

TÜRKÇE ATASÖZLERİNDE İLETİŞİM OLGUSUNUN İZLERİ VE SOSYO-KÜLTÜREL ÇIKARIMLARI

Traces of Communication Phenomenon in Turkish Proverbs and Their Socio-Cultural Inferences

Yrd. Doç. Dr. Onur BEKİROĞLU*

ÖZ

Atasözleri, bir toplumun kültürel kodlarına, davranış kalıplarına, çeşitli konulardaki kabullerine ve tasavvurlarına ilişkin önemli bir referans olan folklor ürünleridir. Bu ürünler, sosyal hayatın tasarımından eğitim anlayışına, toplumsal cinsiyetten ötekileştirme eğilimlerine ve yönetim paradigmasından otorite kullanımına kadar çok çeşitli konularla ilgili olabilir. Bu konulardan birisi de iletişim olgusu ve iletişim edimleri olarak ele alınabilir. Dolayısıyla, atasözlerinde iletişim olgusunun nasıl anlamlandırıldığına ve toplumsal açıdan makbul sayılan, onanan ve önerilen iletişim edimlerinin izlerine ilişkin ipuçları bulmak mümkündür. Bu ön kabulden hareketle; Türkçe atasözlerinde iletişim olgusu ve iletişim edimlerine ilişkin açık ya da örtük gönderimlerin ortaya çıkarılması, çalışmanın temel amacı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, söz konusu araştırma, atasözleri üzerinden Türk toplumunun iletişimsel açıdan anlam haritasının ortaya çıkarılmasına önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, Türk Dil Kurumunun atasözleri ve deyimler sözlüğünde belli kelimeler üzerinden tarama yapılmış ve konuyla ilgili bulunan 77 atasözüne yönelik tema analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları, bazı atasözlerinde söylenen sözün niteliği ve doğurduğu sonuçlar üzerinden sözlü iletişimin öneminin ortaya konduğunu göstermiştir. Diğer taraftan, bazı atasözlerinde de susma, dinleme ve az konuşma gibi iletişim edimleri üzerinden sözsüz iletişimi olumlayan bir söylemin yer aldığı ortaya çıkmıştır. Görsel iletişime yönelik atasözlerinde ise insanların dış görünüşleriyle ve giyim kuşamlarıyla değerlendirilmemesi gerektiğine ilişkin gönderimler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Atasözü, İletişim, Kültür, İletişim Edimi, Sözlü ve Sözsüz İletişim.

ABSTRACT

Proverbs are folkloric products with important references to cultural codes, behavioral patterns, suppositions related to various issues, and imagination of a society. These products may relate to countless topics from the notions of social life, up to approaches to education and social gender issues, from otherization tendencies to paradigms for governance and applications of authority. A particular topic among them is the phenomenon of communication and communication acts. Therefore, proverbs can be scanned for clues explaining communication phenomena, socially approved and proposed communication acts. Starting from this presupposition, the essential aim of the study is the communicational phenomena in Turkish proverbs and to explore explicit and/or hidden messaging related to communicational acts. In this sense, this study is a significant contribution to the formation of a map of communicational semantics of the Turkish society. In this respect, we browsed the proverbs and idioms dictionary of The Turkish Language Association for certain words and conducted thematic analysis of the 77 proverbs that were found in this relation. We found that while many proverbs exerted the importance of verbal communication in relation to the attributes of the utterance and its implications; many other proverbs exhibited a rhetoric that affirmed nonverbal communication acts like silence, listening, and reticence. On the other hand, proverbs on visual communication featured messages that proposed that people should not be judged over their appearance and dressing.

Key Words

Proverb, Communication, Culture, Communication Act, Verbal and Nonverbal Communication.

* Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğretim Üyesi, Samsun/Türkiye, onur.bekiroglu@omu.edu.tr

Giriş

Önceki nesillerin değerlerini, yargılarını, deneyimlerini, yaşam şartlarını, geleneklerini, gözlemlerini, bakış açılarını, tasavvurlarını vb. genellikle dilsel bir imge şeklinde sunan atasözleri; anonim karakterde olup, kısa ve kalıplaşmış özsözler niteliğindedir. Bu özellikleriyle atasözleri, insanlara yaşamalarında yol gösterici bir kural niteliği taşır (Sağlam 2001: 46). Bir başka ifadeyle, atasözleri, toplumsal ve bireysel açıdan bir anlam haritası ve davranış kodu işlevine sahiptir. Çünkü bir toplumun kolektif belleğinde ve dilinde yer eden atasözlerinin genel kabul gören ve olumlanan bir referans niteliği taşıdığı söylenebilir.

Bu açıdan, atasözleri; sosyoloji, psikoloji, felsefe, tarih, ahlak ve folklor gibi birçok yönden analiz edilmeye değer çok önemli dil yapılarıdır (Aksoy 1988: 131). Buna koşut olarak ilgili literatür incelendiğinde; atasözlerinde yönetim paradigması, ötekileştirme eğilimleri, toplumsal cinsiyete yönelik gönderimler ve eğitim anlayışı gibi birtakım olguların analiz edildiği görülmektedir (Akın 2008; Bingöl 2005; Özkan ve Gündoğdu 2011; Yılmaz 2000).

Atasözleri, ayrıca ulusal karakter ve geleneklerin bilgisini barındıran ve insanların içinde yer aldıkları toplumun başat tavır ve tutumlarını, değer yargılarını ve kültürel örüntülerini yansıtan folklor öğeleridir (Başgöz 2006: 87, Backstrom, Champion 1938 ve Raymond 1954'ten). Bir başka anlatımla; atasözleri, genel anlamda toplumun kültürel dokusunu, düşünsel yapısını ve davranışsal kodlarını okumak ya da bunlara ilişkin veriler elde

edebilmek açısından zengin bir içeriğe sahiptir. Bu doğrultuda; atasözlerinde bir toplumun genel anlamda iletişime ve iletişim edimlerine ilişkin bakış açısını yansıtan gönderimlerin gömülü olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, bir toplumun iletişimsel açıdan anlam haritasını çıkarabilmek için o toplumun folklor ürünü olan atasözlerinin irdelenmesi, bir gereklilik olarak kendini göstermektedir.

Bu bağlamda; çalışmanın temel çerçevesi itibarıyla atasözlerinin bir toplumun iletişimsel davranışlarına yönelik ipuçları taşıyan birer iletişim aracı olduğu ve aynı zamanda bunların ortak bir toplumsal ve kültürel paradigmaya yönelik referanslar taşıdığı kabul edilmektedir. Söz konusu noktalardan hareketle; çalışmanın temel problemini Türkçe atasözlerinde iletişim olgusuna ve edimlerine yönelik gönderimlerin irdelenmesi oluşturmakta ve ayrıca bunların toplumsal ve kültürel açıdan taşıdığı anlamlar da değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

1. Kültür, İletişim ve Atasözleri

Kültür, insan toplumlarının sosyal olarak nesilden nesile aktardığı maddi ve maddi olmayan ürünler bütünü, sembolik ve öğrenilmiş ürünler ya da özelliklerin toplamı olarak tanımlanabilir (Cevizci 2011: 273). Bütün bir toplumun yaşam biçimini oluşturması itibarıyla kültür; hâl ve hareket kodlarından giyim kuşama, dilden davranış normlarına ve inanç sistemleri ile ritüellerine kadar geniş bir alanı içerir (Mutlu 2004: 193). Bir başka ifadeyle, insanoğlunun yapıp ettiği her şeyi içine alan bu varlık alanı içerisinde her şey birbirine bağlı ve bağımlı bir konumda yer alır. İnsan

lar, içinde sosyalleştikleri toplumun kültürünü eğitim yoluyla öğrenirler ve söz konusu varlık alanını dil ve iletişim aracılığıyla kurup sürdürürler (Güvenç 2002: 14).

Kültür ve iletişim arasında girift bir bağ söz konusudur. Gudykunst'a göre (1997: 327) iletişim ve kültür, karşılıklı olarak birbirlerini etkileyen olgulardır. Bireyler, içine doğdukları toplumda belli sosyalizasyon ve kültürleme süreçlerinden geçerler. Dolayısıyla, içinde toplumsallaştıkları kültür, onların iletişim kurma yollarını ve edimlerini etkiler. Buna karşılık, bireylerin iletişim kurma biçimleri de zaman içerisinde onların kültürlerini değiştirebilir.

Daha da açılacak olursa; iletişim, yalnızca ileti ya da bilgi aktarımıyla sınırlı olarak görülmemelidir. Bu olgunun kapsamında bilgi ve anlam üretimi ve dağıtımı da söz konusudur. Öyle ki, insanların dili kullanmalarında, simge, sembol, mit ve ikon üretmelerinde, buradan hareketle kültür oluşturmalarında, kültürü zaman ve mekâna yayarak süregelen hale getirmelerinde ve geliştirmelerinde iletişim elzem bir konuma yerleştirilir (Güngör 2011: 21). Çünkü insanlığın oluşturduğu toplumsal hayat tarzının mayasını ve işleyişini iletişim olgusu sağlar (Oskay 2011: 1). Bu doğrultuda, iletişim insanın fiziksel ve toplumsal varlığının ve insan ilişkilerinin gerçekleşebilmesinin zorunlu bir koşulu olarak işlev görürken, insanlar arasındaki hayatın gerçekleşmesine ve anlamlandırılmasına aracı olur (Erdoğan ve Alemdar 2002: 82). Edward Hall (1959: 217) ise kültür ve iletişim arasındaki ilişkinin de ötesinde kültü-

rü iletişim ve iletişimi de kültür olarak değerlendirmektedir.

Atasözlerinin ise kültür, dil ve iletişim olgularının bulunduğu kavşakta kesişen ve çeşitli konularda "makbul" kabul edilen düşünce ve davranış kodlarını özetleyen ve yansıtan toplumsal ürünler olduğu söylenebilir.

Bu bağlamda, birer dil ürünü olan atasözleri aracılığıyla kültürel bilgi ve deneyimlerin aktarımı söz konusu olmaktadır. Kolektif inançlar ile ahlak ve değer yargılarına dair düşüncelerin de bu kültürel aktarım içerisinde yer alması kaçınılmazdır (Dik 2010: 30). Bir başka anlatımla, atasözleri; ait olduğu toplumun zihin yapısını, estetik anlayışını, iletişimsel ve davranışsal normlarını, özlüce bu konularda toplumun genel duyuş ve düşünüş tarzını yansıtır. Dolayısıyla, yalnızca atasözleri üzerinden dahi toplumun sosyo-kültürel yapısına yönelik tahlil ve çıkarımlarda bulunmak mümkün olabilir (Duman 2012: 97). Çünkü atasözleri, edebi, kültürel ve sosyal içerikleri bünyesinde barındırması açısından kültürel bir ayrımsama niteliği taşır. Böyle bir ayrımsama ise kültürde nelerin önemli kabul edildiğinin ve kültürel alışkanlıklarda neyin öncelikli olduğunun bir göstergesidir (Tüm 2010: 667).

İlgili literatüre bakıldığında da; kültürel unsurların dile ve atasözleri gibi folklor ürünlerine yansımaları kabulünden hareketle birtakım çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu kapsamda; atasözlerinde yönetim paradigması, adil dünya inancı, sosyal hayat, ötekileştirme eğilimi, dil farkındalığı, toplumsal cinsiyet, liderin güç kaynakları, dinleme edimi, eğitim

anlayışı, bilişsel çarpıtmalar, kadın imgesi ve gerçeklik terapisi gibi olguların nasıl tasarımılandığı incelenen konular içerisinde yer almıştır (Akın 2008; Dik 2010; Erginer 2010; Bingöl 2005; Onan 2011; Özkan ve Gündoğdu 2011; Meydan ve Polat 2010; Gürel ve Tat 2012; Yılmaz 2000; Keser ve Voltan-Acar 2013; Akbay 2012; Tanrıku 2011).

Örneğin, Bingöl (2005: 70), Türk atasözlerinde ötekileştirme eğilimini incelediği çalışmasında öteki olarak konumlandırılanın özelliklerini belirleyen başlıca etkenler olarak kültürel, coğrafi ve dinî nitelikleri göstermiştir. Buna göre; “yabancı” anlamında kullanılan “el” sözcüğü, çeşitli bağlamlarda “Türk olmayan” ya da “Müslüman olmayan”lara yönelik gönderimde bulunmaktadır. Atasözlerindeki bu söylemin bir sonraki aşamasında ise “öteki”, düşman olarak nitelenmekte ve bu durum, “eski düşman dost olmaz” atasözünde karşılığını bulmaktadır.

Toplumsal cinsiyet bağlamında Türkçe atasözleri ve deyimlerin incelendiği bir başka örnek araştırmada ise kadının toplumsal yaşamdaki işlevi ev içerisindeki faaliyetler olarak yuva kurmak, kız çocuğuna modellik etmek iken; erkeğin işlevi ise daha çok ailenin geçimini sağlamak şeklinde tespit edilmiştir (Özkan ve Gündoğdu 2011: 1145).

Konumuz itibarıyla iletişim olgusu ve edimlerinin de atasözlerinde açık ya da örtük biçimlerde içerildiği ön kabulünden hareket edilebilir. Daha da açılacak olursa; hem toplumsal hem de bireysel açıdan atasözlerinde “onanan” iletişim edimlerine ve davranış örüntülerine ilişkin gönderimler bul-

manın mümkün olduğu söylenebilir. Burada iletişim olgusu, sadece sözel bir eylemde bulunmak şeklinde dar bir anlamda da düşünülmemektedir. Bu bağlamda iletişimi; sözlü iletişimden mekânın kullanımı, giyim kuşam, suskunluk, jest ve mimikler gibi sözsüz iletişimin farklı boyutlarına ve bunun da ötesinde iletişim kavramının özünde bulunan toplumsal yaşam, topluluk, ortaklık, paylaşım gibi anlamlara kadar geniş bir anlam yelpazesi içinde ele almak gerekir.

2. Bir İletişim Aracı Olarak Atasözleri

Folklorun diğer formlarında olduğu gibi atasözleri de kişilerarası iletişimde kişisel olmayan araçlar olarak işlev görebilir (Arewa ve Dundes 1964: 70). Öyle ki, atasözleri, bir toplum içerisinde kullanılan dili konuşan insanların yine dil aracılığıyla hayatı ve çevrelerinde olup bitenleri soyutlama süreçlerine ve bütün bir iletişim ortamlarına yansır. Çünkü atasözleri, bir ulusun dünyayı algılayış ve yorumlayış biçimlerini konuşulan dile yansıtan edebî ürünlerdir (Onan 2011: 91). Dolayısıyla, Türk dilinde ve kültüründe atasözleri önemli bir konuma sahiptir. Bu özlü ve kalıplaşmış sözler, mecazlı anlamları ile özellikle sözlü iletişim kapsamında verilmek istenen mesaja anlam gücü katar (Dik 2010: 29). Bu bağlamda, atasözlerinin folklor ürünü olmasının yanı sıra birer iletişim aracı olarak da işlev gördüğü söylenebilir.

Kişilerarası iletişimde kullanılmakla birlikte atasözlerinin kişilerarasılığın sınırlarını aşan bir niteliğe sahip olması, bu sözlerin kültürel ve toplumsal bir olgu olmasından kay-

naklanır. Buna göre, atasözleri, kuşaktan kuşağa aktarıldığı ve insanlar genel anlamda içinde buldukları toplumun damgasını taşıyan sosyalleşme süreçlerinden geçtiği için toplumun geneli tarafından bilinmekte, kullanılmakta ve kabul görmektedir.

Dolayısıyla, her atasözünün bir genel kural niteliği taşıdığı söylenebilir. Ancak, bazı atasözlerinde de genel bir kurala işaret edilmemekle birlikte, sıkça rastlanan durumların genelleştirilmesi söz konusu olabilmektedir. Bir başka önemli nokta da atasözleri içerisinde birbirine aykırı olanların bulunmasıdır. Örneğin; yalan söylemenin olumsuz sonuçlar getireceğini belirten atasözleri olduğu gibi, doğru söylemenin olumsuz sonuçlar doğuracağını ifade eden atasözleri de bulunmaktadır. Bu durum, aynı olayın değişik şartlar altında farklı sonuçlar verebileceği gerçeğiyle açıklanabilir. Bir başka açıdan, yaşamın kendisinin de çelişkilerle dolu olduğunun dikkate alınması gerekmektedir (Aksoy 1988: 133, 135, 138).

Atasözlerinin kolektif bilinçte yer etmesi ve toplumsal bir olgu olmasının bir başka nedeni de hem bireylere kişilik kazandırılması sürecinde çocukların eğitiminde kullanılması hem de tüm bireylerin yetiştirilmesi ve onlara yol gösterilmesi amaçlı bir söz okulu olmasıdır. Öyle ki, bu söz okulunun sunduğu öğütleri ve işaret ettiği kuralları iyi bilen insanlar, nerede ne yapacaklarını iyi bilen bireyler olarak içinde buldukları topluma uygun biçimde kendilerini yeniden üretirler (Erginer 2010: 1). Bir başka deyişle, atasözlerinin toplum içindeki tüm bireylere yönelik tavsiyeler seti niteliği

taşıması ve onlar için âdeta bir anlam ve davranış haritası olarak işlev görmesi söz konusudur.

3. Yöntem

Araştırma kapsamında; iletişim olgusu ve iletişim edimlerine yönelik gönderimler taşıyan atasözleri önceden belirlenen birtakım kategoriler doğrultusunda taranmıştır. İletişim bilimi literatürü doğrultusunda oluşturulan bu kategoriler; “iletişim kavramının özü/kök anlamı”, “sözlü iletişim”, “sözsüz iletişim ve sözsüz iletişimin sunumsal kodları”, “görsel iletişim”, “doğrudan ve dolaylı/aracılı iletişim” ve “hijerarşik ve eşit düzeyli iletişim” şeklinde tasnif edilmiştir. Bunlardan sözlü iletişim, sözsüz iletişim ve görsel iletişim simge kullanımı açısından iletişim türleri içinde yer alırken; doğrudan ve dolaylı iletişim araç kullanımı açısından iletişim türleri kapsamında sınıflandırılmaktadır. Hijerarşik ve eşit düzeyli iletişim de toplumsal yaşamdaki ilişki biçimlerinin iletişim düzeyindeki yansımalarıdır. İletişim kavramının özü ya da kök anlamı ise ortaklık, topluluk, toplumsal yaşam, bir aradalık, birliktelik ve paylaşım gibi bir dizi anlama sahiptir. Bu tarz bir anlam ve gönderim barındıran atasözleri de değerlendirmeye alınmıştır (Güngör 2011: 37-45; Fiske 2003; Oskay 2011). Bu düzeyler ile bağlantılı olarak yaş ve bazı iletişim edimleri arasında bağlantı kuran atasözleri de irdelenmiştir

Dolayısıyla, iletişim olgusu, iletişim türleri bağlamının yanı sıra geniş anlamı ile de ele alınmıştır. Bu kategorilendirme doğrultusunda gönderimler taşıyan atasözleri üzerinden iletişim olgusuna ilişkin sos-

yo-kültürel çıkarımlar yapılırken ise Geert Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Kuramı'nda yer alan güç aralığı ve ortaklaşa davranışçılık-bireycilik boyutlarından da yararlanılmıştır. Ayrıca, sonuç kısmında elde edilen bazı bulgular yorumlanırken Edward Hall'ün dar ve geniş bağlamli kültürler ve iletişim ayrımından da faydalanılmıştır.

Araştırma kapsamında önceden belirlenen bu kategoriler doğrultusunda iletişim olgusu ve edimleri ile ilgili açık ya da örtük gönderimler taşıyan atasözleri Türk Dil Kurumu'nun internet sitesi olan www.tdk.gov.tr içerisinde yer alan atasözleri ve deyimler sözlüğü kısmından tespit edilmiş ve değerlendirilmeye çalışılmıştır. Kelimeler ve anlamlar üzerinden gerçekleştirilen taramada konuya yönelik gönderimler taşıyan ve anlamlı bulunan 77 atasözüne ulaşılmıştır. Atasözleri; "ses", "söz", "oturmak", "bakmak", "görmek", "konuşmak", "söylemek", "dinlemek", "demek", "yer/mekân anlamında", "yüz", "ağız", "kulak", "dil", "baş" gibi kelimeler üzerinden taranmış ve bunlar içerisinde iletişim olgusu ve edimleri açısından anlamlı bulunanlar incelemeye dahil edilmiştir. Bu doğrultuda ulaşılan toplam 77 atasözüne yönelik tema çözümlemesi gerçekleştirilmiştir.

4. İletişim Olgusu ile İlgili Atasözleri ve Sosyo-Kültürel Çıkarımları

İletişim olgusu ve edimleriyle bağlantılı atasözlerine bakıldığında; öncelikle iletişim olgusunun özüne ilişkin anlamlar barındıran bazı atasözleri dikkati çekmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Bir elin sesi var, iki elin sesi var

- Bir elin sesi çıkmaz
- Yalnızlık, Allah'a mahsustur (yaraşır)
- Nerede birlik, orda dirlik
- Birlikten kuvvet doğar

İletişim (communication) kavramı, "ile beraber" anlamına gelen "com" ve "birlik" anlamına gelen "unio" olmak üzere iki kök kelimeden türemiştir. İletişim olgusu da "ile birleşme" ya da "ile beraberlik" gibi anlamlar taşır. Aynı kökten cemaat anlamına gelen "community" ve yine cemaatle birleşme anlamındaki "communion" kelimeleri gelmektedir (Erdoğan 2002: 32). Dolayısıyla, iletişim olgusunun bir ortaklığı, birlikteliği, paylaşımı, topluluğu, toplumsallaşmış ve iştirak haline gelmiş olmayı kapsadığı söylenebilir (Oskay 2000: 310). Ancak, Erdoğan'ın (2002: 32-33) vurguladığı üzere, iletişim kavramının özündeki bu anlamların toplum içindeki örgütlü yapı ve ilişkilerden bağımsız olarak ele alınması gerekir. Örneğin, kurulan aitlik, ortaklık, toplumsallık ve paylaşma bir kölelik sisteminin getirdiği aitlik, ortaklık ve paylaşma olabilir.

Bu bağlamda, yukarıda belirtilen atasözleri de birlik olmanın ve birlikte hareket etmenin önemine işaret etmektedir. Atasözlerindeki bu vurgunun, spesifik olaylar için olduğu kadar, genel anlamdaki bir tercihi ya da onanan durumu yansıttığını söylemek mümkündür. Öyle ki, Türk toplumu açısından birlik olmanın ve topluluğun, bireyi ve bireyselliği öncelediği söylenebilir. Bir başka ifadeyle, bu atasözlerinde, bireysellik yerine kolektiviteleri ve topluluk ruhunu öne çıkaran bir toplumsallık anlayışına örtük biçimde gönderimler olduğu çıkarımı

yapılabilir. Zira, Baltaş'ın (2000) aktardığı üzere, bilimsel araştırma verileri de bireycilik-toplumculuk ölçeği açısından Türk kültürünün toplumculuğa daha yakın olduğunu ortaya koymaktadır.

Kültürel boyutlar kuramını orta-ya atan bilim insanı Geert Hofstede (1980: 48) toplumun çıkarlarının, bireylerin çıkarlarından üstün tutulduğu ve sıkı bir toplumsal örgünün kişileri çevrelediği kültürleri kolektivist olarak tanımlamaktadır. Öyle ki, kolektivist kültürde biz bilinci hâkimdir ve kimlik de toplumsal sistem temelinde biçimlenir. Bu bağlamda, Türk toplumu da ortaklaşa davranmayı ve kolektiviteyi önde tutan bir kültürün ürünüdür (Sargut 2010: 185). Bu noktada, söz konusu atasözlerinin; düzenlamında bir işi birlikte yapmanın ve birlik olmanın kolaylığını anlatmakla birlikte, bunun da ötesinde bireye göre topluluğa daha fazla önem atfedilen bir genel duyuş ve düşünüşü gömülü biçimde barındırdığı söylenebilir.

Değerlendirilen atasözlerinde dikkati çeken bir başka nokta, genel anlamda “söz”ün, “söz söyleme”nin, “dil”in ve “konuşma”nın önemine ilişkin çeşitli vurgu ve göndermeler yapılmasıdır. Bu kapsamda bir iletişim edimi olarak sözel bir eylemde bulunmaya ve dolayısıyla iletişim türleri açısından sözlü iletişime genel olarak önem atfeden atasözleri yer almaktadır. Bu tarz vurgu ve göndermelerin, ağırlıklı olarak söylenen sözün niteliğinin ön plana çıkarılması suretiyle yapıldığı söylenebilir. Bu atasözleri şu şekilde örneklendirilebilir:

- Acı (kötü) söz insanı (adamı) dinden çıkarır, tatlı söz yılanı inden çıkarır

- Büyük lokma ye büyük söz söyleme
- Doğru söz acıdır
- Doğru söz yemin istemez
- Hak söz ağıdan acıdır
- Haklı söz, haksızı Bağdat'tan çevirir
- Kötü söz insanı dininden çıkarır
- Söz ağızdan çıkar
- Söz dediğin yaş deridir, nereye çekersen oraya gider
- Söz var dağa çıkarır, söz var dağdan indirir
- Söz var gelir geçer, söz var deller geçer
- Söz var iş bitirir, söz var baş yitirir
- Tatlı söz dinletir, tatsız söz esnetir
- Baş dille tartılır
- Bıçak yarası geçer (onulur), dil yarası geçmez (onulmaz)
- Bülbülün çektiği dili belası
- Suyun sessizinden, insanın sözsüzünden korkmalı
- Hayvan koklaşa koklaşa, insan konuşa konuşa
- Dili olsa da söylese (anlatsa)
- Dilin cirmi küçük, cürmü büyük
- Dille düğümlenen, dişle çözülmez
- El yarası onulur, dil yarası onulmaz

Yukarıdaki atasözlerinde genel anlamda sözlü iletişimin önemine yönelik bir vurgu bulunmakla birlikte, daha özelden sözün olumsuz ve olumlu ya da doğru ve yanlış olmasının doğuracağı sonuçlar üzerinden sözel bir eylemde bulunmanın son derece önemli olduğuna işaret edilmektedir. Bir

başka ifadeyle, spesifik olarak “doğru söz söyleme”, “doğru konuşma” gibi iletişim edimlerine atfedilen büyük önem üzerinden genel anlamda sözlü iletişimin çok önemli bir konumda olduğu yargısına varılabilir. Öyle ki, sözlü iletişimin hem doğru ve incelikli biçimlerde ve yerli yerinde kullanımının doğuracağı olumlu sonuçlar hem de yanlış ve uygunsuz kullanımının yol açacağı olumsuzluklar çeşitli mecazi durumlarla anlatılmaktadır. Bu bağlamda, duyu ve düşüncelerin sözlerle aktarıldığı en eski ve en etkili iletişim türü olarak sözlü iletişimin (Aziz 2010: 43) bu konumunun atasözlerinde de vurgulandığı görülmektedir.

Bu atasözlerinden bazılarında sözlü iletişime yönelik açık ve örtük gönderimlerin, etkili bir sözlü iletişim için olması ya da yapılması gerekenlere yönelik ipuçları taşıdığı da söylenebilir. Öyle ki, insanlarla iyi ve güzel konuşmaya özellikle vurgu yapılmakta ve buna karşılık, kötü ya da “acı” konuşmanın olumsuz sonuçlarına işaret edilmektedir. Özlüce, söze ve söz söylemeye önem atfedilmesinin yanı sıra bunun içeriği, nasıl ve ne biçimlerde söylendiği de büyük önem taşımaktadır. Güzel ve etkili konuşmanın önemine yönelik bu tarz gönderimler taşıyan atasözlerinden bazıları şöyledir:

- Acı (kötü) söz insanı (adamı) dinden çıkarır, tatlı söz yılanı dinden çıkarır
- Kötü söz insanı dininden çıkarır
- Tatlı söz can azığı, acı söz baş kazığı
- Tatlı söz dinletir, tatsız söz esnetir

- Buğday ekmeğin yoksa buğday dilin de mi yok?
- Tatlı dil yılanı deliğinden çıkarır
- İnsanın eti yenmez, derisi giyilmez; tatlı dilinden başka nesi var

Daha önce birbirleriyle karşıt anlamlara sahip olan ve çelişen durumları olumlayan atasözlerinin olabildiği belirtilmişti (Aksoy 1988: 138). İncelenen atasözlerinde sözlü ve sözsüz iletişim açısından bu yönde gönderimlerin bulunduğu görülmektedir. Buna göre, yukarıda ağırlıklı olarak söylenen sözün niteliği üzerinden sözlü iletişimin, konuşmanın ve dilin önemine yönelik vurgular ve gönderimler söz konusu iken; bazı atasözlerinde de dinlemeyi, az konuşmayı ve susmayı yeğlenir bir durum olarak ön plana koyan gönderimler yer almaktadır. Bu yöndeki atasözleri olarak şunlar sıralanabilir:

- Söz gümüşse sükût altındır
- Bir söyle on dinle
- İki dinle bir söyle
- Az söyle çok dinle
- Söyleyenden dinleyen arif gerek
- İki kulak bir dil için
- Dil ebsem (olsa) baş esen (esendir)
- Sofrada elini, mecliste dilini sakla

Bu atasözlerinde susma ve dinleme edimleri üzerinden sözsüz iletişimi olumlayan bir söylem bulunmaktadır. Bunun yanı sıra “az söylemek” ya da “az konuşmak” da tavsiye edilen ve yeğlenen bir davranış kalıbı olarak sunulmaktadır. Onan’ın (2011: 98) belirttiği üzere; Türk atasözlerinde sükût kavramı, bilgeliğin bir işareti

olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu atasözünde konuşmak olumsuzlanmamakla birlikte, susmanın yanında ikinci plana yerleştirilmektedir. Buradan hareketle; ilgili atasözlerinde susmanın, sessizliğin, konuşmaktan ziyade dinlemenin ve daha az konuşmanın yüceltiildiği değerlendirilmesi yapılabilir. Benzer şekilde, susmanın bilgelik gibi bir mertebeye özdeşleştirilmesi, kültürel açıdan bu sözsüz iletişim ediminin ne derece önemli çağrışımlarla yüklü olduğunun işareti olarak yorumlanabilir.

Susma ve sessizlik gibi sözsüz iletişim edimlerinin kültürel ve toplumsal açıdan bilgeliğin bir alameti olarak görülmesinin ötesinde, yine Hofstede'nin kuramındaki bireycilik ve ortaklaşa davranışçılık boyutlarına başvurmak yararlı olabilir. Çünkü, Kartarı'nın (2001: 78) belirttiği üzere; bir kültürün kolektivist ve bireycilik boyutları iletişim davranışları üzerinde önemli bir belirleyici olarak işlev görmektedir. Şöyle ki, bireyci kültürlerin üyeleri, ağırlıklı olarak sözlü iletişimi tercih eder ve duygularını sözle ifade ederler. Buna karşılık, kolektivist kültürlerde sözlü iletişim genellikle sözsüz öğelerle desteklenir ve pekiştirilir. Bazı durumlarda ise sözel bir eylemde bulunmanın yerine susmak tercih edilir.

Dolayısıyla, ilgili atasözlerinde susmaya, sessizliğe ve az konuşmaya yüklenen anlamlardan hareket ederek Türk kültürünün kolektivist boyutuna yönelik ipuçlarını yakalamak mümkündür. Bir başka deyişle, Türk kültürünün kolektivist boyuta yakın olmasının atasözlerinde de yansımaları bulunduğu öne sürülebilir. Öyle ki ilgili

atasözlerinde; görece daha az konuşma ya da yerli yerinde konuşma, daha çok dinleme ve sözsüz iletişim edimi olan susma, kültürel açıdan "makbul" iletişim davranışları olarak ön plana çıkmaktadır.

Değerlendirilen atasözlerinde dikkat çekilen bir başka husus, "doğru konuşmak" ile ilgilidir. Ancak, burada da birbiriyle çelişen atasözlerinin bulunduğu görülmektedir. Ancak, buradaki çelişki, doğru konuşulmaması şeklinde eylem boyutunda değildir. Bir başka deyişle, iletişim sürecinde bir taraftan doğru konuşmanın ve doğru sözün önemine vurgu yapılmakta; diğer taraftan ise insanların doğru konuştuklarında karşılaşacakları olumsuz durumlara işaret edilmektedir.

- Doğru söz acıdır
- Doğru söz yemin istemez
- Hak söz ağrıdan acıdır
- Haklı söz, haksızı Bağdat'tan çevirir
- Eğri oturup doğru konuşalım
- Dost dostun ayıbını yüzüne söyler
- Doğru söyleyenin bir ayağı üzengide gerek
- Doğru söyleyenin tepesi delik olur
- Doğru söyleyeni dokuz köyden kovarlar

Görüldüğü üzere; doğru konuşmak ya da doğru söz, kültürel ve toplumsal açıdan makbul kabul edilen bir iletişimsel davranıştır. Öyle ki, söylenen sözün doğruluğu, Türk kültürü açısından hem kültürel hem de dini boyutuyla önemli kabul edilen bir davranış biçimi olan yemin etmeyi gerektirmeyecek düzeyde görülmektedir. Diğer taraftan, doğru söyleme ya

da konuşmanın neticesinde insanların karşı karşıya kalabilecekleri durumlara ya da koşullara işaret edilmektedir. Ancak, bu tarz atasözlerinde olumsuz durumlara işaret edilmekle birlikte, doğru konuşulmaması gerektiği şeklinde bir vurgu ya da tavsiyenin bulunduğu da söylenemez.

Atasözlerinden bazılarında iletişim edimleri açısından dolaylı iletişim biçimine yönelik açık ya da örtük göndermelerden söz edilebilir. Bu bağlamda açık gönderimler taşıyan şu iki atasözü örnek verilebilir:

- Köylü, misafir kabul etmeyiz demez, konacak konak yoktur der
- Kızım sana söylüyorum (dedim) gelinim sen anla (işit)

Bu atasözlerinde bir konuya ya da herhangi bir kişiye yönelik düşüncelerin doğrudan ifade edilmesi yerine bunun dolaylı ve üstü kapalı bir biçimde gerçekleştirilmesi durumu anlatılmaktadır. Bu biçim ise dolaylı sözlü iletişim biçimine karşılık gelmektedir. Yukarıda “tatlı dil”in ve daha çok dinleme ile daha az konuşma ya da az ve öz konuşma biçiminde özetlenebilecek iletişim edimlerinin olumlandığı atasözlerinde de bu yönde örtük anlamların izlerine ulaşılabilir. Ayrıca, doğrunun önemine dikkat çekilen atasözlerinden bazılarında açık bir biçimde doğruları ifade etmenin yol açacağı olumsuz sonuçlara işaret edilmesi, bu konularda doğrudan iletişim biçimi yerine dolaylı iletişim biçiminin tercih edilmesi şeklinde bir tavsiye olarak da okunabilir.

Bu bağlamda, yine ortaklaşa davranışçılık ve bireycilik boyutlarına başvurarak, atasözlerinde açık ya da örtük olarak dolaylı sözlü iletişim biçimlerine yönelik vurgu değerlendirilebilir.

Buna göre; bireyci değer yönelimine sahip kültürlerin üyeleri kendi duygu ve düşüncelerini ifade ederken ağırlıklı olarak doğrudan sözlü iletişim biçimini kullanırlar. Ortaklaşa davranışçı kültürlerin üyelerinde ise duygu ve düşüncelerin üstü kapalı ve dolaylı biçimlerde ifade edilmesi daha yaygın bir durumdur (Kartarı 2001: 124, Gudykunst 1988’den).

Türk kültüründe de genel olarak ortaklaşa davranışçı kültürlerin temel nitelikleri gözlenmekte ve “çatışmalardan kaçınma” kültürel açıdan ön planda tutulmaktadır. Bu durum ise hem dilin yapısına hem de kullanılan iletişim biçimlerine yansımıştır. Dolayısıyla, bir şeyi doğrudan ve açık biçimlerde söylemek yerine anlatılmak istenenlerin dolaylı biçimlerde ifade edilmesi, yaygın bir eğilim olarak karşımıza çıkar (Kartarı 2001: 125).

Yine, dolaylı ve doğrudan sözlü iletişim biçimleri konusunda da birbiriyle çelişen atasözlerine rastlamak mümkündür. Örneğin, “**Dost dostun ayıbını yüzüne söyler**”, “**Dost acı söyler**”, “**Dost ağlatır, düşman güldürür**” ya da “**Dostun attığı taş baş yarmaz**” gibi atasözleri, yakın ilişkileri bulunan kişilerin birbirlerine karşı doğrudan sözlü iletişim biçimlerini kullanmasına yönelik bir anlam da barındırmaktadır. Diğer taraftan, “**Yüz yüzdən utanır**” şeklindeki bir atasözü de insanların karşı karşıya gelmeleri durumunda daha kolay uzlaşabileceğini anlatmaktadır (www.tdk.gov.tr). Ancak, bu atasözünde insanların yüz yüze iletişim kurmalarında ya da aracısız iletişimlerinde birbirlerine karşı dolaylı iletişim biçimlerini kullanabilecekleri yönünde bir anlam da çıkarılabilir.

İncelenen atasözlerinin bazılarında susmanın ve sessizliğin dışında başka bazı sözsüz iletişim türleri ve kodlarına ilişkin gönderimlerin de yer aldığı görülmektedir. Bunları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Aslan yatağından (yattığı yerden) bellidir (belli olur)
- Ağır otur ki bey (ağa, molla) desinler
- Eğri oturup doğru konuşalım
- Adamın yere bakanından, suyun yavaş akanından kork
- Suyun duru akanından, insanın yere bakanından korkmalı
- Dost başa, düşman ayağa bakar
- Gözü göz değil
- Eğilen baş kesilmez
- Boş başak dik durur
- Boş başağın başı dik olur

Fiske (2003: 94-95), sözsüz iletişimin jestler ve göz hareketleri gibi sunumsal kodlar aracılığıyla gerçekleştiğini ve insan bedeninin de sunumsal kodların başlıca taşıyıcısı olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda sunumsal kodlara ilişkin sınıflandırma; “bedensel temas”, “yakınlık”, “yönelme”, “görünüş”, “baş hareketleri”, “yüz ifadeleri”, “jestler”, “duruş”, “göz hareketi ve göz teması” ve “konuşmanın sözsüz görünüşleri” olarak sıralanmaktadır (Fiske 2003: 95-98, Argyle 1972’den).

Yukarıdaki atasözlerinde de mekânın algılanması ve kullanımı, duruş, yönelme, baş hareketleri gibi sözsüz iletişimin farklı görünüşlerine yönelik gönderimler söz konusudur. Diğer bir ifadeyle, sözsüz iletişimin farklı kodlarının mecazi biçimde kullanımı üzerinden çeşitli durumlar anlatılmaktadır. İlk olarak, “aslan yat-

tığı yerden bellidir” sözü, insanların bulunduğu ve yaşadığı mekânları kullanma biçimleri ile onların kişilikleri arasında bir bağ kurmaktadır. Bu bağ, Türk kültüründe bir sözsüz iletişim formu olarak mekânın algılanması ve kullanımının, insanın kişiliğini yansıtacak kadar önemli kabul edildiğini ifade etmektedir. Öyle ki, gerek yaşam alanımızı gerekse çalışma alanımızı tasarım ve temizlik gibi yönlerden iyi bir biçimde tutarak ve sergileyerek, karşımızdakilere nasıl birisi olduğumuza yönelik çeşitli mesajlar verebiliriz.

İkinci atasözünde oturma biçimini anlatan bir sözsüz iletişim kodu olarak duruşa yönelik mecazi bir kullanım üzerinden yine bireylerin karakterine ve saygınlığına ilişkin bir anlatım söz konusudur. Türk Dil Kurumu’nun sözlüğünde ağa “halk arasında sayılan ve sözü geçen erkeklere verilen unvan”ı, molla “büyük bilgin”i, bey de “erkek adlarından sonra kullanılan saygı sözü”nü ifade etmektedir (www.tdk.gov.tr, 2013). Bu sözcüklerin hepsi, sosyo-kültürel açıdan bir saygınlık göstergesi olarak addedilmektedir. Atasözünde bu unvanlara layık olabilmenin koşulu ise ağır oturmak şeklinde formüle edilmektedir. Buradaki ağır oturmak ifadesi ise ölçülü ve ağırbaşlı olmanın referansı olarak kullanılan bir sözsüz iletişim koduna işaret etmektedir. Bir başka anlatımla, oturma biçimimizle ölçülü ve ciddi bir insan olduğumuza yönelik mesajlar gönderebiliriz ve bunun karşılığında toplumsal açıdan kabul gören bir saygınlığa sahip olabiliriz. Benzer şekilde “eğri oturmak” ifadesiyle de bir sözsüz iletişim kodu üzerinden mecazi

bir durum anlatılmaktadır. Buna göre de eğri oturmak, kişilere karşı olumsuz duygu, düşünce ve tutum içinde olmaya işaret etmektedir. Atasözü tam olarak bunu anlatmasa da kişilere karşı bu yöndeki tutumların oturuş ve duruş biçimleriyle dolaylı olarak yansıtılması mümkündür.

Diğer atasözlerindeki “yere bakmak”, “ayağa bakmak”, “gözü göz olmamak” ve “başın eğilmesi” de sözsüz iletişim kodlarından hem yönelme, göz hareketleri ve bakışlar hem de baş hareketleri kapsamında yer almaktadır. Bunlardan yere ve ayağa bakmak, sosyo-kültürel açıdan olumsuz çağrışımlar barındırmaktadır. “Gözü göz olmamak” da benzer şekilde iletişimde bakışlar ve göz hareketlerinin önemine atıf yapan bir atasözüdür. Sözsüz iletişim kapsamında bakışlar ve göz hareketleri edimlerine gönderme yapan bu atasözü, insanların karakterine yönelik ipuçlarının bakışlarından anlaşılacağı yönünde bir anlama sahiptir. “Eğilen baş” ise insanın hatasını ya da kusurunu anlamasını tasvir eden bir kullanım biçimidir. “Boş başağın başının dik durması” ise entelektüel donanım açısından yetersizliğin ve bilgisizliğin örtülmesi amacıyla bilgiçlik taslanılması tavrını anlatmaktadır.

Özlüce, söz konusu kullanım biçimlerinin hepsi, belirli olayları, durumları anlatmak ve nitelemek için sözlü iletişim yerine sözsüz iletişime ait formların ve kodların metaforik olarak kullanılması şeklindedir. Burada vurgulanması gereken nokta; atasözlerinde metaforik olarak kullanılan sözsüz iletişim edimlerinin yaptığı çağrışım ve gönderimlerin, sosyo-kültürel açıdan paylaşılan ve üzerinde

mutabık kalınan anlamlar olduğudur. Bir başka ifadeyle, “ağır oturmayı” tanımlayan tüm oturma biçimleri, Türk kültüründe ciddi bir kişi olarak değerlendirilmenin koşullarından birisi olabilirken; başka bir kültürde bu hiçbir anlam ifade etmeyebilir ya da verdiği mesajlar çok farklı anlamlar taşıyabilir.

Atasözlerinde işaret edilebilecek bir başka husus, fiziksel görünüm ve dış görünüme yönelik gönderimler açısından ele alınabilir. Fiziksel görünüm, dış görünüş ve giyim kuşam gibi unsurlar hem sözsüz iletişim hem de görsel iletişim kapsamında değerlendirilebilir. İncelenen atasözleri içinde bu yönde vurgu ve gönderimleri taşıyanlar şu şekilde sıralanabilir:

- Küheylan at, çul içinde de bellidir
- Eşeğe altın semer vursalar yine eşektir
- Çul içinde arslan yatar
- Kılık kıyafet köpeklere ziyafet
- Kalıp kıyafetle adam adam olmaz
- Kılık kıyafetle adam adam olmaz
- Hayvanın alacası dışında, insanın alacası içinde
- Dışı eli yakar, içi beni yakar
- Ala keçiyi gören içi dolu yağ sanır
- Ak koyunu gören içi dolu yağ sanır

Yukarıdaki atasözlerinde ortak olarak vurgu yapılan ya da gömülü olan söylem, insanların değerlendirilmesi noktasında fiziksel görünüme ve dış görünüme önem verilmemesi şeklinde özetlenebilir. Bir başka deyişle, söz konusu atasözlerinde insanların

dış görünüşleriyle ve giyim kuşamlarıyla değerlendirilmemesi gerektiği ve bunun yanlış bir tutum olduğu anlatılmaktadır. Kartarı (2001: 160), her kültürde bireylerin giyim kuşam, saç şekli, sakal ve bıyık gibi unsurlardan oluşan dış görünüşlerinin belirli mesajların taşıyıcısı olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, hem beden dili hem de giyim kuşam, sözsüz olarak aktardıkları mesajların yanı sıra görsel iletişim araçları olarak da işlev görür. Özellikle giyim kuşam, bedeninin seyirlik bir alan haline dönüşmesinde işlevsel bir araçtır (Güngör 2011: 94-95).

İletişim sürecinde beden de dahil olmak üzere fiziksel görünüm ve giyim kuşam gibi dış görünüş unsurlarının çeşitli mesajlarla yüklü olması gerçeği; ilgili atasözlerinde tavsiye niteliği taşıyan mesajların gerçek yaşamda her zaman için uygulanabilirliğini tartışmalı kılmaktadır. Bir başka anlatımla, bu konuda iletişim literatüründeki teorik bilgi, atasözlerinde işaret edilen durumu ve tavsiyeyi gerçek yaşam içerisinde daha baştan sorunlu hale getirmektedir. Çünkü insanların gündelik yaşamları içinde karşılaştıkları diğer bireylerin dış görünüşlerinden istemli ya da istemsiz olarak birtakım mesajlar çıkarması kaçınılmaz olacaktır. Dolayısıyla, bu atasözlerinde görsel ve sözsüz iletişime yönelik gönderimlerin, toplumsal ve kültürel açıdan hayata geçirilen tavsiyeler olmaktan ziyade ilkesel düzeyde kalan bir düşünce olduğu söylenebilir. Zira, yapılan bazı araştırmalar da insanların değerlendirilmesi ve dolayısıyla iletişim sürecinde dış görünüşün önemli olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, öğretim üyelerinin dış görünüşlerinin öğrenciler tarafından nasıl

algılandığını inceleyen bir araştırmaya göre; erkek öğrencilerin dış görünüşe daha fazla dikkat ettiği ve resmi giyinen hocalara daha çok güvendiği bulgulanmıştır (Keklik 2012: 129).

İncelenen atasözlerinden bazılarında ele alınabilecek bir diğer nokta, insanların yaşı ve söylediği sözlerin niteliği arasında bir bağ kurulmasıdır. Buna göre; insanların yaşça büyük olmaları, onların söylediği sözlerin doğruluğu ve yerindeliliğinin bir işareti olarak görülmektedir. Bu durum ise yaşça büyük kimselerin ya da yaşlı bireylerin yaşam deneyimlerine ve bilgi birikimlerine atfedilmektedir. Bu şekilde gönderimler taşıyan atasözleri şu şekildedir:

- Ulu sözü dinlemeyen, uluyakalır
- Su küçüğün, söz (sofra, yemek) büyüğün
- Sakalım yok ki sözüm dinlensin
- Atalar sözünü tutmayı yabana atarlar
- Atasını tanımayan Allah'ını tanımaz
- Ulularla organ çekişme
- Akıl başa yaş getirir

Yukarıdaki atasözlerinde kültürel ve toplumsal açıdan yaşa gösterilen itibara yönelik gönderimlerin yer aldığı görülmektedir. Buradaki atasözlerinden bazılarında yaşın, söylenen sözün olumlu olmasının ve söz söyleme ayrıcalığının referansı olarak gösterildiği söylenebilir. İletişim düzeyleri açısından bakıldığında; atasözlerinde yer alan bu tarz gönderimler, ağırlıklı olarak hiyerarşik düzeyde iletişimin hâkim olduğu bir zihinsel atmosfere ve düşünce dünyasına gönderme yapmaktadır. Öyle ki; burada söz söyleme hiyerarşisinin belirleyeni olarak yaş

faktörünün karşımıza çıktığı söylenebilir.

Söylenen sözün doğruluğunun, bunların dikkate alınması gereğinin ve söz söyleme ayrıcalığının bir teminatı olarak yaşın ortaya konulması, yine Hofstede'nin kuramındaki güç aralığı boyutu açısından değerlendirilebilir. Zira, Sargut'un (2010: 182-183) aktardığı üzere Türk kültürü güç mesafesinin fazla olduğu ülkeler kümesinde yer almaktadır. Kartarı da (2001: 69) güç aralığının büyük olduğu kültürlerde hiyerarşik sıralama açısından daha aşağıda olanlardan saygı ve uysallık beklendiğini belirtmektedir.

Türk kültüründe aile, meslek, sosyal rol, kurumsal pozisyon gibi noktaların yanı sıra yaşın da hiyerarşik sıralama açısından çok önemli bir referans olduğu ve bunun sosyo-kültürel açıdan da sıkı bir biçimde paylaşıldığı söylenebilir. İletişim açısından düşünüldüğünde; hem sözlü iletişim hem de çeşitli sözsüz iletişim edimleri açısından bunun önemli yansımaları olması da kaçınılmazdır. Öyle ki, yaşlı kimselerin olduğu bir ortamda onların konuşmasının öncelikli olması yine toplumsal açıdan onanan bir durum olarak görülür. Benzer şekilde; bir sözsüz iletişim edimi olarak yaşlı insanların yanında bacak bacak üstüne atmak, olumsuz bir davranış biçimi olarak değerlendirilir. Ancak, çeşitli durumlara ilişkin çelişik atasözlerinin olabildiği tespitine paralel olarak; bir tarafta "aklı başa yaş getirirken", diğer tarafta "akıl başta değil yaşta" olabilmektedir.

Sosyo-kültürel açıdan paylaşılan bu durumun ve zihniyetin, olumsuz yanları olabileceği gibi olumlu yönleri de olabilir. Zira, Kartarı (2010: 69), böyle kültürlerde yaşlılar ile gençle-

rin bütün insani ilişkilerde birbirine bağımlı olduklarını ve söz konusu bağımlılığın da bir "gereksinme" olarak tasarlandığını ifade etmiştir.

Sonuç

Atasözleri; eğitim anlayışı, sosyal hayat, toplumsal cinsiyet, ötekileştirme gibi başka birçok konuda olduğu gibi iletişim olgusu ve edimleri hakkında da birtakım veriler taşıyabilir. Dolayısıyla, atasözlerinde iletişim olgusunu aramak, sosyo-kültürel açıdan onanan ve "makbul" kabul edilen iletişim edimlerinin izlerini sürmek olarak değerlendirilebilir. Tabii ki, küreselleşen dünyada başka birçok bağlamda olduğu gibi bu açıdan da değişimler yaşanması kaçınılmazdır. Ancak, atasözlerinde iletişim olgusu ve edimlerinin izlerini aramanın da bu konudaki genel ya da yaygın kabulleri ve eğilimleri irdelemek anlamına geldiği söylenebilir.

Bu araştırma kapsamında da atasözleri üzerinden Türk toplumunun iletişim olgusu ve iletişim edimlerine ilişkin anlam haritasının ve ortak toplumsal kabullerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, iletişim olgusu ve edimlerine ilişkin çeşitli gönderimler taşıyan atasözlerinin teması çözümlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular; sözlü iletişim, sözsüz iletişim, iletişim olgusunun kök anlamı, görsel iletişim, doğrudan ve dolaylı iletişim ve hiyerarşik iletişim gibi başlıklar altında tasnif edilebilir.

Bu bağlamda öncelikle sözlü iletişim açısından bakıldığında; incelenen atasözlerinde söylenen sözün niteliği üzerinden "söz"e ve "söz söyleme"nin önemine yönelik dolaylı vurguların olduğu 25 atasözü dikkat çekmektedir. Öyle ki, bu atasözlerinde "acı söz",

“tatlı söz”, “buğday dil”, “kötü söz” ya da “tatlı dil”in yapabildikleri üzerinden sözlü iletişimin insan ilişkileri ve kişilerarası iletişim açısından ne denli kritik bir konumda olduğu çıkarımına varılabilir. Bir başka ifadeyle; bu yöndeki atasözlerinde söylenen sözün niteliği ve yol açabileceği sonuçlar ön plana çıkarılarak sözel bir eylemde bulunmanın ve sözlü iletişimin önemine işaret edilmektedir. Yine, bu tarz metaforik kullanımların, etkili iletişim ve retorikğin önemine yönelik örtük gönderimler taşıdığı söylenebilir.

Sözsüz iletişim bulguları bağlamında bakıldığında da; 8 atasözünde daha çok dinlemeye ve daha az konuşmaya, susmaya ve sessizliğe yönelik vurgular dikkat çekmektedir. Buna göre; ilgili atasözlerinde söz söylememe, susma ya da sessizlik ile konuşmaktan ziyade daha çok dinlemek, “makbul” iletişim edimleri olarak konumlandırılmaktadır. Şöyle ki, Türk atasözlerinde sükût kavramının bilgeliğin bir işareti olarak sunulması (Onan 2011: 98), sözsüz bir iletişim edimi olarak susmaya verilen önemin göstergesi olarak yorumlanabilir. Zira, atasözünde susma ya da sessiz kalma, sözü önceleyen bir konuma yerleştirilmektedir.

Araştırma bulgularında mekânın kullanımı, duruş, yönelme, fiziksel görünüm gibi sözsüz iletişimin çeşitli türdeki farklı kodlarına ve aynı zamanda görsel iletişime yönelik gönderimler taşıyan 20 atasözü de söz konusudur. Bunlar, aynı zamanda hem sözsüz iletişim hem de görsel iletişim türünün kapsamına girebilmektedir. Örneğin, “Aslan yattığı yerden belli olur” atasözü, mekânın algılanması ve kullanımı açısından hem bir sözsüz iletişim kodu hem de görsel iletişim unsuru olarak

karşımıza çıkmaktadır. Bir başka anlatımla; bu atasözlerinde, iletişim sürecinde karşı tarafa hem sözsüz hem de görsel mesajlar verilebileceğine yönelik ipuçları yer almaktadır.

İncelenen atasözlerinde iletişim olgusunun kök anlamı mercek altına alındığında; 5 atasözünde iletişim olgusunun özüne ilişkin gönderimler karşımıza çıkmaktadır. İletişim kavramı özü itibarıyla benzeşenlerin oluşturduğu ortaklık, topluluk, toplumsal yaşam, paylaşım, bir aradalık gibi bir dizi kök anlamı da içermektedir. Buradaki 5 atasözünde yer alan gönderimler de; birlik olmanın, birlikte hareket etmenin ve topluluğun önemine yönelik atıflardır. Buradan hareketle; Hofstede’nin (1983: 78) kültürel boyutlar kuramında bir boyut olarak ele aldığı bir toplumun kolektivite ya da ortaklaşa davranışçılık ile bireycilik boyutlarından hangisine yakın durduğuna yönelik çıkarımlar yapmak mümkün olabilir. Bu bağlamda, ilgili atasözlerinin sosyo-kültürel açıdan ortaklaşa davranışçılık boyutunu ve topluluk ruhunu ön planda tutan bir söylemin taşıyıcısı olduğu söylenebilir. Zira, Hofstede (2009: 6) buradaki atasözlerinin anlamına paralel biçimde; kolektivizmin toplumsallığı ve grup birliğini ön plana çıkardığını ve böylelikle, biz bilincini ve toplumsal harmoniyi öncelediğini belirtmektedir.

Sözün doğrudan ve dolaylı kullanımını bağlamında araştırma sonuçlarına bakıldığında; 2 atasözünde dolaylı iletişim biçimine yönelik gönderimler yer alırken; 5 atasözünde de doğrudan ya da aracısız iletişime yönelik atıflar dikkati çekmektedir. Doğrudan iletişime yönelik vurgu taşıyan atasözlerinde daha çok kişilerarası ilişkiler açısından dost olarak konum-

landırılan kişilerin bu tür iletişimi kullanacaklarına işaret edilmektedir. Dolayısıyla, bu tarz atasözlerinde hem informel ilişkilere hem de bu ilişkiler içinde kullanılan ya da kullanılması gereken doğrudan üslup ve iletişime göndermeler yapıldığı söylenebilir. Diğer taraftan, “Kızım sana söylüyorum gelinim sen anla” atasözünde olduğu gibi formel bir ilişki biçimi ve bunun beraberindeki dolaylı üslup ve aracılı iletişim türü karşımıza çıkmaktadır.

Dolaylı ve doğrudan sözlü iletişim biçimlerine yönelik gönderimler taşıyan atasözleri bağlamında, antropolog Edward Hall’ın dar ve geniş bağlamlı kültürler ve iletişim arasındaki ayrımı da bir çıkarım noktası sağlayabilir. Buna göre; geniş bağlamlı bir iletişim ya da mesaj, enformasyonun çoğunun karşıdaki kişide zaten mevcut olduğu ve oldukça az bir kısmının açıkça kodlanarak iletildiği iletişim biçimidir. Dar bağlamlı iletişim ise kodlamanın açık bir biçimde enformasyon kütlelerine yüklendiği iletişim türüdür. Örneğin, birlikte büyüyen ikizler, daha ekonomik biçimlerde iletişim kurabilirler ve dolayısıyla geniş bağlamlı iletişim biçimini kullanırlar (Hall vd. 1987: 8, Hall 1976’dan).

Kartarı’nın da (2001: 53) belirttiği üzere; bazı kültürler geniş bağlamlı ve diğer bazıları da dar bağlamlı iletişime daha yatkın olabilir. Ancak, tamamen dar bağlamlı ya da tamamen geniş bağlamlı kültürler şeklinde bir ayrım yapılması da mümkün değildir. Kültürlerarası iletişimi etkileyecek düzeydeki farklar açısından bakıldığında ise Kuzey Amerikalılar ile Orta ve Kuzey Avrupalıların genellikle dar bağlamlı iletişime daha yatkın oldukları görülmektedir. Buna karşın; Güney Amerikalılar, Akdenizliler, Uzak

ve Orta Doğulular ise daha fazla geniş bağlamlı iletişim kurma eğilimindedirler.

Bu bağlamda ilgili atasözleri mercek altına alındığında; “Köylü, misafir kabul etmeyiz demez, konacak konak yoktur der” ve “Kızım sana söylüyorum, gelinim sen anla” atasözlerinin geniş bağlamlı iletişim ve mesaj biçimine daha yakın olduğu söylenebilir. Bir başka ifadeyle; böyle bir anlam taşıyan atasözleri, iletişim halinde olunan kişi ya da kişilerin, dolaylı mesajların arkasındaki kodları anlaması gerektiği yönünde bir anlam da barındırmaktadır.

Nitekim, geniş bağlamlı kültürlerde mesajların arka planında genellikle bir iç anlam gömülüdür ve konuşma ya da yazma sırasında her şey açık seçik bir biçimde ifade edilmeyebilir. Bu nedenle de dinleyiciden satır aralarını okuyabilmesi ve söylenmeyenleri anlayabilmesi beklenir. Buna karşılık, dar bağlamlı bir kültürün temel karakteristiği olarak doğrudan ve doğrusal bir iletişim stili karşımıza çıkmaktadır (Nishimura vd. 2008: 785). Yukarıda dolaylı ya da aracılı iletişime örnek teşkil eden bu atasözleri de geniş bağlamlı kültürün iletişim stillerine paralel biçimde söylenenler üzerinden söylenmeyenlerin ya da dolaylı olarak söylenmek istenenlerin anlaşılması gerektiği yönünde bir anlam içermektedir.

Doğrudan sözlü iletişim biçimlerinin kullanılmasına yönelik gönderimler taşıyan “Dost acı söyler”, “Dost ağlatır, düşman güldürür” ya da “Dostun attığı taş baş yarmaz” gibi atasözlerinin ise dar bağlamlı iletişime daha yakın olduğu söylenebilir. Çünkü, bu tarz atasözleri; kişiler arası ilişkilerde yakın olan kişilerin imalı mesajlar

yerine açıkça kodlanmış mesajlar kullanmayı tercih edeceği anlamını taşımaktadır.

Dolayısıyla, Türk kültürü bağlamında duruma, koşullara ve ilişkinin niteliğine göre hem geniş bağlamli hem de dar bağlamli iletişim stillerinin kullanımını onayan atasözlerinin olduğu görülmektedir. Yine de; Türk kültürünün hâkim kodlarından birisi olan ortaklaşa davranışçılık boyutu ile birlikte düşünüldüğünde; geniş bağlamli iletişimin daha yaygın bir kullanıma sahip olduğu öne sürülebilir. Zira, çatışmadan kaçınma ya da karşıdaki kişiyi kırmama gibi motivasyonlardan hareketle insanlar iletişim süreçlerinde daha dolaylı ve örtük mesajlar kullanma eğiliminde olabilmektedirler.

Son olarak, incelenen atasözlerinden bazılarında yaş ve söylenen söz açısından birtakım bağlantılar kurulduğu görülmektedir. Buna göre yaş; sözün dinlenilmesi ve tutulması, söz söyleme beratı ve imtiyazı, itaat edilmesi ve deneyim sahibi olunması gibi noktalar açısından önemli bir kriter olarak konumlandırılmaktadır. Bu tarz gönderimler, iletişim düzeyleri kapsamında düşünüldüğünde; yaş ile bağlantılı olarak eşit düzeyli iletişimden ziyade hiyerarşik düzeyli iletişimi çağrıştıran göndermeler niteliği taşımaktadır. Öyle ki; yaşın ve büyüklüğün sözlü ve sözsüz iletişim açısından toplumsal ve kültürel bir ayrıcalık ve öncelik beratı sağladığı öne sürülebilir.

Bu gönderimler, yine Hofstede'nin güç aralığı boyutu üzerinden okunabilir. Buna göre, güç aralığının fazla olduğu toplumlarda yaşça büyük olan kimselere yönelik iletişim biçimleri ve davranış kodları da ağırlıklı olarak bu

doğrultuda biçimlenir. Türk kültürü de güç aralığının yüksek olduğu ülkeler kapsamı içerisinde yer alır. Dolayısıyla, iletişim edimleri bağlamında düşünüldüğünde; yaşça büyük insanlara sözlü ve sözsüz iletişim açısından hem bir öncelik verilmesi hem de saygı gösterilmesi, ilgili atasözlerinde sosyokültürel açıdan gerekli ve onanan bir davranış biçimi olarak sunulmaktadır.

Sonuç olarak, atasözlerinin bir toplumun kültürel kodlarına ve davranış kalıplarına ilişkin kayda değer bir anlam haritası olduğu söylenebilir. Öyle ki, yukarıda irdelendiği üzere; bu anlam haritasında toplumsal ve kültürel açıdan kabul gören, önerilen ve tavsiyeler seti niteliği taşıyan iletişim edimlerine ilişkin çeşitli okumalar yapmak da mümkün olabilmektedir. Küreselleşen dünyada toplumların iletişim edimlerinde de zaman içerisinde çeşitli değişim ve dönüşümler yaşanmakla birlikte; incelenen atasözlerinde yer alan gönderimlerin ve bu bağlamda yapılan değerlendirmelerin Türk toplumunda toplumsal ve kültürel açılardan halen önemli bir karşılığı olduğu söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Akbay, Okan Haluk. "Japon Atasözlerinde Kadın İmgesi". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* 6. (Haziran 2012): 145-158.
- Akın, Adnan. "Doğudan Batıdan: Bir Kültür Ögesi Olan "Türk Atasözleri'nin "Yönetim Paradigmaları" Açısından İncelenmesi". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*. 5(2). (2008): 1-29.
- Aksoy, Ömer Asım. *Atasözleri, Deyimler*. Türk Dili Araştırmaları Yıllığı Belleten-1962, Ankara: TDK Yayınları, 1988.
- Arewa, E. Ojo, Alan Dundes. "Proverbs and the Ethnography of Speaking Folklore". *American Anthropologist* 66(6), Part 2: The Ethnography of Communication, (Dec., 1964): 70-85.
- Aziz, Aysel. *İletişime Giriş* (Genişletilmiş 3. Baskım). İstanbul: Hiperlink Yayınları, 2010.

- Baltaş, Acar. "Türk Kültürü Ekip Çalışmasına Ne Kadar Yatkın?" 10.01.2000 (30.04.2013). <http://www.acarbaltas.com /makaleler_detay.php?id=52>
- Başgöz, İlhan. "Atasözleri hakkında atasözleri ya da Atasözlerinin toplumsal anlamı". (çev. Nurdan Tuhfe Toçoğlu), *Millî Folklor* 18(70). (2006): 85-91.
- Bingöl, Başak. "Türk Atasözlerindeki "Öteki"leştirme Eğilimi". *Millî Folklor* 17(67). (2005): 70-73.
- Cevizci, Ahmet. *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Say Yayınları, 2011.
- Dik, Tuba. "Atasözlerinde Adil Dünya İnancı". *Millî Folklor* 22(88). (2010): 28-32.
- Duman, Mustafa. "Türk Atasözlerinde "Ölüm". *Prof. Dr. Fikret Türkmen Armağanı*. (ed. Alimcan İnayet- Zeki Kaymaz) İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi, 2012: 97-108.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz, Alemdar. *Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayınları, 2002.
- Erdoğan, İrfan. *İletişimi Anlamak*. Ankara: Erk Yayınları, 2002.
- Erginer, Güzide. "Atasözlerinde Sosyal Hayat". Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.
- Fiske, John. *İletişim Çalışmalarına Giriş* (ikinci basım). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2003.
- Gudykunst, William B. "Cultural Variability in Communication: An Introduction". *Communication Research* (24). (1997): 327-348.
- Gürel, Emel ve Merba Tat. "Bir İletişim Edimi Olarak Dinleme ve Türkçede Bulunan Dinleme Temalı Atasözleri ile Deyimler Üzerine Bir İçerik Analizi". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5(23). (Güz 2012): 276-297.
- Güngör, Nazife. *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011.
- . *İletişim. Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011.
- Güvenç, Bozkurt. *Kültürün ABC'si* (2. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2002.
- Hall, Edward T. *The Silent Language*. New York: Doubleday, 1959.
- ve Mildred Reed Hall. *Hidden Differences. Doing Business with the Japanese*. New York: Anchor Books, Doubleday, 1987.
- Hofstede, Geert. "Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad?" *Organizational Dynamics* 9(1). (1980): 42-63.
- . "The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories". *Journal of International Business Studies* 14(2). (1983): 75-89.
- . "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context". *Online Readings in Psychology and Culture* 2(1). (2009): 1-13.
- Kartarı, Asker. *Farklılıklarla Yaşamak. Kültürlerarası İletişim*. Ankara: Ürün Yayınları, 2001.
- Keklik, Belma. "Öğretim Üyelerinin Dış Görünüşlerinin Öğrenciler Tarafından Algılanma Biçiminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi* 4(3). (2012): 129-141.
- Keser, Nilüfer ve Nilüfer Voltan-Acar. "Türk Atasözlerinde Bilişsel Çarpıtmalar. Akademik Bakış Dergisi". *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi* (35). (Mart-Nisan 2013): 1-20.
- Meydan, Cem Harun ve Mustafa Polat. "Liderlerin Güç Kaynakları Üzerine Kültürel Bağlamda Bir Araştırma". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 65(4). (2010): 124-140.
- Nishimura, Shoji, Nevgi, Anne ve Seppo Tella. "Communication style and cultural features in high/low context communication cultures: A case study of Finland, Japan and India". *Proceedings of a subject-didactic symposium in Helsinki on Feb. 2 Part 2*. (2008): 783-796.
- Onan, Bilginer. "Türk Atasözlerinde Dil Farkındalığı ve İşlevsel Dil Kullanımı". *Millî Folklor* 23(91). (2011): 91-100.
- Oskay, Ünsal. *İletişimin A B C'si* (Altıncı Basım). İstanbul: Der Yayınları, 2011.
- . *XX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri* (Dördüncü Basım). İstanbul: Der Yayınları, 2000.
- Özkan, Bülent ve Ayşe Eda Gündoğdu. "Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Türkçede Atasözleri ve Deyimler". *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 6(3). (Summer 2011): 1133-1147.
- Sargut, Selami A. *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim* (3. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2010.
- Tanrıkulu, Taşkın. "Türk Atasözlerinde Gerçeklik Terapisi". *Millî Folklor* 23(90). (2011): 86-92.
- Tüm, Gülден. "Atasözlerinin Değişik Kültür ve Dilleri Anlamadaki Rolü". *Turkish Studies. International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 5(4). (2010): 663-678.
- Yılmaz, Muhsin. "Türkçe Atasözlerinde Eğitim Anlayışı". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 33(1). (2000): 137-145. <http://www.tdk.gov.tr>, ilk erişim tarihi 10.02.2013.