



KORKUT ATA TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi
The Journal of International Turkish Language & Literature Research

Sayı/Issue 10 (Mart/March 2023), s. 679-702.
Geliş Tarihi-Received: 16.01.2023
Kabul Tarihi-Accepted: 27.02.2023
Araştırma Makalesi-Research Article
ISSN: 2687-5675
DOI: 10.51531/korkutataturkiyat.1235956

Türk Atasözlerinde Toplumsal Kabulün Şartları: Kalıpyargılar ve Simgesel Sınırlar

Conditions of Social Acceptance in Turkish Proverbs: Stereotypes and Symbolic Boundaries

Aysel TAPAN*

Öz

Kültürel özdeşlik ve kolektif bilincin etkileriyle biçimlenen kültürel kimlik, etnik ve milli kimliklerin en çarpıcı bileşenlerinden biridir. Atasözleri ise gündelik hayatı biçimlendiren milli değerlerin ve toplumsal anlam örüntülerinin ekonomik, sosyolojik ve psikolojik perspektiflerle anlaşılmasına kaynaklık eden çok önemli geleneksel halk kültürü ürünleridir. Bu çalışmanın amacı, Türk kolektif kimliğinin, gündelik bir bağdaştırıcı ve bağlayıcı olan atasözlerinde ekonomik, sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlarla hangi kalıpyargılar ve simgesel sınırlar üzerinden inşa edildiğini araştırmaktır. Çalışmada, Ömer Asım Aksoy'un "Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü I" (1988) kitabı araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir ve çözümleme birimi olarak 2667 atasözü niteliksel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın bulguları; Türk atasözlerinde birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve menfaat birliğinin kültürel güç kaynağı olan yardımlaşma eylemini güdüleyen atasözlerinin akrabalık, aile, komşuluk ve dostluk ilişkilerinde "iş birliği, ortak akıl, fedakârlık ve temkin" koşullarına dayandığını ortaya çıkarmıştır. Atasözlerinde toplumsal kabulün belirleyicisi olan "olumlu" kalıpyargıların, "kaderci, lider, akıllı, bilgili, yetenekli, dürüst, soylu, ölçülü, ağırbaşlı, umutlu, sabırlı, alçakgönüllü, değerli bir kişiliğe sahip olmak, güzel konuşmak, sevmek, iyilik yapmak ve gösterişçi olmamak"; "olumsuz" kalıpyargıların ise büyük ölçüde "kötülük, görgüsüzlük, tembellik ve yalancılık" olduğu saptanmıştır. Ekonomik perspektifle atasözlerinde "zenginlik, güç, çalışma, emek verme, tutumlu olma, sahip olduklarıyla yetinme, kişisel çıkarını koruma, muhtaç olmama ve cömert olma" unsurları başarının ölçütleri olarak belirlenirken "yoksulluk, açgözlülük, savurganlık", kabul görmeyen kalıpyargılar olarak kaydedilmiştir. Ayrıca atasözlerinde kolektif eylemin ve toplumsal kabulün gerekliliklerinin ağırlıklı olarak ödül-ceza anlayışı ve neden-sonuç ilişkisi vurgulanarak determinist bir dünya görüşüyle aktarıldığı saptanmıştır. Atasözlerinde davranış ve düşüncelere, karşıtlıkların ve koşulların hâkim olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Türk atasözleri, kültür, kolektif kimlik, kültürel kimlik, kalıpyargılar.

Abstract

Cultural identity, shaped by the effects of cultural unity and collective consciousness, is one of the most major components of ethnic and national identities. However, proverbs are certainly crucial traditional folk culture products that are the source of understanding the national values and social meaning patterns that shape daily life in view of the fact that the determinants of economic, sociological, and psychological. This paper aims to explore the

meaning of Turkish collective identity, built on the stereotypes and symbolic boundaries with economic, sociological, and psychological approaches in proverbs, which are unifying components in everyday life. The qualitative content analysis method is used in the study. Results reveal that the Turkish proverbs that motivate the act of helping each other, which is the source of cultural powers of “unity, solidarity, and unity of interest” as in depending on the conditions of “cooperation, common mind, and sacrifice” in the relations of “kinship, family, neighborliness, and friendship”. “Positive” stereotypes, which are the determinants of social acceptance in proverbs, are “fatalistic, leader, smart, knowledgeable, talented, honest, noble, measured, dignified, hopeful, patient, humble, have a valuable personality, speak well, love, do the favour, and not to be pretentious”; “negative” stereotypes were found to be primarily “evil, bad manners, laziness and lying”. “Wealth, power, work, effort, being thrifty, content with what you have, protecting your interests, not being needy and being generous” are determined as the criteria of success from the point of an economic perspective. “Poverty, greed, extravagance” were determined as unacceptable stereotypes in the everyday life. In addition, results reveal that the requirements of collective action and social acceptance in the proverbs are expressed with a deterministic worldview by emphasizing the understanding of “reward-punishment” and the “cause-effect” relationship. It has been mentioned that attitudes and thoughts are dominated by oppositions and conditions in Turkish proverbs.

Keywords: Turkish proverbs, culture, collective identity, cultural identity, stereotypes.

Giriş

Kolektif bir düşünce biçimi olan milliyetçilik; kültürel özdeşliğin sağlanması, kolektif bilincin ve dayanışma duygusunun güçlendirilmesi için gündelik hayatta iç içe geçen siyasi ve kültürel alanlarda toplumsal bağdaştırıcı araçlarla ve bağlayıcı etkenlerle bir ulusa geçmişten şimdiye devamlılık hissini sağlayan (Smith, 2017; Smith, 2002; Billig, 2002) “ince merkezli bir ideoloji” (Freedon, 1998) ve “söylemdir” (Calhoun, 2012). Bir ulusun kolektif bilincine güç veren söz konusu bu devamlılık hissini kaynaklarını anlamak ise kültürel, toplumsal, siyasi ve ekonomik etkileşimleri anlamaksızın olanaksızdır. Bu anlamda bir halk kültürü ürünü olan atasözleri; kolektif belleği, kimliği ve eylemi şekillendiren, dayanışma biçimlerini ve duygusunu muazzam bir ölçüde etkileyen önemli bir izlek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kimlik ve kültürel tanınma taleplerine derin izler bırakan atasözleri, içerdiği ahlâki ilkeler ve davranışlarla, içerme ve dışlama söylemleriyle kültür sisteminde ne tip karakterde insanlara ihtiyaç duyulduğunu ve ne tür “sosyal karakterlerin” (Fromm, 1973) kabul gördüğünü anlamamız açısından önemli halk kültürü ürünleridir. Çünkü atasözleri “ruha işler, inandırıcıdır, kutsaldır, kalıplaşmıştır, kısadır ve özdür.” (Aksoy, 1988) ve bu özelliklerinden dolayı hem toplumun geçmişine ayna tutmaktadır hem de şimdi de kolektif bilinci güçlendiren etkili bir duygu yaratmaktadır. Başka bir deyişle, atasözleri toplumsal bağdaştırıcı olarak kolektiviteye üye olmanın koşullarında belirleyici olabilmektedir.

Bu tespitler doğrultusunda çalışmada, Türk kültürel kimliğinin gündelik bir bağdaştırıcı ve bağlayıcı olan atasözleri aracılığıyla hangi anlam örüntüleri, değerler ve semboller üzerinden yeniden üretildiğini disiplinlerarası bir yaklaşımla incelemek amaçlanmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde; kolektif bilinç, kültürel özdeşlik ve atasözleri arasındaki etkileşim “dayanışma, dil, din, etno-kültürel kaynaklar, folklor, simgesel sınırlar, kalıpyargılar ve sosyal karakter” kavramları bağlamında tartışılacaktır. İkinci bölümde, Türklerin kolektivist ve kültürel kimliğinin kökenlerini anlamak amacıyla Türklerin milliyetçilik algısı ve kültürel özdeşliğin temel bileşenleri incelenecektir. Kültürel özdeşliğin ve toplumsal kabulün belirleyicisi olarak Türk atasözlerinin ele alındığı üçüncü bölümde ise literatürdeki çalışmalar değerlendirilecektir.

Çalışmada; “birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve kolektif eylemi güdüleyen atasözleri, kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün ekonomik koşullarını belirleyen

atasözleri, toplumsal olarak kabul gören davranış ve düşüncelerle ilgili atasözleri ve toplumsal olarak kabul görmeyen davranış ve düşüncelerle ilgili atasözleri” olarak belirlenen dört temel kategori içerik analizinde sık başvurulan “kategorisel analiz” tekniğiyle incelenecektir. Analizden elde edilen bulgulara bağlı olarak, Türk kolektif kimliğinin güçlenmesi ve kültürel homojenliğin sağlanabilmesi için atasözleri üzerinden talep edilen referans kaynakları tartışılacaktır.

Kuramsal Çerçeve

Kolektif Bilinç, Kültürel Özdeşlik ve Atasözleri Arasındaki Etkileşim

Geleneksel ürünlerin derlenmesi, 19. yüzyıldan itibaren çağlar öncesinden gelen kültürleri yok oluştan kurtarmak bir başka ifadeyle “milli ruhu” ifade etme, sergileme ve yüceltme amacıyla icat edilen ve bugün artık geleneksel halk kültürüne dair temsillerin normu hâline gelmiştir. Söz konusu bu “iyileştirilmiş gerçeklikler”, ulusların geleneklerle kimliklerini sergilemesi ve reel uygulamalar için model hâline gelebilmektedir (Thiesse, 2010, s. 168-170). Atasözleri, sözcükler aracılığıyla simgesel sınırlar çizerek gündelik hayatı biçimlendiren bir halk kültürü ürünüdür. Çünkü kültür, “maddi, teknolojik ve sosyal yapısal olana karşı olma eğilimindedir ve ideal olanın, manevi olanın ve maddi olmayanın gerçekliği olarak görülür”. Ayrıca kültürün “pratiklerle ve performanslar ile güçlü ve karmaşık bir ilişkiye sahip olduğu kabul edilir” (Smith & Riley, 2020, s. 21). Toplumların dayanışma türlerini inceleyen Emile Durkheim da “kolektif bilinç” tanımında bir toplumu oluşturan üyelerin ortalamasında yaşayan inanç ve duyguların tümünün, kendine özgü bir yaşamı olan belli bir dizge oluşturduğuna dikkat çekmektedir. Kolektif bilinç, toplumun her yanında yaygın, dağılmış olarak bulunur. Kuşaktan kuşağa değişmez, tersine kuşakları birbirine bağlar. Kolektif bilinç, toplumun ruhsal tipidir (Durkheim, 2006, s. 109-110).

Kültürel özdeşlik, bir teritoryanın “anavatan” olabilmesi için, bir toplumun geçmişten bugüne devamlılık hissini koruyabilmesi için mutlak bir koşuldur ve kültürel özdeşliği ortaya çıkaran unsurlar başta “dil ve din” olmak üzere “görenekler, kurumlar, yasalar, folklor, mimari, giyim, beslenme, müzik ve sanat, hatta renk ve fiziksel görünüş” olabilmektedir. Fakat bu bileşenlerin aynı zamanda farklılıkları arttırabileceği de unutulmamalıdır (Smith, 2002, s. 50-55). Kolektif kültür, kolektif bir kimliğin oluşumunu garantilemeye de “benzerlik” güçlü bir toplumsal bağdaştırıcıdır (Calhoun, 2012, s. 68).

Tarihsel toplulukların, menfaat birliği ve dayanışma duygusunun tesisi için paylaşılan bir kolektif bellek üzerine kurulması gerekmektedir (Smith, 2002, s. 50). Kolektif bellek ise çok genel bir ifadeyle “semboller, mitler, anılar, sanat eserleri, müzeler, ulusal bayramlar, anma günleri, spor, atasözleri, töreler, alışkanlıklar, değerler, inançlar, gelenek ve görenekler, kitle iletişim araçları” gibi toplumsal bağdaştırıcı unsurlar etrafında şekillenmektedir (bkz. Armstrong, 2018; Smith, 2002). Atasözleri aracılığıyla geçmiş zamanın duygusal gücünün şimdiki zamanda toplumsal bir bağdaştırıcı olarak yeniden üretilmesi de benzerlik, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusuna yani kolektif eyleme kaynaklık etmektedir.

Kolektif bir düşünce biçimi olan milliyetçilik hem kişisel hem de kolektif “selamet” amacıyla özellikle kriz dönemlerinde toplumu seferber eden ve hâkim düşünce kalıplarını meşrulaştıran bir araçtır (Delannoi, 1998, s. 32). Bu bağlamda atasözlerinin de hem kolektif kimliği güçlendiren, toplumu etkili bir şekilde seferber ederek kolektif bilinci yeniden üreten hem de kişisel davranış, tutum ve değerleri biçimlendiren bir halk kültürü ürünü olduğunu söyleyebiliriz. Çalışmanın merkezine yerleştirdiğimiz kültür ise hem bir “söylem” hem de “ince merkezli bir ideoloji” olan milliyetçilik anlayışlarına kaynaklık eden bir orgudur.

Etno-sembolizm yaklaşımına yön veren John Armstrong, teritoryal sınırlardan ziyade mit, simge ve iletişimin gücüyle maddi koşullardan daha dayanıklı olan zihinsel tutumları şekillendiren etnik sınırların grup tutumlarını yansıttığına dikkat çekerek sembolik sınırların çoğu zaman sözcükler olduğunu belirtmektedir (Armstrong, 2018, s. 30-37). Etno-sembolik argüman milletleri “gerçek sosyolojik cemaatler” olarak düşünülmesi gerektiği konusunda modernist yaklaşımla aynı noktada birleşmektedir. Modernist ve etnik perspektif arasında konumlandığı bir anlayışla kimliklerin sembolik ve duygusal boyutlarını açıklayan Anthony Smith’e göre de milliyetçilik ancak popüler temelli olup ortak hatıra, sembol ve mitlerle yani etno-kültürel kaynaklarla gruplara kolektif bir bilinç için ilham verdiği sürece kök salabilir. Ayrıca teritorya şiiresel ve sembolik nitelikler kazandığında gündelik olan unsurlardan daha büyük güce sahiptir ve “bir düşler ülkesi herhangi bir gerçek toprak parçasından çok daha önemlidir”. Etno-kültürel kaynakların gerekliliğinin temel sebebi, öznel boyutlardaki bir milli kimlik anlayışının kritik önemidir (Smith, 2005, s. 2-3; Smith, 2002, s. 54-55; Smith, 2017, s. 27-45). Atasözleri de ataların uzun gözlemlere ve denemelere dayanan yargılarını belirtir ve kalıplaşmış, özgün, kamuca benimsenmiştir (Özdemir, 1984, s. 5). Bir başka ifadeyle, sembolik iletişimin çarpıcı araçlarından biri olan atasözleri kültürel özdeşlik için gerekli olan unsurların, kalıpyargıların ve “sosyal karakterin” yapısının tesisine kaynaklık etmektedir.

Erich Fromm’un ifade ettiği gibi “karakter yapısı sorunu, tek tek bireyleri aşan bir önem taşımaktadır.” Çünkü uluslar, toplumlar ve belli bir toplumdaki sınıflar (gruplar) toplumsal sistemin işleme açısından zorunlu bir öge olan kendilerine özgü bir “sosyal karakter” yapısına sahiptirler. Toplumun ve onu oluşturan sınıf ve statü gruplarının üyeleri, düşünmeden, kendiliğinden sosyal sistemin gereklerine uyacak biçimde davranırlar ve hattâ kültürün gereklerine uymuş olmaktan dolayı bir çeşit gurur ve haz da duyarlar. İnsanın, doğru, gerçek ve sağlıklı bulduğu şeyler toplumun veya çoğunluğun kabul ettiği klişeler, kalıplardır. Bu kalıplara uymayan fikir ve değerler, bilinç düzeyine sokulmaz, bilinçdışı tutulur. Nelerin bilinçli, nelerin bilinçdışı olacağı, toplumun yapısına ve onun ürünü olan fikir ve değerlere bağlıdır (Fromm, 1973, s. 83-139). Emile Durkheim’in (2006, s. 24-25) ifadesiyle de “ödev duygusunun bizde güçlü bir biçimde yerleşebilmesi için, içinde yaşadığımız durum ve koşulların bu duyguyu sürekli uyanık tutması gereklidir”. Atasözlerinin de gündelik hayatta yeniden üretilerek toplumsal manevi kişiliğin sürekliliğini ve kalıcılığını sağlamadığını söylemek mümkündür.

“Bireylerin uyacakları kuralları koyabilmek için zorunlu olan maddi ve manevi üstünlük, ancak kurulu bir toplumda bulunabilir; çünkü bireysel kişiliklerin üzerinde var olabilecek tek manevi kişilik, bireylerin tümünün oluşturduğu manevi kişiliktir” (Durkheim, 2006, s. 24-25).

Özetle, eğer bir ulusu ve etnik kimliği anlamak istiyorsak öncelikle grup ilişkilerini tanımlayıp meşrulaştıran, kültürü şekillendiren ve geçmişten bugüne devamlılık hissini tesis eden “sembol, mit, hatıra, değer, ritüel ve geleneklerini” analiz etmemiz gerekmektedir (Smith, 2017). Atasözleri ise bu bileşenlerin bir araya geldiği etno-kültürel kaynaklar arasında yer almaktadır. Türk milletinin kültürel özdeşliğin temel bileşenlerinin detaylı bir şekilde kavranması ise etno-kültürel bir araç olarak değerlendirilen atasözleri için önemli bir yer tutmaktadır.

Türklerin Kolektivist ve Kültürel Kimliğinin Kökenleri

Çalışmanın merkezinde olan Türk kimliğini anlamak için öncelikle milliyetçilik literatüründe odaklanılan ve ulusal kimliğe kaynaklık eden ulus algılarına değinmemiz

yerinde olacaktır. Türkiye'nin milliyetçilik algısına büyük ölçüde kaynaklık eden romantik ve kültürel olarak kimlik duygusunu güçlendiren Alman ve Rus tarzı anlayışta ulus "kolektivist, duygusal, muhafazakâr, etnik ve organik" bir birliktir. Fransız tarzı ulus ise akılcı ve iradeye dayalı, genel iradeyi esas alan yurttaşlık temeline dayanırken, İngiltere ve ABD "bireyci, çoğulcu, özgürlükçü ve evrenselci" bir ulus anlayışına dayanmaktadır (Dieckhoff, 2010, s. 83; Leca, 1998, s. 15). Zorunlu olarak kolektivist olan ve Türk kimliğini büyük ölçüde biçimlendiren etnik milliyetçilikte, eş anlamlı olarak kullanılabilen "milliyet", "etnisite" ve "milli kimlik", kökensele grup karakteristiklerine, dil, din, örf ve adetlere, bölgesel bağlılık ya da fiziksel tipe dayanabilmektedir (Greenfeld, 2017, s. 30-35). Ancak Fransız ve Alman tarzı anlayışın karşılığı bir başka deyişle kültürel ve siyasal milliyetçilik arasında keskin çizgiler çizilebileceğini söylemek çok da mümkün değildir. Bu iki perspektifin tarihsel düzlemde değişen siyasal ve toplumsal bağlamlara göre ağırlıkları değişebilir ya da kültürel ve siyasal yaklaşımlar birbiriyle örtüşebilirler (Thiesse, 2010, s. 152-153; Dieckhoff, 2010; Rocker, 2019, s. 256-257).

Ne Batı tarzı ulus kültürden kopuktur ve siyasal yönü baskındır ne de Doğu tarzı ulus sadece kültürden beslenen siyasal olandan ayrılmıştır (Dieckhoff, 2010, s. 94). Bu yaklaşımlar ışığında Doğu ve Batı etkileri ile geç ve sancılı bir modernleşme ve uluslaşma sürecinden geçen Türkiye Cumhuriyeti'nde ise siyasal ve kültürel milliyetçiliğin ağırlığı zamana ve bağlama göre değişse de "kolektivist, duygusal, muhafazakâr, etnik ve organik" bir ulus algısı merkezi bir öneme sahiptir. Bu çalışmanın odak noktasında bulunan atasözleri ise kültürel homojenliğin ve kolektiviteye bağlılığın yeniden üretimi için önemli bir kültürel kaynak olarak belirlenmiştir.

Türk dili ve İslamiyet, Türk milli kimliği ve bilincinin oluşmasında iç içe geçmiş temel dinamikleridir. Türkler 10. yüzyılda Müslüman olmuşlardır ve böylece "Türk" ve "Müslüman" aynı anlama gelir olmuştur ve Osmanlı'nın dili de Türk olmaktan çok Müslüman olmuştur. Ancak her ne kadar sarayın bürokrasinin ve Osmanlı yönetici sınıfının dilinde Farsça ve Arapça'dan sözcükler yer alsa da halkın dili büyük ölçüde saflığını korumuştur. Kültürel açıdan bakıldığında ise Osmanlı dili Türk olmaktan çok, Müslüman'dı. Egemen sosyal sınıf üyeliğinin zorunlu nitelikleri Türk dili ve sünni İslam inancı olmuştur. Müslümanlık ve Türk dili hem gerçek iktidara hem de sosyal statüye açılan kapıya giriş şartları olmuştur (Karpas, 2019, s. 104; Kushner, 1979, s. 2; Lewis, 1993, s. 7-10; Georgeon, 1986, s. 14). Din, Türk Devleti'nin ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucu unsurlarından biridir (Akçam, 1995, s. 71-72; Karpas, 2019, s. 141). İslam dini de bir "üst yapı" kurumu olarak değil, bir "temel şekillendirici" olarak ele alınması gerekmektedir (Mardin, 1991, s. 18-38).

İslam dini Türk ulusunun geniş bir bölümünün kolektif bilincinde esas unsur değilse bile, açık bir şekilde büyük bir etkidir (Lewis, 1993, s. 11) ve toplumsal ve ekonomik kurumların yönlendirilmesinde birer etikal değerler sistemi olarak dayanışmacı ve yapıcı bir rol oynamaktadır (Türkdoğan, 2013, s. 34). "İslam dini, Osmanlılık, devlet ve ülkeye yürekten bağlılık" (Kushner, 1979) unsurları erken dönem Türk milliyetçiliğinin temel dinamikleriyken Cumhuriyet döneminde, *Türk Tarihi Tezi* ve *Güneş Dil Teorisi* ile Türkçeyi Arapça ve Farsça etkilerden arındırmak ve Türklerin şanlı bir ulus olduğu düşüncesi önem kazanmıştır. *Türk Tarih Tezi*'nin onaylanmasıyla da Türk dili, Türk ulusunun özelliklerini muhafaza ettiğinden sadece bu dili konuşabilenler Türk soyundan sayılabileceklerdi. Böylece Türk dili ve ırkı Türklüğün temel damgası hâline gelmiştir (Çağaptay, 2008, s. 245-258). Türk milli kimliği "kana, saflığa, sınırlara ve şerefe" vurgu yapmaktadır (White, 2013, s. 14-19).

Yukarıda da belirttiğimiz gibi "dil, din ve ırk" kurucu etnik unsurlarının yanı sıra sembolik teritorya yani "toprak, vatan, yurt" bileşenleri, Türk kimliğinin şekillenmesinde

ve milli bilincin güçlenmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Adsız coğrafya üzerinde birleşen kitlelerin ortak hareketi ve tarih birliği milletin önemli şartlarıdır ve Türk milliyetçiliği toprak ilkesiyle özellikle de Anadolu'yla ilişkilidir (Arık, 1974, s. 6).

Türklerin kolektivist kimliğinin hem bir yansıması hem de belirleyicisi olan kültürel kimliği anlamak zor olsa da özellikle Bozkurt Güvenç'in çalışmaları bu zorlu alana ışık tutmaktadır. Güvenç'in (1995, s. 8-9) belirttiği gibi insanın kendisini nasıl algıladığıyla ilişkili olan kimlik, gözlemlenebilir bir gerçeklik alanı ve nesnel olan toplumsal kişilik (karakter) yapısı ve dünya görüşü ile ilişkilidir ama özdeş değildir. Kimlik özdeşimi kişilik özelliklerinin dışı vurmasıdır. Kimlik, kişilik, ülke veya toplum imajı (imgesi) birbiriyle kesişen fakat özdeş olmayan kavramlardır. Atasözleri ise hem "karakter ve kişilik" hem de "kimlik" ve "toplum imajı" üzerinde etkileri olan halk kültürü ürünleridir.

Frey ve Meeker'in çalışmalarının altını çizen Güvenç, dünyadaki Türk imgelerini detaylı bir biçimde araştırmıştır. Örneğin Frey (1966) Türkiye'de köylü tutumlarını araştırdığı çalışmasının sonuçları bölgesel değişimlerin psikolojik ortam, kişilik yapıları ve kimlik seçimlerine yansıdığını göstermiştir. Çalışmada, yabancılara duyulan güven, yurt bilgisi, bölgesel ve ulusal kimliğe bağlılık dereceleri ile ekonomik kalkınmışlık düzeyi arasında orantılı farklılıklar saptanmıştır. Meeker (1971) ise "Karadeniz Türkiyesi" konulu araştırmasında Karadenizlilerle ilgili "namus ve şeref", "öz saygı ve görev tutkusu" unsurlarını ortaya çıkarmıştır (akt. Güvenç, 1995, s. 318). Güvenç (1995, s. 347), Türk kişilik yapısına ilişkin derin çözümlemesinde "buyurgan eğilim" ve "kaba kuvvet, şiddet ve ceza ile sorun çözme" unsurlarını da vurgulamaktadır.

Kültürel Özdeşliğin ve Toplumsal Kabulün Belirleyicisi Olarak Türk Atasözleri

Halkbilim, halkın hayatını temsil eder ve milli varlıklar olan atasözleri de bu bilim dalının ürünü olması nedeniyle halkın hayatını temsil etmede önemli bir yere sahiptir (Kurt, 2012, s. 14-15). "Her ulusun atasözleri, kendi varlığının ve benliğinin aynasıdır. Atasözlerinde bir ulusun düşünceleri, yaşayışları, inanışları, gelenekleri görülür. Her atasözü, kendi ulusunun damgasını taşır" (Aksoy, 1988, s. 4) Türk halk hayatında dini hükümler ve hukuki prensipler yanında saygı gören atalar sözü milli, ırki ve insani vasıfları ile her türlü konuyu ele alan eserlerdir (Elçin, 2004, s. 627)

Şükrü Elçin (2004, s. 629-632) "Halk Edebiyatına Giriş" kitabında atasözlerini "İnsan ve Değerler (Yüceltilen değerler: Dostluk, iyilik, sabır, sebat, azim, bağışlama, fedakârlık, aşk, sevgi, temkin, ihtiyat, diğergamlık, hayata bağlılık. Yerilen değerler: Cimrilik, yalancılık, suçu yüklenmiş, tenkide tahammülsüzlük, ihtiyatsızlık, öfke, nankörlük. İnsan karakteri ve kişilik); İnsan ve Cemiyet (sosyal işbirliği, dayanışma, sosyal hiciv, mevkie rağbet, yöneticilik, kanun fikri, mülkiyet, ekonomi, eğitim, iş ve zamanın değerlendirilmesi. Kabiliyetlerin değerlendirilmesi: Düşmana karşı uyanık olma); Bilgi ve Hakikat; Dünya Görüşü (Kader Fikri, Nasip, Tanrı, Determinizm (sebebe-netice münasebetleri), Değerlerin Değişmesi)" kategorilerine ayırmıştır.

Türk atasözlerinin toplumsal işlevlerine yönelik yapılan çalışmalar da ekonomik, sosyolojik ve psikolojik alanlarda yoğunluk göstermektedir. Tülay Uğuzman (2014, s. 71-141) "Atasözlerine ve Deyimlere Yansıyan Türk Halk Düşüncesi" kitabında atasözleri ve deyimleri "kadın-erkek, evlilik-ayrılık, zenginlik-yoksulluk, güzellik-çirkinlik, iyilik-kötülük, dostluk-düşmanlık, gençlik-yaşlılık, sağlık-hastalık, hayat-ölüm" kavramları üzerinden incelemiştir. Çalışmanın sınırlılıklarından hareketle "zenginlik-yoksulluk, iyilik-kötülük, dostluk-düşmanlık" olgularına değinmemiz yerinde olacaktır. Buna göre, atasözleri ve deyimlerde zenginlik "rahat, kolay, kişiyi mutlu eden, ona zarar vermeyen, istenilen, tercih edilen, başkalarını özendiren, imrendiren ve en çok da kismete bağlı olan

bir durum olarak yansıtılmaktadır". Paranın da "çok sevilen bir değer ölçüsü olarak algılandığını, çok önemli işlemlere sahip olduğunu, bireylerde davranış değişikliklerine yol açtığını, ayrıca onlara statü kazandıran bir unsur olduğunu anlatmaktadır". Atasözleri ve deyimlere göre "varlığa güvenmemek, savurganlıktan uzak durmak, tutumlu bir şekilde yaşamak, dengeli ve ölçülü olmak" gerekmektedir. Atasözleri ve deyimlerde yoksulluk ise "zor, istenilmeyen, tercih edilmeyen" bir durum olarak yansıtılmaktadır. Atasözleri ve deyimlerde iyilik "insanların sahip olacağı en büyük kazanç" olarak soydan gelen bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Atasözleri ve deyimlerde iyiliğin ve kötülüğün mutlaka karşılığı ya da bedeli olacağı, az ve düşünerek konuşmanın önemi vurgulanmaktadır. Atasözleri ve deyimlerde birlik ve beraberliğin önemi belirtilirken dostluk olgusunun "paradan daha önemli olduğu" ve "güven, fedakârlık, sadakat, bağlılık, doğruluk, dürüstlük" kavramlarının altı çizilmektedir. Atasözleri ve deyimlerde dostluk ilişkilerinde "sır ve maddiyat" konularında dikkatli olunması öğütlenmektedir. Atasözleri ve deyimlerde düşmanın ise en yakında olabileceği ve "dikkatli olunması", "düşmandan daha güçlü olmak için çalışmak" tavsiye edilmektedir.

İhsan Kurt ise (2012, s. 115-167) "Türk Atasözlerine Psikolojik Yaklaşımlar" kitabında "kalıtım (soyacekim), çevre, kişilik (şahsiyet), insan ilişkileri, aile" ile atasözleri arasındaki ilişkiyi psikoloji, sosyal psikoloji ve kültürel perspektiflerle derinlemesine analiz etmiştir. Kurt'un çalışması Türk atasözlerinde, "kalıtımın biyolojik yönüne daha fazla ağırlık verildiğini" "çevre olarak daha çok, bireyin en yakın çevresi olan aile çevresinin dikkate alındığını" göstermektedir. Kurt, atasözlerinde kişilik konusunda hükümlerin ve değerlendirmelerin çoğunluğunda bireyin davranışlarının ve ilişkilerinin dikkate alındığını vurgulamaktadır.

Güzel ve Karadağ'ın (2013, s. 274-280) atasözlerinde kelime sıklıklarını inceledikleri araştırmanın sonuçları atasözlerinde "aile, insanın fiziksel yapısı, hayvan isimleri, yaşam tarzı ve kültürler, gündelik yaşamın unsurları, insan ilişkileri gibi farklı kavram alanlarının ön planda olduğunu" ortaya çıkarmıştır. Ceylan'ın (2021, s. 347-362) atasözlerinde ikna olgusunu incelediği çalışması, "Türk toplumunun tutum değiştirme/oluşturma yöntemlerinden en çok "ikna etme" yöntemini benimsediği, ikna edecek kişide olması gereken özellikler ve iknayı kolaylaştıran faktörlerden en çok "etkili ve güzel konuşma" faktörüne önem verdiği ve iknayı zorlaştıran faktörlerden ise en çok "alıcının yapısal ve donanımsal eksiklikleri" faktörüne vurgu yaptığını göstermektedir. Akın'ın (2010, s. 810-838) atasözlerinde Türk iş sistemi üzerine yaptığı çalışması "iş süreçlerinde stratejik planlama ve disiplinin öncelikli olduğunu, iş operasyonlarında ortak aklın önemsendiğini" ortaya çıkarmıştır.

Tergip (2014, s. 275-294), Türk atasözleri ve deyimlerinde kötülme ifadelerini araştırdığı çalışmasında kötülen kişilik özelliklerinin "açlık, kellik, yalnızlık, bekârlık, fakirlik, cahillik, şöhret, boşboğazlık, çocukluk ve azgınlık" olduğunu belirlemiştir. Aile ve akrabalık ilişkilerine yönelik "baba, aileyi kuşatıcı, kollayıcı, evlatlar genellikle para yiyici olarak görülür. Elti, gelin, kaynana ve görünce genellikle birbirlerinin kötülüklerini isteyen kişiler" olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kemiksiz (2021, s. 495-518) kök değerler bakımından incelediği atasözlerinde "öz denetim, sevgi, vatanseverlik, sabır, saygı, yardımseverlik, dostluk, sorumluluk, dürüstlük ve adalet" kök değerlerini tespit etmiştir.

Esen ve Yılmaz'ın (2011, s. 249-258) Türk atasözleri ve deyimlerinde ekonomik bir perspektifle girişimcilik olgusunu araştırdıkları çalışması "girişimciliğe olumlu vurgu yapan girişimcilik olgusunu teşvik eden" atasözlerinin ağırlıklı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Atasözleri ve deyimlerde girişimcilikle ilgili olumlu algıları şu ana başlıklarda toplamışlardır: "Çalışmak iyidir. Zenginlik/para iyidir. Fırsatları değerlendirmek gerekir. Kar da zarar da olabilir. Hazıra dağ dayanmaz. Hareket

berekettir. Tembellik iyi değildir. İşleyen demir pas tutmaz. (Sürekli çalışmak iyidir). Çalışan karşılığını alır. İş bilmek iyidir.”

Taşdemir ve Özkan'ın (2016, s. 35-49) sosyal psikolojik bir yaklaşımla üniversite gençliği üzerinde yaptıkları araştırma, Türk kimliğine ilişkin olumlu kalıpyargıların yetkinlik kategorisinde “çalışkan, zeki, akıllı, kurnaz, çevik, başarılı, üretken” olumsuz/yetkinlik boyutunda “eğitimsiz, tembel” gibi özellikler; olumlu/sevecenlik boyutunda “misafirperver, sıcak, yardımsever” gibi özellikler; olumsuz/sevecenlik boyutunda “kaba, görgüsüz, duyarsız” gibi özellikler olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Metodoloji

Araştırmanın amacı ve soruları

Bu çalışmada, Türk kültürel kimliğinin gündelik bir bağdaştırıcı olan atasözleri aracılığıyla hangi anlam örüntüleri, değerler ve semboller üzerinden yeniden üretildiğini disiplinlerarası bir yaklaşımla analiz etmek amaçlanmaktadır. Ayrıca, farklı perspektiflerle atasözlerini inceleyen literatürdeki çalışmalar arasında bir ilişki kurarak Türk atasözlerinde vurgulanan kültürel kimliği bir arada anlamak hedeflenmektedir. Bu temel amaçlardan hareketle aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranacaktır:

1. Türk atasözlerinde kolektif eylemi güdüleyen unsurlar nelerdir?
2. Türk atasözlerinde kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün şartları nelerdir?
3. Türk atasözlerinde toplumsal olarak kabul görmeyen düşünce ve davranışlar nelerdir?

Araştırmanın Örnekleme ve Yöntemi

Çalışmada, Ömer Asım Aksoy'un “Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü I” kitabı araştırma evreni olarak belirlenmiştir ve çözümleme birimi olarak 2667 atasözü, nitel içerik analizi yöntemiyle incelenecektir. Çalışmada, içerik analizinde sık başvurulan “kategorisel analiz” tekniği kullanılmıştır. “Kategorisel analiz, genel olarak, belirli bir mesajın önce birimlere bölünmesini ve ardından bu birimlerin, belirli kriterlere göre kategoriler hâlinde gruplandırılmasını ifade eder. Kategorileşme, mesajların kodlanmasını, yani anlamlarının işlenmesini gerektirir” (Bilgin, 2006, s. 19).

Milliyetçilik ve atasözleri alanlarında yapılan literatür taraması sonucunda; birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve kolektif eylemi güdüleyen atasözleri, kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün ekonomik koşullarını belirleyen atasözleri, toplumsal olarak kabul gören davranış ve düşüncelerle ilgili atasözleri ve toplumsal olarak kabul görmeyen davranış ve düşüncelerle ilgili atasözleri olarak dört temel kategori belirlenmiştir. Bu kategorilerden hareketle hem geçmiş çalışmaların hem de örneklemin incelenmesi sonucunda alt kategoriler oluşturulmuştur.

Verilerin Analizi

Tablo 1. Türk Atasözlerinin Kategorilere Göre Nicel Analizi

Birlik, beraberlik, dayanışma duygusu, menfaat birliği ve kolektif eylemi güdüleyen atasözleri

	Sayı	Frekans (%)
Yardımlaşma		
İş birliği	28	3,01
Ortak akıl	15	1,61

Akrabalık ve aile ilişkileri	120	12,93
Komşuluk	14	1,50
Dostluk	20	2,15
Toplam	197	21,22
Kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün ekonomik koşullarını belirleyen atasözleri		
Zengin olmak, para kazanmak ve güçlü olmak	108	11,63
Kişisel çıkarını korumak	23	2,47
Çalışkan olmak ve emek vermek	82	8,83
Tutumlu olmak ve sahip olduklarıyla yetinmek	41	4,41
Muhtaç olmamak ve kendi işini kendi yapmak	21	2,26
Cömert olmak	12	1,29
Toplam	287	30,92
Toplumsal olarak kabul gören olumlu davranış ve düşüncelerle ilgili atasözleri		
Sevgi göstermek	11	1,18
İyilik yapmak	27	2,90
Alçakgönüllü olmak	8	0,86
Ağırbaşlı olmak	18	1,93
Değerli bir kişiliğe sahip olmak	16	1,72
Lider olmak	38	4,09
Güzel konuşmak	16	1,72
Soylu olmak	28	3,01
Dış görünüşe değer vermemek/ Gösterişçi olmamak	20	2,15
Doğru ve dürüst olmak	29	3,12
Kaderci olmak	62	6,68
Umutlu olmak	18	1,93
Sabırlı olmak	17	1,83
Akıllı, bilgili ve yetenekli olmak	36	3,87
Ölçülü olmak	23	2,47
Toplam	367	39,54
Toplumsal olarak kabul görmeyen olumsuz davranış ve düşüncelerle ilgili atasözleri		
Tembellik	9	0,96
Yalancılık	8	0,86
Görgüsüzlük	14	1,50
Kötülük	46	4,95
Toplam	77	8,29
TOPLAM	928	

Tablo 1’de görüldüğü üzere birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve kolektif eylemi güdüleyen, kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün ekonomik koşullarını belirleyen, toplumsal olarak kabul gören olumlu davranış ve düşüncelerle ve kabul görmeyen olumsuz davranış ve düşüncelerle ilgili toplamda 928 atasözü kaydedilmiştir.

Yardımlaşma kategorisiyle incelenen birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve kolektif eylemi güdüleyen atasözlerinin akrabalık ve aile ilişkileri (132), komşuluk (15), dostluk (20), iş birliği (28) ve ortak akıl (15) durumlarında yoğunluk gösterdiği saptanmıştır.

Akrabalık ve aile ilişkilerini vurgulayan atasözlerinde ağırlıklı olarak toplumsal cinsiyetle ilişkili kalıpyargıların altının çizildiği görülmektedir. Ayrıca akrabalık ilişkilerin hem ayrıştırıcı kalıpyargıları hem de birlik, beraberlik, dayanışma duygusunu desteklediği dikkat çekmektedir.

Örnekler:

"Ana hakkı Tanrı hakkı"

"Kardeşim olsun da kanlım olsun"

"Kardeş kardeşin (husum husumın) ne öldüğünü ister ne onduğunu"

"Amca baba yarısı"

"Hamala semeri yük olmaz (değildir)"

"Dört atanın dördü de hak"

"Kaynana pamuk ipliği olup raftan düşse gelinin başını yarar"

"Eti ciğer eden de avrat, ciğeri et eden de"

"Dumansız baca olmaz, kahırsız koca olmaz"

"İyi evlat babayı vezir, kötü evlat rezil eder"

"Baba vergisi görümlük, koca vergisi doyumluk"

"Elti eltiden kaçar, görümceler bayrak açar" (Aksoy, 1988).

Dostlukla ilişkili değerleri belirten atasözlerinde "sadakat, açık sözlülük, yardımlaşma" değerleri yüceltilirken parayla ilişkili olan durumlarda temkinli olmanın önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Örnekler:

"Sadık dost akrabadan yeğdir"

"Dost dostun eğlenmiş atıdır"

"Dost (iyi dost) kara günde belli olur"

"Dost acı söyler"

"Dostun udu cehennem odundan beterdir"

"Dostluk kantarla, hesap (alışveriş) miskalle" (Aksoy, 1988).

Komşuluk ilişkilerini ifade eden atasözlerinde ağırlıklı olarak menfaat birliği aktarılmaktadır.

Örnekler:

"Hayırlı komşu, hayırsız akrabadan iyidir"

"Aynan yoksa komşuna bak"

"Komşu iti komşuya ürümez"

"Komşuda pişer, bize de düşer"

"Hayır dile eşine (komşuna), hayır gele başına"

“Komşu ekmeği komşuya borçtur” (Aksoy, 1988).

Toplumsal iş birliğini ifade eden atasözlerinde ise birlikteliğin kolektif gücü ortaya çıkarabileceğine ve menfaat birliği için karşılıklı fedakârlık yapılması gerektiği belirtilmektedir.

Örnekler:

“İmece günü bulutlu, görmeyene ne mutlu”

“Tek elin nesi var, iki elin sesi var”

“Yalnız öküz, çifte (boyunduruğa) koşulmaz”

“Nerde birlik, orda dirlik”

“Tek kanatla kuş uçmaz”

“Üşüntü köpek mandayı paralar”

“Ada bana, adayım sana”

“Hasta ol benim için, öleyim senin için”

“Koy avucuma, koyayım avucuna” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, toplumsal dayanışma için ortak aklın gerekliliğine işaret eden değerler “karşılıklı gereksinim duymak ve akıl danışmak” konularında kaydedilmiştir.

Örnekler:

“Adam adama gerek olmasa her biri bir dağ başında olurdu”

“Altın kepeğe muhtaç”

“Bin bilsen de bir bilene danış”

“Danışan dağı aşmış, danışmayan(-ın) yolu şaşmış”

“Soran yanılmamış (yorulmamış)” (Aksoy, 1988).

Kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün ekonomik koşullarını belirleyen atasözlerinin ise kullanım sıklığına göre zengin olmak, para kazanmak ve güçlü olmak (108), çalışkan olmak ve emek vermek (82), tutumlu olmak ve sahip olduklarıyla yetinmek (41), kişisel çıkarını korumak (23), muhtaç olmamak, kendi işini kendi yapmak (21) ve cömert olmak (12) eylemleriyle ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Atasözlerinde, zengin olmak güçlü olmakla ve fakir ve güçsüz olanlardan üstün olmakla eş değer anlamda kullanılmaktadır.

Örnekler:

“Altın anahtar her kapıyı açar”

“Arslan kükrerse atın ayağı kösteklenir”

“Aslan kükrerse beygir titrer”

“Atlar tepişir, arada eşekler ezilir” (Aksoy, 1988).

Zenginliğin ayıpları kusurları örttüğü ve toplumsal kabulü sağladığı ifade edilen atasözlerinde, yoksulluğun toplumda değer verilmeyen bir duruma neden olduğuna işaret edilmektedir.

Örnekler:

“Paran varsa cümle alem kulun, paran yoksa tımarhane yolun”

“Koyunun kuyruğu var örter”

“Rağbet güzel ile zenginedir”

“Zengin arabasını dağdan aşırır, züğürt düz ovada yolunu şaşırır”

“Zengin giyerse “sağlıcakla”, fakir giyerse “nerden buldu ki” derler”

“Zenginin horozu bile yumurtlar” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, ağırlıklı olarak borç vermenin de almanın da olumsuz koşullara neden olacağı vurgulanmaktadır.

Örnekler:

“Borca içen iki kez (kere) sarhoş olur”

“Borçlunun dili kısa gerek”

“Borçlunun döşeği ateşten olur”

“Borçsuz çoban yoksul beyden yeğdir”

“Param seni vereyim de mi düşman olayım, vermeyeyim de mi düşman olayım?”

“Verirsen veresiye, batarsın karasuya” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, çalışkan olmak ve emek vermek, toplumsal olarak kabul görmenin önemli unsurlarıdır ve yoğun bir şekilde neden sonuç ilişkisiyle vurgulanmaktadır.

Örnekler:

“Akan su yosun tutmaz”

“Ağustosta beyni kaynayanın zemheride kazanı kaynar”

“Ağustosta yatana zemheride büğelek tutar”

“Baba malı tez tükenir, evlat gerek kazana”

“Boş gezmekten bedava çalışmak yeğdir”

“Emek olmadan (emeksiz) yemek olmaz”

“Faydasız baş mezara yaraşır” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, tutumlu olmak ve sahip olduklarıyla yetinmek ise aza kanaat etmek, dengeli olmak ve biriktirmek eylemlerle neden sonuç ilişkisi vurgulanarak yansıtılmaktadır.

Örnekler:

“Akara kokara bakma, çuvala girene bak”

“Ayağımı yorganına göre uzat”

“Az tamah çok ziyan (zarar) getirir”

“Beş kuruşun varsa beş yere düğümle”

“Bol bol yiyen bel bel bakar”

“Işığımı akşamdan önce yakan sabaha çırasında yağ bulamaz” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, kişisel çıkarını korumak amacıyla; akrabalık, aile ve dostluk ilişkilerinde dikkatli olmak ama insanlardan faydalanmak konusunda uyarılara yer verilmektedir.

Örnekler:

- “Anayı kızdan ayıran para”*
“Allah kardeşi kardeş yaratmış, kesesini ayrı yaratmış”
“Dost (akraba) ile ye, iç, alışveriş etme”
“Kaz gelen yerden tavuk esirgenmez”
“Gölgesinde oturulacak ağacın dalı kesilmez”
“Sinek pekmezciyi tanır” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, muhtaç olmamak ve kendi işini kendi yapmak bir başka deyişle yardım almamak hem toplumsal alanda kabul gören hem de arzulanan nitelikler olarak sunulmaktadır. Ayrıca yine akrabalık ve aile ilişkilerinin olumsuz etkileri vurgulanmaktadır.

Örnekler:

- “Allah sağ eli sol ele muhtaç etmesin”*
“Amcam (emmim) dayım herkesten (hepsinden) aldım payım”
“Emmim, dayım kesem; elimi soksam yesem”
“Yol bilen kervana katılmaz”
“Evlü evinde köylü köyünde gerez”
“İki el bir baş içindir” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, cömert olmak eylemi, neden sonuç ilişkisi kurularak toplumsal alanda sevgi ve saygı kazanmakla ilişkilendirilmektedir.

Örnekler:

- “El(-in) vergisi, gönül (-ün) sevgisi”*
“Hatır alma bir elma”
“Veren eli herkes öper”
“Veren eli kimse kesmez”
“Değirmenden gelenden poğaçaya umarlar” (Aksoy, 1988).

Toplumsal olarak kabul gören olumlu davranış ve düşüncelerle ilgili atasözlerinin kullanım sıklıklarına göre kaderci olmak (62), lider olmak (38), akıllı, bilgili ve yetenekli olmak (36), doğru ve dürüst olmak (29), soylu olmak (28), iyilik yapmak (27), ölçülü olmak (22), gösterişçi olmamak (20), ağırbaşlı olmak (18), umutlu olmak (18), sabırlı olmak (17), değerli bir kişiliğe sahip olmak (16), güzel konuşmak (16), sevgi göstermek (11), alçakgönüllü olmak (8) davranış ve düşünceleriyle ilişkili olduğu kaydedilmiştir.

Atasözlerinde, kadere inanmak, “Allah, ecel, ölüm ve kısmet” olgularıyla ifade edilmektedir.

Örnekler:

- “Allah'tan sıska, ne yapsın muska?”*
“Allah isterse bir kulun isini, mermere geçirir dişini; istemezse isini, muhallebi yerken kırar dişini”
“Altı olur, yedi olur, hep Allah'ın dediği olur”
“Ecel geldi cihane, baş ağrısı bahane”

“Olacakla öleceğe çare bulunmaz”

“Yatan (hasta yatan) ölmez, eceli yeten ölür”

“Kısmet ise gelir Hint’ten, Yemen’den, kısmet değilse ne gelir elden?”

“Kısmetsiz köpek, sabaha karşı uyuyakalır” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, toplumsal kabulün şartlarından biri olarak belirlenen “lider olmak” eyleminin hem kişisel çıkar hem de toplumsal birlik açısından önemi vurgulanmaktadır.

Örnekler:

“Baş ol da eşek başı (soğan başı) ol”

“Bir günlük beylik, beyliktir”

“Çömçe tutan elim olsun, ocakta yerim olsun”

“Arı, bey olan kovana üşer”

“Ayağı yürüten baştır”

“Çobansız koyunu kurt kapar” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, akıllı, bilgili ve yetenekli olmak akılsızlığın neden olduğu olumsuz koşullar vurgulanarak karşıtlıklarla yüceltilmektedir.

Örnekler:

“Akıl kişiye (adama) sermayedir”

“Akıllı düşman, akılsız dosttan hayırlıdır”

“Akıllı, söylemeden düşünür, akılsız düşünmeden söyler”

“Boş fıçı çok langırdar”

“Baht (akıl) olmayınca başta ne kuruda biter ne yaşta”

“Cahilin dostluğundan, âlimin düşmanlığı yeğdir”

“İşini bilmeyen kasap ne bıçak kor ne masat”

“Kedi törpüyü yalar da kanlar çıktıkça ‘oh’ der” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “doğru ve dürüst olmanın” hem toplumsal kabul için önemli olduğu hem de toplumsal dışlanmaya neden olabileceği belirtilmektedir.

Örnekler:

“Allah doğrunun yardımcısıdır”

“Ak koyun ak bacağından, kara koyun kara bacağından asılır”

“Doğru söyleyeni dokuz köyden kovarlar”

“Doğru söyleyenin bir ayağı üzenide gerek”

“Hak deyince akan sular durur”

“Hile ile iş gören mihnet ile can verir”

“Doğru söz yemin istemez” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, soylu olmak soysuz olmakla keskin bir zıtlık yaratılarak yüceltilen, kötü durumların topluma yansıtılmaması gerektiğine inanılan ve soya bağlılığın önemli olduğu bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Örnekler:

“Katrandan olmaz şeker, olsa da cinsine çeker”

“Eşek at olmaz, ciğer et olmaz”

“Cins kedi ölüsünü göstermez”

“Otu çek, köküne bak”

“Soy asma, soyuna çeker”

“Ulular köprüi olsa basıp geçme”

“Yılan ne kadar eğri gitse deliğine doğru girer” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “iyilik yapmanın” gündelik hayatta birbirine zıt olan sonuçlar ortaya çıkarabileceğini ve iyilik-kötülük karşıtlığıyla sunulan bir eylem olduğunu söyleyebiliriz.

Örnekler:

“Kanı kanla yumazlar, kanı su ile yurlar”

“Yara, sıcakken sarılır”

“Besle kargayı, oysun gözünü”

“İyiliğe iyilik her kişinin kârı, kötülüğe iyilik er kişinin karı”

“Sana taşla vurana (dokunana) sen aşla (ekmekle, pamukla) vur (dokun)”

“Herkesin ettiği yoluna gelir”

“Kişi (herkes) ektiğini biçer” (Aksoy, 1988).

Dünya görüşünün önemli bir bileşeni olan “ölçülü olmak” atasözlerinde dolaylı olarak sıklıkla vurgulandığını görmekteyiz. “Ölçülü olmanın” doğrudan altının çizildiği atasözlerinde ise “densiz olmak, çok ve yersiz konuşmak” gibi ölçülü olmamanın ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlara odaklanılmaktadır.

Örnekler:

“Deli deli akarı, bura bura tıkarlar”

“Densiz deve kuyruğu, “deh!” demeden sallanır”

“Haddini bilmeyene bildirirler”

“Boşboğazı cehenneme atmışlar, ‘odun yaş(az)’ diye bağırmuş”

“Dilim seni dilim dilim dileyim, başıma geleni senden bileyim”

“Vakitsiz öten horozun başını keserler” (Aksoy, 1988).

“Gösterişçi olmamak” atasözlerinde ağırlıklı olarak giysi gibi unsurlarla dış görünüşe değer vermemek ya da görünüş olarak benzemenin önemli olmadığı anlamında kullanılmaktadır.

Örnekler:

“Adam adamdır, olmasa da pulu; eşek eşektir, olmasa da çulu (atlastan olsa çulu)”

“Ak koyunu (ala keçiyi) gören, içi dolu yağ sanır”

“Kürk ile börk ile adam olunmaz”

“Tüy (yüz) güzelliği hamamdan eve, huy (ad, öz) güzelliği Urum’dan Şam’a”

“Yüzü güzele kırk günde doyulur; huyu güzele kırk yılda doyulmaz” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “ağırbaşlı olmanın” toplumsal alanda kabul gördüğü zıtlıklarla ve ortaya çıkan olumsuz sonuçlarla sunulmaktadır.

Örnekler:

“Ağır yongayı yel kaldırmaz”

“Ağır basar, yeğni (hafif) kalkar”

“Ağırlık altın kale, hafiflik basa bela”

“Kabahat (suç) öldürende değil, ölenedir”

“Yeğniyi yel alır, ağır yerinde kalır”

“Yenliceği yel atmış, götüne diken batmış”

“Gem almayan atın ölümü yakındır” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “umutlu olmanın” zor koşullarda düşünülmesi gereken bir eylem olduğu ifade edilmektedir.

Örnekler:

“Allah gümüş kapıyı kaparsa altın kapıyı açar”

“Allah kulundan geçmez”

“Dert gezmiş, derman beraber gezmiş”

“Her inleyen ölmez”

“Kara gün kararır kalmaz (durmaz)”

“Köpek suya düşmeyince yüzmeyi öğrenmez” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “sabırlı olmak” hem olumsuz koşulları kabullenme hem de umutlu bir geleceğe işaret etmektedir.

Örnekler:

“Allah sabırlı kulunu sever”

“Allah sevdiğine dert verir”

“Dertsiz baş, bostan korkuluğunda”

“Dertsiz bir kabak varmış, onun da başını kesip içini oymuşlar”

“Sabır acıdır, (acı ise de) meyvesi tatlıdır”

“Sabırla koruk helva olur, dut yaprağı atlas” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “değerli bir kişiliğe sahip olmanın” doğuştan verili olduğu belirtilmektedir.

Örnekler:

“Altın yerde paslanmaz, taş yağmurdan ıslanmaz”

“Elmas çamura düşse yine elmas”

“İt değmekle (işemekle) deniz pis olmaz”

“Kalaylı bakır küflenmez”

“Misk yerini belli eder”

“Suyu havana koy, döv döv yine su” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “güzel konuşmanın” toplumsal ve kişisel ilişkilerdeki olumlu etkileri ve olumsuz sonuçları vurgulanmaktadır.

Örnekler:

“Tatlı söz can azığı, acı söz baş kazığı”

“İnsanın eti yenmez, derisi giyilmez; tatlı dilinden başka nesi var?”

“Buğday ekmeğin yoksa buğday dilin de mi yok?”

“Söz var, iş bitirir; söz var, baş yitirir”

“Zırva tevîl götürmez” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “sevgi göstermenin” karşılıklı bir eylem olduğu ifade edilirken sevginin belirtilerinin ve koşullarının altı çizilmektedir.

Örnekler:

“Ayı sevdiği yavrusunu hırpalar”

“Bir selam bin hatır yapar”

“Gülü seven dikenine katlanır”

“Hatır için çiğ tavuk (da) yenir”

“Sev beni, seveyim seni (Say beni, sayayım seni)”

“Sevenin kuluyum (kulu ol), sevmeyenin sultanı”

“Sev seni seveni hâk ile yeksan ise, sevme seni sevmeyeni Mısır’a sultan ise” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “alçakgönüllü olmak” olgunlaşmak, erdemli ve bilgili olmak eylemleriyle ilişkilendirilmektedir.

Örnekler:

“Başak büyüdükçe boynunu eğer”

“Dolu küpün sesi çıkmaz”

“Ağaç, meyvesi olunca başını aşağı salar”

“Alçak uçan yüce konar, yüce uçan alçak konar”

“Yerdeki yüze basılmaz (kimse basmaz)” (Aksoy, 1988).

Toplumsal olarak kabul görmeyen olumsuz davranış ve düşüncelerle ilgili atasözlerinin ise kötülük (46), görgüsüzlük (14), tembellik (9), yalancılık (8) eylemleriyle vurgulandığı saptanmıştır.

Atasözlerinde, “kötülük” eylemi ağırlıklı olarak sebep-sonuç ilişkisinin altı çizilerek korku ya da kaygı duygularını güdelemek amaçlanmaktadır.

Örnekler:

“Alma mazlumun ahım, çıkar aheste aheste”

“Ağlayanın malı gülene hayır etmez”

“Bir uyuz keçi bir sürüyü boklar”

“Etme bulursun, inleme (inleye inleye) ölürsün”

“Harmanı yakarım diyen, orağa yetişmemiş”

“Fincancı katırını ürküten sayısız dayak yer”

“Kimsenin ettiği yanına kalmaz” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “görgüsüzlük” kişilik özelliği olarak anlatılırken görmemiş kişinin daha iyi konuma yükselmesinin olumsuz sonuçları belirtilmektedir.

Örnekler:

“Dağ adamı, hasta eder sağ adamı”.

“Karga kekliği taklit edeyim derken kendi yürüyüşünü şaşırması”

“Alma soysuzun kızını, sürer anası izini”

“Aptal ata binerse bey oldum sanır, şalgam aşa girerse yağ oldum sanır”

“Görmemiş görmüş, gülmeden (güle güle) ölmüş” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, “tembel” kişiler eşya ya da hayvanların özellikleriyle betimlenmektedir.

Örnekler:

“Ağır kazan geç kaynar”

“Av köpeği avdan kalmaz”

“İt ite buyurur, it de kuyruğuna”

“Eşeğe kaç gün yol gidersen demişler; onu bizlengiç bilir demiş”

“Eşeğin gönlüne kalsa bir baş maydanozu götürmez”

“Eşeğin yorulduğu yere han (köy) yapılmaz”

“Tembele ‘kapını ört’ demişler, ‘yel eser örter’ demiş” (Aksoy, 1988).

Atasözlerinde, hem “yalancılık” eylemi hem de “yalancı” kişilik özelliğinin altı çizilmektedir.

Örnekler:

“Çok söz (laf) yalansız, çok para (mal) haramsız olmaz”

“Dünya tükenir, yalan tükenmez”

“Yalanın kemiği yok ki boğazına bata”

“Arife günü yalan söyleyenin (oruç yiyenin) bayram günü yüzü kara çıkar (olur)”

“Ardıcın közü olmaz, yalancının sözü olmaz” (Aksoy, 1988).

Bulguların Yorumlanması ve Tartışma

Birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve kolektif eylemi güdüleyen atasözlerinde, akrabalık ve aile ilişkileri hem ayrıştırıcı kalıpyargıları hem de birlik, beraberlik, dayanışma duygusunu aktarırken, komşuluk, dostluk ilişkileri ve menfaat birliğinin önemi üzerine yoğunlaşmaktadır. Tülay Uğuzman da (2014, s. 125-128) atasözlerinde “çoğu zaman komşuluk, akrabalık, hısımlık ilişkilerinden çok daha önemli ve değerli olan” dostluk olgusunun birlik ve beraberlik için önemli olduğunu ve karşılıklılık esasına dayandığını, dostun ise “fedakâr ve sadık” olduğunu vurgulamaktadır. İhsan Kurt ise (2012, s. 167) “Türk toplumunda komşuluk ilişkilerine çok değer verildiğini”, “dostluk,

sevgi, yakınlık ve komşuluk unsurlarını işleyen Türk atasözlerindeki insan ilişkilerinde çoğunlukla, daha sıcak ve samimi bir yaklaşım olduğunu” belirtmektedir.

Atasözlerinde; iş birliğinin koşulları, kolektif güç için “birlikte” olmak, menfaat birliği için karşılıklı “fedakârlık” olarak kaydedilmiştir ve söz konusu bu dayanışma için “ortak aklın” gerekliliği vurgulandığı belirlenmiştir. Çünkü ulus, yapılan ve daha da yapmaya hazır olunan fedakârlıkların duygusuyla oluşan büyük bir dayanışmadır. Bir geçmiş gerektirir; ancak şimdide somut bir olayla tekrar edilir (Renan, 2019, s. 51). Millet olmak en büyük fedakârlıkları talep eder ve gündelik hayatta yeniden üretilir (Billig, 2002, s. 18). İnsanların sınırlı hayaller uğruna çok büyük fedakârlıklarda bulunabilmesinin nedeni ise milliyetçiliğin kültürel kökenlerinde yatmaktadır (Anderson, 1995, s. 20-22).

Atasözlerinde kolektiviteye ait olmak ve toplum tarafından kabulün görmek ekonomik bir yaklaşımla “zenginlik, güç, çalışma, emek verme, tutumlu olma, sahip olduklarıyla yetinme, kişisel çıkarını koruma, muhtaç olmama ve cömert olma” koşullarıyla ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Zengin olmak “güçlü ve üstün olmakla” eş anlamlı betimlenirken zenginlik “ayıpları ve kusurları örten” bir durum olarak belirtilmektedir. Yoksulluğun ise toplum içinde “değer verilmeyen” bir duruma neden olduğuna işaret edilmektedir. Atasözlerinde ağırlıklı olarak borç vermenin de almanın da olumsuz koşullara neden olacağı vurgulanmaktadır. Çalışkan olmak, emek vermek, tutumlu olmak ve sahip olduklarıyla yetinmek ise “aza kanaat etmek, dengeli olmak ve biriktirmek” eylemleriyle neden-sonuç ilişkisi vurgulanarak yansıtılmaktadır. Ekonomik anlamda kişisel çıkarını korumak, muhtaç olmamak ve kendi işini kendin yapmak; hem akrabalık, aile ve dostluk ilişkilerinin olumsuz etkileri konusunda dikkatli olmak hem de insanlardan faydalanmak anlamına gelmektedir. Uğuzman’ın (2014, s. 71-76) derinlemesine yaptığı incelemeye göre de atasözlerinde zenginlik “rahat, kolay, istenilen, tercih edilen”, “kişiyi her durumda muflu eden, insana zarar vermeyen, başkalarını özendirilen, imrendiren ve kismete bağlı” bir durum olarak yansıtılmaktadır. Öte yandan, atasözlerinde zengin olmanın olumsuz nitelikli birtakım şeyleri örtbas edeceği, paranın çok sevildiği ve ortaya çıkarılabileceği olumsuzluklar da vurgulanmaktadır.

Atasözlerinde üretim, tüketim ve mülkiyet ilişkilerine dair toplumsal değişimin izlerine açık bir şekilde karşılaşılmaktadır. Mülkiyet sahibi olmak için insanların ağırlıklı olarak “çalışkan ve tutumlu” olmaları beklentisi vurgulanmaktadır. Ekonomik yaklaşımla analiz edilen atasözlerinde bir anlamda başarının ölçütleri olarak değerlendirilen “zenginlik, çalışkanlık, disiplin ve kararlılık” ülküleri desteklenirken, “yoksulluk, açgözlülük, savurganlık” olgularını eleştirilmektedir. Uğuzman’ın (2014, s. 80-86) çalışması da “Türk halk düşüncesine göre, zengin olmak için çok çalışmanın yanı sıra varlığa güvenmemek, tutumlu olmak, parayı düşüncesizce harcamamak” gerektiğini göstermektedir. Atasözlerinde yoksulluk ise “yokluk, açlık, fukaralık, darlık, züğürtlük, öksüzlük, gariplik, çıplaklık” gibi sık kullanılan kavramlarla “zor, istenilmeyen, tercih edilmeyen”, “soyluluğu bile bozan” bir durum olarak yansıtılmaktadır.

Bu noktada Fromm’un “sosyal karakter” analizi, atasözleri ve modern endüstri toplumu arasında ilişki kurmamıza kılavuzluk etmektedir. On dokuzuncu yüzyıl toplumlarının orta sınıflarında “tutumluluk (istifçilik) adı verilen bir eğilim egemen olmuştur. Çağdaş “sosyal karakter” ise bütünüyle farklıdır; bugünün ekonomisi, tüketimin sınırlandırılması yerine artırılması, hatta sonuna kadar açılması ve özendirilmesi ilkesine dayanıyor. Modern endüstri toplumu, “insanın, enerjisinin büyük bir kısmını seve seve işine ayıran, disiplinli, düzenli ve zamanında hareket etme niteliklerine sahip olan bir kişilik kalıbı” ortaya çıkarmıştır (Fromm, 1973, s. 86).

Toplumsal olarak kabul gören olumlu davranış ve düşüncelerle ilgili atasözlerinin ise “kadercilik, lider olmak, akıllı, bilgili ve yetenekli olmak, doğru ve dürüst olmak,

soylu olmak, iyilik yapmak, ölçülü olmak, gösterişçi olmamak, ağırbaşlı olmak, umutlu olmak, sabırlı olmak, değerli bir kişiliğe sahip olmak, güzel konuşmak, sevgi göstermek, alçakgönüllü olmak” davranış ve düşünceleriyle ilişkili olduğu kaydedilmiştir. Türk toplumunda kadercî ya da akılcı olmanın arasındaki denge konusunda atasözleri önemli ipuçları sunmaktadır. Atasözlerinde en sık kaydedilen kategori olan “kadere inanmak/kadercilik”, “Allah, ecel, ölüm ve kismet” olgularıyla ifade edilmektedir. Çünkü kolektif bir amacın ortaya çıkması için mit ve hatıraların seçici de olsa kimliğin en temel bileşeni olan hafızaya demirlenmesi gerekmektedir. Böylece amaç ya da kader, milletin olmazsa olmazı hâline gelir. Etnik topluluklar; bir kimliğe ve kadere, efsanelere ve anılara sahip olduğu hissetmelidir (Smith, 1994, s. 32). Uğuzman’ın (2014, s. 109-111) iyilik ve kötülük üzerine yaptığı analiz de atasözlerinde iyiliğin “en büyük kazanç, olumlu bir değer, soysal bir miras, kalıcı bir meziyet” şeklinde; kötülüğün ise “önlem alınması, temkinli olunması gereken” bir durum olarak yansıtıldığını göstermektedir. Atasözlerinde determinist bir yaklaşımla iyiliğin ve kötülüğün mutlaka bir karşılığı ve bedeli olduğu vurgulanmaktadır.

“Liderlik” ise hem kişisel çıkar hem de toplumsal birlik açısından önemli bir statü olarak belirtilmektedir. “Akıllı, bilgili ve yetenekli” olmak akılsızlığın neden olduğu olumsuz koşullar vurgulanarak karşıtlıklarla yüceltilirken “doğru ve dürüst olmak” hem toplumsal kabul için olmazsa olmaz bir unsur hem de toplumsal dışlanmaya neden olabilecek bir etken olarak ifade edilmektedir. Atasözlerinde “alçakgönüllü olmak” olgunlaşmak, erdemli ve bilgili olmak eylemleriyle ilişkilendirilmektedir. Atasözlerinde “değerli bir kişiliğe sahip olmanın” doğuştan verili olduğu belirtilmektedir. Söz konusu bu kişilik özelliklerinin ırk gibi doğuştan verili olduğu inancı ve toplum tarafından yüceltilmesi toplumsal denetimin sağlanması açısından önemlidir.

Atasözlerinde soylu olmak, “soysuz” olmakla keskin bir zıtlık yaratılarak yüceltilmektedir. Soylu kişiler, “kişisel olarak yaşadıkları kötü durumları topluma yansıtılmamalıdır.” Atasözlerinde “iyilik yapmanın” gündelik hayatta birbirine zıt olan sonuçlar ortaya çıkarabileceğini ve iyilik-kötülük karşıtlığıyla sunulan bir eylem olduğunu söyleyebiliriz. Atasözlerinde “sevgi göstermenin” ise karşılıklı bir eylem olduğu ifade edilirken sevginin belirtilerinin ve koşullarının altı çizilmektedir. Birçok eylemin belirleyicisi olan “ölçülü olmak” atasözlerinde “densiz olmak, çok ve yersiz konuşmak” gibi ölçülü olmamanın nitelikleriyle vurgulanmaktadır. Atasözlerinde “güzel konuşmanın” toplumsal ve kişisel ilişkilerdeki olumlu etkileri ve “kötü” konuşmanın olumsuz sonuçları vurgulanmaktadır. Bu verilerle ilişkili olarak atasözlerinde ağırlıklı olarak giysi gibi unsurlarla dış görünüme değer vermenin önemli olmadığı “gösterişçi olmamak” gerektiği ifade edilmektedir. Benzer şekilde “ağırbaşlı olmak” da atasözlerinde zıtlıklarla ve ortaya çıkan olumsuz sonuçlarla sunulmaktadır.

Atasözlerinde “umutlu olmak” ve “sabırlı olmak” eylemleri, zor ve olumsuz koşulları hem kabullenme hem de olumlu bir dünya görüşüne işaret etmektedir. Bu duyguları ekonomik perspektifle analiz ettiğimiz atasözlerinde de görmek mümkündür. Çünkü umut, bireylerin ve ulusların karşılaştıkları zorlukları nasıl ele aldıklarını ve birbirleriyle nasıl ilişki kurduklarını belirlemektedir. Umut, bir güven ifadesidir ve bugünün dünden daha iyi olduğu ve yarının bugünden daha iyi olacağı inancına dayanmaktadır (Moisi, 2010, s. 27) Atasözlerinde de özellikle zor koşullarda talep edilen eylem ve fedakârlıkların yapılması sonucunda daha iyi bir noktaya gelinebileceği gibi olumlu bir dünya görüşü hakimdir.

Toplumsal olarak kabul görmeyen olumsuz davranış ve düşüncelerle ilgili atasözlerinin ise “kötülük, görgüsüzlük, tembellik, yalancılık” eylemleriyle vurgulandığı saptanmıştır. Toplumsal olarak kabul görmeyen olumsuz davranış ve düşüncelerle ilişkili

atasözlerinde ağırlıklı olarak sebep-sonuç ilişkisinin altı çizilerek korku ya da kaygı duygularını güdelemek amaçlanmaktadır. Umut gibi korku duygusu da güven duygusuyla ilişkilidir ve hem ulusal hem de bireysel ilişkilerde belirleyici olabilmektedir. Korku, güven eksikliğinden kaynaklanan bir duygudur ve hayatı belirleyen başat duygu korku ise şimdiki zaman hakkında endişe duygusu hakimdir ve geleceğin daha da tehlikeli olması beklenmektedir. Korku, dünyadaki tehlikelerden korunmakla ilişkilidir (Moisi, 2010, s. 27). Atasözlerinde özellikle “kötülük, görgüsüzlük, tembellik, yalancılık” eylemlerinin bireyin kendisine zarar verebileceği sonuçlara neden olabileceği anlayışıyla toplumsal denetim sağlanabilmektedir. Atasözlerinde, “görgüsüzlük” kişilik özelliği olarak anlatılırken görmemiş kişinin daha iyi konuma yükselmesinin olumsuz sonuçları belirtilmektedir. Atasözlerinde “tembel” kişiler özellikle eşya ya da hayvanların özellikleriyle betimlenmektedir. Atasözlerinde hem “yalancılık” eylemi hem de “yalancı” kişilik özelliğinin altı çizilmektedir.

Atasözlerinde, Türk kolektif kimliğinin güçlenmesi ve kültürel homojenliğin sağlanabilmesi için talep edilen referans kaynakları olarak saptanan yardımlaşma, sevgi ve saygı, iyilik-kötülük, çalışkanlık-tembellik, zenginlik-yoksulluk, dürüst olmak-yalan söylemek olguları koşullu olarak sunulmaktadır. Bir başka ifadeyle söz konusu bu olgulara ilişkin kaydedilen atasözlerinde ödül-ceza anlayışıyla neden-sonuç ilişkisi sunulmaktadır. Bir determinist bir dünya görüşünün altının çizildiği kaydedilmiştir. Atasözlerinde kalıpyargılar, Durkheim’ın “kolektif bilincin en görünür hâli olan yoldan sapanların cezalandırılması” (Smith & Riley, 2020, s. 29) yani “belirli cezalarla bastırılan edimler” niteliğindedir ve suç, ulusların ahlaki vicdanlarını benzer biçimde etkilemektedir, aynı tepkiye yol açmaktadır. Fakat “yalnızca ahlaki, yani kesinlikten yoksun ve yaygın nitelikteki yaptırımlarla korunan duygular, bir ceza ile yaptırıma bağlanmış duygulara göre daha az güçlü, daha az örgütlenmiş olduğu unutulmamalıdır” (Durkheim, 2006, s. 99-109).

Sonuç

Bu çalışmada, toplum ölçütlerinin kimlikleri biçimlendirmesi sürecinde önemli bir halk kültürü ürünü olan Türk atasözlerinin işlevi açıklanmaktadır. Atasözlerinde; birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve kolektif eylem geleneksel aile, komşuluk ve dostluk ilişkilerinde büyük ölçüde “iş birliği, ortak akıl, karşılıklı fedakârlık ve sorumluluk” anlayışına dayanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, modern anlayışla milletler, devletlerin fedakârlık talebiyle kitleleri seferber edebilmesiyle ortaya çıkan topluluklardır. Fakat etno-sembolist perspektifle milletlerin devamlılığını sağlamak için etno-kültürel kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Atasözlerinin ise “millet inşası” sürecinde atalardan kalma kalıpyargılarla kültürel özdeşleşmeyi sağlamak ve geçmişten bugüne devamlılık hissini tesis edebilmek amacıyla gündelik hayatı biçimlendiren etno-kültürel kaynaklardan biri olduğunu söylemek mümkündür.

Öte yandan, atasözlerinde toplumsal kabulün temel belirleyici unsurunun ekonomik ilişkiler olduğu görülmektedir. Atasözlerinde, zenginlik ve zenginlikten türeyen “güç” gibi toplumsal hâller ve roller kutsanırken, yoksulluk ve yoksulluğun “çalışmamak” gibi varsayılan nedenleri ve aciziyet gibi ortaya çıkardığı durumlar dışlama pratikleriyle ve determinist bir anlayışla sunulmaktadır. Atasözlerinde kabul gören kalıpyargılar ise ağırlıklı olarak “tefekfüre, akla, dürüstlüğe, alçakgönüllü ve ölçülü olmaya” işaret eden bir dünya görüşünü yansıtmaktadır.

Toplumsal olarak kabul gören olumlu davranış ve düşüncelerle ilgili atasözlerinin büyük ölçüde “kadercilik, lider olmak, akıllı, bilgili ve yetenekli olmak” unsurlarına dayandığı görülmektedir. Kadere inanmak ya da bir başka ifadeyle kadercilik, toplumsal

düzenin tesisi için gerekli olan “kabulleniş” ve “umut” olgularıyla ilişkilidir. Bir toplumda kolektif bir amaç ortaya çıkarmak için de hem ortak bir kadere hem de geleceğe ve umut duygusuyla şekillenen olumlu bir dünya görüşüne ihtiyaç duyulmaktadır. Liderlik ise önemli bir statü göstergesi olarak hem kişisel çıkarın korunması hem de toplumsal birliğin sağlanması açısından yüceltilen bir unsurdur. “Akıllı, bilgili ve yetenekli” olmak ise dışlanma ve aşağılanma pratikleriyle toplumsal kabul için olmazsa olmaz şartlar arasında yer almaktadır.

Atasözlerine ikilemler, karşıtlıklar ve koşullar hâkimdir ve atasözleri bireyleri, neden-sonuç ilişkisiyle kaygı ve korkuya neden olarak ya da umut duygusunu sağlayarak toplumsal kabulün şartlarına uyum konusunda güdülemektedir. Atasözlerinde vurgulanan kalıpyargılar, içsel bir erdem olmaktan daha çok ödül-ceza anlayışıyla toplumsal bir insanın ürünüdür. Çünkü kültürel özdeşliğin bileşenlerinden kaynaklanan yaptırımlar, kolektif bilincin güçlenmesi için olmazsa olmaz olguların yani siyasal iktidarların talep ettiği ödev ve yükümlülüklerin zor kullanmadan, saygı duyulan ahlaki düzenlemelerle yerine getirilmesini sağlamaktadır. Atasözleri gibi halk kültürü ürünleriyle ödev ve yükümlülük duygusunun bireyde güçlü bir şekilde sürekli olarak yeniden üretilmesi; belirsiz, karmaşık ve tutarsız toplumsal alanın düzenlenmesinde hem toplumsal rollerin hem de toplumsal roller arasındaki ilişkilerin sınırlarının saptanmasında önemli bir süreçtir.

Fakat atasözlerinde kaydedilen kadercilik, zenginlikten türeyen toplumsal rollerin kutsanması, ödül ve ceza anlayışına dayalı ahlâkî düzenlemelerle sunulan determinist dünya görüşünün gözden geçirilmesi düşünülmelidir. Atasözlerinde vurgulanan söz konusu bu kalıpyargılar ve simgesel sınırlar, toplumsal alanın düzenlenmesinde olmazsa olmazlar arasında yer alan fedakârlık olgusuyla ilişkili ödev ve yükümlülükler ile milli kimlik ve “ideal” kolektif ruh arasındaki ilişkinin gevşek ve kırılabilir bağlarla inşa edilmesine neden olabilmektedir.

Kaynakça

- Akın, A. (2010). *Kültür Penceresinden Türk İş Sisteminin Temelleri ve Atasözleri Bağlamında Bir Model Önerisi*. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7(2), 810-838.
- Akçam, T. (1995). Hızla Türkleşiyoruz. *Birikim Dergisi*, 71-72.
- Aksoy, Ö. A. (1988). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Anderson, B. (1995). *Hayali Cemaatler*. (çev. İ. Savaşır) İstanbul: Metis Yayınları.
- Arık, R. O. (1974). *Coğrafyadan Vatana*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Armstrong, J. A. (2018). *Milliyetçilikten Önce Milletler*. (E. Türközü) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Billig, M. (2002). *Banal Milliyetçilik*. (çev. C. Şişkolar) İstanbul: Gelenek Yayıncılık.
- Calhoun, C. (2012). *Milliyetçilik*. (çev. B. Sütçüoğlu) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ceylan, F. (2021). Türk Kültüründe İknanın Atasözleri Bağlamında İncelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 45, 347-362.

- Çağaptay, S. (2008). *Otuzlarda Türk Milliyetçiliğinde Irk, Dil, Etnisite*. (Haz. T. Bora ve M. Gültekingil, Modern Türkiye’de Siyasal Düşünce Cilt 2: Kemalizm). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Delannoi, G. (1998). *Milliyetçilik ve İdeolojik Kataliz*. (haz. J. Leca, Uluslar ve Milliyetçilikler). (çev. S. İdemen) İstanbul: Metis Yayınları.
- Dieckhoff, A. (2010). Siyasal Milliyetçiliğe Karşı Kültürel Milliyetçilik mi? (haz. A. Dieckhoff, ve C. Jaffrelot, *Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar*). (D. Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Durkheim, E. (2006). *Toplumsal İşbölümü*. (çev. Ö. Ozankaya) İstanbul: Cem Yayınevi.
- Elçin, Ş. (2004). *Halk Edebiyatına Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Esen, S. , ve Yılmaz, E. (2011). Türk Atasözleri ve Deyimlerinde Girişimcilik Olgusu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 249-258.
- Frey, F. (1966). *Surveying Peasant Attitudes in Turkey*. Public Opinion Quarterly, 17(3).
- Fromm, E. (1973). *Çağımızın Özgürlük Sorunu*. (çev. B. Güvenç) Ankara: Özgür İnsan Yayınları.
- Güzel, A., ve Karadağ, Ö. (2013). Kelime Sıklığı Açısından Türk Atasözleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 274-280.
- Georgeon, F. (1986). *Türk Milliyetçiliğinin Kökenleri: Yusuf Akçura*. (çev. A. Er) Ankara: Yurt Yayınları.
- Greenfeld, L. (2017). *Milliyetçilik, Moderniteye Giden 5 Yol: İngiltere, Fransa, Rusya, Almanya ve Amerika Örnekleri*. (çev. A. Yılmaz) İstanbul: Alfa Yayınları.
- Karpat, K. H. (2019). *Kısa Türkiye Tarihi: 1800-2012*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Kemiksiz, Ö. (2021). Kök Değerler Bakımından Türk Atasözleri. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 495-518.
- Kurt, İ. (2012). *Türk Atasözlerine Psikolojik Yaklaşımlar*. Ankara: Akçağ yayınları.
- Kushner, D. (1979). *Türk Milliyetçiliğinin Doğuşu*. (çev. Ş. S. Türet ve F. Erdem) İstanbul: Kervan Yayınları.
- Leca, J. (Dü.). (1998). *Uluslar ve Milliyetçilikler*. (çev. S. İdemen) İstanbul: Metis Yayınları.
- Lewis, B. (1993). *Modern Türkiye'nin Doğuşu*. (çev. M. Kıratlı) Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Mardin, Ş. (1991). *Türkiye'de Din ve Siyaset: Makaleler III*. (haz. M. Türköne ve T. Önder) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Moisi, D. (2010). *The Geopolitics of Emotion: How Cultures of Fear, Humiliation, and Hope Are Reshaping the World*. New York/London/Toronto/Sydney/Auckland: Doubleday.
- Özdemir, E. (1984). *Atasözleri Sözlüğü*. Ankara: Remzi Kitabevi
- Renan, E. (2019). *Ulus Nedir?* (çev. G. Yavaş) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Rocker, R. (2019). *Milliyetçilik ve Kültür*. (çev. A. Çakıroğlu) İstanbul: Kaos Yayınları.
- Smith, A. (2002). *Ulusların Etnik Kökeni*. (çev. S. Bayramoğlu ve H. Kendir). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Smith, A. (2005). *Images of the Nation: Cinema, Art and National Identity*. (haz. M. Hjort ve S. Mackenzie). London-New York: Taylor&Francis.

- Smith, A. (2017). *Etno-Sembolizm ve Milliyetçilik*. (çev. B. F. Çallı) İstanbul: Alfa Kitap.
- Smith, P. ve Riley, A. (2020). *Kültürel Kurama Giriş*. (çev. S. Güzelsarı ve İ. Gündoğdu) Ankara: Dipnot Yayınları.
- Türkdoğan, O. (2013). *Türk Ulus-Devlet Kimliği*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Taşdemir, N. ve Özkan, B. Ö. (2016). *Türk Kimliği İçerikleri*. *Türk Psikoloji Yazıları*, 19(38), 35-49.
- Tergip, A. (2014). *Türk Atasözleri ve Deyimlerinde Kötüleme İfadeleri*. *Folklor Edebiyat*, 20(80), 275-294.
- Thiesse, A.-M. (2010). *Ulusal Kimlikler, Ulusaşırı Bir Paradigma*. (haz. A. Dieckhoff, C. Jaffrelot, *Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar*). (D. Çetinkasap) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Uğuzman, T. (2014). *Atasözlerine ve Deyimlere Yansıyan Türk Halk Düşüncesi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- White, J. (2013). *Müslüman Milliyetçiliği ve Yeni Türkler*. (çev. F. Güllüpinar ve C. Taştan) İstanbul: İletişim Yayınları.