

**BİR TOPLUMSAL KATMAN OLARAK SAMSUN  
PAZARCILARININ DİL EDİMİ ÜZERİNE TOPLUMDİLBİLİMSEL  
İNCELEME**

**“STALLHOLDERS OF SAMSUN’S LANGUAGE AS SOCIETAL  
CATEGORY AND THEIR LANGUAGE-ACTION”**

**Nuh DOĞAN\***

**Özet**

Bu çalışmada dil ve toplum arasındaki ilişkiye, bir toplumsal katman olan Samsun pazarıcı esnafının kendilerine özgü biçimde kullandıkları dil edimlerine değinilecektir. Bu dil edimleri toplumdilbilim, edimbilim, içerik-anlam, biçim, ahenk ve iletişim özellikleri açısından irdelenecektir. Böyle bir tutum, bu toplumsal katmanın dil-içi dünya görüşünü ve anlatım eğilimlerini de ortaya koyacaktır.

**Anahtar Sözcükler:** Toplumdilbilim, toplumsal katman, dil edimi, dil farklılaşması, Samsun pazarıcı dili.

**Abstract**

In this paper, the relations between language and the society, language acquisition peculiar to stallholders in Samsun will be touched on. These language acquisitions will be examined in sociolinguistics, pragmatics, contents-meaning, form, harmony and characteristics of communication. This way of behaving has brought out this social layer’s interior-linguistic philosophy of life and tendency of expressions.

**Key Words:** Sociolinguistics, Societal Category, Language-action, Diversification of language, Stallholders of Samsun’s language .

---

\* Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Yeni Türk Dili Doktora Öğrencisi

## **GİRİŞ**

Toplumdilbilim, dil çalışmalarının bir parçası olup toplumla ilgili dil araştırmaları olarak tanımlanabilir. Toplumdilbilimin önemi, dilin doğasına ve bazı özel dillerin niteliklerine ışık tutmasından ileri gelmektedir (Hudson 1996: 4). Toplumsal katman veya sosyal sınıf kavramını tanımlamak řu anda bir problem olarak karşımızda durmakla birlikte meslek, yaşam alanı, eğitim, gelir durumu, etnik köken, kültürel yapı, sınıf (caste), din vb. gibi değişik faktörler, sosyal katmanı belirleyen önemli etkenlerdir (Wardhaught 1992: 46). Toplumsal katman veya sosyal sınıf bu faktörlerin doğurduğu sosyal bir olgudur. Wardhaught (1992: 46), farklı toplumsal katman veya sosyal sınıfın söyleminde (speech) beliren dil farklılıklarına *sosyal diyalekt (social dialect)* adını vermiş ve yukarıda bahsi geçen faktörlerin insanların nasıl konuştuğuyla doğrudan ilgili olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla farklı toplumsal dil edimlerini, Wardhaught'un ifadesiyle sosyal diyalektleri (social dialects) bu faktörlerin doğurduğu söylenebilir.

Dil ve toplum arasında sıkı bir ilişki vardır. Dil ve toplumun varlığı ve varlıklarını devam ettirmeleri birbirlerine bağlıdır. Dil, insana ve topluma; insan ve toplum da iletişim için bir dile ihtiyaç duyar ve bu iki olgu birbirinden ayrı düşünülemez. Dil kendini bir toplumda şekillendirir, değişik toplumlarda değişik oluşumlar sergiler; aynı toplum içerisinde bir sosyal sınıfı doğuran meslek, yaşam alanı, eğitim, gelir durumu, etnik köken, kültürel yapı, sınıf (caste), din vb. gibi farklı toplumsal değişiklerden kaynaklanan farklı dil tutumlarını veya Wardhaught'un ifadesiyle sosyal diyalektleri doğurur.

Dil farklılıklarını oluşturan ve toplumdilbilimin inceleme alanlarından olan toplumsal katmanlar ve bunların dil edimi önemli nitelikler taşımakta ve farklı dil durumlarına da örnek teşkil edebilmektedir. Çeşitli sosyal yapı ve katmanlarda kullanılan dil, birbirinden farklılık arz edebildiği gibi aynı sosyal yapı ve katman içinde de farklı ortam ve duruma göre değişiklik gösterebilmektedir. İşte bu olgular ışığında toplumdaki öğrenci, asker, şoför, siyasetçi, kimi meslek grupları, işçi, pazarcı vb. gibi birçok sosyal katmanın dil edimleri çok farklı nitelikler sergileyebilmektedir. Her sosyal katmandaki birey, dili kendi adına ve zamanla içinde bulunduğu sınıfa mâl edecek şekilde kullanır. Ve bu dil edimleri o sınıfla özdeşleşebilecek seviyeye gelebilmektedir.

Bu çalışmayla Samsun pazarcılarının söylemine ölçünlü dilden ayrılan özellikleri, iletişim incelikleri ve kullandıkları özel dil bakımından dikkat çekilecektir. Samsun pazarcı esnafının bu dil edimleri, bir sosyal sınıfın özgün kullanımları olup bu toplumsal katman üyelerinin kimi kavramlara ve durumlara bakış açılarını göstermekte ve sosyal sınıfın kimi eğilimlerini, ana malzeme de dil olunca dildeki bazı değişiklikleri, dil ve düşünce bağlamında adlandırmaları, iletişimin inceliklerini, dil kullanımına yansıyan kimi kültürel ve folklorik unsurları gösterebilecek niteliktedir. Dolayısıyla Samsun pazarcı esnafının kendine özgü bu dil edimi ve özelliklerini ortaya koymak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Bu gerçekler doğultusunda Samsun yöresinde bir toplumsal katman olarak görülebilecek pazarcı esnafının malını pazarlarken kullandığı dil, kimi dil durumlarına örnek gösterebileceği gibi bir toplumsal katmanın da dil edimi niteliğindedir. Bu nedenle bu dil kullanımı, sosyal diyalekt veya bir dil türü olarak görülebilir; zira dil edinimi dil türlerini yani kiminle, neyi, nasıl, konuşacağını bilmek ve öğrenmektir (König 1991: 61). Saha araştırmalarını yaparken tanık olunan şeylerden birisi de dili, yani pazarlama dilini çok iyi kullananların, kime nasıl hitap edeceğini, neye nasıl ad vereceğini bilenlerin, bir reklamcı dili kullananların çok daha kârlı alış veriş gerçekleştirdiğidir.

Hudson (1996:22), tüm dil durumlarını ve farklılıklarını *dil türleri* (varieties of language) olarak adlandırmış ve bu terimi dil, diyalekt, ağız, stil (style,register) kavramlarını da içine alacak şekilde bütün bireysel, toplumsal ve bölgesel dil kullanımlarını karşılamak için kullanılmıştır. Dolayısıyla toplumsal katmanların dil edimleri, bir *dil türü* (variety of language) olarak görülebilir. Süer Eker (2007: 2) ise dil durumlarının söylemin konusuna veya alanına göre değiştiğini söyleyerek genel olarak şu üç *dil durumunun*<sup>1</sup> olduğundan söz eder: Arkadaşlar, aile vb. çevrelerde kullanılan çok gayri resmi günlük konuşmaları karşılayan *temel dil*, yerel deşikeler, argo, kaba sözler vb. gibi dil kullanımlarını kapsar. Dilin resmi ortamlarda, eğitilmiş kişilerce kullanılan türüne *orta dil*; dilin en üst düzeyde resmiyete dayalı olarak kullanılan türüne de *seçkin dil* türü adını vermektedir.

Samsun pazarcı dili ve kullanımının tespiti, bir aylık zaman diliminde her hafta pazar alanını gözlemek suretiyle tarafımdan yapılmıştır. Ses kayıt cihazıyla pazarcıların dil kullanımları kaydedilmiş ve yazıya geçirilmiştir. Bu çalışmada pazarcıların dili kullanma biçimlerinin yanı sıra sattıkları şeyleri adlandırmaları, slogan üretmeleri, farklı kavramları karşılayacak ince, imgesel ve özgün anlatımları, özellikle reklâmcıları aratmayan parodileri, müşteriyle kurulan kültürel ve folklorik dokuyu yansıtan iletişimleri de dikkate alınmış ve toplumdilbilim açısından incelenmiştir.

Burada şunu da özenle ifade etmek gerekir ki dil edimi, belli bir kişi tarafından belli bir yerde ve zamanda gerçekleştirilen özel bir dil kullanımudur (Kıran 2002: 217). Dolayısıyla anlam, belli bir iletişim ve dil durumunda bağlamdan doğmaktadır. Samsun pazarcı esnafının aşağıdaki dil edimlerine bu dil türünü kullananları, kullanım ortamını ve kullanıcının amaçlarını göz önünde bulundurarak yaklaşılmalıdır. Zira bu örnekler, bir sözcelem durumunda bir sözce üretme ve ayrıca kullanıcının sözceleri belirli bir bağlam içinde oluşturma edimidir.

<sup>1</sup> Toplumsal ya da bölgesel deşikeler dışında belirli amaçlarla dilin farklılaşmasıdır.

## **1. PAZARCI DİLİ, ÖLÇÜNLÜ DİL VE KOD KAYDIRIMI**

Ölçünlü dil, çeşitli yerel ve toplumsal değişkenlerin dışında kalan ve dilsel bir topluluğun ortak paydası olarak görülen dildir (Vardar 2002: 153). Kimi toplumsal katman dili konuşurlarının ölçünlü dile yakın bir dil seçimi yaptığını görmek mümkündür. Konuşurlar ölçünlü dile uymak için aşırı dikkat gösterse de hata yapma olasılıkları artar, bu durumda oluşan güvensizlik de aşırı düzeltme olgusunu doğurmaktadır (Kıran 2002: 270). Bununla beraber bazı toplumsal katman dilleri konuşurlarının da ölçünlü dilden uzaklaştığı ve toplumsal katman diline özgü kimi dil seçimleri yaparak iletişime girdiği görülebilir. İletişimde karşılaşılan bu duruma *kod kaydırımı* adı verilmektedir ki bunun belli bir ölçüsü de yoktur. Bu bir sözcük ya da bağlı bir biçimbirim olabileceği gibi sözcükten büyük dil birimleri de olabilir. Buna benzer durumlar Samsun pazarcı dilinde de görülebilmektedir. Pazarcı esnafı eğitimi, geldiği çevresi (köy-ilçe-kent), cinsiyeti, yaşı vb. gibi özellikleri bakımından farklılık gösteren ve çok farklı toplumsal sınıflardan gelen bireylere hitap ettiği için genellikle ölçünlü bir dil kullanma eğilimi sergilemektedir. Ancak kimi zaman kendi yöresel ağzıyla konuştuğu anlar olmakta, kod kaydırımı gözlenmektedir. Bu durum, şahit olunan şu olayla örneklendirilebilir: Çoğu durumda standart dil kullanan satıcı, yaşlı bir kadının peynir fiyatını çok bulması üzerine indirim yapabileceğini anlatmak için, “**ayar çekerük anneannem!**” sözünü dile getirmektedir. Çekip giden, arkasından anne diye hitap ettiği yaşlı kadına şefkat dolu bir ses tonuyla “**ayarlardu- be anne!**” diye seslenmekteydi. Ancak genelde ölçünlü dil kullanılmaya çalışıldığı görülmektedir. Zira satıcılar kendi sosyal katmanının dil tutum ve davranışını sergilemenin farklı sosyo-ekonomik üst ve alt katmanlardan gelen bireylerce hoş karşılanmayacağı bilinciyle kod kaydırımını gerçekleştirmektedir ki prestijli bir dil tutum ve davranışı sergilemek en alt katmandaki bireyleri dahi önemsenme duygusuyla yükseltmektedir (Eker 2007 : 5).

## **2. PAZARCILARIN DİL KULLANIMI VE İLETİŞİMSEL İNCELİKLERİ**

Pazarcı esnafı mallarını satmak için duruma göre dili oldukça farklı şekillerde, yeri geldiğinde usta bir halk ozanı tutumuyla söz oyunları ve sanatları yaparak kullanmaktadır. Bir Dilbilimci gibi sattığı şeyleri dikkat çekecek şekilde adlandırmakta ve kimi kalıplaşmış ifadeler oluşturarak bu katman dilini şekillendirmektedir. Satıcıların kimi kültürel olguları, anlatımının dokusuna yerleştirdiğini, gerektiğinde bazı konularda bilge insan tipine bürünerek akıl verdiği görülebilir. Toplumsal katman dilinin en belirgin biçimsel düzeyini, tekrarlardan oluşmuş kimi kalıp ifadeler oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra en çok dikkat çeken dil kullanım özelliği ise Anonim halk edebiyatında sık kullanılan bir nazım biçimi olan ve diğer Halk edebiyatı ürünlerine de temel teşkil eden mâni tarzındaki söz edimleridir.

### 2.1. Pazarcıların Mâni Tarzındaki Dil Kullanımları

Pazarcılar anlatmak ve sloganlaştırmak istedikleri kimi kavram ve düşünceleri hemen hemen bütün toplumsal katmanların bildiği bir biçimle, yani mâni nazım biçimiyle dile getirmektedir. Bilindiği gibi mâni biçimi tek dörtlükten oluşan, *aaxa* şeklinde uyaklanan, ilk iki mısrası doldurma olup asıl anlatılmak istenenin son iki mısradaki anlatıldığı Anonim halk edebiyatı nazım biçimidir. Bu anlamda tespit edilen dil edimlerinde, yer yer tutarlılık göstermeyen hece ölçüsü ve kafiye düzeni olsa da Samsun pazarcı esnafının dil edimleri bu biçime benzemektedir ve incelemenin asıl dikkat çeken yönü de bu durum olacaktır. Ayrıca bunun dışında mâninin kısaltılmış bir biçimi gibi duran ve doldurma olan ilk iki dizinin atılmasıyla şekillenen iki dizelik birimler de vardır ki bunlar da dikkat çekicidir. İncelemede bu dil edimleri dörtlük ve ikilik birim olarak ele alınacaktır. Pazarcıların dile getirdikleri mâni tarzındaki dil edimlerinin konuları, sattıkları mal ile ilgili olup kimi toplumsal olay ve durumlara da gönderme yapmaktadır. Bu anlamda bu dil edimlerini konuları bakımından sınıflandırmak da mümkün olabilir. Ayrıca bu dil edimlerinin hangi sözcelem durumunda şekillenip anlam kazandığına ve bu anlamların hangi ilişkilerden doğduğuna değinilecektir.

#### Dörtlük biriminden oluşanlar

Pazarcı esnafının sattığı mallar ile ilgili şekillendirdiği mâni tarzındaki dil kullanımları şunlardır:

##### I

*Ceketimin kolu yok*  
*Geçinmenin yolu yok*  
*Benim adım rüştü*  
*Fiyatlar düştü*

İndirim kavramını anlatmak için bu tarz bir anlatım sergileyen esnaf, sattığı malların kaliteli oluşunu ise şu dörtlükle dile getirir:

##### II

*Ceketimin kolu yok*  
*Geçinmenin yolu yok*  
*Benim adım Kazım*  
*Böyle levazım(?) vatandaşa lazım*

Kimi zaman da sattığı malların özelliklerinden bahsederek imalarda bulunabilir:

III

*Ceketimin kolu yok*

*Geçinmenin yolu yok*

*Benim adım Kazım*

*Yandı biberden ağzım*

Bu dörtlükte “**yandı biberden ağzım**” sözüyle biberin acı olduğu, ayrıca mecazî anlamda biberin pahalı oluşu anlatılmaktadır. Dolayısıyla kinayeli bir söyleyiş söz konusudur.

Kayda geçirilen kimi mâni tarzı dil edimleri vardır ki bunlar ancak o bağlam ve durumda anlaşılabilir. Mizah unsurlarıyla dikkat çeken bu dil edimleri müşteriye sempatik gelmekte ve müşteriye çekmektedir. Zaman zaman duruma uygun, doğaçlama mânilerle ince bir alay da yapılmaktadır.

IV

*Ay ay ne oldu!*

*Suya mı düştü.*

*Ben okudum*

*O uçtu.*

Bu dörtlükten de anlaşıldığı üzere, müşterinin bir meyveyi yere düşürmesi ve “*ay ay, tüh!*” gibi bir tepki vermesi söz konusudur. Sonra bunun önemli olmadığını anlatmak için pazarcının ince bir alayla birlikte mizahî yanı da olan bu söz ediminin kullanıldığı görülmektedir.

Ayrıca şu da ifade edilmelidir ki Halk edebiyatındaki usta-çırak ilişkisinin kırıntıları pazarcı esnafının yaşlı ve genç üyeleri arasında da görülebilmektedir. Pazar alanında veri toplama aşamasında yaşça daha genç bir pazarcı, “**Fasulye şeker; parayı cepten çeker.**” şeklinde bir söz kullanır; ancak yanındaki daha yaşlı bir diğer pazarcı “öyle deme, şöyle de” diyerek şu dörtlüğü oluşturur:

V

*Halkalı şeker*

*Hasretlik çeker*

*Fasulye şeker*

*Parayı cepten çeker*

### İkili birimlerden oluşanlar

Eksiltilmiş mâni görünümünde olan ya da pazarcılara özgü bir birim olarak görebileceğimiz daha farklı bazı dil edimleri de vardır:

#### I

*Biberler bir buçuk*

*Yandı bu çocuk*

Bu ikilik birimde indirim ve ucuzluk kavramlarının yanı sıra zararına satışın yapıldığı imgesel bir anlatımla söze dönüşürken, aynı durum kiraz için şu dizelerle anlatılmıştır:

#### II

*Alın bu kirazdan*

*Kalmaz birazdan.*

Bunların yanında domatesin kırmızılığını ifade etmek için söze dökülen ve bilmece biçimine de benzeyen şu iki dizelik ifade de oldukça dikkat çekicidir:

#### III

*Kaynanam yolladı*

*İçine kırmızı doladı*

Kültürel ve sosyal dokuyu yansıtan ve belli sosyal tabakalarda farklı olumlu-olumsuz duygu değeri olan kimi kavramlarla dile getirilmiş anlatımlar da vardır ki bunlar, ilgili katmandaki bireyler için dikkat çekici olup sosyal katmanın derin duygu değerlerine hitap etmekte ve kültürel dokusunu yansıtmaktadır. Aşağıda verilen farklı birim değerlerine sahip olan söz edimleri bu nitelikleri yansıtmaktadır:

#### IV

*Analar çeker zahmeti*

*Babalar bilmez kıymeti*

#### V

*Para veren altın bulsun*

*Vermeyen kaynanasından bulsun*

#### VI

*İki iki dört eder*

*Böyle domates satarsam*

*Karım beni derbeder (<darpeder)*

VII

*Ceketimin kolu yok*

*Geçinmenin yolu yok*

*Bir kol taktıramadık*

*Terzi de yok*

Bunların dışında yine ikili birimlerden oluşan ve başka pazarcı esnafına inceden gönderme yapan şu söz edimlerine de rastlanabilmektedir:

VIII

*Bilmiyosan pişi*

*Bırak bu işi*

IX

*Biberler bin iki yüz elli diyo*

*İntihar etsin diyo.*

## **2.2. İletişimin Özellikleri Açısından Pazarcıların Dil Kullanımı**

İletişim açısından pazarcı esnafının dil kullanımı dilsel, kültürel ve sosyal incelikler arz etmektedir. Pazarcı esnafı yeri, zamanı ve muhataplarını dikkatli şekilde irdeleyip duruma göre söylemini ayarlamaktadır. Ve pazarcı sevgililer günüyle sevgililer günüyle ilgili, anneler günüyle anneler günüyle ilgili söylemler oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı bir dönem babalar gününe rast geldiği için söylemlerin hareket noktası babalar günü olmuştur. Pazarcılar, alıcıların bu duygularına hitap ederek onları alışveriş yapmaya zorlamaktadır. Mecidiye pazarında bir satıcı “*Herkes babasının kıymetini bilsin. Babası olan buraya gelsin.*” gibi söylemler geliştirmektedir. Ayrıca satıcı, bu bağlamda kimi kadınlara şöyle seslenmektedir: “*Hanımfendi alın kocanıza. Çıkartın yastık altından paraları. Adam dünyanın keyfini sürsün. Adama çirkin çirkin tişört alıyorsun, ondan sonra gözüme bir tuhaf geliyosun, diyosunuz. Alın, yakışıklı yakışıklı gezsinler; gözünüze de yakışıklı görünsünler.*” Bu söylem, onlara bir nevi nasihat niteliğindedir; ancak bu durum o an için bir parodi olarak görülmektedir. Sosyal ve kültürel durumlara da söylemde yer verilmektedir. Tişört satan bir esnaf, gençten bir kıza “*Badi<sup>2</sup> alan buradan gidiyo. Abla geçen hafta beş tane genç kız buradan badi aldı, bir haftaya kalmadı hepsi evlendiler.*” diye seslenerek siyasetçileri aratmayan vaatlerde bulunmaktadır. Diğer taraftan başka bir pazarcı:

<sup>2</sup> Badi halk ağzında “tişört” anlamında kullanılıp Türkçe Sözlük’te (1998) yer almamaktadır.



“Abla abla!

*Sibeller, Ayseler, Hülyalar, Leylalar*

*Alsınlar giysinler,*

*Giymezlerse çeyizlerine koysunlar”*

şeklinde seslenip “*Abla! Sibel Can buradan aldı, sen de alsana!*” diyerek ünlüleri de söyleme katarak sattığı malın kaliteli olduğunu anlatmaya çalışıyordu.

Bunların yanı sıra kimi güncel olaylar takip edilmekte ve söyleme yansıtılmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemde 23 Temmuz 2007 genel seçimleri söz konusu olduğu için bir siyasetçi edasıyla, “*Sevgili vatandaşlarım, kıymetli Atakumlu hemşehrilerim! Oylarınızı bana verin. Güldüreceğim sizi ben”* ve “*Siz saygıdeğer Karadenizli hemşehrilerim! Ben sizden oy istemiyorum, badi satıyorum badi!*” şeklinde ironik bir söylemle seslenen birilerine pazarda rastlanabilmektedir. Bir başkası, eline hesap makinesi alıp temsilî hesap yaparak, “*Hesabını yaptım. Türkiye ekonomisini yönetmek için Ali Babacan olmaya gerek yok.*” şeklinde tiyatro oynayarak mallarının ucuz olduğunu anlatmaya çalışmaktadır. Bu gibi örnekleri çoğaltmak da oldukça mümkündür.

### 2.3. Pazarcı Dilindeki Kalıp İfadeler

Samsun pazarcılarının dil kullanımlarında kalıp ifade biçimini almış dikkat çekici kimi dil edimleri söz konusudur. Ve bu ifadeler iletişimde önemli bir yere sahiptir. Kısa ifadeler olan bu söylemlere geçmeden önce pazarcıların müşterilere hemen hemen her zaman “anne, baba, abla, teyze” gibi kimi akraba adlarıyla seslenerek sıcak bir iletişim kurma eğilimi gösterdiklerini ifade etmek gerekir. Bu ifadelerin yananamlarıyla kullanıldığı ve bu ifadeleri de genellikle erkeklerin kullandığı görülüyor. Böylelikle “anne” diye hitap edilen kadına derin anlamda “benden sana zara gelmez, siz benim annem gibisiniz, bana güvenin” mesajı verilmekte ve böylelikle samimi bir iletişim ortamı oluşturulmaktadır. Fatma Erkman Akerson, benzer durumlarda kullanılan “yenge” kavramı için bir değerlendirme yapmış ve “yenge” sözcüğüyle konuşucunun alıcıya “kardeşinin eşi olduğu için kendisine asla kötü gözle bakamayacağı, kendisi için haram olduğu” mesajını vermeye çalıştığını ifade etmiştir (bkz. Akerson 2005: 124-125).

Pazarcı dilinde kaliteli, iddialı ve güvenilir mal için “*kesmece, seçal,*” ifadeleri; indirim ve ucuzluk anlamı için “*hay maşallah, yağmur yağdı böyle oldu, akşam oldu böyle oldu, koş koş, düştü düştü, aha da gidiyo, aha da bitti, karıştır karıştır, karıştır yanmasın, yanlış duymadın, seç karıştır yağmala, gel gel*” ifadeleri; değişik durumlarda hayret etme ve şaşkınlık anlamı vermek için “*aman yarabbi aman yarabbi, bak bak bak, yavaş gelin yavaş*” gibi genellikle ikilemelerden kurulu farklı anlamlara gelebilecek kalıp ifadeler kullanır ve bu söylemler bağlamda değişik durumları betimler.

### 3. Anlam Olayları ve İncelikleri Açısından Pazarcıların Dili

Pazarcıların dil edimlerindeki kimi kavramları anlatma biçimi ve yolu oldukça dikkat çekicidir. Toplumsal katmanlarındil-içi dünya görüşünü de yansıtan bu anlatımlar, kavramlar arasında türlü ilişkiler kurularak söze dökülmektedir. Bu söylemlerde Türkçenin adlandırma gücüne ve anlatım yollarına canlı örnekler bulabilmekle beraber çeşitli anlam incelikleri ve olaylarıyla karşılaşmaktadır. Pazarcıların anlatımında kavramlar arasında ne tür ilişkilerin kurulduğu, hangi unsurların belirleyici olduğu ve hangi anlatım eğilimlerinin yoğun olduğu görülebilir. Gerek adlandırmalarda gerekse kimi durum ve kavramların anlatımında özellikle istiare, benzetme, ad aktarması (metomimi), telmih, kinaye gibi söz sanatlarına başvurulduğuna tanık olunabilir.

Renkli tişörtler satan bir pazarcı esnafı, “*Renk istasyonuna hoş geldiniz, Filli Boyaya hoş geldiniz.*” diye seslenerek tezgahını ve tezgâhındaki tişörtlerin çok renkli olduğunu renk istasyonu ve bir boya markası olan Filli Boya’yla ilişki kurarak *istiare*li bir biçimde anlatıyor. Diğer taraftan sebze pazarında domates için “*et deposu, seç al, içi kıymalı saçak*” şeklinde tanıtım yapıyordu. Burada böyle bir söylemle domatesin et deposu gibi besleyici ve dolgun olduğu anlatılmaya çalışılarak istiare yapılmıştır. Yine aynı bağlamda domatesin ucuzluğunu anlatan “*Kasaplar iflas etti.*” şeklindeki söz edimiyle kavramlar arası türlü ilişkiler kurulmuş ve böyle bir anlatım eğilimiyle *metonimiye (metonymy)* başvurulmuştur.

Kavun satıcısı “*Baklavacı geldi, baklavacı!*” diyerek kavunu baklavaya benzeterek bir istiare yapmaktadır. Yine elindeki malın bitmek üzere olduğunu anlatmak için şu istiare yoluyla anlatım dikkat çekmektedir: “*Son tango, hepsi bu.*” Pazarcı esnafının dil kullanımında, indirim kavramını ifade etmek için “*Bomba patladı.*”, tazeliği ifade etmek için “*çiçeği burnunda*”, pazarcının tezgahındaki çeşitliliği ifade etmek için “*deli kızın çeyizi*”, çok istenilen bir malı sattığını ifade etmek için ise “*Efsane geri döndü.*” gibi istiare yoluyla anlatma eğilimi oldukça yaygındır. Ancak burada bütün kullanımlara yer vermek çalışmanın evreni açısından mümkün olamamaktadır.

İstiaresinin yanı sıra en çok kullanılan anlatım yolu ise *ad aktarması*dır. Türlü ilişkiler kurularak domatesin fazlaca alınması gerektiğini ifade etmek için pazarcı, “*Bu sene kırmızı moda, alın abla.*” diyerek moda ile domates arasında kırmızılık temelinde ilişki kurmuştur. Pazarcının bu söz ediminde ancak bağlamdan anlaşılabilen, *metonimi (metonymy)* diye de adlandırılan bir anlatım yolu söz konusudur. Pazarcının domatesin kırmızılığını, dolayısıyla da kalitesini, mizahî yanı ağır basan ve bir top örgü ipi ile ilişki kurmak suretiyle söyleme dönüştürdüğü “*Kaynanam yolladı, içine kırmızı doladı.*” ve ayrıca bir kişileştirme örneği olan “*Domatesi kestim, domates öldü.*” ifadeleri de oldukça özgün şekilde anlatım bulan ad aktarmalarıdır. Ayrıca karpuzun Adana’dan getirildiğini ifade için “*Adana ayağınıza geldi.*”; satılan malın çok ucuz olduğu ve kapışıldığını, bu nedenle herkesin alması gerektiğini anlatmak için “*Poşetler patlamasın.*” ve “*Çantalara sahip çıkın.*” söylemleri imgesel yanı bulunan dikkat çekici ad aktarması

örnekleridir. Bu tür anlatım eğilimi pazarcı dilinde oldukça sık kullanılan bir yoldur; ancak tüm dil kullanımlarını burada değerlendirme imkanı yoktur.

Karpuzun kırmızılığını anlatmak için “*kan gibi kan*”, patlıcanın düzgün ve yamuk olmadığını ifade etmek için “*kalem gibi*”, kavunun tatlılığını anlatmak için “*kavunlarda kesmece, şerbet gibi*”, sattığı çorap ve çamaşırların hem serin hem de sıcak tuttuğunu anlatmak için ise “*klimalı ve güneş enerjili çorap, çamaşır beş yüz!*” şeklinde *benzetme* yoluyla anlatım da söz konusudur.

“*Benim adım Kazım, yandı biberden ağzım*” söyleminin hem biberin acılığını hem de biberin pahalı oluşunu anlatacak şekilde kullanılmasından ileri gelen bir *kinaye* söz konusudur. “*Para veren altın bulsun, vermeyen kaynanasından bulsun.*” söyleminde de aynı anlatım eğilimi söz konusudur. Ayrıca buraya kadar incelenen söz edimlerinde ritim ve ahenk unsurlarına da dikkat edilmiştir. Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi mâni tarzındaki dil kullanımlarında kafiye unsuru hemen hemen hiç göz ardı edilmemiştir. Bu durum aşağıdaki söz edimlerinde de görülmektedir:

## I

*Ceketimin kolu yok* a  
*Geçinmenin yolu yok* a  
*Bir kol taktıramadık* a  
*Terzi de yok* a

## II

*Bilmiyosan pişi* a  
*Bırak bu işi* a

Yukarıdaki iki söz ediminde *-u yok* redif; *-ol'* tam kafiye; *pişi - işi* ise tunç kafiyedir. Bu örnekleri ve farklı anlam olaylarını çoğaltmak ve örneklendirmek mümkün olmakla beraber çalışmanın evreni açısından bu kadarı yeterli olacaktır.

Pazarlarda satılan kimi bitkilerin adlandırılmalarının dikkat çektiğini ifade etmekte de fayda var. Fasulyenin çeşitleri için “*Belgıs, kınalı gelin, Ayşe, Boncuk Ayşe*”; biber için “*canyakmaz*”; limon için “*suderyası*” ; bir pirinç türü için “*tencerepatlatan*” adlandırmaları oldukça özgün ve dikkat çekicidir.

### Sonuç

Toplumsal katmanların dil kullanımları ölçünlü dile oranla farklılık gösterebilir. Bir toplumsal katmanın içinde bulunduğu durumlar, kendine özgü dil

edimleri oluşturmalarına yol açar. Samsun pazarcılarının dil kullanımları da bu nitelikleriyle dikkat çekmektedir. Ayrıca Samsun pazarcı esnafının bazı sözcelem durumlarında kod kaydırımı yaptıkları görülür. Söylemlerin biçimsel özellikleri de dikkat çekici bulunmuş, kafiyeli olması ve birimlerden oluşması açısından mâni nazım biçimine benzediği tespit edilmiştir. Pazarcı dilindeki iletişime dair hususlar da önemli olup söylemler güncel olaylarla ve toplumsal katmanın içinde bulunduğu kimi kültürel olgularla ilişkili bulunmuştur. Özellikle pazarcıların dil edimlerindeki kimi kavramları anlatma biçimi ve yolu da oldukça dikkat çekici özellikler göstermektedir. Söylemler bu bakımdan da irdelenmeye değer niteliktedir. Toplumsal katmanın dil-içi dünya görüşünü de yansıtan bu söz edimleri, bu çalışmayla toplumdilbilim ve edimbilim açısından incelenmiştir.

#### **KAYNAKÇA**

- Aksan, Doğan. (2002) **Anlambilim** (Anlambilim Konuları ve Türkçecinin Anlambilimi), Ankara: Engin Yayınevi,
- Eker, Süer. (2007) “*Toplumdilbilim, Dil Planlamaları ve Kamu Mensuplarının Dil Kullanımı*”, **Gazi Türkiyat** (Güz /G. Ü. Türkiyat Araştırma ve Uygulama Merkezi), Ankara.
- Erkman-Akerson, Fatma. (2005) **Göstergebilime Giriş**, İstanbul: Multilingual.
- Hudson, R.A. (1996) **Sociolinguistics**, Newyork, USA: Cambridge University Pres.
- Kıran, Zeynel ve Ayşe. (2002) **Dilbilime Giriş**, Ankara: Seçkin Yayınları.
- König, Çağlar, Güray. (1991) “*Toplumdilbilim Açısından Dil ve Dil Türleri*”, **Dilbilim Araştırmaları**, Ankara: HititYayınevi.
- Uğur, Nizamettin. (2003) **Anlambilim**( Sözcüğün Anlam Açılımı), Ankara: Doruk Yayınları.
- Tercanlıoğlu, Leyla. (2000) **Linguistics for TEFL Students**, İstanbul: Multilingual.
- Wardhaught, Ronald. (1992) **An Introduction to Sociolinguistics**, Cambrigde, USA: Blackwel.
- Vardar, Berke. (2002) **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü**, İstanbul: Multilingual.
- Yaylagül, Özen. (2004) “*Türk Dilinde Çok Anlamlılık ve Nedenleri*,” **V. Uluslar arası Türk Dili Kurultayı Bildirileri**, Ankara: TDKY, ss.3175-3186.