



SOSYAL MEDYADA TÜRK ATASÖZLERİNİN DURUMU ÜZERİNE BAZI TESPİTLER

Dr. Öğr. Üye Erhan ÇAPRAZ*

ÖZ

Bu yazıda, nitel gözleme göre Türk atasözlerinin sosyal medyada durumu ele alınmıştır. Malum olduğu üzere atasözleri, sözlü kültür ortamında bir milletin bin yıllara uzanan hayat tecrübesinin, yani örfünün bugünlere erişmiş kalıplarıdır. Diğer bir ifade ile, töreye dayalı olarak sözlü kültürün kalıp söz aktarımı, atasözlerini doğurmuş ve gelenekleşen bir atasözü anlayışını da beraberinde getirmiştir. Fakat gerek yazılı kültür, gerekse devamında büyük bir gelişme kaydeden elektronik kültür ortamı, doğal olarak kendi şartları içerisinde bu atasözü anlayışının bir değişim ve dönüşüm yaşamasını da zorunlu kılmıştır. Yani atasözlerinin karşısına çoğu zaman bir "motto"ya (=slogan) dönüşen özdeyişleri çıkarmıştır. Bundan dolayı kanaatimize göre özdeyişler, tıpkı atasözlerinin sözlü kültürde sahip oldukları gibi, yazılı ve görsel kültürün kalıpları şeklinde bir form kazanmış görünmektedir. Yazılı kültürün hakimiyetini perçinleyen elektronik kültür ortamı ise özdeyişlerin kazanmış olduğu bu formun özellikle sosyal medyada daha da popülerleşmesini sağlamış olmalıdır. Zira atasözleri, sadece ödev sitelerinde, il kültür müdürlüklerinin internet sayfalarında ve Facebook, Twitter ve İnstagram gibi yaygın sosyal medya araçlarında atıl durumda kalmıştır. Aslında yaşanan bu durum, sözün zamana ve zemine bağlı döngüsellidir. Fakat insanlık boyunca devam edecek olan bu kaotik süreçte bizlere düşen temel görevlerden biri de, elimizden geldiği kadar elektronik kültür ortamında da atasözlerini daha çok ön plana çıkarıp Türk töresinin, Türk idrak ve belleğinin sürekliliğini temine çalışmak olmalıdır. Dolayısıyla bizim açımızdan sadece önemli bir "geliştirme" içeren bu tutum, diğer taraftan, Türk toplumunun kendi geleceğini teminat altına alma çabasının açık bir tezahürü olarak da değerlendirilebilir. Bunun için de öncelikle çocuklar için ilköğretimden itibaren formel bir eğitim kanalı açılması zorunludur. Çeşitli ve zengin etkinliklerle zenginleştirilmiş formel eğitim sayesinde atasözlerinin genç dimağlarda yer edinmesi sağlanmalıdır. Başta T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, T.C. Kültür Bakanlığı ve Türk Dil Kurumu olmak üzere kurumlar arasında bir işbirliği gerçekleştirilerek gerekirse oluşturulacak bağımsız bir birim sayesinde sözlü kültür ürünlerimizin her türlü ortamda tanıtılması ve benimsetilmesi için faaliyet ve projeler planlanmalıdır. Zira yapılan gözleme göre ancak bu sayede atasözlerin her türlü sosyal medya aracında işlerlik kazanabileceği aşikârdır.

Anahtar Kelimeler: *sosyal medya, atasözü, özdeyiş, Türk halkbilimi, folklor*

SOME DETERMINATIONS ON THE STATUS OF TURKISH PROVERBS IN SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

In this article, the situation of Turkish proverbs in social media according to qualitative observation is discussed. As it is known, proverbs are the patterns of the life experience of a nation extending to thousands of years in an oral cultural environment, that is, the custom. In other words, the stereotypical transmission of the verbal culture based on custom gave birth to proverbs and brought along a tradition of proverbism. However, both the written culture and the electronic culture environment, which has made great progress in its continuation, naturally made it necessary for this proverb understanding to experience a change and transformation in its own conditions. In other words, he has brought out proverbs that often turn into a "motto" (=slogan) against proverbs. Therefore, in our opinion, proverbs seem to have acquired a form in

* Erciyes Üniversitesi/Edebiyat Fakültesi/Türk Dili Ve Edebiyatı Bölümü/Türk Halk Edebiyatı Anabilim Dalı, erhancapraz38@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-8705-4981

the form of patterns of written and visual culture, just as proverbs have in oral culture. The electronic culture environment, which reinforces the dominance of the written culture, must have made this form, which has been gained by the aphorisms, become more popular especially in social media. Because proverbs remained idle only on homework sites, on the websites of provincial cultural directorates and on common social media tools such as Facebook, Twitter and Instagram. In fact, this situation is the cyclicity of the word depending on time and ground. However, in this chaotic process that will continue throughout humanity, one of our main duties should be to bring the proverbs to the forefront in the electronic cultural environment as much as we can and to ensure the continuity of Turkish tradition, Turkish understanding and memory. Therefore, this attitude, which includes only an important “development” for us, can also be considered as a clear manifestation of the effort of Turkish society to secure its own future. For this, it is obligatory to open a formal education channel for children starting from primary education. Thanks to formal education enriched with various and rich activities, it should be ensured that proverbs have a place in young minds. First of all, T.C. Ministry of National Education, activities and projects should be planned for the promotion and adoption of our oral cultural products in all kinds of environments, with the help of an independent unit to be established, if necessary, through a cooperation between institutions, including the T. C. Ministry of Culture and the Turkish Language Association. Because, according to the observations made, it is obvious that only this way proverbs can work in all kinds of social media tools.

Keywords: Social media, proverb, aphorism, Turkish folklore, folklore

Giriş

İnternet üzerinde yaptığımız nitel gözleme göre Türkler, duygu ve düşüncelerinin aktarımında kültürün yaygın söz kalıpları olan atasözlerini pek fazla tercih etmemektedir. Hâlbuki atasözleri, binlerce yıllık Türk idrak ve kabiliyetinin en veciz ifade şekillerini oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu yazıdaki temel gaye, “ata yadigârları” (Dilçin, 2000: XII) olarak kabul edilen Türk atasözlerine daha çok dikkat çekmek, bugün artık iletişimin büyük ölçüde gerçekleştiği sosyal medyada atasözlerine daha çok alan açılması için insanlarda bir ilgi ve hassasiyet oluşturabilmenin imkân ve çarelerini tartışmaktır. Zira bugün geldiğimiz zamanda internet, halkbilimi araştırmalarının bizatihi vitrinini oluşturmaktadır (Çobanoğlu 2018: 125). Diğer taraftan Türklerin söz konusu âlemde daha ziyade “tüketici” olarak yer almaları (Özdemir 2012: 408), belki insanları belirli açılardan sınırlayan ideolojik bir tavır içeriyor gibi görülebilse de bu ilginin ne kadar elzem olduğu açıkça ortadadır. Bu bağlamda biz araştırmacılara düşen temel görevlerden biri de mensubu olduğumuz toplumda sanal âlemdeki eylemlerimizi bilimin sınırları içerisinde “geliştirme”ye yönelik çalışmalarda bulunmak olmalıdır. Zira Trevor Blank’ın ifade ettiği üzere, internette “folklor grubu” üzerine araştırma yapan folklorcuların işi, sadece “gözlem” veya “gerçek kimlik ve yaratıcılarının bilgisini kaydetmek” değil, her grup üyesi arasında gerçekleşen davranış ve yürütmenin kurallarını geliştirmenin yollarını da bulmaktır (Maria, Zoi vd. 2018: 20). Bu itibarla yazıda, öncelikle Türk atasözlerinin özellik ve imkânları üzerinde durulacaktır. Daha sonra sanal âlemde Türk atasözlerinin durumu ele alınacaktır. Son/Sonuç kısmında ise bu özellik ve imkânlarına bağlı olarak özellikle sosyal medyada Türk atasözlerine dönük bir duyarlılık oluşturabilmenin yolu/yolları dile getirilecektir.

1. Türk Atasözleri Üzerine

Malum olduğu üzere insanlığın kültür macerası ilk olarak “söz” ile başlamıştır. Henüz yazının bilinmediği bu süreçte [=birincil sözlü kültür ortamı] her türlü bilgi ve tecrübe aktarımı sadece insanın hafızasına bağlı olduğu için insan zihni bu ortamda düşüncenin korunup tekrar hatırlanabilmesi için “ezberleme”, “bellekte saklama”, “dönüştürme”, “kalıplaştırma” ve “hatırlama” gibi pratik çözümler geliştirmiştir (Ong, 2007: 46-96). Bu yüzden sözlü gelenekten kaynaklanan anlatım biçimlerinin bazı hazır düşünme kalıpları içermesi gerekir. Bu ise anlatıda “ritmik, dengeli tekrarlar”, “ünsüz ve ünlü seslerin uyumu”, “sıfatlar ve başka kalıpsal ifadeler”, “atasözleri” ve “düşünceyi belli izleklere yerleştirme” yolu ile sağlanır (Ong 2007: 49-50). Dolayısıyla Türklerin “sav, sagu, koşuk ve destan” gibi ilk dönem sözlü eserlerine baktığımızda, başlangıçtan itibaren Türk sözel edebiyat geleneğinin “nazım” ve “sav” temelli bir gelişme süreci yaşadığı rahatlıkla ifade edilebilir. Hatta bazı atasözlerinin ses ve ritim özellikleri, savların da nazma bağlı bir değişim ve dönüşüm geçirdiklerini bize açıkça göstermektedir. Bu açıdan da baktığımız zaman, sözlü kültür ortamında her türlü bilgi, tecrübe ve düşüncenin “atasözleri”ne de bağlı bir aktarım süreci yaşadığı aşikârdır. Nitekim bizim de içerisinde yer aldığımız Doğu edebiyatı geleneğinde halk hikmetini ve hayat görüşünü ifade eden atasözleri birer “hikâye özeti” olarak kabul edilmektedir (Yazıcı 1998: 480). Hatta Türk folklorunun devrelerinden “örtülü devre”de Ahmet Vefik Paşa tarafından folklorun bizzat “hikmet-i âvâm” şeklinde tabir edilen atasözleri ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu gerçeklerden de yola çıkarak düşünceyi aktarım vasıtaları olarak sözlü kültür ortamının “atasözü”nü; çok sonraları ortaya çıkan yazılı kültür ortamının “özdeyiş”i ve elektronik (görsel) kültür ortamının ise daha popüler nitelikteki “özdeyiş”, “motto” ve “aforizma”yı öne çıkardığını görmekteyiz.

Atasözleri, insanların cemiyet şuuruna erişmesiyle doğmuş “medenîleşmiş töreler”dir (Dilçin 2000: XV). Özkul Çobanoğlu, “milletlerin karakterlerini, hayat karşısında tavır ve zihniyetlerini ifade eden özlü sözler” olarak tanımladığı atasözlerinin taşıdıkları mesajlar ve yönlendirdikleri davranışlar itibarıyla, Türk milletinin temel zihin yapısını gösteren birlik ve bütünlüğü ifade etmeleri bakımından sözlü edebiyat türleri içinde ayrı bir ehemmiyete sahip olduğunu belirtmektedir (Çobanoğlu 2004: 1). Ayrıca bunlar, “millî karakterimizi yansıtan, coğrafya, lehçe vb. farklılıkların ötesinde bütün Türkleri birleştiren önemli bir kaynaktır.” (Çobanoğlu 2004: 1). Nebi Özdemir ise atasözlerinin “Türk kültürünün damıtılmış bellekleri” olduğunu, “dolayısıyla kültürel kalıtım araştırmaları için şifreler içerdiğini” (Özdemir 2012: 398) bildirmektedir. *Dîvânu Lugâti't-Türk*'teki örneklerinden hareketle Türk atasözlerini “kavramsal birleştirme (conceptual integration)” kuramına göre inceleyen Adnan Rüştü Karabeyoğlu ise atasözlerinin kültürü kavramsallaştırdığını [=kültürel kavramsallaştırma], yani bunların bugün de büyük ölçüde geçerli olan Türk idrak ve belleğinin varlık âlemini kavramsallaştırma tarz ve tercihleri ile bunları yönlendiren tavır ve unsurlarını içerdiğini ifade etmektedir (Karabeyoğlu 2015: 1-3). Bu itibarla, bin yıllardır Türk kültür belleğinin sahip olduğu değerlerin aktarımda atasözlerimizin taşıdığı önem açıkça ortadır.

“Atalarsözünü tutmayanı yabana atarlar”, “Ulu sözü dinlemeyen uluyukalır”, “Atalarsözü evlada mirastır”, “Atalarsözünü tutan yüce dağlar aşar”, “Atalarsözü tutmayan yolu ya teke ya büke”, “Atalarsözü tutmayan ok gibi atılır” ve “Ataların bir sözü bin öğüde geçer” gibi atasözlerimizde de görüldüğü üzere atasözleri, kendisini

üreten Türk halkının nazarında “güç ve saygınlık kaynağı” olarak tarif edilmektedir (Başgöz 1998: 116). Ayrıca, “Atasözü, hırsız akıllı yapar”, “Atasözü, köylüyü Moskova’ya kadar götürür”, “Atasözü, insanı kurtarıcı bir uyarıdır”, “Atasözü, insana teselli verir”, “Atasözü, insana güzel konuşma öğretir”, “Atasözü, insanı değerli kılar”, “Atasözü, güçlükleri uzaklaştırır” ve “Atasözü, ata benzer, gerçek yittiği zaman, onu bulmak için atasözü kullanırız” (Başgöz 1998: 117) gibi değişik ülkelere ait atasözlerine baktığımızda da atasözlerinin insan hayatının pek çok alanında yüklendiği “işlev”ler sayesinde insanı çekip çevirme kudretine sahip olduğu görülmektedir. Kısacası, “kısalık”, “geleneksel değeri olmak”, “gerçeği yansıtmak” ve “konuşmaya katkı sağlamak” (Başgöz 1998: 117) gibi tüm kültürlerin anlaştığı ortak nitelikleri ile atasözleri, ulusal karakterleri yanında, taşıdıkları evrensel değerlere de bağlı olarak uluslararası kaynaşmanın ve yakınlaşmanın sağlanmasında da en etkili araçtır.

Atasözlerinin görsel kültür ortamına gelinceye kadar yazının da etkili olduğu edebî gelenekte de yaygın bir kullanıma sahip olduğu görülmektedir. Halk şiirinde yaygın olarak nasihat destanlarında; divan şiirinde ise pendnameler başta olmak üzere mesnevilerde bunların oldukça zengin bir kullanım alanı mevcuttur (Dilçin 2000: XIII). Hatta divan şiirinde daha sonraki süreçte, muhtemelen atasözlerine bağlı olarak “tabirat, kinayat ve kelam-ı kibar” gibi sözler de ortaya çıkmıştır (Dilçin 2000: XXI).

Edebî gelenekte atasözlerinin tam anlamıyla bağımsız bir sosyal kullanım alanı olduğu söylenemez. Bunlar genellikle destan, hikâye, masal, efsane ve türkü içinde veya konuşma ve tartışmalarda kullanılmaktadır. Dolayısıyla atasözlerinin “süsleme”, “kişisel konuşmayı güzelleştirme”, “destekleme” ve “iletişimi güçlendirme” (Başgöz 1998: 118) gibi işlevlerine de baktığımız zaman ise bunların daha çok fikirleri kuvvetlendirdiği için sıklıkla konuşmanın bir parçası olduğu görülmektedir. Ayrıca şairler, şiirlerini süslemek ve bir faslı açar ve kaparken insanların tereddütsüz inanıp kabul edeceği bir söz söylemek icap ettiği için de atasözlerine eserlerinde sıklıkla yer vermişlerdir (Dilçin 2000: XXI). Nitekim Hâmit Efendi, *Emsâl-i Meydânî* tercümesinde bu hususu şöyle dile getirmektedir:

Meselin nef'i çün hüveydâdır

Zûr-ı bâzû-yı şi'r ü inşâdır

Şi'r ü inşâ anınla muhkem olur

Kime îrâd olunsa mülzem olur (Dilçin 2000: XXII).

XVIII. yüzyılda yaşamış halk şairi Levnî de meşhur atalar sözü destanında, atasözlerini tutan insanların selim bir kalbe sahip olacağını ve diğer insanlarla bir gönül birliği sağlayabileceğini bize açıkça telkin etmektedir:

Tut atalar sözün kalb-i selîm ol

Gönülden gönüle yol var demişler

Gider yavuzluğu tab-ı halîm ol

Sarp sirke kabına zarar demişler (Dilçin 2000: XXII).

Atasözlerinin doğrudan hikmete ve hakikate açılan bir tarafı da vardır. Nitekim Tanzimat dönemi şairi İbrahim Şinasi de atasözlerini “hikmetü'l-avâm” yani halk hikmeti, halk felsefesi şeklinde ifade etmiştir (Dilçin 2000: XXIII). Ayrıca eski bir atasözümüzde de “Atalarsözü *Kur'an'a* girmez; yanınca lök lök yelişür (=birlikte koşup yarışır)” denmekte, halkın nazarında atasözlerinin hakikate oldukça yakın bir mesafede olduğu açıkça vurgulanmaktadır. Nitekim Yalçın Koç da eserinde bu hikmet ve hakikat aktarımına “maya” adını vermiş, mayanın da Türkistan’dan Anadolu’ya gelen “kelam” olduğunu bildirmiştir (Koç 2007: 16). M. Fuad Köprülü ise *Türk Edebiyatı’nda İlk Mutasavvıflar* adlı eserinde Türkistan’da Ahmet Yesevî ile başlayan bu kelam aktarımının Anadolu’da Yunus Emre’nin şahsında ve şiirlerinde yeniden mayalandığını ortaya koymuştur (Köprülü 2007). Dolayısıyla Türklerde İslamiyet’in kabulü ile birlikte atasözlerine de bağlı yoğun bir hikmet aktarımının/anlatımının yaşanmaya başladığı söylenebilir.

Dîvânu Lugâti’t-Türk’te yer alan “Faziletin başı dil”, “Kuru kaşık ağza yaraşmaz, kuru söz kulağa yakışmaz”, “Kul Allah’a taptı. O, hakana hizmet etti”, “Faziletsizden devlet uzaklaşır” ve “Hakanlar arasında karanlık işi rüşvet açar” şeklindeki atasözleri, bunların “o dönemde halkın ve yöneticilerin söz iletişimlerini düzenleyen temel ilkeler olduğu[nu]” (Özdemir 2017: 65) göstermektedir. Hatta Özdemir’in belirttiği üzere “Bugünkü kişisel gelişim ve etkili iletişim yöntemleri alanlarında da benzer ilkelerin öğütlenmesi” (Özdemir 2017: 65) de atasözlerimizin dünden bugüne etkili iletişim becerilerimizi düzenleme ve geliştirmedeki gücünü açıkça ortaya koymaktadır. Dolayısıyla atasözlerimizi, diplomaside, özellikle de “kültürel diploması”de “uluslararası ilişkiler sahası için de değerli bir kaynak” olarak da değerlendirebiliriz (Özdemir 2017: 56). Hatta atasözlerimiz sayesinde kavramsallaştırılmış olan Türk kültür kalıplarının “kültür turizmi”ne yönelik olarak sunulması/kullanılması da pekâlâ mümkündür. Zira Türk töresine ait özelliklerin, taşıdığı evrensel değerlere bağlı olarak küresel ölçekte bir çeşni ve zenginlik katacağı da aşikârdır.

Özdeyişlere baktığımız zaman ise bunların söyleyeni belli “engin bir deneyimin, zengin bir yaşamın imbiğinden süzölmüş ya da derin bir gözlem gücüne yaslanmış sözler” (Üster 2017: 13) olduğu görülür. Böylesi sözler, daha ziyade, roman, deneme, şiir, felsefe yazısı, yaşamöyküsü, özyaşamöyküsü ya da anı kitaplarında karşımıza çıkar (Üster 2017: 13). Özdeyişler sayesinde, “Bir düşünceyi, bir duyguyu, bir ilkeyi kestirmeden anlatan, eskilerin vecize ya da kelam-ı kibar, Batılıların maxime yada aphorisme (aforizma) dedikleri bu özlü sözlerle karşılaştığımızda, önümüzde yaşamın o güne değin hiç aklımıza gelmemiş bir boyutu açılır, konuya o güne değin hiç öyle bakmamış olduğumuzu sezinleriz.” (Üster 2017: 13).

Hiç şüphesiz, bu özellikleri ile özdeyişlerin atasözlerine çok yaklaştığını söyleyebiliriz. Hatta özdeyişlerin, özellikle sosyal medyada bir atasözü gibi kabul görüp yayılmasında da hemen hemen aynı özellik ve işleve haiz olmalarının tesiri büyük olmalıdır. Fakat atasözleri, Türk’ün idrak, bellek ve töresine “içkin” kavramsallaştırmaları içerdiği için, bu sözlerin toplum açısından özdeyişlerden daha üstün melekelerle sahip olduğu unutulmamalıdır. Nitekim Dehri Dilçin de “her sınıf halk arasına girip yayılarak bütün ulusun ruh ve vicdanına nüfuz et[meleri]” (Dilçin 2000: XV) yönüyle bunların “yarı canlı” diye nitelediği özdeyişlerden ayrıldığını belirtmektedir.

2. İnternet ve Atasözleri

İnternet ve onu destekleyen dijital teknolojinin tamamı, “kitlesele ve ortak çalışmaya dayalı yaratıcı bir yapıdır.” (Lee 2019: 10). Her ne kadar bu teknoloji, “dönüştürücü” ve “özgürleştirici” olsa da Wikipedia örneğinde açıkça görüldüğü üzere münferit uzmanların rolünü kontrol altına alarak kolektif akıl yaratır (Lee 2019: 10, 33). Dolayısıyla bu durum, “doğru”nun nitelik ve tanımlarının da her zaman değişmesine yol açmıştır. Diğer taraftan Edward Ashford Lee’ye göre internetin ortaya koyduğu paradigmlar, günümüzde düzenli olarak inşa ettiğimiz teknolojik sistemlerin karmaşıklığını anlamada merkezi bir role sahiptir (Lee 2019: 15). Soyutlama, kodlama, öz-düzenleme, sanallaştırma ve programlama arasındaki karmaşık ve diyalektik etkileşim ise dijital kültürü doğurmuştur (Gere 2019: 65). Bu bağlamda dil de, “kod” veya “sistem” gibi “ayrık elemanlarla uğraştığı için dijital sayılabiliyorsa tüm insanlık kültürü de bu anlamda dijital sayılabilir.” (Gere 2019: 19).

Tamamen kültürel açıdan baktığımız zaman ise internet, bir taraftan geleneklerin oluşmasına imkân sağlarken, diğer taraftan oluşmuş olanın yayılmasına aracılık eden ve bütün bunları üreten konumuna yükselmiştir (Çobanoğlu, 2018: 124). Zira “her türlü bilgi, artık çoğunlukla dijital formdadır.” (Gere 2019: 16). Dolayısıyla internet, atasözlerinden daha çok, yazılı kültürünün söz kalıpları olarak ortaya çıkan özdeyişler için daha verimli bir alanı teşkil etmektedir. Diğer taraftan, “sanal ve dijital kültür çağı”, aynı zamanda “özetlemeler ve kısaltmalar çağıdır.” (Özdemir 2012: 388). Bu durum da hem atasözleri hem de özdeyişlerin sosyal medya sayfalarında paylaşım sıklığını artırmış olmalıdır. Diğer taraftan atasözleri gibi sözlü edebiyat ürünleri, sanal ağlar sayesinde hiçbir dönemde olmadığı kadar küresel ölçekte paylaşılmaya başlanmıştır (Özdemir 2012: 392).

Buna karşılık sanal ve dijital kültürün kişi üzerinde olumsuz bir tarafı da vardır. İfade yitimi ve yetersizliği (Özdemir 2012: 408), edebî ve kültürel açıdan etkili iletişimin önündeki en büyük engel olarak durmaktadır.¹ Zira, güzel ifade peşinden koşmak hızla akan zamanın ve büyük kentin esiri için pek de anlamlı gelmemektedir (Özdemir 2012: 408). Dolayısıyla bu ortamda “yaratıcılık” ve “estetik” gibi folklorun geleneksel ölçütleri yerlerini iletişime ve yayılıma bırakmaya yönelmiştir (Çobanoğlu 2018: 123). Bu yüzden sanal ortamda ifade büyük ölçüde sahibinden koparılarak bir kitle kültürü ürününe dönüştürülmektedir (Özdemir 2012: 408). Kanaatimizce bu duruma bağlı olarak da özdeyişler, sanal ortamda daha yaygın bir kullanım özelliği kazanmıştır. Dolayısıyla da özdeyişler, işlevsel açıdan bir atasözü gibi kullanılmaya başlanmıştır. Doğal olarak

¹ Öyle ki “gençler arasında gündelik yaşam için gerekli olan Türk toplumuna ve kültürüne özgü kalıp sözlerin dahi ya bilinmediği ya da doğru olarak söylenemediği belirlenmiştir. Doğum, evlilik, ölüm gibi geçiş dönemleriyle ilgili geleneksel ifadeler, kentli gündelik yaşamında unutulmaya başlanmıştır.” (Özdemir 2012: 408). Bu durumda da medya/internet, “temel söylem yaratıcı ve aktarıcı aktör” hâline gelmektedir. Bu da Özdemir’in “tektürleşme” dediği olguyu doğurmaktadır. Diğer taraftan “kendini güzel ve etkili bir şekilde ifade edememe gençler çağı insanının ve toplumunun ana sorunu hâline gel[diği]” için “etkili iletişim kursları” ile “iletişim engellerinin tedavisine yönelik programların sayısında” bir “artış” olmuştur (Özdemir 2012: 408). Ayrıca “çeşitli kişi ve kurumlar, sözü edilen ifade yitiminden kaynaklanan ihtiyaçları karşılamak üzere hizmet vermeye başlamıştır.” (Özdemir 2012: 408). Bu itibarla, atasözü bağlamında gerçekleştirilecek olan duyarlılık eylem ve etkinliklerin bu tür sorunların çözümüne önemli bir katkıda bulunacağı da bilinmelidir.

burada, “Bunda şaşılacak ne var?”, “Hikmet ve hakikat değerlerimiz ile çelişmediği müddetçe atasözü yerine özdeyiş, motto veya aforizma kullanılmasının ne sakıncası var?” gibi bazı sorular akla gelebilir. Elbette ki söz mecrasını muhakkak bulacaktır. Fakat bize göre bunun “kültürel kalıtım araştırmaları için şifreler içeren” (Özdemir 2012: 398) atasözleri ile yapılmasının Türk kültür evreninin devamlılığı ve sürekliliği açısından hayati öneme haiz olduğu da unutulmamalıdır.

Doğal olarak sanal ortamda özdeyişler ve bunların kullanım yaygınlığı, atasözlerinin “sanal/dijital bağlamda” dönüştürülmesinin bir sonucu ya da “ikincil sözlü kültürde sözlü bir türün [=atasözü] yeniden ortaya çıkışı” (De Vos 2018: 10) şeklinde de düşünülebilir.² Nitekim şehir efsanesi uzmanı Jan Harold Brunvand, günümüz efsanesinin icra edilmesinin yüz yüze iletişimden çok internet yoluyla şekillendiğini belirterek efsanenin sözlü anlatı olarak canlılığını kaybettiğini ve folklordan birçok farklı şekilde kalıplaştırıldığı, tek tipleştirildiği, suistimal edildiği, metalaştırılıp ambalajlandığı popüler kültüre göç ettiğini savunmaktadır (De Vos 2018: 9). Örneğin “<http://www.haberler.com>” adlı bir sitede “Temel Fıkralarından Sonra Şimdi de Laz Atasözleri Fenomen Oldu” haber başlığı altında, Facebook ve Twiter gibi sosyal paylaşım sitelerinde “Bir Laz atasözü der ki...” cümlesiyle başlayan Karadenizlilere ait güzel sözlerin yöresel şive ile yazılınca okuyanları gülmekten kırıp geçirdiği ifade edilmektedir (URL-9). Gerçekten sıralanan “Adami yapan da karidur, yikan da karidur, Laz deyip gecma o da 3 harflidur carbar, Madem kideyu miras, bende yiyeyum biraz” gibi sözlere bakıldığında, bunların kendi bağlamı içerisinde atasözlerimizin tesirinde oluştuğunu söyleyebiliriz. Ayrıca bunların haberde “Laz atasözleri” olarak nitelendirilmesi de bu düşüncemizi destekler kanaatindeyiz. Diğer taraftan Simon J. Bronner yazısında internet ortamında yapay bir iletişimin ağı oluştuğunu ifade ederek bu süreçte ortaya konan folklor ürünlerinin geleneğin popüler algısına bağlı olarak büyük bir değişim ve dönüşüm geçirdiğini bildirmektedir (Bronner 2018: 45-94). Gerçekten de Brunvand’ın ifade ettiği gibi internet sürecinin, folklorun bağlama dayalı geleneksel yapısında büyük ölçüde olumsuz bir takım yapısal ve işlevsel değişimlere (bozulma) yol açtığı da artık bilinen bir gerçektir (De Vos 2018: 9).

Aslında burada internetteki çevrimiçi toplulukların kendilerine özgü taşıdığı bazı özellikleri de dikkate almamız gerekmektedir.³ Zira, her forum, blog veya sohbet odasında en azından o an için genel bir ilgi uyandıran belli bir konu hakkında tartışan gruplar vardır ve bu insanlar bir folklor grubunu oluşturmaktadır (Maria, Zoi vd. 2018: 20). Bu elektronik siteler içinde yeni bir internet dili ve gelenekleri oluşturulur ve kurulur.

² D.C. Fernback, sözünü ettiğimiz bu durumu, “şehir efsaneleri” üzerinden şu şekilde ifade etmektedir: “Şehir efsaneleri, yıllardır medyada yer etmenin bir yolunu bulmuştur. Hikâye anlatmanın bu şekli, giderek medyaya daha fazla maruz kalan bir toplumda sözlü popüler kültürün devamlılığı ve gelişimi için etkin bir araçtır. Şehir efsanelerinin medyada yer etmesi, kültüre uygun bir sözlü geleneğe tutunmanın bir yoludur. Sanal ortamda şehir efsanelerinin bulunması, değişimi kucaklarken, aynı zamanda, geleneğin sürdürülmesini temin etme girişimlerimizin göstergesidir.” (De Vos 2018: 9).

³ Wilson ve Ryder, çevirim içi grupların temel özellikleri olarak şunları sıralamaktadır: “1. Belli rolleri oynamak ve onların bazı ihtiyaçlarını sağlamak için birbirleriyle iletişime geçen insanlardan oluşur. 2. Bir grubun ya da bir toplumun üyeleri olarak kabul edilmek için onlar kurallara ve düzenlemelere uyar ve bu kuralları uygularlar. 3. Toplumun amacı olan ortak amaca hizmet ederler. Onların amacına dayanarak bu topluluklar uygulama toplulukları ve eğitim topluluklarına bölünürler.” (Maria, Zoi vd. 2018: 21).

Eşsiz ifade biçimleri ve belirli özellikler kazanılır. Çevirim içi tartışma çeşitliliği yoluyla yeni halk bilgeliği, ifadelerin tek vasıtası olarak interneti kullanarak yaratılmıştır. (Maria, Zoi vd. 2018: 20-21). Kısacası, bir çevirim içi toplumun üyeleri, kullandıkları özel dilin farklılıklarını ifade ettikleri çok güçlü bir iletişim kanalı olan internet erişimine sahiptir (Maria, Zoi vd., 2018: 21).

İşte bu elektronik sitelerde “yeni bir internet dili ve gelenekleri” (Maria, Zoi vd. 2018: 20) oluşturulurken kültürün temel kodlarını daha çok ihtiva eden atasözlerinin kullanılması, bir taraftan bu “çok güçlü iletişim kanalı”nda (Maria, Zoi vd. 2018: 21) kültürün kökleriyle temasla, yani kültür temelinde toplumun sürekliliğini sağlarken, diğer taraftan “çevirim içi tartışma çeşitliliği yoluyla” oluşan “halk bilgeliği”nin (Maria, Zoi vd. 2018: 20) gerçek halk bilgeliği ile doğrudan irtibata geçmesini temin edeceği de muhakkaktır.

Esasında kendilerini tariflerinden anlaşıldığı kadarıyla atasözlerinin tarihsel sürece bağlı olarak yaşadıkları dönüşüm de onların sosyal medyaya kolayca adepte olup işlevsellik kazanabileceğini bize açıkça göstermektedir. Onları ilk tarif denemesinin yer aldığı M. 1480-81 tarihli “Kitab-ı Atalar bi Fermayed Oğulları” adlı yazma eserde atasözleri, enbiya ve evliyaya ait, kaynağını doğrudan ayet ve hadislerden alan sözler olarak nitelendirilmektedir (Başgöz 1998: 119-120). İlhan Başgöz’e göre bu tarif ve tutum, konar-göçer kültürden sonra gelen yerleşik kültür ve yeni din anlayışından kaynaklanmaktadır. Fakat yazma sahibi bunu yaparken aslında sözlü kültürün, konar-göçer Türkmen hayatı ve atalarının mahsulü olan atasözlerinin yaşamasına yeni bir kaynak sağlayarak onların saygınlığına yeni bir güç katmaktadır (Başgöz 1998: 120-121). Dolayısıyla atasözü geleneği ile genel kültür arasındaki uyum bozulsa bile atasözleri yeniden bir tarif ve yorum sayesinde bozulan uyumu yeniden kurarak toplum nezdinde gücünü ve sosyal inanırılığını artırmayı başarabilmektedir (Başgöz 1998: 121). Hatta aynı kültür çevresinde anlamları birbiriyle çelişen atasözleri yaratılsa bile bunlar farklı bağlamlarda olumlu ve destekleyici bir işleve bürünürler (Başgöz 1995: 79). Bu durum, atasözlerinin sosyal medya da dâhil her koşul ve ortama kolaylıkla intibak edebileceğini de ispatlamaktadır.

Geldiğimiz bu noktada “Özdeyişler yerine veya özdeyişler kadar, atasözlerinin kullanımı ve sosyal medyada yaygınlık kazanması için ne yapılabilir?” sorusu büyük önem kazanmaktadır. Şüphesiz, bu soruya vereceğimiz cevaba bağlı olarak atasözlerimize dönük pek çok teklif sunulabilir. Fakat şu ana kadarki mevcut durumdan hareketle bir çözüme ulaşmanın daha makul bir yol olduğu görülmektedir.

Facebook, Twitter, bloglar ve kişisel ana sayfalardaki geniş topluluklar, “ilişkilendirme”, “şekillendirme” ve “yayma” eylemlerinde aktif olarak müdahil olmaktadır (De Vos 2018: 10-11). Russell Frank’a göre de bu sayede folklorun iletişimine aracı olarak katkı sağlamanın ötesinde folklorun yeni biçimlerinin üretimi ve aktarımı için gerekli araçları sağlamışlardır. (De Vos 2018: 10-11). Brunvand’ın belirttiği üzere bu durum aslında, sözlü anlatının folklorun “bir çok farklı şekilde kalıplaştırıldığı, tek tipleştirildiği, suistimal edildiği, metalaştırılıp ambalajlandığı popüler kültüre göç etmesine” (De Vos 2018: 9) rağmen popüler kültürde ve internet kültüründe yeniden konumlandırılmalarını sağlamıştır. Diğer taraftan atasözlerinin kalıp yapısı, en azından onun bu kültür ortamlarında en düşük seviyede bir değişime uğramasına imkân

tanımıştır. Dolayısıyla internetin, atasözlerinin popüler kültürde de yaygın bir işlevsellik kazanmasındaki rolü hiç şüphesiz büyüktür. Ayrıca biraz önce de ifade ettiğimiz üzere, atasözlerinin geniş kültür çevreleri ile olan uyumu kolaylıkla sağlayabilme becerisi, onların bu süreçte başarılı olma ihtimalini daha da artırmaktadır.

Bu itibarla, 22.11.2020 tarihi itibarıyla *Google* arama motorunda “atasözü” kelimesi üzerinden yaptığımız araştırmada 3.450.000 sonuç bulunmuştur. Bunların içerisinde atasözlerimize münferit olarak sadece <http://www.atasozlerianlamlari.com> ve <http://www.atasozleri.gen.tr> sitelerinde yer verilmiştir. Atasözlerimiz daha ziyade Bitlis, Bursa, Erzurum, Eskişehir, Samsun, Sakarya gibi illerimizin il kültür ve turizm portalları ile güzel sözlerin derlendiği sanal sayfalarda yer almaktadır. Bunlarda da yöreye has olduğu düşünülen bazı atasözlerimiz sadece sıralanmakla yetinilmiştir. Bunların dışında ise atasözlerimiz, <http://www.dersimiz.com>, <http://www.dilbilgisi.net>, <http://www.turkedebiyati.org>, <http://www.leventyagmuroglu.com>, <http://www.ogretmenlersitesi.com>, <http://www.sorularsitesi.com>, <http://www.hercocuk.org>, <http://www.ogretmen.info>, <http://www.turkcesinifi.com>, <http://www.egitimsaglik.com> gibi ödev ve eğitim portallarında daha popüler bir konumdadır. Buralarda ise ödeve dönük bir materyal olarak görülen atasözlerimiz, kısaca açıklanıp sıralanmıştır.

Atasözlerinin Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya araçlarında ise nispeten daha aktif bir temsil kabiliyeti kazandığı açıktır. Fakat buralarda atasözüne dönük açılan sayfaların da -gayet doğal olarak- atasözlerimize dikkat çekmekten çok, atasözleri üzerinden beğenenlerinin sayısını artırmayı amaçladığı görülmektedir. Dolayısıyla işlevsellikten oldukça uzaktır. Her ne kadar reklama da dönük ticari kaygılarla açılmış olsa da bu sayfalar atasözlerimizin tanıtımı açısından hiç şüphesiz oldukça değerlidir.

Bu hususta devletin bazı resmî kurumlarının desteği de öne çıkmaktadır. Örneğin T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın da destek verdiği Üçler Bulduk'un akademik danışmanlığında hazırlanan “Unutulan Sözler Hayat Bulsun” adlı “eTwinning” projesi bu açıdan oldukça önemlidir. Bu yıl “Dede Korkut İzinde/Sözünde” temasıyla ikincisi düzenlenen uluslararası projenin ilki, İzmir Gaziemir Şehit Mustafa Yaman Anadolu İmam Hatip Lisesi ile Ankara Yasemin Karakaya Bilim ve Sanat Merkezi'nin ortak koordinesi ve Azerbaycan'ın da ortaklığı ile gerçekleştirilmiştir. *Dîvânü Lugâti't-Türk* temalı bu proje kapsamında lise öğrencileri, öykülerle atasözleri, posterlerle atasözleri, dramalar ve şarkılarla atasözleri gibi çalışmalar yapmışlardır. Ayrıca 14-16 Eylül 2018'de Bakü'de gerçekleştirilen çalıştayda da proje kapsamında yapılan çalışmalar sunulmuş ve materyal geliştirme atölyeleri gerçekleştirilmiştir (URL-1). Projenin çıktısı olarak da atasözleri kartı basılmış ve 20 fasikülden oluşan hikaye kitapları yayımlanmıştır (URL-2).

2008 yılında Türk Dil Kurumu, son albümünde 50'ye yakın deyim ve atasözüne yer verdiği için ünlü sanatçı Tarkan'ı takdir ile ödüllendirmiştir (URL-3). Dolayısıyla kurum, göstermiş olduğu bu hassasiyetle de kamuoyu nezdinde atasözlerine dönük büyük bir duyarlılık oluşturmaya çalışmıştır. Ayrıca Eğitim Reformu Girişimi'nin öğrenmenin en önemli bileşenlerinden biri olan merak üzerine atasözlerine bağlı olarak geliştirdiği kampanya da bu açıdan çok değerli bir örnek olarak kabul edilebilir.

Ayşegül Özbek'in aktardığı bilgilere göre “dilimizde merakla ilgili söylenmiş olumlu tek bir atasözünün olmadığına işaret eden kampanya, gelecek nesillere ‘merak etmenin’ önemini anlatan bir miras hazırlamayı amaçlıyor. Türkiye'nin tüm ‘Merak Edenleri’ne seslenerek, ‘Merak Atasözleri’ kitapçığını birlikte oluşturmaya davet ediyor. Bunun için, ‘Toplumda merak duygusunu uyandıran nesil biz olabiliriz’ çağrısıyla, toplumun her kesiminden, hayatında meraka yer vermiş kişileri, www.merakedenler.org üzerinden ve sosyal medya kanallarında #MerakEdenler etiketini kullanarak kendi atasözünü yazmaya davet ediyor.” (URL-4). Ayrıca haberde, sosyal medya üzerinden yürütülecek kampanyanın “Merak Edenler” filmleriyle de devam edeceği, kampanya sonunda, uzmanlardan oluşan bir komite tarafından seçilen atasözlerinin bir kitap olarak da yayımlanacağı aktarılmaktadır (URL-5).

Yukarıda da açık bir şekilde görüldüğü üzere herhâlde bu hususta yapılması gereken en önemli eylem, daha ilkökul ve ortaokul çağında iken folkloru, dolayısıyla atasözlerini formasyonun en önemli parçası hâline getirmektir. Nitekim Smaranda Gabriela Onofreia ve Letitia Iancu, bu hususu ele aldıkları bir makalede, pedagoji ile folklor arasında çok güçlü bir bağ olduğunu ortaya koyarak özellikle ilkökulda öğrencilerin öğrenim sürecinde folklor ruhunun canlı tutulması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bunun için en etkili unsur olarak da yeni teknolojik imkânlarla geliştirilmiş atasözü öğretimini görmüşlerdir (Onofreia ve Iancu 2015: 130-133). Ayrıca daha önce de vurguladığımız üzere atasözlerinin kalıp sözler içerisinde “kültürel kalıtım araştırmaları için şifreler içermesi” (Özdemir 2012: 398) bunların daha ziyade pedagojik formasyona uygun bir şekilde verilmesini, yani öğretilmesini de zorunlu kılmaktadır.

Aslında bu sürece bağlı olarak atasözleri üzerinden pek çok etkinlik düzenlenmiştir. Örneğin atasözü ve anlam kartları oluşturularak atasözleri bir hafıza oyununa dönüştürülmüştür (URL-6). Esra Canbolat isimli bir Türkçe öğretmeni hazırladığı “Deyim ve Atasözü Ağacımız Meyve Veriyor” etkinliği ile büyükçe bir saksıda dallarına deyim ve atasözleri asılmış bir ağaçtan her gün meyve yerine bir deyim veya atasözü koparılarak bunlar hikâyeleştirilmesini sağlamıştır (URL-7). Bilgisayar teknolojisi sayesinde atasözleri hareketli “gif”lere dönüştürülerek daha kalıcı hâle getirilmiştir (URL-8).

Ülkemizde atasözlerinin bir oyunun parçası olarak kullanıldığı da görülmektedir. Atasözü oyunu adı verilen bu oyunda, iki takım arasında, ilk harfine bağlı olarak atasözü söylemeye dönük bir yarış esastır (Başgöz 1998: 118-119). Dolayısıyla bu oyunun başta okullar olmak üzere formasyonun bir parçası hâline getirilebilmesi eğitim çağındaki çocukları atasözlerini daha çok araştırmaya sevk edeceği de aşikârdır.

Sonuç

İster özdeyiş ister atasözü şeklinde olsun Türklerin söze dayalı bilgi, duygu ve düşünce aktarımı günümüze kadar kesintisiz olarak gelmiştir. Dolayısıyla sözlü, yazılı ve elektronik kültür ortamlarında atasözlerinin temel nitelik ve işlevlerini kesintisiz sürdürdüğünü rahatlıkla söyleyebiliriz. Fakat nitel gözleme göre elektronik kültür ortamında atasözlerinin yeterince işlevsellik kazandığını söylemek zordur. Türk kültürünün sürekliliği açısından bugün için en geçerli iletişim ağı olan internette atasözlerine karşı büyük bir duyarlılık oluşturmanın büyük bir kâr sağlayacağı da ortadadır. Bunun için Onofreia ve Iancu'nun belirttikleri üzere çocuklara öncelikle

ilköğretim döneminden itibaren atasözlerini iyice benimsetmeye dönük çeşitli etkinliklerle zenginleştirilmiş formel bir eğitim kanalı açılmalıdır. Hatta televizyon ve internet üzerinden de bu formel eğitim kanalı daha yaygın bir hale getirilmelidir. Özellikle genç yaşlara dönük oyun tarzında etkinliklerle atasözlerinin çocukların dimağlarında daha çok yer edinmesi sağlanmalıdır.

Bazı etkinliklerde görüldüğü gibi, T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, T.C. Kültür Bakanlığı ve Türk Dil Kurumu arasında canlı bir işbirliği gerçekleştirilerek sözlü kültür ürünlerinin her türlü ortamda tanıtılması ve benimsetilmesini destekleyici faaliyetler ve projeler de yapılabilir. Bu hususta hangi ortamda olursa olsun mevcut proje ve etkinliklerin desteklenmesi de faydadan uzak değildir.

Diğer taraftan Maria, Zoi'nun belirttikleri üzere internette "folklor grubu" üzerine araştırma yapan folklorcular, sık sık bir araya gelerek dijital ortamda grup üyeleri arasında gerçekleşen davranış ve yürütmenin kurallarını geliştirmeye yönelik çalıştaylar düzenlemelidir. Bu sayede yapılacak akademik çalışmalarla da folklor ürünlerinin tüm dijital platformlara uygun bir format kazanmasının yolları daha fazla açılmış olacaktır.

KAYNAKLAR

BAŞGÖZ, İlhan, (1995), "Bir Atasözümüzün Yedi Yüz Yıllık Tarihi", *İpek Yolu Uluslararası Halk Edebiyatı Sempozyumu Bildirileri*, Ankara, 79- 84.

BAŞGÖZ, İlhan, (1998), "Halkın Atasözlerini Tarifi veya Atasözleri Üzerine Söylenmiş Atasözleri", *folklor/edebiyat*, S. 14: s. 113-121.

BRONNER, S. J., (2018), "Halk Biliminin Dijitalleştirilmesi ve Sanallaştırılması", (Çeviren: Ş. Yılmaz, Z. Bayır), *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*, (Ed. M. Ö. Oğuz vd.), Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 45-94.

ÇOBANOĞLU, Özkul, (2004), *Türk Dünyası Ortak Atasözleri Sözlüğü*, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi.

ÇOBANOĞLU, Özkul, (2018), "Halkbiliminde Yeni Paradigmalar Bağlamında İnternet Folkloru", *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri*, Ankara, C.1: s. 121-126.

DE VOS, G. A., (2018), "Folklor ve İnternet: Netlore", (Çeviren: N. Baykal), *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*, (Ed. M. Ö. Oğuz vd.). Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 9-14.

DİLÇİN, Dehri, (2000), *Edebiyatımızda Atasözleri*, Ankara: Türk Dil Kurumu.

GERE, Charlie (2019), *Dijital Kültür*, (Çeviren: Aydoğdu Akın), İstanbul: Salon Yayınları.

KARABEYOĞLU, Adnan Rüştü (2015), *Divânu Lugâti't-Türk'te Savlar ve Kültürel Kavramlaştırma*, İstanbul: Kesit Yayınevi.

KOÇ, Yalçın, (2007), *Anadolu Mayası*, Ankara: Cedit Neşriyat.

KÖPRÜLÜ, M. Fuad, (2007), *Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar*, Ankara: Akçağ Yayınları.

LEE, Edward Ashford (2019), *Dijital Ruh*, (Çeviren: Avni Uysal ve Gizem Uysal), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

MARİA, G.; ZOİ, A. vd., (2018), "Folklor Araştırması ve Yeni Zorlukları: Etnografiden Netnografiye", (Çeviren: Z. S. B. Nalcioglu), *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*, (Ed. M. Ö. Oğuz vd.). Ankara: Geleneksel Yayıncılık, 15-24.

ONG, W. James, (2007), *Sözlü ve Yazılı Kültür / Sözü'nün Teknolojileşmesi*, (Çeviren: S. Postacıoğlu). İstanbul: Metis Yayıncılık.

ONOFREİ, S. G. ve LETİTİA, I., (2015), "The Role of New Technology in Teaching through Proverbs in Primary School", *Procedia – Social and Behavioural Sciences*, S. 205: s. 130-133.

ÖZDEMİR, Nebi, (2012), *Medya, Kültür ve Edebiyat*, Ankara: Grafiker Yayınları.

ÖZDEMİR, Nebi, (2017), "Dîvânü Lugâti't-Türk'ün Uluslararası İlişkiler Boyutu", *Kültür Bilimi ve Yönetimi*, Ankara: Grafiker Yayınları, 53-83.

ÜSTER, Celal, (2017), *Sözü'nün Özü / Eski Çağlardan Günümüze Ünlü Yazarlar ve Düşünürlerden Özlü Sözler*, İstanbul: Can Yayınları.

YAZICI, Hüseyin, (1998), "Hikâye (Arap Edebiyatı)", *Diyanet İslam Ansiklopedisi*, İstanbul, C.7: s. 479-485.

Elektronik Kaynaklar:

URL-1:<https://gaziemir.meb.gov.tr/www/gaziemirden-bakuye-unutulan-sozler-hikayelerle-hayat-buldu/icerik/564>, (22.11.2020).

URL-2:http://sehitmustafayamanaihl.meb.k12.tr/icerikler/unutulan-sozler-hayat-bulsun_6664133.html (22.11.2020).

URL-3:<https://www.haberturk.com/haber/haber/50294-tarkana-tdkdan-ovgu#> (22.11.2020).

URL-4:<https://m.bianet.org/bianet/toplum/205665-merak-la-ilgili-ozlu-sozler-bastan-yaziliyor> (22.11.2020).

URL-5:<https://m.bianet.org/bianet/toplum/205665-merak-la-ilgili-ozlu-sozler-bastan-yaziliyor> (22.11.2020).

URL-6:<http://www.akilkupu2018.com/2019/01/23/14-atasozleri-ve-deyimler-oyunu/> (22.11.2020).

URL-7:<https://balkanlarkoleji.k12.tr/deyim-ve-atasozu-agacimiz-meyve-veriyor/> (22.11.2020).

URL-8:<http://infografik.com.tr/yasam/eglenceli-giflerle-atasozleri/> (22.11.2020).

URL-9:<https://www.haberler.com/temel-fikralarindan-sonra-simdi-de-laz-atasozleri-3300087-haberi/> (22.11.2020).