

*Makale Gönderilme Tarihi / Article Submission Date: 02-10-2019*

*Makale Kabul Tarihi / Article Acceptance Date: 16-10-2019*

*Araştırma Makalesi / Research Article*



INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND EDUCATION (IJHE),  
VOLUME 5, ISSUE 12, P. 1201 – 1215.

ULUSLARARASI BEŞERİ BİLİMLER VE EĞİTİM DERGİSİ (IJHE), CİLT 5,  
SAYI 12, S. 1201 – 1215.

## İKTİDARDAN HALKA DİLİN İŞLEVİ<sup>1</sup>

Yusuf GÖKKAPLAN<sup>2</sup>

### Özet

*Siyaset, bir yönetim ve idare olgusundan daha çok halk tarafından geniş rağbet gören, tartışma konusu olan, kendisine ait bir inceleme alanı olan bir bilim haline gelmiştir. Bilgi ve belgelere ulaşmanın kolaylığı, teknolojinin global bir biçimde hızlıca yayılması, siyasetin; TV, sosyal medya, radyo, gazete gibi ortamlarda hedef kitleye ulaşabilmesi ile söz konusu alan sosyal bir kavram haline gelmiştir. Bu sayede dünyanın neresinde olursa olsun en önemsiz bir olaydan sansasyonel bir etki yaratan büyük bir olaya kadar her şeye ulaşmak mümkün hale gelmiştir. Bu noktadan hareketle, kimi kitle iletişim araçları vasıtasıyla hedef kitleye coğrafya, ırk, din farkı gözetmeksizin yapılan aktarımların, dilin etkili ve bilinçli kullanılmasıyla başarılı bir şekilde gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Bu aktarımlarda kullanılan dil sanıldığı kadar aksine sıradan, basit bir dil değil özenle seçilmiş kelimelerden oluşan, zengin anlamlar yüklü, biçimce olumsuzlukların çok yer almadığı farklı ve etkili bir dildir. Kitle iletişim araçları kullanılarak hedef kitleye aktarılan bu etkili dil sıradan kişilerin oluşturduğu metinler değil, bilinçli kişiler tarafından oluşturulmuş sihirli bir dildir. Bu çalışmada, bahsettiğimiz etkili ve bilinçli kullanılan dil ele alınacaktır. Dinlendiğinde hedef kitleyi etkileyen, onlarda beğeni ve ilgi duygusu uyandıran bu “dil” basit biçimde yan yana getirilmiş kelimelerden oluşmamaktadır. İşte burada kullanılan farklı dil, dil biliminin alt dalları olan toplum dil bilimiyle, gösterge bilimle, söylem çözümlemeleriyle, nörolingüistik programlamalarla ve hitabet sanatının etkin kullanımıyla hedef kitleye aktarılmaktadır. Dil kullanımının kimi inceliklerine vakıf olarak başarılı bir şekilde gerçekleştirilen bu aktarımda sözler, renkler, atıflar, sloganlar, jest ve mimikler titizlikle seçilmiş ve işlenmiş bir malzemedir. Burada söz konusu ettiğimiz bütün bu özellikler bu çalışmada önce sözcük ve cümle yapısı boyutuyla sonrasında toplum dil bilimi, gösterge bilim, NLP (nörolingüistik programlama) ve söylem çözümlemesi metodlarıyla değerlendirilecektir. Buradan hareketle siyasi mitinglerde kullanılan dilin ve bu dille ortaya konan metinlerin başka bir yönünü daha ortaya koymuş olacağız.*

**Anahtar Kelimeler:** Türk Dili, Toplum Dil bilimi, Kitle İletişimi, Göstergibilim, Söylem Çözümlemesi.

## FUNCTION OF THE LANGUAGE FROM PUBLIC TO POLITIC

### Abstract

*Politics is not only management and administration events, but also popular and interesting subject area. Also politics, has a specific subject. This subject has a field of study of its own. People can obtain to political issues,*

<sup>1</sup> Bu makale 2016 yılında düzenlenen ” 2. Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Eğitim ve Sosyal Bilimler Sempozyumu ”nda tarafımızca sözlü olarak sunulmuş ve yayınlanmamış ”İktidardan Halka Dilin İşlevi: Miting Dillerinin Toplum Dilbilimsel Açılımı” adlı çalışmanın güncellenmiş, genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Dr., [yusufgokkaplan@gmail.com](mailto:yusufgokkaplan@gmail.com).

documents and information by way of TV, social media, radio, newspaper. In this way, became possible to reach everything from the most insignificant event to the big event which creates a sensational effect in the world. Thus, a lot of thinks, messages and informations are transferring to all around the world. All of the people, can find this source everywhere with some mass communications equipments. On the other hand an effective language is used during the this transfer. Contrary to popular belief, the language used in this transmission is not a simple one. This language must be significant, positives, understandable, different and influential. Also, this language is transferred to all of the people by mass communicate equipments therefore this language must be impactful and mustn't preparing by ordinary people, this language must preparing by philologist because this language is magical. In this study, we will explain to impactful and sensible politics language which prepared studiously. This language, which influences the target audience when they are listened to and which awakes in them a sense of appreciation and interest, does not consist of simple side by side words. This different language is conveyed to the target audience by the way of linguistics, sociolinguistics, semiotics, discourse analysis, neuro linguistic programming and effective use of rhetoric. In this manner conveyed language, is has sensibility and succesfully. This conveyance is conveyed with words, colors, references, slogans, gestures and facial expressions. This materials are meticulously selected and processed. In this study, these issues will be evaluated firstly with word and sentence structure dimension and then with the methods of linguistics, semiotics, NLP (neurolinguistic programming) and discourse analysis. With the results obtained, we will reveal another aspect of the language that used in public meeting and the texts that constitute with this language.

**Key Words:** Turkish Language, Sociolinguistics, Mass Communication, Semiotics, Discourse Analysis.

## Giriş

Dili, sosyal davranışın en önemli göstergelerinden biri olarak nitelendirebiliriz. Bilgi dil aracılığıyla doğal aktarımını yaparken bu aktarım esnasında kim olduğumuza, nereden geldiğimize, neye bağlı olduğumuza ilişkin önemli sosyal mesajları da beraberinde aktarmaktadır. İnsanların kullandıkları dil, lehçe ve ağız kullanımları, verdiği örnekler ve hatta seçtikleri bir sözcük bize onların geçmişleri, karakterleri ve niyetleri hakkında önemli bilgiler verebilir. Bizler de bu bilgileri yorumlayarak o kişiye ilişkin hükümler veririz. Bu yargıya bağlı olarak toplum dil bilim alanı dil ve toplum temelli bir başka yaklaşımı ve kendine özgü bir alanı olan dil etkinliği veya dil kullanımı üzerinedir. Yani dilin sosyal bağlamdaki kullanımı üzerine olan çalışmalar, belirli topluluklar içerisinde toplumsal ilişkilerimizi nasıl düzenlediğimiz hakkında bilgiler vermektedir.

İletişimde sıkça dile getirdiğimiz ve kişilere hitap etmede kullandığımız “sen”, “siz”, “sayın” gibi ifadeler, aslında rastgele seçilmiş basit sözcükler değildir. Kişiyi tanımlayan hitap şekilleri bize, konuşmacının veya alıcının toplumsal konumu ve insanlar arası ilişki düzeyiyle ilgili ipuçları verebilir. Buna benzer biçimde, seçtiğimiz tümceler de kültürel değerlere, kibarlık, saygı ve statü biçimlerine gönderimde bulunabilir. Dolayısıyla gerek sözlü gerekse de yazılı olarak kullandığımız dil, icra edildiği andan söz konusu hedefe ulaşmaya kadar bir nitelik arz eder. Bu nitelik dilin kendi öz zenginliği ve icra edildiği sosyal bağlamın senteziyle oluşur. Bu bağlamda dil ve ortam bir bütün olarak toplum temelli bir değer haline gelir.

Dil ile toplum temelli bu değer dil bilim için oldukça önemlidir ve burada söz konusu edilen malzeme oldukça zengindir. Toplum ve dil arasındaki ilişkiyi inceleyen bu dala toplum dil

*bilim denilmektedir. Daha geniş manada toplum dil bilim, "dil olgularıyla toplumsal olgular arasındaki ilişkileri, bunların birbirini etkilemesini, birbirinin değişkeni olarak ortaya çıkmasını, bir başka deyişle bu iki tür olgu arasındaki eş değışirliğı inceleyen karma dal" (Vardar, 1980:144) olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde toplum dil bilim merkezli çalışmaların artması ve bu alanın gelişim eğilimi iki temel madde etrafında açıklanabilir. Bize göre ilk etken, bu alanın geniş toplumsal ve siyasi sorunların ortaya çıktığı bir döneme denk gelmesidir. Bu değışken dönemin etkisiyle toplum dil bilim çalışmaları, dil-milliyetçilik, dil-etnik köken, dil-cinsiyet, dil-siyaset gibi kavramlar etrafında ortaya konulmuştur.*

*Gelişmesine katkı sağlayan ikinci etken ise, son dönemlerde yapılan araştırmaların, dil ve sosyal rollerle ilgilenen araştırmacılar tarafından ilgiyle karşılanıyor olmasıdır. Ayrıca, önem kazanan bu çalışmaların son yıllarda, disiplinler arası çalışmaların da etkisiyle, budunbilimle, kültür tarihiyle, toplumbilimle, felsefeyle, iletişim birimleriyle, müzikle bağlantılı bir biçimde gelişmesi ve söz konusu alanlarla alış-veriş içerisinde olması kaçınılmazdır.*

*Küresel teknolojinin hızla gelişmesi ve onunla birlikte gelişen kitle iletişim ve medya araçlarının dilin sosyalleşmesine sağladığı katkı azımsanamayacak ölçüdedir. Teknolojiyle beraber insanlığın faydasına sunulan her araç hayatın her alanında etkili olan ve günlük hayata dair kolaylıklar sağlayan bulunabilirliğı ve kullanımı kolay bir araç-gereç haline gelmiştir. Söz konusu bu kullanımların en yaygını kitle iletişim araçları, medyatik alanlar ve sosyal medyadır. Özellikle de bir araç-gereç olmaktan daha çok vazgeçilmez bir ihtiyaç haline gelen internet, televizyon, gazete, radyo gibi kitle iletişim araçları dünya üzerinde olup biten her şeyi, birçok bilgi ve belgeyi, insanlığın hizmetine sunabilmesi açısından önemlidir.*

*Söz konusu kitle iletişim araçları içerisinde televizyon ve sosyal medyanın farklı bir konumu ve önemi vardır. Ülkemizde neredeyse her evde internet ve televizyon bulunmaktadır. Dolayısıyla bu iletişim araçlarının insan hayatında diğerlerine nazaran daha farklı bir yeri vardır. Eskiye nazaran televizyon kanallarının çeşitliliğı, yayın süresinin uzunluğu, her kesime ya da her yaşa hitap eden program sayısının fazlalığı insanları bu kara kutuya bağımlı hale getirmektedir. Diğer bir taraftan her an yanımızda olan cep telefonları üzerinden sosyal medyada bir durumu, söylemek istediğimiz ve duyurmak istediğimiz bir tavır veya düşüncüyü geniş kitlelere duyurabilmekteyiz. Bu noktadan hareketle söz konusu bu iletişim araçlarının slogan birlikleri yayan, bir düşünce savunan veya alternatif bir platform yaratan bir konuma sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bu bakımdan bu kitle iletişim araçlarında kullanılan dilin önemi ve hassasiyeti dikkate değer, ciddiyetle ele alınması gereken bir konudur.*

*Dünyanın her yerinde sosyal medyanın ve TV yayınlarının siyasete ait bir platform haline geldiğini söylememiz mümkündür. Bu düşüncemizi televizyonda veya sosyal medyada özellikle de seçim zamanlarında, parti propagandalarının yapıldığını, siyasi liderlerin veya diğer parti mensuplarının karşıt veya yanlı düşüncelerini dile getirmede bir araç olarak kullandıklarını söyleyerek pekiştirebiliriz. Zira ülkenin herhangi bir şehrinde düzenlenen miting sadece o şehir halkına hitap edecektir ama aynı zamanda bu mitingin televizyon aracılığı ile yayına girmesi, taraf olsun veya olmasın, bu kanalı takip eden herkesin mitingi dinlemesine vesile olacaktır. Yine önemli bir siyasi olayın yankılarını, siyasi göndermeleri hem ulusal hem uluslararası çapta yer bulan haberleri ana haber bültenlerinde veya bir durum ve olay karşısında düşüncelerin beyanını sosyal medya programları üzerinde takip edebiliyoruz. Seçim dönemlerinde partilerin propaganda çalışmalarının haber bültenleri ile sınırlı kalmayıp reklamlarda da geniş yer bulduğunu, sosyal medya reklamları ile her mecraya ulaştırıldığını da bu duruma örnek gösterebiliriz. Bu noktadan hareketle söz konusu edilen aktarımların bu kanallar aracılığı ile sunulması, söz konusu aktarımlarda tercih edilen ifade biçimlerinin niteliği de son derece önemlidir. Bu çalışmada bu ifade biçimlerinin genelinden yola çıkarak söz konusu platformlarda kullanılan dil ve hedef kitle arasındaki ilişki toplum dil bilim alanının kuramları ile açıklanmaya çalışılacaktır.*

### **Amaç ve Kapsam**

*Tüm dünyada önemli bir yere sahip olan kitle iletişim araçlarının siyasi ve ideolojik merkezlerin düşüncelerini, plan ve projelerini hedef kitleye anlatma ve büyük bir kesime aktarmada önemli bir yeri vardır. Biz çalışmamızda televizyon ve sosyal medya programları üzerinden halka aktarılan miting ve söyleşi konuşmalarını, sosyal medya organları üzerinden paylaşılan demeçleri, seçim konuşmalarını ve bu konuşmalarda kullanılan dili ve bu dilin toplumla olan ilişkilerini inceleyeceğiz.*

*Ele aldığımız konuşmaların hem metin olarak hem de video olarak değerlendirmesini yaptık. Fakat yapacağımız çalışma sadece toplum dil bilim çerçevesi içerisinde olacağından çalışmamız görsellik içermemektedir. Bu durum çalışmamızda eksiklik ya da hata olabileceği anlamına da gelmemelidir. Değerlendirmemizi yaparken; elimizde yer alan konuşmaların sunumu esnasında dinleyiciyi etkileyecek ya da verilmek istenen mesaja farklı anlamlar kazandırabilecek görsel öğeleri ayrıca sözlü olarak belirteceğimizi de söylememizde fayda görüyoruz.*

*Malzememizi oluşturan siyasi metinler, TV kanallarında, radyolarda, gazetelerde, reklam panolarında ve billboardlarda, siyasi partilerin tanıtım ve reklam araçlarında, sosyal medya*

ortamlarında sık sık yinelenerek hedef kitleye aktarılmaktadır. Sadece basit bir reklam için oldukça uzun bir zaman ihtiva eden bu süreçte kullanılan dil, çalışmamızın malzemesini oluşturmaktadır. Bu çalışmadaki amacımız, Türk toplumuna bilgi vermek için hazırlanan ve sunulan bu metinlerde kullanılan dil ve bu dilin toplum ile ilişkisini ve uyumunu açıklamak olacaktır.

### **Yöntem**

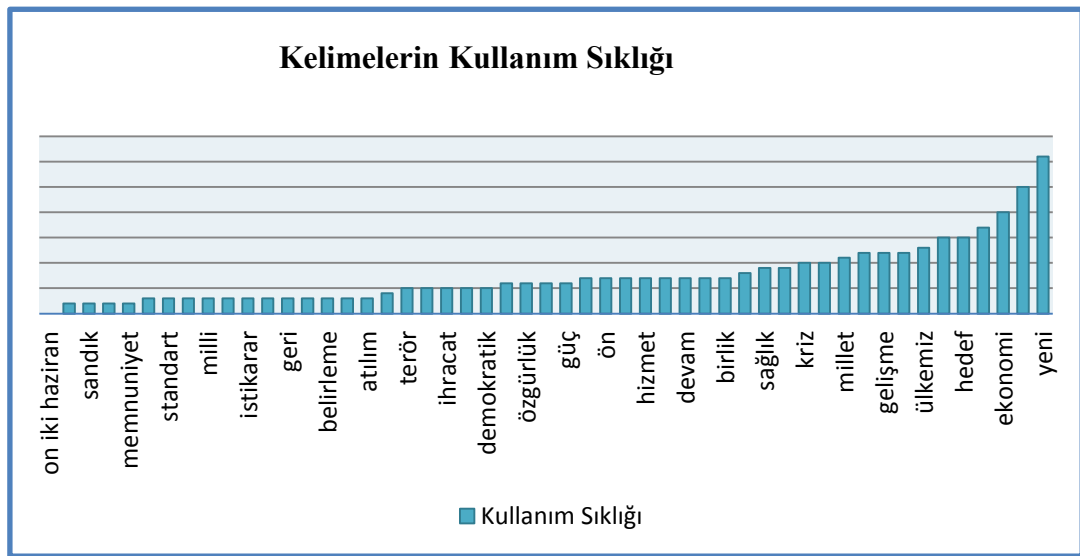
Çalışmamızda söz konusu malzemeleri çözümlmek ve verilmek istenen mesajları doğru aktarabilmek için öncelikli olarak göstergebilimden faydalanmayı tercih ettik. Çünkü siyasi demeçlerin çoğunda kullanılan kelimelerin birden fazla gösterene sahip olduğu ve bunların halkın farklı kesimlerince farklı şekillerde algılanabilme ihtimalini göz önünde bulundurduk. Dolayısıyla her kelimenin farklı göstereni olabileceğini düşündük. Bunun yanında bu siyasi demeç ve konuşmaların cümle yapısını, kelime hazinesini, kullanılan sıfatları ve bunların türlerinin de değerlendirmesini yaptık. Siyasi bir liderin kullanmış olduğu dili ve yine halkı bilgilendirmek için kullanılan söylemlerin değerlendirilmesinde Michel Foucault'nun iktidar-söylem çözümlemesini, toplumsal katmanlar arasındaki algı farkını açıklamak için B. Bernstein'in eksiklik kuramını işlettik. Çalışmamızın kaynağını oluşturan metinlerin söz dizimlerini, cümle yapılarını ve kelime sıklıklarını da grafiklerle, açıklamalarla izah etmeye çalıştık.

### **Bulgu**

Söylem bir iktidarın "kara kutusu" niteliğindedir. Yani konuşma esnasında seçilen kelimeler, yapılan vurgular ve bunların bir uyum içerisinde verilmesi, konuşmacının verdiği mesajın net algılanmasını sağlayacaktır. Foucault'ya göre söylem tek başına değil, birlik halinde ve üretimi ile birlikte çözümlenebilir hâle gelmektedir. Söylemin anlaşılır kılınması ise söylemi üreten, çeşitlendiren ve sürekli hale getiren iktidar ve kurumlar aracılığıyla mümkün olmaktadır. Ona göre söylem, "görevi onun gücünü ve tehlikelerini önlemek, bellisiz olagelişini dizginlemek, ağır korkulu maddiliğini savuşturmak olan birtakım yollarla hem denetlenmiş hem ayıklanmış hem de örgütlenmiş ve yeniden paylaştırılmıştır" (Güneş, 2013:57). Söylem sırasında kelimelerin seçimi ve bunların kullanımının kusursuzluğu beraberinde bir bilinç getirmektedir. Bu bilinç içinde bir bilgi birikiminin olması gerekmektedir. İktidar söylemlerindeki bilgi, alıcı hedef kitlenin etkilenebilmesi için çok önemli bir pozisyondadır. Bilgi bu noktada dil birliklerinin aktarılmasını sağlayan bir araçtır, bir anlamda iktidarın öncü kuvvetleri niteliğindedir (Aydemir, 2011:94). Bilginin daha etkili olabilmesi de şüphesiz onun nesneliliği ve gerçekliği ile doğru orantılıdır. Bilginin

erkinini güçlü kılabilmek için gerçeklik ölçütleri de yine söylemle birlikte hâkimiyetini kurmaktadır (Aydemir, 2011:94).

Siyasi metinleri ve demeçleri değerlendirirken öncelikle kelimelerin üstlendiği rollerden başladık ve seçilen kelimelerin, kullanılan fillerin kurguya mı yoksa gerçeklere mi dayandığını inceledik. Metin seçiminde Türkiye'deki son iki seçimdeki miting konuşmalarını, sosyal medya mesajlarını ve TV reklam metinlerini tercih ettik. Derlediğimiz bu metinlerde kelimelerin sıklık kullanımlarını tespit ettik. Buradaki amacımız sık kullanılan kelimelerin hangi göstergeleri ifade ettiği ve hangi anlamları işaret ettiğini izah etmeye çalışmaktır. Aşağıdaki grafikte derlediğimiz metinlerde en sık kullanılan kelimelerin dağılımı mevcuttur.



Yukarıdaki grafikte de görüleceği gibi derlediğimiz metinlerde bulunan bütün kelimeleri değerlendirmeye almadık. Özellikle seçim dönemlerinde en fazla ve en az geçen kelimelerden yola çıkarak tespitlerde bulunduk. Yukarıdaki grafikten hareketle bu konuşmalarda kullanılan “yeni, ekonomi, hedef, ülkemiz, gelişme, millet, kriz, sağlık, birlik, devam, hizmet, ön, güç, özgürlük, demokratik” kelimelerinin sıkça geçtiğini görmekteyiz.

İktidar bu söylemi gerçekleştirirken, hitap ettiği hedef kitlenin beklentilerini, düşüncelerini ve duymak istedikleri sözcükleri bilmektedir, bu yüzden seçilen kelimelere özen gösterecektir. Aynı zamanda bu söylemleri gerçekleştiren iktidarların tümünün ortak kanaati ülkenin menfaati için yapılan işlerdir, bu nedenle kelime seçiminde anlam bakımından pozitif kelimeleri tercih edeceklerdir. Bunlara karşılık olarak yapılan karşıt söylemlerde ise, yalanlayıcı, alt edici, bozguna uğraticı, zaman zaman inkar edici sözcüklerin ve farklı türden olumsuz niteleyicilerin yer aldığı söylemlerin kullanılarak oluşturulduğu söylemler yer almaktadır.

“Yeni” sözcüğü, derlediğimiz metinler içerisinde en çok kullanılan kelimelerden birisidir. Ayrıca konuşma sırasında kullanıldığı yerlere baktığımızda çokça işlenen bir sıfat olduğu da görülmektedir, “yeni ekonomi, yeni anayasa düzenlemesi, yeni yatırımlar, yeni istihdamlar, yeni bölünmüş yollar, yeni ulaşım araçları, yeni konutlar, yeni eğitim ve sağlık binaları, yeni bir dünya, yeni bir Türkiye” gibi örneklerin sıkça kullanıldığı tespit edilmiştir. Kullanılan bu sözcüklerin bir amacı vardır çünkü bu kavramlardan “gelişme”, “evrim”, “zihniyet ya da akıl” kavramları sürekliliği, ardışıklığı ve boyun eğdirmeyi olanaklı kılan kavramlardır (Güneş; 2013:59) dolayısıyla dilden zihne verilmek istenen mesaj bu göstergeler altında saklıdır. Buradan hareketle yenilik ve gelişme gibi pozitif göstergeler ile aktarılan bu tür sözcüklerin daha derinde üstlendiği görevin hakimiyet olduğunu söylememiz mümkündür.

Grafikten yola çıkacak olursak “yeni” sözcüğünden sonra en çok kullanılan sözcüğün “ekonomi” sözcüğü olduğu görülmektedir. Ekonomi göstereninin çokça işletilmesinin nedeni şüphesiz bütün dünyada etkisini gösteren küresel ekonomik krizin var olmasıdır. Burada ekonomik krizin varlığı açıkça görünmektedir ve küresel ekonomik kriz kabul edilmiş bir vaziyettedir. Foucault’ya göre, görünenin bilinmesi, ifade birlikleri yani söyleme dönüştürme birlikleri üzerinden yapıldığından, görünen ile söylenenin aralarında birbirine egemen olma eğilimleri vardır (Güneş; 2013:59). Burada söz konusu egemen taraf icra merkezidir, çünkü ifadelerde ekonomik krizin Türkiye’yi etkilemediği ya da çok az etkilediği vurgulanmıştır ve bu durum realitede fark edilemese bile kabul görmüştür. Ekonomiye bir gösterge olarak baktığımızda dünya üzerinde diğer güç dengeleri arasında üstünlük referansı olduğu için bu gösterge güç ihtiva etmektedir. Yani ekonomisi sağlam ve zengin bir ülke güçlü, gelişmiş bir ülkedir. Küresel ekonomi buhranlarının yaşandığı dönemlerde “gelişmiş bir ekonomi, bağımsız bir ekonomi” gibi dilsel birliklerin kullanımı, halkın zihninde olumsuzluk göstergesi olarak bulunan kriz sözcüğünün yerini pozitif bir imajla almaktadır.

Yine ekonomi ile beraber kullanılan “enflasyon canavarı, tefe-üfe, dış borç, ihracat” gibi kelimelerin gösterge olarak işletildiği dilsel birliklerde ve ekonomi ile birlikte sıkça kullanılan kriz, işsizlik, değer kaybı gibi olumsuzluk göstergesine sahip sözcüklerde göstergeler olumsuz olmasına rağmen mahiyetleri bakımından birbirlerinden ayrı oldukları için bu göstergeler ilişiksizdirler. Dolayısı ile bu göstergeler hedef kitle tarafından alakasız olarak değerlendirilmektedir.

Yukarıda verilen kelimelerle birlikte “hizmet, devam, büyüme, sağlık, birlik, ön, millet, ülke” gibi pozitif göstergelerin işletilmesi, “Türk devlet ve milletinin siyasi, sosyal ve ekonomik açıdan tam bağımsız bir ülke olması” mesajını vermektedir. Oldukça geniş bir kitleye hitap

eden bir iletişim aracıyla gönderilen bu göstergelerin herkes tarafından aynı şekilde anlaşılması imkânsızdır. Daha önce de belirttiğimiz gibi bu göstergeler, toplumun her kesimine ulaşmaktadır.

Yukarıda verilen kelimelerin yanında olumsuzluk göstergesi olarak kullanılan sözcüklerin bulunulan siyasi erkin tarafına göre değiştiğini tespit ettik. Yani olumsuz bir durumu ifade edecek göstergeler bu konuşma metinlerinde muhalif tavır neticesi ile kullanılmıştır. “Geri kalmışlık, terör, memnuniyetsizlik, yetersizlik” gibi olumsuzluk gösterenleri konuşma metinlerinde sıkça işletilmemiştir. Daha önce de belirttiğimiz gibi bu gösterenler güçlü ve büyük bir ülke için üstesinden gelinmiş birer olumsuzluk olarak görülmüştür. Bu gösterenlere ek olarak, seçimden hemen sonraki siyasi demeçlerde, seçim, sandık, 12 Haziran gibi seçime ait kelimeler oldukça az kullanılmıştır. Söylemdeki süreklilik vurgusu, iktidarın hedef kitleye aktarmak istediği temel düşüncenin sonluluğu ile paralel bir boyuttur.

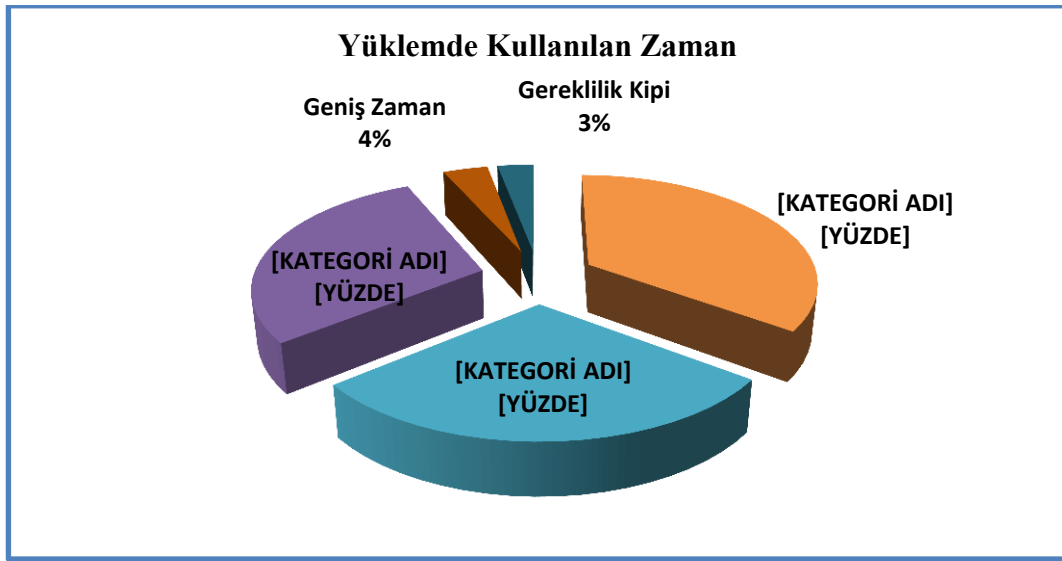
Yukarıda yer alan göstergelerin ve bu göstergeleri ifade etmek için kullanılan söylemin alt yapısında toplum analizi yatmaktadır. Bir toplumun beklentileri, serzenişleri, karşı durduğu tavır ve düşünceleri, kültür birikimi iyi analiz edilirse kullanılacak söylem onu teslim alacak en güçlü kuvvettir. Bu noktada B. Bernstein’in eksiklik kuramı çerçevesinde bir değerlendirme yapacak olursak, toplumsal katmanlar arasındaki dil kullanımının bir icra ve idrak farkını ortaya çıkardığını söyleyebiliriz. İngiliz toplumbilimcisi Bernstein bu alandaki çalışmalarında; alt toplumsal katmanın orta toplumsal katmana oranla eksik, yetersiz, sınırlı bir dil kullanımına sahip olduğu yargısına ulaşmıştır. (İmer, 1987:216) Bernstein’in bu düşünceye dayanarak ortaya çıkarmış olduğu daralmış ve genişlemiş kod kavramları toplumsal katmanlar arasındaki dil kullanım düzeyini ifade etmektedir. Orta katman olarak sınıflandırdığı kesim genişlemiş kodu kullanırken, alt sınıf ise daralmış kodu kullanmaktadır. Bu yaklaşımdan hareketle toplumsal yapının analizi ve bu analize uygun dil seçimi bizim odak noktamız olacaktır. Şöyle ki mitinglerde kullanılan dil ile sosyal medyada kullanılan dil ve bu ortamlarda icra edilen dilin niteliği birbirinden farklıdır. Çünkü sosyal medyadaki söz konusu hedef kitle ile mitingdeki hedef kitle birbirinden çok ayrıdır. Genç kuşak, orta kuşak ve yaşlı kuşak katmanlarının ihtiyaçları belirlenerek, bu doğrultuda oluşturulan metinlerde cümle yapıları, tercih edilen sıfatlar ve kelime türleri dikkate değerdir. Örneğin genç kuşak için spor tesislerinin sayısının artırılacağı vurgulanırken, yaşlı kuşak için evde bakım hizmeti ve helikopter ambulans vurgusu yapılmaktadır.

Diğer bir taraftan toplumsal statüye göre de farklı söylemler mevcuttur. Örneğin ev hanımları için veya çalışan anneler için yeni hak ve ayrıcalıkların sağlanacağı vurgulanırken, çiftçiler



için tarımsal destek ve yardımların yapılacağı vurgulanmıştır. Buraya kadar söz konusu edilen bütün konularda siyasi bir taraf söz konusu değildir. Siyasetin söylemi tektir.

Derlediğimiz metinlerde sözcüklerin sıklık kullanımlarından sonra, söylemi oluşturan cümlelerdeki yüklemelerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Cümledeki yargıyı üzerinde taşıyan yüklemeler, toplumu etkileyen olaylar hakkında bilgi vermektedir ve bu bakımından önemlidir. Bununla beraber eğer yüklemelerin hepsi kurguya dayalı yargılar ifade ediyorsa, bu söylemler hedef kitle tarafından rağbet ve değer görmeyecektir. Derlediğimiz metinlerdeki cümlelerin haber ve dilek kipi kullanım oranları aşağıdaki grafikte görülmektedir.



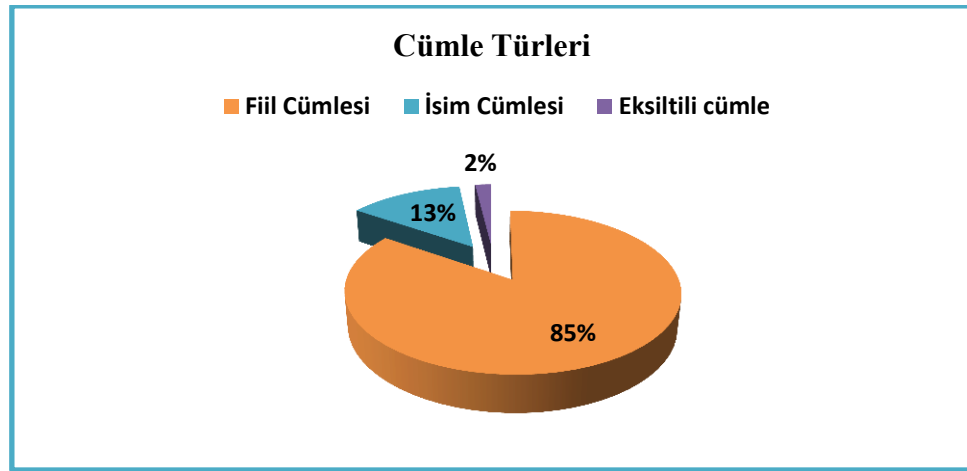
Grafikte de görüldüğü üzere yüklemde en sık işletilen zaman kipleri, geçmiş zaman kipi, şimdiki zaman kipi ve gelecek zaman kipidir. Bunların yanında az da olsa geniş zaman kipi ve gereklilik kipi işletilmiştir.

Konuşma metninin yüklemeleri incelendiğinde, eyleyenin yani erkin, taslak olarak bulunan kimi işleri, düşünceleri somutlaştırdığını görebiliriz. Bu somutlaştırma beraberinde söylemdeki sürekliliği ifade etmektedir. Bu ifade kesintisiz güç ve himaye anlamlarını da ifade etmektedir. Örneğin yapılmış olan ve yapılıyor olan ve yapılacak olan her ne varsa bunların toplumun bütün tabakalarına farklı biçimlerde aktarılması bilinen gerçeklik ilkesiyle söylemi gerçekleştiren erkin hakimiyet durumunu güçlendirmektedir. Bu hakimiyet hedef kitle tarafından başarı olarak algılanmaktadır.

Yüklemlerde kullanılan geçmiş, şimdiki ve gelecek zaman kiplerinin kullanım oranlarının birbirlerine çok yakın olması bilindik bir siyasi söylemin mesajını vermektedir. Yapılmış ve yapılıyor olanlar yapılacak olanların teminatıdır. Sürekliliği ifade eden bu söylem hedef

kitlede daraltılmış bir kod olarak bulunmaktadır ve bu algı siyasi söylemin gücünün ve başarısının bir göstergesidir.

Yüklemedeki fiillerin türüne baktığımızda ise dikkate değer başka bir özellik göze çarpmaktadır. Yüklemde bulunan fiillerin tamamına yakını iş, oluş veya hareket bildiren fiillerden oluşmaktadır. Bu kullanımlar siyasi jargonda icraat göstergesidir. Aynı durum daha çok emir kipi ile çekimlenen siyasi demeç ve sloganlarda da görülmektedir. Hareket ve faaliyet durumlarının gösterge olarak kullanılmasındaki amaç hedef kitlenin beklentilerinde olduğu gibi çalışan ve hizmet eden bir iktidardır. B. Bernstein'in eksiklik kuramında da ifade edildiği gibi toplumsal katmanların dil kullanımlarındaki farklılık önce sözcüklere daha sonra da cümlelere yansiyarak algıyı farklı hale getirmektedir. Bunun sonucunda toplumun bir kısmı doğrudan harekete geçerken diğer bir kısmı ise sorgulamaya ve kıyas yapmaya başlamaktadır. Sonuç olarak söylemi gerçekleştiren iktidar hedefine ulaşmış ve hedef kitle zihninde oluşturmak istediği soruları ve hareketliliği yakalamıştır.



## Sonuç

Sonuç olarak siyasi söylemlerin icra edilen bütün mecralarda dikkatle ve özenle hazırlanmış, toplum katmanlarının ve özelliklerinin dinamikleri göz önünde bulundurulmuş biçimde hazırlandığını görmüş olduk. Bunların yanında söylemin gerçekleştirildiği ortam ve dekor oldukça özenle seçilmiştir. Söylemlerden hemen önce çalınan müzikler, kılık kıyafetler özenle seçilip kitleye sunulmuştur. Bazı konuşma ve mitinglerden önce yörenin geleneksel bir giyim aksesuarının kullanıldığı görülmüştür. Bu tavır ve hazırlıkların tamamı hedef kitle ile aynı paralelde olduğunun, düşünce ve yaşam tarzı olarak benzer düzlemde bulunduğunun göstergeleridir. Bu detayların kullanımına ilişkin açıklamalar bizim konumuzla alakalı olmadığından açıklanmamıştır.

*Dikkate değer başka bir durum, teknolojinin söylemlerde kullanımudur. Söz konusu metinler danışmanlar ya da metin yazarları tarafından hazırlanmakta ve konuşmacıya önceden sunulmaktadır. Söz konusu metinler kimi zaman yansılarla, kimi zaman mini ekranlarla kimi zaman da doğrudan kağıtlarla sunulmaktadır. Zaman zaman ufak tefek teknoloji hatalarının, söz konusu hazırlanmış metne hakimiyetsizliğin ve hazırlıksızlığın eksikliği sebebiyle sorunlar yaşanmaktadır. Bu tip sorunların gerçekleştiği durumlarda jest, mimik, ünlem ve en önemlisi de retorik devreye girecek ve söz konusu kitlede algı iletişim kopukluğunun yaşanması en aza indirgenecektir.*

*Sonuç itibarıyla, bu iktidar söylemlerinin başarıya ulaştığı söylenebilir. Tıpkı reklam sloganları ve dillere dolaşan şarkılar gibi dillere pelesenk olmuş birçok siyasi deyişin halk ağızlarında gündelik yaşantıda anlam genişlemesi yoluyla kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, “Yaptıklarımız, yapacaklarımızın teminatıdır.”, “Durmak yok yola devam!” gibi kalıplaşmış ifade biçimleri gündelik konuşmalarda çok sık ifade edilmektedir. Burada dikkat çekmek istediğimiz nokta siyaset dilinin de tıpkı film, müzik, reklam gibi bir dilin olduğu ve bu dilin toplum-dil ilişkisine göre düzenlendiği, dil ve toplum olgusunun siyaset ortamında aynı düzlemde birleştiği fikridir. Toplumdaki dil olgusuna bu noktadan bakacak olursak dilin sosyal bir varlık olarak yaşadığına farklı bir bakış açısı getirmiş olacağız.*

### **Kaynakça**

- AKSAN, Doğan (2009) “Her Yönüyle Dil Ana Çizgileriyle Dil bilim”, Ankara, TDK*
- AYDEMİR, Özgür Kasım (2011), “Günümüz Kültür ve İktidar İlişkisini Dil Bilimi ile Felsefe Ekseninde Okumak” Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi, S.10, s. 57-64.*
- AYDEMİR, Özgür Kasım (2014), “Kutadgu Bilig’de Dile Gelen İktidar”, Türk Dünyası Bilgeler Zirvesi: Gönül Sultanları Buluşması. 26-28 Mayıs, Eskişehir.*
- AYDEMİR, Özgür Kasım (2011), “Söylem ve İktidar”, Ankara, Bizim Külliye Dergisi, S. 48, s. 93-96*
- BARTHES, Roland (1993), “Göstergebilimsel Serüven”, (Çev. Mehmet-Sema Rifat), İstanbul, YKY*
- BATI, Uğur (2010), “Reklamın Dili” İstanbul, Alfa Yay.*
- DEMİR GÜNEŞ, Cevriye (2013), “Michel Foucault’da Söylem ve İktidar”, Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, S.21, s.55-69.*

Gökkaplan, Y.

ELLUL, Jacques (2012), “**Sözün Düşüşü**”, (Çev. Hüsamettin Arslan), İstanbul, Paradigma Yay.

FOUCAULT, Michel (1982), “**İktidar ve Bilgi**”, çev. Oruç Aruoba, Tan, 3-4/1982: 84-92.

FOUCAULT, Michel (2003), “**İktidarın Gözü, Seçme Yazılar 4**”, çev. Işık Ergüden, İstanbul, Ayrıntı Yayınevi.

GÜMÜŞ, İnan (2016), “Orhon Yazıtlarında Erdem Üzerine Söylem Çözümlemesi” Sobider, S.8, s. 254-264

İMER, Kamile, (1987), “Toplum Dil Bilimin Kimi Kavramlarına Kuramsal Bir Bakış ve Dil Türleri” Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, S. 1-2, C. 31, s. 213-229.

İMER, Kamile, (1979), “Sosyolekt olarak bir meslek grubunun (yazılı) dil kullanımı ve kara taşıtlarındaki yazılar”, Genel Dil bilim Dergisi, c. I / 3-4 s. 29-42.

İMER, Kamile, (1980), “Toplumsal dil bilim: Dil bilim ve Dilbilgisi Konuşmaları I”, Ankara, s. 157-166.

KARAAĞAÇ, Günay, (2013), “**Anlam (Anlam Bilimi ve İletişim)**”, İstanbul, Kesit Yay.

KIRAN, Zeynel (1996), “**Dil Bilim Akımları**”, Ankara, Şahin Matbaası

LEWIS, Geoffrey (2007), “**Trajik Başarı Türk Dil Reformu**”, (Çev. Mehmet Fatih Uslu), İstanbul, Paradigma Yay.

RİFAT, Mehmet (1990), “**Dil bilim ve Göstergibilimin Çağdaş Kuramları**” İstanbul, Düzlem Yay.

RİFAT, Mehmet (1998), “**XX. Yüzyılda Dil bilim ve Göstergibilim Kuramları 1. Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler**”, İstanbul, YKY

RİFAT, Mehmet (1998), “**XX. Yüzyılda Dil bilim ve Göstergibilim Kuramları 2. Temel Metinler**”, İstanbul, YKY

SEBZECİOĞLU, Turgay (2009), “Toplumsal Davranış Olarak Dil”, <http://www.turgaysebzecioglu.com>

VARDAR, Berke (1980), “**Dil bilim ve Dilbilgisi Terimleri Sözlüğü**”, Ankara, TDK Yay.

VARDAR, Berke (1982), “**Dil bilimin Temel Kavram ve İlkeleri**”, Ankara, TDK Yay.

**Extended Abstract**

*We can qualify that language is very important signs of the social behavior. while transferred information through language, during this transfer, it conveys important social messages about who we are, where we came from and what we are connected to. People's usage language, dialect and subdialect usage, given examples and even a word they choose can give to us important information about their backgrounds, characters and intentions. We can by interpreting this information give decide about that person. According to this informations, sociolinguistics field is relevant, language efficiency or language usage. In other words studys that reviewing use of language in social context, also gives information about how we arrange our social relationships within certain communities.*

*Expressions such as "you and dear" that we frequently express in communication and which we use to call out to people are not actually randomly selected simple words. Speaking form that describing to person, can give to us clue about speaker's or listener's social status and level of the relationships among. Similarly, the sentences that we choose may refer to cultural values, polite, respect and status. Therefore, the language that we use both verbally and in writing, is has a quality from the moment it is told until it reaches to goal. This quality is consist of the synthesis of the language's self- substantiality and the social context in which it is spoke. In this context, language and environment become a community-based value as a whole.*

*Language and community-based this value very important for linguistics and this materials, that aforementioned in here, is very rich. This branch that examining the relationship between society and language is called sociolinguistics. In broad terms, sociolinguistics is called as a mixed branch which examines the relations between language fact and social fact, their interaction with each other, their emergence as variables, in other words, the co-variability between these two types of fact. (Vardar, 1980:144) Nowadays, the increase in related to the sociolinguistic studies and the tendency of development of this field can be explained around two main titles. In our opinion the first factor, this branch coincides with a period in which broad social and political problems arise. Effect of this variable period, sociolinguistic studies have been put forwarded around notions such as language-nationalism, language-ethnicity, language-gender, language-politics.*

*Second factor that contribute to development of this branch, recent researches that doing nowadays, adopted by researchers that interested in language and social roles. Also, this*

research's gained importance in recent years. With the effect of the multidisciplinary studies this branch is developing with ethnology, cultural history, sociology, philosophy, communication units, music. In addition it is inevitable to be in contact with these areas.

The rapid development of global technology and the mass media and media tools that contribute to the socialization of the language are considerable. Every mass communication equipments that is developed together with technology and presented to benefit of humanity has been effective in every aspect of life. These tools have become an easy-to-use and accessible. In this way these tools have contributed to humanity life. Among the these tools are using most commonly, mass communications equipments, media fields, social media.

Especially, such as internet, TV, newspaper, radio mass communications equipments not only simple communication equipments but also this things have become indispensable for the humanity. Because, these mass communications equipments is important in terms of providing everythings that is going on in the world, many information and documents to the service of humanity.

TV and social media have a different position and importance among the mass media. Internet and TV are be studded in every house in our country. Therefore, these mass communication equipments have a different positions in human life better than other communication equipments. On the other hand, through the of mobile phones that with us at any time, we can sharing a circumstance by the social media, a attitude and consideration that we want to say, we can reach to the large masses. From this point of view, we can say these mass communications equipments has a position that shout slogans, creativing alternative platform, uphold a consideration. In respect to this, language which using in mass communication equipments are very important, remarkable and sensitive. This issue should tackled earnestly.

It is possible to say that social media and TV broadcasts have become a political platform all over the world. We can solidify this by saying that politics propaganda is being used on television or social media, especially at election times, as a means of expressing opposing or biased opinions of political leaders or other political members. Because, a meeting can organized in a city on anywhere of the country. This meeting can seen by people that they living in the same city. If the meeting presented by on TV or radio, this meeting can seen by people whom living in the same country. Also, we can follow up the propagation of an important political event, the political posts that leak to the press both to nationally and internationally in the main news bulletin. In addition we can follow up the a situations or

*events that has become most popular on social media applications. For instance, the propaganda of the political side during the election period is not only published in news bulletin, but also published on TV channels and is published on every channel along with social media ads. Hence, this considerations through the instrument of this channel, therefore this form of the considerations that preferred by speaker is very important. In this study, will be explained the contact between the language and the target audience used in these platforms. This explanation will be by be based on sociolinguistics rules and terms.*