı kelimeler, genç kuşakların kendi arasında Türkçe İngilizce karışımı karma bir dil geliştirmesinin önünü açmakta bu da toplum içerisindeki bireyler arasındaki iletişimi olumsuz yönde etkilemektedir.

Yapılan inceleme sonucu bir alanda çeşitli ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkan yeni kelimelerin kullanım yaygınlığı kazanmasıyla günlük dilde farklı alanlarda da kullanılır hâle geldiği anlaşılmaktadır. Bu durum, neolojizmin kullanılan dilinin tamamını etkileme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Kullanılan ana dil için gerçek bir tehlike oluşturmaya başlayan bu yeni dil oluşumunun önü kesilmelidir. Aksi takdirde birkaç kuşak sonra nesiller arası anlaşmazlık yaygınlık kazanacak ve dil karma dillerden oluşan yeni bir yapılanmaya gidecektir. Hızlı bir tüketim ortamının olduğu elektronik kültür ortamı, kısa süreli oluşturduğu yeni terimlerde kendi döneminin kişilerinin bileceği bir konuma evrilerek ve her nesilde yeni bir değişime giderek kuşaklar arası iletişimi zayıflatacaktır.

Etik Beyan

“Elektronik Kültür Ortamında Neolojizm” adlı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; ULAKBİM TR Dizin 2020 ölçütlerine göre çalışmada etik kurul onayını gerektiren herhangi bir veri toplama ihtiyacı duyulmamıştır.

Kaynakça

- Akalın, Şükrü Halûk-Toparlı, Recep vd. (2011). *Türkçe Sözlük*. ed. Şükrü Halûk Akalın-Recep Toparlı, vd. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Akata, Züleyha Hande (2016), *Genel Ağ (İnternet) Dili Kullanımında Yeni Ögeler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ardahan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksan, Doğan (2004). *Türkçenin Sözcük Varlığı*. Ankara: Engin Yayınevi.
- Altuntaş, Başar- Karaslan M. Halid (2017), “Kullanıcıların Mobil Oyun Tercihinde Etkili Olan Faktör Düzeylerinin Öneminin Belirlenmesi”, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 19: 277-298.
- Arslan, Aykut-Staub, Selva (2015). “Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma”. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11): 1-24.
- Ergin, Muharrem (2008). *Türk Dil Bilgisi*. İstanbul: Bayrak Yayınevi.
- Gözütok, Avni (2008), “Türkiye Türkçesinde Karma Kelimeler”, *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 36, 17-22.
- İmer, Kamile (1991). “Türkçenin Sözcük Varlığındaki Yeni Ögeler”. *Dilbilim Araştırmaları 1991*, 18-28.
- Karaağaç, Günay (2013). *Dil Bilimi Terimleri Sözlüğü*. Ankara: TDK Yayınları.
- Kuran, Evrim (2018). *Telgraftan Tablete*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Oktuğ, Melis (2009). “Neolojizm Bağlamında Dilsel Üretimler/ Ekonomik Göstergeler: 2000 Yıllarında Yaşanan Ekonomik Krizin Dilbilimsel Çözümlemesi”. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 1 (1): 123-133.
- Özkan, Fatma-Musa, Bağdagül (2004). “Yabancı Dillerin Türkçenin Söz Dizimi Üzerine Etkisi”. *Bilig Dergisi*, 30: 95-139.
- Sarı, İsa (2013). “Dilde Yeniden Adlandırma İhtiyacı: Retonimler”. *Türkbilig Dergisi*, 25: 19-26.
- Şafak, Zehra (2018), *Fransızca ve Türkçede Akıllı Telefon Bağlamında Yeni Sözcük Kullanımına (Neolojizm) Yapısal Bir Yaklaşım*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tutar, Hasan (2018). “Örgütsel Davranış Kongreleri Bildirilerinde ‘Meteforik Neolojizm’ Sorunu Üzerine Eleştirel Bir İnceleme”. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6 (3): 1-38.
- Vardar, Berke (2002). *Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Yurtbaşı, Metin (2017), “Türkiye’de 2000-2017 Döneminde Oluşan veya Yaygınlaşan Yeni Sözcükler (Neolojizmler)”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 40, 491-562.

İnternet Kaynakları

URL-1: https://twitter.com/Tweet_Severim [25.09.2020].

- URL-2: <https://twitter.com/Himesovski/status/616945622835437568> [25.09.2020].
- URL-3: <https://twitter.com/vesimipek/status/683103299877384194> [25.09.2020].
- URL-4: <https://twitter.com/kinomiyatakaoo/status/1318499253610831875> [25.09.2020].
- URL-5: <https://twitter.com/Domessstos1/status/1313507851105640448> [25.09.2020].
- URL-6: <https://twitter.com/Kerem221b/status/1051594452056330242> [25.09.2020].
- URL-7: <https://twitter.com/mikrobakteriel/status/1317152844114440194> [25.09.2020].
- URL-8: https://twitter.com/damla_27d/status/1318201428662489088 [25.09.2020].
- URL-9: <https://twitter.com/sabirsizm/status/13019917516878274567456> [25.09.2020].
- URL-10: https://twitter.com/dr_jivago112/status/1093462407186468865 [25.09.2020].
- URL-11: <https://twitter.com/Bunyazaydngz/status/1317853429469937668> [26.09.2020].
- URL-12: https://twitter.com/durukurt_/status/984190816171253760 [26.09.2020].
- URL-13: <https://twitter.com/CanOnc4040/status/772512057262497792> [26.09.2020].
- URL-14: https://twitter.com/anti_histaminik/status/1318535178873114624 [26.09.2020].
- URL-15: <https://twitter.com/MikropPis/status/584671440529653760> [27.09.2020].
- URL-16: <https://twitter.com/tugbadurkal/status/1317028214338879488> [27.09.2020].
- URL-17: <https://twitter.com/bzkrtgcn/status/1314285316921065472> [27.09.2020].
- URL-18: <https://twitter.com/vangoghisad/status/1318579341769527298> [27.09.2020].
- URL-19: <https://twitter.com/Koyuusiyah1/status/1298192545550405634> [27.09.2020].
- URL-20: <https://twitter.com/ceminaycem/status/718496069638873088> [28.09.2020].
- URL-21: <https://twitter.com/ardaereel/status/1112824990800535553> [28.09.2020].
- URL-22: <https://twitter.com/sherlockerm/status/1131259211332149250> [28.09.2020].
- URL-23: https://twitter.com/wolfie_uveys/status/1314902126980628483 [28.09.2020].
- URL-24: <https://twitter.com/umutaksakalli0/status/892120006619738112> [28.09.2020].
- URL-25: <https://twitter.com/bylgule/status/1314326429769904128> [28.09.2020].
- URL-26: <https://twitter.com/evetarven/status/1314478440087777281> [28.09.2020].
- URL-27: <https://twitter.com/FitOzzie25/status/1312463982901436416> [28.09.2020].
- URL-28: <https://twitter.com/abdullahciftcib/status/667811682496876544> [28.09.2020].
- URL-29: <https://twitter.com/ozgurbuzokan/status/1317480436453548035> [28.09.2020].
- URL-30: <https://twitter.com/Berffyadaberfo/status/1313609579679318018> [30.09.2020].
- URL-31: <https://twitter.com/Zafererg/status/1314887893312319488> [30.09.2020].

- URL-32: <https://twitter.com/busankurabiyesi/status/1015566021489577985> [30.09.2020].
- URL-33: <https://twitter.com/defnesland/status/1313528861649522690> [30.09.2020].
- URL-34: <https://twitter.com/jadepowel/status/1315752088572436482> [30.09.2020].
- URL-35: <https://twitter.com/tozanadamm/status/1014590315959914496> [30.09.2020].
- URL-36: <https://twitter.com/zuhalcakirs/status/432156989826015233> [01.10.2020].
- URL-37: <https://twitter.com/fikrimavi/status/741381547367010305> [01.10.2020].
- URL-38: <https://twitter.com/tanrisiva/status/1191716571976290305> [01.10.2020].
- URL-39: <https://twitter.com/GoalTurkiye/status/862771917861916672> [01.10.2020].
- URL-40: <https://twitter.com/sametisbackk/status/859427066055462912> [01.10.2020].
- URL-41: <https://twitter.com/ruqinq/status/1313229459277910017> [01.10.2020].
- URL-42: <https://twitter.com/tugrult/status/568769789281374208> [01.10.2020].
- URL-43: <https://twitter.com/bangwabee/status/1316067223908298754> [01.10.2020].
- URL-44: https://twitter.com/Ucuz_Gezegen/status/400548848088518656 [01.10.2020].
- URL-45: <https://www.youtube.com/watch?v=KXY6O7xx4fY> [01.10.2020].
- URL-46: <https://twitter.com/DikenComTr/status/1313046722956980224/photo/1> [25.09.2020].
- URL-47: <https://twitter.com/ersoydede/status/1205400045312466944/photo/1> [01.10.2020].
- URL-48: <https://twitter.com/uptamil/status/825167868656492552> [01.10.2020].
- URL-49: https://twitter.com/Raabiaa_/status/1228015908263731202 [01.10.2020].
- URL-50: <https://www.milliyet.com.tr/single-cikaran-sanatcilar-evreninde-album-cikarmak-cesaret-mi--molatik-11833/> [02.10.2020].
- URL-51: <https://eksisozluk.com/fullemek--125902> [02.10.2020].
- URL-52: <https://twitter.com/gurseltekin34/status/201964781215817728> [02.10.2020].
- URL-53: <https://twitter.com/btslarrie/status/758401184365416448> [02.10.2020].
- URL-54: <https://twitter.com/lenaurznrz/status/1205140859324375040> [02.10.2020].
- URL-55: <https://twitter.com/1llavinia1/status/1287654520055566341> [02.10.2020].
- URL-56: <https://twitter.com/beYoNdUniVeRSeS/status/1316341608468619264> [25.09.2020].
- URL-57: <https://onedio.com/haber/su-an-moda-olan-cirkin-ayakkabilari-unutun-2021-de-tren-olmasi-beklenen-birbirinden-degisik-ayakkabi-modelleri-931552> [02.10.2020].
- URL-58: <https://twitter.com/HCK05/status/737565126706888705> [02.10.2020].

URL-59: <https://twitter.com/PashaMarki/status/1179003364014731266> [02.10.2020].

URL-60: <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2-ceyrek/> [02.10.2020].

URL-61: <http://fintechtime.com/tr/2020/03/turkiye-oyun-sektoru-2019-raporu-aciklandi/> [20.10.2020].