TÜRK ATASÖZLERİNDE DAMGALAMA

STIGMATIZATION IN TURKISH PROVERBS

Nilgün DAĞ, Mustafa Aydın BAŞAR

67

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Yıl: 2025 Cilt: 34 No: 2 Sayfa: 1149-1168
https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil

DOI: 10.35379/cusosbil.1654614

Geliş Recieved: **10.03.2025**
Kabul Accepted **05.06.2025**

TÜRK ATASÖZLERİNDE DAMGALAMA

STIGMATIZATION IN TURKISH PROVERBS

Nilgün DAĞ [1] **, Mustafa Aydın BAŞAR** [2]

Anahtar Kelimeler:
Atasözleri,
Damgalama,
Ayrımcılık,
Stereotipleştirme,
Etiketleme.

Keywords:
Proverbs,
Stigma,
Discrimination,
Stereotyping,
Labeling

ÖZ

Bu çalışmada, Türk atasözleri damgalama açısından eleştirel söylem analizi kullanılarak incelenmiştir. Pala'nın ortaöğretim çağı gençliğini hedef alan "Dünden Bugüne Atasözleri" adlı eserinde yer alan 993 atasözü bu çalışmanın veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Verilerin analizinde, Braun ve Clarke'nin tematik analize dayalı altı adımı izlenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, çalışmanın veri kaynağını oluşturan 993 atasözünün 218'inde beş farklı damgalama (toplumsal kimlik temalı damgalar, karakter özelliğinden kaynaklı damgalar, statüsel damgalar, kitlesel damgalar ve bedensel damgalar) olduğu tespit edilmiştir. Bu atasözlerinden 83'ünün toplumsal kimlik temalı olduğu; 40'ının karakter özelliğinden kaynaklı damgalar içerdiği; 35'inin statüsel, 32'sinin kitlesel ve 28'inin de bedensel damgalar içerdiği saptanmıştır. Bu 218 atasözünde toplam 63 damga tespit edilmiş ve toplumsal kimlik temalı damgaların daha fazla, kitlesel damgaların ise daha az olduğu saptanmıştır. Araştırma bulguları, atasözlerindeki damgaların heterojenliğine dair kanıtlar sunmakta ve damgalama türlerine ilişkin çıkarımlar ortaya koymaktadır. Ayrıca sonuçlar, atasözlerindeki damgalama olgusunu resmetmekle birlikte atasözlerinde damgalamanın hangi formlarda işlendiğini de göstermektedir.

ABSTRACT

In this study, Turkish proverbs were examined in terms of stigmatization using critical discourse analysis. 993 proverbs in Pala's book "Dünden Bugüne Atasözleri", which targets secondary school youth, were used as the data source of this study. In analysing the data, Braun and Clarke's six steps thematic analysis was followed. As a result of the analysis, that 218 of the 993 proverbs contained five different stigmatizations: stigma based on social identity, character traits, status, collectivity, and physical attributes. 83 of these proverbs are on the theme of social identity; 40, character traits; 35, status-related, 32, collective and 28, physical stigmas. A total of 63 stigmas were identified in these 218 proverbs, and it was determined that social identity-themed stigmas being the most prevalent and collective stigmas the least. The findings provide evidence of the heterogeneity of stigma in Turkish proverbs and offer insights into the types and forms of stigmatization present. Additionally, the results illustrate not only the presence of stigmatizing discourse in proverbs but also how these forms of stigma are constructed and transmitted through traditional sayings.

[1] Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, ndag@mersin.edu.tr, 0000-0002-5084-6472

[2] Dr.Ö.Ü., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, mbasar@comu.edu.tr, 0000-0003-3678-4647

Dağ, N., & Başar, M. A. (2025). Türk atasözlerinde damgalama. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 34(2), 1149-1168.

GİRİŞ

Damgalama, dünyanın her yanındaki ulus ve kültürlerde görülen; ırksal, dinsel, cinsel veya mental açıdan hepimizi hedef alabilen; hepimizce şikâyetlenilen ve fakat bugünün dünyasında araçsallaşmış zorlayıcı bir durumdur. 21. yy'ın yoğun iletişim ortamında, artık sadece damgalamanın muhatabı ve mağduru değil; bunun failiyiz de. Başkalarının durduğu yeri tespit ve tayin etme gibi masum bir amaçla dahi kullandığımızda, damgalamaya bir kimlikleme, kategorize etme ve işaretleme olarak ayrıştırıcı bir işlev yükleriz. Onu, başkalarını sınır dışı etmede kullandığımızda ya da genom temelli etiketlerin (örneğin depresyon, şizofreni, suça eğilim, kanser vb. için olasılık gösteren istatistiki genom verileri) yapıştırılabileceği bir veri tabanı (Baltaoğlu, 2009) olarak araçsallaştırdığımızda ise habis ve bencil bir mekanizma (Beyazyüz, 2009) hâline getiririz. Damgalama, imaj endüstrisinin dünyanın neredeyse her yerindeki insanlara -giyim, aksesuar, kozmetik vb. yollarla- benzer görünümler kazandırmasıyla (İlyasoğlu, 2009) belirdiğinde ise, benzer görünmeyenlerin ayrıştırılması olarak karşımıza çıkar.

Bu çerçevede bakıldığında, damga yememiş insan yoktur ve her birey yüz yüze etkileşimin dinamiğinde damga riskiyle karşı karşıyadır (Ünsaldı, 2022). Çünkü damgalar, insanların doğasında yoktur; sosyal olarak inşa edilirler. Sosyal ilişkiler ve insanlar arası iletişim, damgalanmanın ortaya çıkmasında, yaygınlaşmasında, sürdürülmesinde ve buna tepki verilmesinde merkezî bir rol oynar (Hoffner, 2023). Bu bakımdan damga, sabit bir nitelik değildir; bir ilişki türüdür, sıfat ve stereotip arasındaki bir ilişki biçimidir (Ünsaldı, 2022) ve kimlik normlarının hâkim olduğu her yerde işler hâlde bulunan bir usuldür (Goffman, 2022). Dolayısıyla damgalar kişisel, kişiler arası ve yapısal düzeylerde meydana gelerek birçok kültürde, kurumda ve sosyal ortamda yaygınlaşırlar. Bu bakımdan damgalar, sadece damgalanan kişiye yönelik olumsuz tutumların bir toplamı olarak değil; aynı zamanda insanların tutumlarının çeşitli şekillerde birbirine bağlı olduğu bir sosyal yapıya ait olarak da düşünülmelidir (Allison, 2023).

Damga, sözlü kültür ürünleri olan atasözlerinde de karşımıza çıkar. Atasözleri, sadece bir topluluğa, topluma veya kültüre dair incelik ve derinlikleri içermekle kalmaz; aynı zamanda o topluluk, toplum ya da kültürdeki olumlu ve olumsuz duyguların, düşüncelerin, yargıların ve tutumların öğrenilmesi ve içselleştirilmesinde de rol oynar. Çünkü atasözleri, kolektif bilincin somut yansımalarıdır; gündelik yaşamın olgusal yorumunu sunan ve bir topluluğun düşünme, davranma ve yaşama şeklini ortaya koyan en temel söz birimleridir. Ayrıca atasözleri, sadece konuşmayı süslemekle veya estetize etmekle kalmaz; aynı zamanda yasal/hukuki formüller sağlar; bir topluluğun üyeleri arasındaki sosyal ilişkileri geliştirmede veya yönetmede tavsiye veya uyarı amacıyla kullanılır ve bir topluluğun deneyimini genelleme görevi görürler (Herzof, 1936). Bu nedenle atasözleri, damgalama açısından dikkate alınması gereken önemli bir kültürel bağlamdır ve atasözleri ile damgalama arasındaki bağlantıyı incelemek önemlidir.

Alanyazında, atasözlerinin toplumsal cinsiyet (Tekin, 2023; Okray, 2015), toplumsal kabul (Tapan, 2023), ötekilik (Kurtoğlu-Zorlu, 2018), akıl (Gökkaplan, 2022; Biray, 2017), kelime sıklığı (Güzel & Karadağ, 2013), çocuk (Duran & Cengiz, 2022) vb. çeşitli bağlamda araştırıldığı bir dizi çalışma vardır. Ancak, araştırma verilerinde damgalama bağlamında belirgin bir boşluk bulunmaktadır. Bu çalışmada, Türk atasözlerindeki damgalama örnekleri eleştirel söylem analizi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmaya, "Türk atasözlerindeki damgalar nelerdir ve bu damgalar hangi kavramsal kategoriler altında toplanabilir?" araştırma sorusu rehberlik etmiştir. Mevcut çalışma, atasözlerindeki damgalama olgusunu resmetmekle birlikte atasözlerinde damgalamanın hangi formlarda işlendiğini de ortaya koymaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Damgalama

Damgalama, bir kişiye onu işaretleyen, lekeleyen ve toplum tarafından dışlanmasına yol açan bir etiketin verilmesidir. Link ve Phelan (2001), damgalamayı *etiketleme* (labeling), *stereotipleştirme* (stereotyping), *ayırma* (separation), *statü kaybı* (status loss) ve *ayrımcılık* (discrimination) bileşenlerinin bir arada ortaya çıkması olarak tanımlarlar. Bu bileşenlerden ilki, etiketlemedir; insanlar, insanî farklılıkları ayırt eder ve etiketlerler. İkincisinde baskın kültürel inançlar, etiketlenen kişileri

istenmeyen özelliklere (olumsuz stereotiplere) bağlar. Üçüncüsünde, etiketlenen kişiler farklı kategorilere yerleştirilir. Dördüncüsünde, etiketlenen kişiler eşitsiz sonuçlara yol açan statü kaybı ve ayrımcılığa maruz kalırlar. Dolayısıyla damgalama, tüm bu unsurların bir arada ortaya çıkması hadisesidir. Yani damgalama, farklılığın belirlenmesine, stereotiplerin oluşturulmasına, etiketlenen kişilerin farklı kategorilere ayrılmasına ve onaylamama, reddetme, dışlama ve ayrımcılığın tam olarak uygulanmasına olanak tanıyan sosyal, ekonomik ve politik güce erişime bağlıdır (Link ve Phelan, 2001).

"X alkoliktir", "Y delidir", "Eşcinsel Z", "A'nın oğlu B", "Genç doktor C", "Biz Batılılar", "Kadınlar duygusaldır"... Bunlar, bugünün dünyasında hem kişisel hem de kitlesel düzeyde karşımıza çıkan, varlığı ve yaygınlığından hepimizin haberdar olduğu damgalama örneklerinden bazılarıdır. İnsan zihni, damgalama konusunda o kadar üretkendir ki benlik sınırının dışında kalan her şeyi ve her varlığı damgalamanın hedefi hâline getirebilir. Kişi, benlik sınırını belirleyen halkanın dışını damgaladıkça benliğini şişirir. Çünkü benlik, edinilenlerle değil; başkalarındaki eksikliğin farkına varılmasıyla şişer (Beyazyüz, 2009). Bunun, bir irrasyonel zihin işleyişi olduğu kabul edilse de damgalama insan zihninde gizliden gizleye işleyen ve farklı biçim ve içeriklerle hayatlarımızda beliren zorlayıcı bir durumdur. Üstelik damgalar, damgalanan kişilere yönelik olumsuz tutumların bir toplamı değil; insanların tutumlarının çeşitli şekillerde birbirine bağlı olduğu bir sosyal yapıya aittir (Allison, 2023). Çünkü damgalar, hedef alınan kişilerin taşıdıkları ya da taşıdıklarına inanılan ayırt edici özelliklerden doğar ve bu özellikleri dolayısıyla kişilerin değersizleştirilmesine ve itibarsızlaştırılmasına sebep olurlar (Crocker, Major & Steele, 1998). Damgalama, "itibarsızlaştırılabilir ya da itibarsızlaştırılmış bir vasfa sahip olma" ve "bu vasıf üzerine kişiyi anormal olarak tanımlamaya götüren bir yargıda bulunma" hadisesidir (Ünsaldı, 2022, s. 16). Dolayısıyla insanlık durumuna ilişkin bir meseledir.

Damga, damgalanmış kişi üzerinde normatif ve değerlendirici bir baskı oluşturur. Kişiyi kategorize etme, ona ya bir toplumsal kimlik atfetme ya da o kimlikten sapma aracı olarak işlev görür. Damga, kişinin kusurlu, kabahatli ya da suçlu olduğuna ve başkalarının bunlardan kaçınması gerektiğine gönderme yapar. Dolayısıyla damgalama; belirli özellikler, koşullar ya da sağlık belirtileriyle ilişkili herhangi bir olumsuz tutum, önyargı veya yanlış inanış anlamına gelir. Damgalanmanın sonucu, damgalananların eğitim, barınma, istihdam, sağlık ve sosyal bakım gibi yaşam fırsatlarından sistematik olarak dışlanmasıdır. Çünkü damgalama, başkalarının belirli özelliklerini "değersiz" ve dolayısıyla "itibarsız" olarak yorumlamak için kullanılır (Liamputtong & Rice, 2021).

Damgalama, üç unsuru içeren kapsayıcı bir terim olarak görülür: Bilgi sorunları (cehalet veya yanlış bilgi); tutum sorunları (önyargı); davranış sorunları (ayrımcılık) (Thornicroft vd., 2010). Sosyal psikologlar ise damgalama sürecini üç yapı açısından incelerler: Stereotipler (bilişsel), önyargı (duygusal) ve ayrımcılık (davranışsal). Stereotipler, sosyal gruplarla ilgili olarak gerçeğin bir kısmına dayanan ve kaba bir tarzda yapılan genellemelerdir (Atalay, 2009). Önyargı, bir kişiye bir gruba mensup olmasından ötürü duyulan tiksindirici veya düşmanca tutumu ve bu nedenle o gruba atfedilen sakıncalı ve uygunsuz nitelikleri (Alloport, 1958) ifade eder. *Ayrımcılık* ise, bir gruba diğerine göre farklı muamele edilmesini ve grup üyelerinin haklarının ve yaşam olanaklarının kısıtlanmasını içerir (Atalay, 2009).

Goffman (2022), birbirinden farklı üç damga tipi tanımlamıştır: (1) Bedensel korkunçluklar (aşırı kilo, obezite, vb.), (2) bireysel karakter bozuklukları (bağımlılık, alkolizm, eşcinsellik, işsizlik vb.) ve (3) etnolojik damgalar. Birinci tip damgalar yara izlerini, fiziksel engelleri veya bir kişiyi diğer kişilerinden açıkça farklı kılan diğer faktörleri içeren fiziksel deformasyonları ifade eder. İkinci tip damgalar, bireysel karakter bozukluklarından kaynaklanan damgaları imler. Kabile damgalaması olarak da adlandırılan üçüncü tip damgalar ise ırk, etnik köken, din, ideoloji vb. nedenlerle olan damgaları içerir.

Bazı damgalar (cinsiyet, şişmanlık vb.) kolayca görünürken bazıları görece gizlidir ve bunlar bir etiket ya da çağrışım şeklindedir (Atalay 2009). Ayrıca damgalama, yalnızca damgalayanlar tarafından değil; çoğu zaman damgalananlar tarafından da bağlı kalınan inançlardan kaynaklanır. Damgalı sınırda olandır; gruba hem ait olan hem de olmayandır ancak bizatihi varlığıyla ve grupla ilişkisiyle grubu yapılandırandır (Ünsaldı, 2022).

Atasözleri

Atasözleri, dilsel etkileşimin temel taşı ve folklorumuzun en önemli malzemesidir. Nesilden nesile aktarılan tarihi ahlâk ve bilgelik ifadeleridir (Fayemi, 2009). Atalarımızın uzun gözlem ve tecrübeleri sonucu oluşmuş hikmetli sözlerdir (Pala, 2021). Yol gösterici, öğüt verici ve didaktik bir muhtevaya sahiptirler. Atasözleri, ulusal bir kültürel mirası temsil eden ve bir toplumun kültürel değerlerini, inançlarını ve bilgeliğini yansıtan; o toplumun tarihine, gelenek ve yaşam tarzına dair bilgiler sunan; rehberlik ve ilham kaynağı olarak hizmet eden hikmetli sözlerdir. Yani ait oldukları toplumun düşünce yapısı, gelenek ve öğretileri, yaşayış şekli, inanışı gibi niteliklerini yansıtırlar. Dolayısıyla atasözleri, derin yaşam deneyimlerini özetlemek için mecazi bir dil ve metafor kaynağı olmakla birlikte bir toplumun veya kültürün sembol sistemlerine de ışık tutarlar. Nitekim atasözlerinin bilgeliği, binlerce yıldır insanlara sosyal etkileşimlerinde rehberlik etmiştir (Mieder, 2004). Dolayısıyla atasözleri gelenek ve görenekleri yansıtan, bazı inançları ortaya koyan ve bir düşüncenin kişisellik çizgisini aşarak toplumun bütününü kucaklayan ifadelerdir.

Kültür tarihçisi Pei-kai (2020), atasözlerinin yalnızca nesilden nesile aktarılan geleneksel ifadeler olmadığını; bir kültürün önyargılarını, düşüncelerini ve yaşam biçimini ortaya çıkardığını ve bu bakımdan bir ülkenin atasözlerini anlamanın onları kullanan insanları anlamak olduğuna dikkat çeker. Lauhakangas (2007), atasözlerinin, belirli bir kültürün katılaşmış tutumlarını veya geleneksel düşünce tarzlarını koruyabilmelerine rağmen günlük akıl yürütmenin de çok işlevli ve esnek araçları olduğunu vurgular. Atasözleri, insan zihninin soyutlama ve genelleme kapasitesinin bir tezahürüdür ve halkın kolektif uzun vadeli hafızasında saklanır (Načisčione, 2020). Dolayısıyla atasözleri, toplumun düşünce yapısıyla yakından ilgilidir.

Özetle atasözleri, bir yandan dil olgusudur; diğer yandan mantıksal birimlerdir (yargılardır, çıkarımlardır, deneyimlerdir). Hem sabit bir formdaki sanatsal minyatürlerdir hem de kültürel metinler olarak büyük anlamsal potansiyele sahiptirler (Babič & Voolaid, 2023). Atasözleri, kolektif olgular olup kültürel bir bağlamda var olurlar ve bir toplulukta paylaşılan değerleri ve inançları aktarırlar. Atasözlerinin kullanımı, bilişsel işlemler gerektirir ve bunların tam anlamları etkileşimsel bağlama bağlıdır. Dolayısıyla bir atasözünün en az üç önemli hususu içermesi gerekir: "Kültür", "biliş" ve "bağlam" (Krikmann 1974a, 1974b; Akt: Andersson, 2013).

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, Türk atasözlerindeki damgalama örnekleri eleştirel söylem analizi kullanılarak incelenmiştir. Söylem analizi, söylemi esas alan ve probleme ilişkin kesin çözümler sunmayan ama problemi daha kavrayıcı bir bakış açısı ile algılama imkânı veren bir araştırma yöntemidir (Baş, 2008). Eleştirel söylem analizi ise söylemlerin toplumsal eşitsizlikleri inşa etme, sürdürme ve meşrulaştırma yollarını eleştirel olarak tanımlamaya, yorumlamaya ve açıklamaya yönelik nitel bir analitik yaklaşımdır (Mullet, 2018). Bu yaklaşım, kültürel bir araç olarak dilin sosyal etkileşimlerde, kurumlarda ve bilgi yapılarında güç ve ayrıcalık ilişkilerine nasıl aracılık ettiğine odaklanır (Rogers, 2016).

Bu araştırma, mevcut doküman (Pala, 2021) içindeki atasözleri incelendiği için ULAKBİM TR Dizin kriterleri gereği etik kurul kararı gerektiren çalışmalar kapsamında yer almamakta olup araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Verilerin Toplama Süreci

Pala'nın (2021) ortaöğretim çağı gençliğini hedef alan "Dünden Bugüne Atasözleri" adlı eserinde yer alan 993 atasözü bu çalışmanın veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Atasözlerinin incelenme gerekçesi, kültürel değerleri ve inançları yansıtmasıdır. Damgalamanın konu edilme gerekçesi ise yaşamımızdaki yeri ve önemidir. Damgalama, her düşüncede ve çağda görülebilen evrensel bir hadise olsa da deneyimleri bakımından yerel bir nitelik gösterir (Murthy, 2002) ve toplumların bilgiye bakış açıları, olayları değerlendirme biçimleri ve içinde yaşanılan dönemin bilgi paradigması (Ören, 2022) damgalamanın özelliğini belirler. Bu nedenle bu çalışmada, bir yandan damgalamanın kültürel bağlamına ışık tutmak bir yandan da ne tür damgalar olduğunu tespit etmek amacıyla atasözlerine odaklanılmıştır.

Çalışmada, atasözlerinin betimsel yönüne ağırlık verilmeye çalışılmıştır. Atasözleri, birbiriyle uyuşmayan farklı eğilimleri/unsurları (örneğin, Bekâra karı boşamak kolaydır; Bekârlık sultanlıktır) barındırması hasebiyle monoblok veya bir bütün olarak ele alınmamıştır. Her bir atasözü, özerk bir fenomen olarak ele alınmış ve damgaların atasözleri içinde nasıl işlendiği betimlenmeye çalışılmıştır. Türk Dil Kurumu tarafından çıkarılan Deyimler ve Atasözleri Sözlüğü yanında alan uzmanları tarafından oluşturulmuş Atasözleri Sözlükleri de vardır. Söz konusu kitaplar incelenmiş ve Pala'nın (2021) eserinin çalışmada veri toplama kaynağı olarak alınmasına karar verilmiştir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde, Braun ve Clarke'nin (2006) tematik analize dayalı altı adımı izlenmiştir. Tematik analiz, verilere kodlar atayarak ve kodları temalara indirgeyerek nitel verilerin anlamını sistematik olarak tanımlamaya ve yorumlamaya ve ardından bu temaların analizine ve sunumuna yönelik bir yöntemdir. Tematik analiz süreci, kodlar ve kodlama kavramları etrafında döner. Süreç, ilk olarak verilerin kodlanmasını; ardından, kodların temalar hâlinde gruplandırılmasını ve ikinci (ve/veya üçüncü de olabilir) bir kodlama turu içerir. Bunu, kodların ve temaların görsel temsilleri takip edebilir (Wæraas, 2022).

Kodlar, tematik analizin yapı taşlarıdır. Kod, "dile dayalı veya görsel verilerin bir kısmı için özetleyici, göze çarpan, özü yakalayan ve/veya çağrıştırıcı bir niteliği sembolik olarak atayan" bir kelime veya kısa ifadedir (Saldana, 2016). Kısaca ifade etmek gerekirse kod, bir kodlama birimine atanan ve o birimin anlamını yakalamaya yönelik etikettir (Wæraas, 2022). Temalar ise, kodların aktardığı anlamları kapsayan ve kodlardan daha üst düzey teorik yapılardır. Yani temalar, "merkezi bir kavram etrafında birleşen ortak anlam kalıplarıdır" (Braun & Clarke, 2020; Braun & Clarke, 2006, s. 82).

Tablo 1. Araştırmanın Temaları ve Kodları

Temalar	Kodlar
Bedensel Damgalar	Güzel, kör, kel, hasta, el, köse, kaş-göz, sağır, sarışın, yüz
Karakter Özelliğinden Kaynaklı Damgalar	Adam, yiğit/arslan, deli, abdal/aptal, cömert, âşık, cahil, yalancı, arsız, gafil, gammaz, garib
Toplumsal Kimlik Temalı Damgalar	Dost/arkadaş, insan, kadın, kız, baba, ana, avrat, komşu, öksüz, kardeş, ağa, bekâr, çocuk, erkek, gelin, akraba, hanım, kaynana, koca
Statüsel Damgalar	Hırsız, fakir/fukara, imam, kul, hacı, hekim, zengin, hoca, bezirgân, derviş, dilenci, eren, padişah, papaz, terzi, züğürt
Kitlesel Damgalar	El, herkes, kimse, çingene, kendi, gavur

Braun ve Clarke'nin (2006) tematik analizindeki altı adımına göre; ilk olarak veriler yazıya dökülmüş, okunmuş ve ilk fikirler not edilmiştir. Buna göre çalışmada, araştırmacılar tarafından 993 atasözünden damgalamayla ilgili olan toplam 218 atasözü tespit edilmiştir. Bu tespitin yapılabilmesi amacıyla, eserde (Pala, 2021) damgalama vurgusuna sahip olan ve/veya olabilecek atasözleri belirlenmiş ve her bir atasözü özelinde dalgalanmaya dair özellik taşıyıp taşımadığı araştırmacılar tarafından tartışılmıştır. Damgalama özelliği taşıyan 218 atasözü değerlendirmeye alınmıştır. Ardından, veriler sistematik bir şekilde kodlanmıştır. Üçüncü aşamada, kodlar potansiyel temalar hâlinde harmanlanmış ve bir sonraki aşamada temaların araştırma sorusuyla ilgili olarak kodlanmış verilerin özünü yansıtıp yansıtmadığı ve temaların tüm veri setinde işe yarayıp yaramadığı kontrol edilmiş ve analizin tematik bir haritası oluşturulmuştur. Beşinci aşamada, her tema için net tanımlar ve isimler belirlenmiştir (bkz. Tablo 1). Altıncı ve son aşamada ise, analizin arka planı araştırma sorusu ve literatürle ilişkilendirilmiş ve analizin bilimsel bir raporu üretilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Veri analizi sonucunda, çalışmanın veri kaynağını oluşturan 993 atasözünün 218'inin damgalama unsurları (stereotipleştirme, etiketleme, statü kaybı, ayırma ve ayrımcılık) içerdiği ve bu 218 atasözünde damgalamanın ağırlıklı olarak beş farklı formda (bedensel damgalar, karakter özelliğinden kaynaklı damgalar, toplumsal kimlik temalı damgalar, statüsel damgalar ve kitlesel damgalar) işlendiği saptanmıştır. Bu 218 atasözünden 83'ünün toplumsal kimlik temalı olduğu; 40'ının karakter özelliğinden kaynaklı damgalar içerdiği; 35'inin statüsel, 32'sinin kitlesel ve 28'inin de bedensel damgalar içerdiği belirlenmiştir. Bu atasözleri arasında toplumsal kimlik temalı 19 damga; statüsel 16 damga; karakter özelliklerden kaynaklı 12 damga; bedensel 10 damga ve kitlesel 6 damga olmak üzere toplam 63 damga tespit edilmiş ve toplumsal kimlik temalı damgaların daha fazla, kitlesel damgaların ise daha az olduğu saptanmıştır.

Toplumsal Kimlik Temalı Damgalar

Toplumsal kimlik temalı damgalar, toplumun belirli bir özelliğe sahip insanlar hakkında sahip olduğu genel duygu ile kişiye ve/veya gruplara hukuki ya da sosyolojik olarak atfedilen kimliklerinden kaynaklı damgaları yansıtmaktadır. Aidiyet, kadınlık, erkeklik, komşuluk, dostluk, azınlık, çoğunluk, etnisite, globallik, yerellik vb. bu tema kapsamında değerlendirilebilen damgalardır. Buna göre, toplumsal kimlik temalı damgalar içeren 83 atasözü tespit edilmiştir. Bu atasözlerinde, toplumun belirli bir özelliğe sahip insanlar hakkında sahip olduğu genel duyguya ve onlara atfettikleri kimliklere yönelik 19 damga (dost/arkadaş, insan, kadın, kız, baba, ana, avrat, komşu, öksüz, kardeş, ağa, bekâr, çocuk, erkek, gelin, akraba, hanım, kaynana, koca) saptanmıştır (bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Toplumsal Kimlik Temalı Damgalar İçeren Atasözleri

Kod	Atasözleri	f
Dost/Arkadaş	Arkadaşını söyle; kim olduğunu söyleyeyim.	20
	Ayıpsız yâr (dost) arayan (isteyen); yârsız (dostsuz) kalır.	
	Deveci ile dostluk eden kapısını büyük açmalıdır.	
	Dost acı söyler.	
	Domuz derisinden post, eski düşmandan dost olmaz.	
	Dost başa (bakar), düşman ayağa (bakar).	
	Dost ile ye iç; alışveriş etme.	
	Dostluk başka; alışveriş başka(dır).	
	Dostun iyisi kara günde belli olur.	
	Düşenin dostu olmaz (hele bir düş de gör).	
	Eski dost düşman olmaz (yenisinden vefa gelmez).	
	Güvenme dostuna, saman doldurur postuna.	
	Hatır için çiğ (pişmemiş) tavuk (bile olsa) yenir.	
	İyi dost, kara günde belli olur.	
	Yakın (hayırlı) dost (komşu), hayırsız hısımdan (akrabadan) yeğdir (iyidir).	
	Sık gidersen dostuna; yatar arka üstüne.	
	Şeytanın dostluğu darağcına kadardır.	
	Kişi arkadaşlarından bellidir.	
	Kazanırsan dost kazan, düşmanı anan da doğurur (Sen dost kazan, düşman ocağın başından çıkar.).	
	Her şeyin yenisi, dostun eskisi (makbuldür).	

İnsan	İnsan beşer; kuldur şaşar.	13
	İnsan çeşit çeşit; yer damar damar.	
	İnsan doğduğu yerde değil; doyduğu yerde.	
	İnsan göre göre; hayvan süre süre (alışır).	
	İnsanın (adamın/bir kimsenin) adı çıkacağına canı çıksın.	
	İnsanın alacası içinde, hayvanın alacası dışında.	
	İnsan ikrarından (sözünden); hayvan yularından tutulur.	
	İnsan insanın (adam adamın) şeytanıdır.	
	İnsan kendini beğenmese çatlar (ölür).	
	İnsanoğlu çiğ süt emmiş.	
	İnsan söyleşe söyleşe (konuşa konuşa) hayvan koklaşa koklaşa.	
	İnsan yedisinde ne ise, yetmişinde (de) odur.	
	Suyun yavaş akanından; insanın yere bakanından kork.	
Kadın	"Gökyüzünde düğün var" deseler, kadın merdiven kurmaya kalkar.	7
	Kadının fendi, erkeği yendi.	
	Pekmezi küpten, kadını kökten al.	
	Ocağın yakıştığı odun; evin yakıştığı kadın.	
	Kadının (cahilin) sofusu, şeytanın maskarası.	
	Kadın vardır vezir eder, kadın vardır rezil eder.	
	Yuvayı yapan dişi kuştur.	
Kız	Kız evi, naz evi.	7
	Kızı gönlüne (kendi hâline) bırakırsan ya davulcuya varır ya zurnacıya.	
	On beşinde kız ya erde gerek, ya yerde.	
	Oğlan atadan öğrenir sofra açmayı; kız anadan öğrenir biçki biçmeyi.	
	Kızını dövmeyen, dizini döver.	
	Bir evde iki kız; biri çuvaldız biri biz.	
	Oğlan dayıya, kız halaya (çeker).	
Baba	Baba (oğul) ekmeği zindan ekmeği; koca ekmeği meydan ekmeği.	5
	Baba koruk (erik, ekşi elma) yer, oğlunun dişi kamaşır.	
	Baba oğluna bağ bağışlamış; oğul babaya bir salkım üzüm vermemiş.	
	Babasından mal (ev) kalan, merteği içinden bitmiş sanır.	
	Bir baba dokuz oğulu (evladı) besler de dokuz oğul (evlat) bir babayı besleyemez.	
Ana	Ana gibi yâr (Bağdat gibi diyar) olmaz.	4
	Ananın bastığı yavru (civciv) incinmez (ölmez).	
	Anasına bak kızını al, kenarına bak bezini al.	
	Ağlarsa anam ağlar; gerisi yalan ağlar.	
Avrat	Avrat var ev yapar; avrat var ev yıkar.	4
	Avrat malı, kapı mandalı (tokmağı).	
	Evi ev eden avrat (yurdu şen eden devlet).	
	Oynaşına inanan avrat ersiz kalır.	

Komşu	Komşu komşunun külüne muhtaçtır.	4
	Komşunun iti komşuya ürümez.	
	Komşunun tavuğu komşuya kaz; (karısı kız) görünür.	
	Kötü komşu insanı mal (eşya) sahibi eder (yapar).	
Öksüz	Öksüz kuzu toklu (öveç) olmaz.	3
	Öksüz oğlan (çocuk) göbeğini kendi keser.	
	Öksüzün karnına vurmuşlar "Vay arkam!" demiş.	
Kardeş	Kardeş kardeşi atmış; yar başında tutmuş (Kardeş kardeşi bıçaklamış; dönmüş yine kucaklamış).	3
	Kardeş kardeşin (hısım hısımın) ne öldüğünü ister; ne olduğunu.	
	Kardeşten (karındaştan) karın (çocuğun) yakın; kulaktan burun yakın.	
Ağa	Ağanın eli tutulmaz.	2
	Ağır ol; ağa (molla, bey, paşa) desinler.	
Bekâr	Bekâra karı boşamak kolaydır.	2
	Bekârlık sultanlıktır.	
Çocuk	Çocuğa iş buyuran, ardınca kendi gider.	2
	Çocuktan al haberi.	
Erkek	Erkeğin kalbine giden yol midesinden geçer.	2
	Erkeğin şeytanı kadındır.	
Gelin	Yerine düşmeyen güzel (gelin) yerine yerine; boyuna düşmeyen esvap sürüne sürüne eskir.	1
Akraba	Akraba ile ye iç; alışveriş etme.	1
Hanım	Hanım kızarsa kaza, halayık kırarsa ceza.	1
Kaynana	Kaynana öcü; oğlu cici.	1
Koca	Kocana göre bağla başını; harcına göre pişir aşını.	1
TOPLAM		**83**

Toplumsal kimlik temalı bu atasözleri genel olarak incelendiğinde; stereotipleştirme (örneğin, Kardeş kardeşin (hısım hısımın) ne öldüğünü ister; ne olduğunu), etiketleme (örneğin, Ana gibi yâr (Bağdat gibi diyar) olmaz; Yuvayı yapan dişi kuştur), statü kaybı (örneğin, Kadının fendi, erkeği yendi), statü kaybı, ayırma (belirgin bir ötekilik) ve ayrımcılık (sosyal ve ekonomik yaşama tam olarak katılma becerisine müdahale) (örneğin, Erkeğin şeytanı kadındır; Kaynana öcü; oğlu cici; Dost ile ye iç; alışveriş etme; Akraba ile ye iç; alışveriş etme) içerdiği ve bu atasözleri içerisinde cinsiyet temelli damgaların (kadın, kız, baba, ana, avrat, erkek, gelin, hanım, kaynana, koca) daha fazla olduğu söylenebilir.

Atasözlerinde, toplumsal kimlik temalı damgaların bu kadar yoğun işlenme nedeni ise Türk kültüründe kolektivist bir yönelimin bulunması (Diener vd., 2009), hatta bu kolektivist retoriğin adeta kültürün merkezinde yer alması nedeniyle bireyin sosyal ilişkilerden soyutlanarak değerlendirilememesi ile izah bulabilir. Damgalanmanın hedefi, bireyler değil gruplardır; ancak, damgalamanın kurbanı bireylerdir (Andersen vd., 2022). Bu açıdan bakıldığında toplumsal kimlik, damgalamanın önemli bir yönüdür. Damgalama, "belirli bir sosyal bağlamda değersizleştirilen bir sosyal kimliği ileten bazı nitelik veya özellikleri" içerir (Crocker vd., 1998, s. 505).

Link ve Phelan (2001), damgalanmanın beş bileşeni (etiketleme, stereotipleştirme, ayırma, statü kaybı ve ayrımcılık) olduğunu bildirirler ve damgalamayı bu bileşenlerin bir arada ortaya çıkması olarak tanımlarlar. *Stereotipleştirme* (stereotyping), bir grup insana onların özellikleri hakkında olumlu veya olumsuz inançlar atfetmedir (Torino & Sue, 2010). Cinsiyet stereotipleri

dendiğinde, kadın ve erkek özellikleri veya davranışları hakkında sosyal olarak inşa edilmiş anlamlar (Jones, 2024) kastedilir. *Etiketleme* (labeling), farklılıkların tanınması ve bu farklılıklara sosyal önem verilmesidir. Ancak etiketleme, yalnızca birisinin farklı olduğu algısını değil; aynı zamanda bu farklılığa toplumsal önem atfetmeyi de içerir. *Ayırma* (separation), başkalarının farklılıklara gösterdiği tepkilerin belirgin bir "ötekilik" duygusuna yol açmasıyla ortaya çıkar. *Statü kaybı* (status loss) ve *ayrımcılık* (discrimination) ise damgalanmanın bireyin içinde bulunduğu toplumun sosyal ve ekonomik yaşamına tam olarak katılma becerisine müdahale etmesi durumunda ortaya çıkar. Bireyler, olumsuz olarak değerlendirilen farklılıkları nedeniyle statülerini kaybettiklerinde veya ayrımcılığa maruz kaldıklarında damgalanmayı deneyimlerler (Green vd., 2005).

Buna göre araştırmada, toplumun belirli bir özelliğe sahip insanlar hakkında sahip olduğu genel duyguya ve onlara atfettikleri kimliklere yönelik 83 atasözü ve 19 damga tespit edilmiştir. Baataar, Agana ve Akapule (1), cinsiyet eşitsizliğinin kültürün bir bileşeni olan atasözlerinde belirgin olabileceğini bildirir. Atasözlerindeki cinsiyet kavramları, eril tahakkümü ve dişil boyun eğdirmeyi teşvik ederek bir toplumsal cinsiyet hegemonyası sistemi oluşturur (Andersson, 2012).

Günindi-Ersöz'ün (2010) araştırması, Türk atasözlerinin kadına yönelik stereotipler içerdiğini ortaya koymakta ve kadının özel alanda "eş" ve "anne" kimliği ile yer aldığına ve kadının birey olarak değil, ailenin bir üyesi olarak nitelendiğine dair kanıtlar sunmaktadır. Yine van der Geest'in (1975) araştırması, Kwahu'da kadının konumuna ve rolüne değinen atasözlerinde kadınların konumunun itaat ile karakterize edildiğini ve toplumda erkeklerin üstünlüğüne olan inancın daha yoğun olduğunu bildirmektedir. Köroğlu-Türközü'nün (2023) Türk ve Kore atasözlerinde kadın algısını ele aldığı araştırması, kadının her iki toplumda da edilgen olduğu ortaya konmuştur. Türk atasözlerinde ise kadın, bir kahramandan değersiz bir varlığa kadar geniş bir perspektifte tanımlanmıştır (Okray, 2015).

Toplumsal cinsiyet rolleri, kişileri bir kalıba sokar ve bu yolla kişilerden beklentiler gelişmesine neden olur. Hatta bu algı, insanlığın her daim tek ve mutlak gerçekliğiymiş gibi sorgulanmaksızın çoğunluk tarafından da kabul görmesine yol açar. Bu kabul, toplumsal cinsiyetin meşruiyetini yaratır. Cinsiyet temelli damgalar, toplumsal açıdan kadını-erkeği belli bir tipe indirger ve bunlar üzerinden bir beklentiler algısı oluşturarak kadını-erkeği bu yönde bir gözetleme ve merak kuşatması altında bırakır (Öz, 2009). Atasözleri ise, bir topluluğun nasıl davrandığı ve yaşadığı hakkında kültüre özgü kabul edilmiş gerçekleri tasvir etmesiyle toplumsal cinsiyet stereotipleri ve inşası için zemin hazırlar ve kadının/erkeğin yerini ve rolünü tanımlamada önemli bir rol oynar (Gyan vd., 2020).

Karakter Özelliğinden Kaynaklı Damgalar

Bu kategorideki damgalar, sosyal açıdan baskıcı veya doğal olmayan tutkular ile sapkınlık, hainlik, katı inançlar, ahlâksızlık ve sahtekârlık olarak algılanan bireysel karakter bozuklukları ile kişinin dışında, başkalarının geliştirdiği işaretlemeleri (abdallık, delilik, cömertlik vb.) de kapsamaktadır. Buna göre, karakter özelliğinden kaynaklı damgalar içeren 40 atasözü tespit edilmiştir. Bu atasözlerinde, bireysel karakter bozuklukları ile kişinin dışında, başkalarının geliştirdiği işaretlemelere (abdallık, delilik, cömertlik vb.) yönelik 12 damga (adam, yiğit/arslan, deli, abdal/aptal, cömert, âşık, cahil, yalancı, arsız, gafil, gammaz, garib) saptanmıştır (bkz. Tablo 3).

Tablo 3. Karakter Özelliğinden Kaynaklı Damgalar İçeren Atasözleri

Kod	Atasözleri	f
Adam	Adamın iyisi alışverişte belli olur.	8
	Adamın iyisi iş başında belli olur.	
	Adam olacak çocuk b..undan bellidir.	
	Adam olana bir söz yeter.	
	Adam öküz derdinde; gelin sakız derdinde.	
	Er olan ekmeğini taştan çıkarır.	
	Bir adamın adı çıkacağına canı çıksın.	
	Kalıp kıyafetle adam, adam olmaz.	
Yiğit/Arslan	Arslan (yiğit) yatağından belli olur.	7
	Yiğidin malı meydandadır.	
	Yiğit arkasından vurulmaz.	
	Yiğit lakabıyla anılır.	
	Borç yiğidin kamçısıdır.	
	Her yiğidin bir yoğurt yiyişi vardır.	
	Her yiğidin gönülde bir arslan yatar.	
Deli	Bir deli kuyuya bir taş atmış; kırk akıllı çıkaramamış.	6
	Deli deliyi görünce değneğini saklar.	
	Deli ile devletli bildiğini işler.	
	Deliye bal tattırmışlar; çarşıda katran bırakmamış.	
	Delidir, ne yapsa yeridir.	
	Deliye her gün bayram.	
Abdal/Aptal	Abdala "Kar yağıyor!" demişler; "Titremeye hazırım." demiş.	4
	Abdal düğünden, çocuk oyundan usanmaz.	
	Abdalın karnı doyunca gözü pabucunda olur.	
	Aptala malum olur.	
Cömert	Cennetin kapısını cömertler açar.	3
	Cömertle nekesin harcı birdir.	
	Cömert derler maldan ederler; yiğit derler candan ederler.	
Âşık	Âşığın gözü kördür (kör olur).	3
	Âşıka Bağdat sorulmaz (ırak değil).	
	Çok naz âşık usandırır.	
Cahil	Cahilin dostluğundan âlimin düşmanlığı yeğdir.	2
	Cahile söz (laf) anlatmak, deveye hendek atlatmaktan zordur.	
Yalancı	Yalancının evi yanmış, kimse inanmamış.	2
	Yalancının mumu yatsıya kadar yanar.	
Arsız	Arsızın yüzüne tükürmüşler; "Yağmur yağıyor" demiş.	2
	Çok söyleme arsız edersin, aç bırakma hırsız edersin.	
Gafil (Aymaz)	Gafile kelam, nafile kelam	1
Gammaz	Gammaz olmasa, tilki tavuk pazarında gezer.	1
Garib	Garibe bir selam, bir altın değer.	1
TOPLAM		**40**

Karakter özelliğinden kaynaklı bu atasözleri genel olarak incelendiğinde; stereotipleştirme (örneğin, Deli ile devletli bildiğini işler; Arslan (yiğit) yatağından belli olur; Aptala malum olur; Cennetin kapısını cömertler açar), etiketleme (örneğin, Âşığın gözü kördür (kör olur); Adamın iyisi alışverişte/iş başında belli olur; Adam olana bir söz yeter), statü kaybı, ayırma ve ayrımcılık (örneğin, Delidir, ne yapsa yeridir) içerdiği ve bu atasözleri içerisinde toplumsal yargılar (yani, toplum genelinin kusuru olan kişi(ler) için takındığı yargılar) içeren damgalamaların daha fazla olduğu söylenebilir.

Karakter özelliğinden kaynaklı atasözleri içerisinde toplumsal yargılar içeren damgalamaların daha fazla olduğu söylenebilir. Örneğin, "deli" damgasını içeren atasözleri incelendiğinde, genel itibarıyla tuhaf davranışları ve sosyal yetersizlikleri olan kişileri vurgulayan olumsuz tasvirler içerdiği; dolayısıyla olumsuz, değersizleştirici ve ötekileştirici bir muhtevaya sahip olduğu görülmüştür. Oysa deli sözcüğünün Türkçe Sözlük'teki ilk anlamı "aklını yitirmiş olan, akli dengesi bozulmuş olan"dır. Bu sözcük, kimi zaman normal sınırını aşan, sınır tanımayan, ölçüsüz, dengesiz, uyumsuz, sözlerinde ve hareketlerinde pervasız, aşırı, aklını yerinde ve gereği gibi kullanmayan kişiler için de söylenir. Ama aynı zamanda deli, kimi zaman şaşkın, çılgın gibi bazen sevgi, bazen sitem ifadesi taşıyan bir hitap sözü olarak da kullanılır (Atalay, 2009).

Statüsel Damgalar

Bu kategorideki damgalar, kişinin statü hiyerarşisindeki konumundan kaynaklanan damgalardır. Buna göre, statüsel damgalar içeren 35 atasözü tespit edilmiştir. Bu atasözlerinde, kişinin statü hiyerarşisinde alt basamaklara yerleştirilmesine ve içinde bulunduğu toplumun sosyal ve ekonomik yaşamına tam olarak katılma becerisine müdahale edilmesine yönelik 16 damga (hırsız, fakir/fukara, imam, kul, hacı, hekim, zengin, hoca, bezirgân, derviş, dilenci, eren, padişah, papaz, terzi, züğürt) saptanmıştır (bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Statüsel Damgalar İçeren Atasözleri

Kod	Atasözleri	f
Hırsız	Hırsıza kilit (kapı-baca) olmaz.	5
	Hırsız evden/içerden olursa kapı kilit istemez.	
	Kırk hırsız bir çıplağı soyamaz (soyamamış).	
	Yavuz hırsız ev sahibi bastırır.	
	Hırsızlık bir ekmekten, kahpelik bir öpmekten.	
Fakir/Fukara	Fakir hırsızlığa çıkınca ay akşamdan doğar.	5
	Fakirin (fukaranın) tavuğu tek tek yumurtlar.	
	Fakirlik ayıp değil, tembellik ayıp.	
	Fukaranın düşkünü beyaz giyer kış günü.	
	Umut fakirin ekmeğidir.	
İmam	İmam bildiğini okur.	3
	İmam evinden aş, ölü gözünden yaş çıkmaz.	
	İmam osurursa; cemaat s.çar.	
Kul	Kul azmayınca Hak yazmaz.	3
	Kul bunalmayınca (sıkışmayınca) Hızır yetişmez.	
	Kuldur şaşar.	
Hacı	Hacı hacı olmaz gitmekle Mekke'ye, dede dede olmaz gitmekle tekkeye.	3
	Hacı hacıyı Mekke'de, (derviş dervişi tekkede) bulur.	
	Onmadık (talihsiz) hacıyı deve üstünde yılan sokar.	

Hekim	Hekimden sorma, çekenden sor.	3
	Hekimsiz (ve) hâkimsiz yerde oturulmaz.	
	Yarım hekim (doktor) candan (eder); yarım hoca (imam) dinden eder.	
Zengin	Zengin arabasını dağdan aşırır; züğürt düz ovada yolunu şaşırır.	3
	Zenginin iki dünyası da mamurdur.	
	Zenginin malı züğürdün çenesini yorar.	
Hoca	Hocanın dediğini yap, yaptığını yapma (Hocanın söylediğini yap, gittiği yoldan gitme).	2
	Hocanın (öğretmenin) vurduğu yerde gül biter.	
Bezirgân	Müflis bezirgân eski defterlerini karıştırır.	1
Derviş	Dervişin fikri ne ise, zikri odur.	1
Dilenci	Oduncunun gözü omçada; dilencinin gözü çömçede.	1
Eren	Erenlerin sağı solu (belli) olmaz.	1
Padişah	Padişahın bile arkasından kılıç sallarlar.	1
Papaz	Papaz her gün pilav yemez.	1
Terzi	Terzi kendi söküğünü (dikişini) dikemez.	1
Züğürt	Züğürt olup düşünmektense, uyuz olup kaşınmak yeğdir.	1
	TOPLAM	**35**

Statü kaynaklı bu atasözleri genel olarak incelendiğinde, stereotipleştirme (örneğin, İmam bildiğini okur; Zengin arabasını dağdan aşırır, züğürt düz ovada yolunu şaşırır), etiketleme (örneğin, Terzi kendi söküğünü (dikişini) dikemez; Erenlerin sağı solu (belli) olmaz; Hocanın vurduğu yerde gül biter), ayırma, statü kaybı ve ayrımcılık (örneğin, Umut fakirin ekmeğidir) içerdiği söylenebilir.

Statü kaynaklı atasözleri, kişilerin toplumsal statü hiyerarşisindeki yerine ilişkin somut kanıtlar sağlamaktadır. Statü toplumlarında birey, "kim" olduğuyla değil; rolü ve konumu itibarıyla tanımlanır ve değerlenir. Özen'e (1996) göre Türk kültürü, "yapmak" değil; "olmak" kültürü niteliği taşır; bu bağlamda bir statü toplumu özelliği gösterir.

Kitlesel Damgalar

Bu kategorideki damgalar ise ortak sosyal niteliklere sahip olan kişilerin oluşturduğu damgaları; yani, sosyal ve kültürel açıdan büyük bir türdeşlik gösteren damgaları içermektedir. Buna göre, kitlesel damgalar içeren 32 atasözü tespit edilmiştir. Bu atasözlerinde, işaretlenmiş kişilere karşı ön yargılı, ötekileştirici ve ayrımcı yaklaşımlara yönelik 6 damga (el, herkes, kimse, çingene, kendi, gavur) saptanmıştır (bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Kitlesel Damgalar İçeren Atasözleri

Kod	Atasözleri	f
El	Çalma (elin) kapısını; çalarlar kapını.	12
	Çam ağacından ağıl (olmaz); el çocuğundan oğul olmaz.	
	El ağzına (sözüne) bakan, karısını tez boşar.	
	El, elin eşeğini türkü söyleyerek arar.	
	El, elden üstündür.	
	El için kuyu kazan önce kendi düşer.	
	Elin ağzı torba değil ki (çekip) büzesin.	
	El yarası onulur, dil yarası onulmaz.	
	El yumruğu yemeyen, kendi yumruğunu değirmen taşı sanır.	
	El mi yaman; bey mi yaman?!	
	Elde bulunan beyde bulunmaz.	
	El ile gelen düğün bayram.	
Herkes	Herkes aklını pazara çıkarmış, yine kendi aklını almış.	7
	Herkes davul çalar; ama tokmağı makama uydurmaz.	
	Herkesin aklı bir olsa, koyuna çoban bulunmaz.	
	Herkesin arşınına göre bez vermezler.	
	Herkesin geçtiği köprüden sen de geç.	
	Herkesin tenceresi kapalı kaynar.	
	Herkes kaşık yapar; ama sapını ortaya getirmez.	
Kimse	Kimse ayranım (yoğurdum) ekşi demez.	6
	Kimseden kimseye hayır yok (gelmez).	
	Kimse kendi ayıbını görmez.	
	Kimse kimsenin kısmetini (rızkını) yemez.	
	Kişinin kendi ettiğini kimse (âlem bir yere gelse) edemez.	
	Suç samur kürk olsa, kimse üstüne almaz.	
Çingene	Çingene ciğer pişirir, yemeden karnını şişirir.	3
	Çingene'nin ipini kendisine çektirirler.	
	Çingene'ye beylik vermişler; önce babasını asmış (kesmiş).	
Kendi	Kendi düşen ağlamaz.	3
	Kendini beğenen şeytan.	
	Parası (akçesi) ucuz olanın, kendisi kıymetli olur.	
Gavur	Gavurun ekmeğini yiyen, (gavurun) kılıcını sallar.	1
TOPLAM		**32**

Araştırmada ortaya çıkan dikkat çekici sonuçlardan biri, kitlesel damgaların daha az işlenmiş olmasına ilişkindir. Ancak, çalışma kapsamında belli bir eserde (Pala, 2021) yer alan atasözlerinin incelendiği ve damgalamanın ilgili eserdeki atasözleri bağlamında soruşturulduğu unutulmamalıdır. Kitlesel damgalar içeren atasözleri genel olarak incelendiğinde; stereotipleştirme (örneğin, El, elden üstündür; Kimse ayranım ekşi demez; Herkes kaşık yapar, ama sapını ortaya getirmez), etiketleme (örneğin, Çingene ciğer pişirir, yemeden karnını şişirir; Çingene'nin ipini kendisine çektirirler; Kendini beğenen şeytan), ayırma, statü kaybı ve ayrımcılık (örneğin, Çingene'ye beylik vermişler; önce babasını asmış (kesmiş)) içerdiği söylenebilir.

Bedensel Damgalar

Bu kategorideki damgalar, insan bedeninde ve insanın görünür olan özellik ve/veya kusurları üzerinden yapılan damgalamaları içermektedir. Her ne kadar damgalama, kabul görmeyen özelliklere sahip dışlanmış kişi ve/veya grupları ifade eden bir kavram olarak tanımlansa da aynı zamanda yaşanma süreci ile kişilerin ve/veya grupların yaşamları üzerindeki etkileri bakımından çift yönlü bir kavramdır. Yani güzellik damgası, başarı damgası, zeka damgası, zenginlik damgası, seksilik damgası, bağımsızlık damgası, mutluluk damgası, güçlülük damgası, peygamberlik damgası vb. olumlu damgalar gibi görülse de bunlar aynı zamanda kişilerin yaşamlarını zorlaştıran, yalnızlığa neden olan, günlük yaşamda normal yaşamayı kısıtlayan, psikolojik sıkıntı yaratan da bir durumdur. Ünlü bireylerin hayatlarında karşılaştıkları zorluklar, olumlu damgalanmanın en iyi örnekleridir (Erçetin vd., 2016). Bu bakımdan bu çalışmada engellilik, ruhsal ve/veya kronik hastalıklar, fiziki deformasyonlar kadar güzellik, başarı, zekâ, zenginlik gibi damgalar da fiziksel özellikler temelindeki damgalamalar olarak değerlendirilmiştir. Buna göre, bedensel damgalar içeren 28 atasözü tespit edilmiştir. Bu atasözlerinde, insan bedenine ve insanın görünür olan özellik ve/veya kusurlarına yönelik 10 damga (güzel, kör, kel, hasta, el, köse, kaş-göz, sağır, sarışın, yüz) saptanmıştır (bkz Tablo 6).

Tablo 6. Bedensel Damgalar İçeren Atasözleri

Kod	Atasözleri	f
Güzel	Güzele bakmak sevaptır.	8
	Güzele ne yakışmaz (yaraşmaz).	
	Güzeli herkes sever.	
	Güzellerin talihi çirkin olur.	
	Güzellik ondur; dokuzu dondur.	
	Kusursuz güzel olmaz.	
	Her güzelin bir kusuru (huyu) vardır.	
	Rağbet güzel ile zenginedir.	
Kör	Kör bile düştüğü çukura bir daha düşmez.	7
	Körler memleketinde şaşılar padişah olur.	
	Körle yatan şaşı kalkar.	
	Kör ölür badem gözlü (olur); kel ölür sırma saçlı olur.	
	Körün istediği iki göz; biri ela biri boz.	
	Körün istediği bir göz; iki olursa ne söz (Allah verdi iki göz).	
	Garip (kör) kuşun yuvasını Allah yapar.	
Kel	Kel ölür sırma saçlı (olur); kör ölür badem gözlü olur.	4
	Kelin ayıbını takke örter.	
	Kel yanında kabak anılmaz.	
	Kelin ilacı olsa (kendi) başına sürer.	

Hasta	Hastaya döşek sorulmaz.	3
	Hasta yatan ölmez, eceli yeten ölür.	
	Hastaya bakmaktan, hasta olmak yeğdir.	
El	El öpmekle dudak aşınmaz.	1
Köse	Köseyle alay edenin top sakalı kara gerek.	1
Kaş-Göz	Kaş ile göz, gerisi (kalanı/artanı/dahası) söz.	1
Sağır	Sağır duymaz, yakıştırır.	1
Sarışın	Sarışının adı var, esmerin tadı var.	1
Yüz	Yüzü güzel olanın huyu da güzel olur.	1
	TOPLAM	**28**

Bedensel/Fiziksel kaynaklı bu atasözleri genel olarak incelendiğinde; stereotipleştirme (örneğin, Yüzü güzel olanın huyu da güzel olur; Güzellerin talihi çirkin olur), etiketleme (örneğin, Körle yatan şaşı kalkar), statü kaybı, ayırma ve ayrımcılık (örneğin, Kör bile düştüğü çukura bir daha düşmez) içerdiği söylenebilir.

Beden biyolojinin, tıbbın ve fizyolojinin ötesinde sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve hukuki yönü olan çok boyutlu bir olgudur. Dolayısıyla beden olgusu kültürel değerlerden, iktidar ilişkilerinden, kadınlık ve erkeklik kimliklerinden, kadın bedenine yüklenen anlam ve söylemlerden azade ele alınamaz. Beden, bireyselliğin ve toplumsallığın kesiştiği bir noktada yer alır. Yani beden, sadece bir et parçası değildir; aynı zamanda çeşitli damgaların üzerinde üretildiği bir mekândır, içinden çıktığı toplumun, tarihin ve kültürün ürünüdür. Bireyin toplumsal konumunu, anlam haritasını ve ilişkilerini belirleyen bir kurgudur. Bu anlamda, bedene ilişkin temsiller ve anlamlar (ve hatta damgalar), onun toplumsal konumuna ilişkin ipuçlarını da içinde barındırır. Yani insanın dış dünyayla bağ kurmasını sağlayan beden, onun aidiyeti, yaşı, sınıfsal konumu, mesleği, cinsel kimliği vb. hakkında çeşitli bilgilerin sağlayıcısıdır (Timurturkan, 2023).

Bir kişinin sahip olduğu özellikler veya nitelikler nedeniyle itibarsızlaştırılması, değersizleştirilmesi ve utandırılması anlamına gelen damgalar izolasyon, reddedilme, ötekileştirilme ve ayrımcılık gibi olumsuz sosyal deneyimlere yol açarlar (Subu vd., 2021). Atasözlerinin anlamları, insanların eylem veya eylemsizliklerine sıklıkla yansır. Bu tip damgalayıcı inançlar, yıkıcı olabilir; benlik duygularına potansiyel bir tehdit oluşturabilir ve sosyal yalnızlık, verimsizlik, olumsuz duygu düzeylerinde artış gibi çeşitli sosyal ve duygusal sonuçlar ortaya çıkarabilir.

SONUÇ

Sonuçlar, 993 atasözünden 218'inde bedensel (fiziksel), karakter özelliğinden kaynaklı, toplumsal kimlik temalı, statüsel ve kitlesel bağlamda damgalar içerdiğini ortaya koymuştur. Bu atasözlerinden 83'ünün toplumsal kimlik temalı olduğu; 40'ının karakter özelliğinden kaynaklı damgalar içerdiği; 35'inin statüsel, 32'sinin kitlesel ve 28'inin de bedensel damgalar içerdiği saptanmıştır. Bu 218 atasözünde toplam 63 damga tespit edilmiş ve toplumsal kimlik temalı damgaların daha fazla, kitlesel damgaların ise daha az olduğu saptanmıştır. Toplumsal kimlik temalı atasözlerinin bu denli yoğun olması, atasözlerinin sosyokültürel alanı örtülü olarak resmetmesiyle açıklanabilir.

Toplumsal kimlik temalı atasözleri incelendiğinde; stereotipleştirme, etiketleme, statü kaybı, ayırma (belirgin bir ötekilik) ve ayrımcılık (sosyal ve ekonomik yaşama tam olarak katılma becerisine müdahale) içerdiği ve bu atasözleri içerisinde cinsiyet temelli damgaların (kadın, kız, baba, ana, avrat, erkek, gelin, hanım, kaynana, koca) daha fazla olduğu görülmüştür. Kitlesel damgalar içeren atasözleri incelendiğinde ise; stereotipleştirme, etiketleme, ayırma, statü kaybı ve ayrımcılık içerdiği saptanmıştır. Karakter özelliğinden kaynaklı atasözleri içerisinde toplumsal yargılar içeren damgalamaların daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda özetlenen sonuçların dikkati hak eden birkaç önemli çıkarımı vardır. İlk olarak, çalışmamız damgalamanın atasözleri bağlamındaki durumuna ışık tutmasıyla damgalama literatürüne katkıda bulunmaktadır. Çalışmamız, atasözlerinde damgalamanın nasıl tasvir edildiğine ve ne tür damgalar içerdiğine dair bir inceleme sağlamakta ve bu yöndeki farkındalığın artırılmasına odaklanmak gerektiğini önermektedir. Ayrıca mevcut çalışma, damgalama içerikli atasözlerinin farklı eserlerde nasıl işlediğine dair yeni bir araştırma alanı da açmaktadır. İkinci olarak, damgalamanın belli bir eserde yer alan atasözleri bağlamında incelendiğini vurgulamak istiyoruz. Damgalamanın daha geniş bir atasözü havuzundaki durumunun incelenmesi hâlinde sonuçların farklılık gösterebileceğine dikkat çekmek isteriz. Gelecekteki çalışmaların, daha fazla sayıda atasözü veya eser üzerinde yapılmasını öneriyoruz.

KAYNAKLAR

Allison, E. (2023). Stigma: The shaming model. *European Journal of Philosophy*, 1-16. https://doi.org/10.1111/ejop.12883

Allport, G. W. (1958). The nature of prejudice. Addison-Wesley, Reading, Mass.

Andersen, M. M., Somogy, V., & Folker, A. P. (2022). On the definition of stigma. *Journal of Evaluation in Clinical Practice, 28*(5), 847-853. 10.1111/jep.13684

Andersson, D. (2012). Courting is like trading horses, you have to keep your eyes open: Gender-related proverbs in a Peasant Society in Northern Sweden. *Journal of Northern Studies*, 6, 9-36.

Andersson, D. (2013). Understanding figurative proverbs: A model based on conceptual blending. *Folklore*, *124*(1), 28-44. https://doi.org/10.1080/0015587X.2012.734442

Atalay, H. (2009). Psikiyatride stigma. *Psikeart*, 2, 10-19.

Babič, S., & Voolaid, P. (2023). A sociocultural view of Estonian and Slovenian proverbs on alcohol and drinking. *Folklore*, *134*(3), 370-394. https://doi.org/10.1080/0015587X.2023.2175972

Baltaoğlu, F. (2009). Bilim stigmaları silebilir mi?. *Psikeart*, 2, 30-35.

Baataar, C., Agana, T. A., & Akapule, S. A. (2023). Wise saying or "foolish" saying: Assessing the views on the impact of some Ghanaian proverbs and sayings on gender relations in the Frafra traditional area of Ghana. *Open Access Library Journal*, *10*(2), 1-14. 10.4236/oalib.1109770.

Baş, T. (2008) *Nitel araştırma yöntemleri: Nvivo 7.0 ile nitel veri analizi*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Beyazyüz, M. (2009). Stigmatizasyon: Küçük kapatılma. *Psikeart*, 2, 20-25.

Biray, N. (2017). Türk dünyasının ortak değeri olarak "akıl" konulu atasözleri. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 81, 133-150.

Braun, V., & Clarke, V. (2020). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis?. *Qualitative Research in Psychology, 18*(3), 328-352. https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1769238

Clarke, V., & Braun, V. (2014). Thematic analysis. In: Michalos, A. C. (eds), *Encyclopedia of quality of life and well-being research*, Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_3470

Crocker, J., Major, B., & Steele, C. (1998). Social stigma. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4th Ed., pp. 504-553). McGraw-Hill.

Diener, E., Diener, M., & Diener, C. (2009). Factors predicting the subjective well-being of nations. In: Diener, E. (eds) Culture and well-being. Social indicators research series, Vol 38, Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-90-481-2352-0_3

Duran, E., & Cengiz, Ş., (2022) Türk atasözlerinde çocuk ve çocukluk kavramı. *Folklor Akademi Dergisi*, *5*(3), 674-697.

Ercan, R. (2014). Türk atasözlerinde çocuk imgeleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *11*(27), 15-31.

Erçetin, Ş. Ş., Güngör, H., & Açıkalın, Ş. N. (2016). Different sides of a reality: "Positive stigma". In *handbook of research on chaos and complexity theory in the social sciences* (pp. 125-132), Ş. Ş. Erçetin & H. Bağcı (Eds.), IGI Global, New-York.

Fayemi, A. K. (2009). Deconstructing proverbs in African discourse: The Yoruba example. *Afroeuropa: Journal of European Studies*, 3, 1-18.

Goffman, E. (2022). *Damga: Örselenmiş kimliğin idare edilişi üzerine notlar*. Türkçe Söyleşenler: Ş. Geniş, Ş. Ünsaldı & S. N. Ağırnaslı, 2. Baskı, Ankara: Heretik Yayınları.

Gökkaplan, Y. (2022). Atasözleri ve deyimlerde akıl kavramı. *Dil Araştırmaları*, *16*(31), 43-63. 10.54316/dilarastirmalari.1097784

Green, S. *et.al*. (2005). Living stigma: The impact of labeling, stereotyping, separation, status loss, and discrimination in the lives of individuals with disabilities and their families. *Sociological Inquiry*, *75*(2), 197-215. 10.1111/j.1475-682x.2005.00119.x

Günindi-Ersöz, A. (2010). Türk atasözleri ve deyimlerinde kadına yönelik toplumsal cinsiyet rolleri. *Gazi Türkiyat*, *1*(6), 167-182.

Güzel, A., & Karadağ, Ö. (2013). Kelime sıklığı açısından Türk atasözleri üzerine bir değerlendirme. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *9*(1), 274-280.

Gyan, C., Abbey, E., & Baffoe, M. (2020). Proverbs and patriarchy: Analysis of linguistic prejudice and representation of women in traditional Akan communities of Ghana. *Social Sciences*, *9*(3), 10.3390/socsci9030022

Hoffner, C. A. (2023). Stigma communication. In: E. Y. Ho, C. L. Bylund, J. C. M. van Weert, I. Basnyat, N. Bol & M. Dean (eds), *The international encyclopedia of health communication*. https://doi.org/10.1002/9781119678816.iehc0977

İlyasoğlu, A. (2009). Etkilet ve damgalama. *Psikeart*, 2, 42-45.

Jones, L. C. (2024). Gender stereotypes and victimization. In *The Encyclopedia of women and crime*, F.P. Bernat & K. Frailing (Eds.). https://doi.org/10.1002/9781118929803.ewac0228

Köroğlu-Türközü, H. (2023). Atasözleri bağlamında Türk ve Kore kadını. *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 59, 29-43.

Kurtoğlu-Zorlu, Ö. (2018). Türkçe ve İngilizce atasözlerinde "ötekilik". *International Journal of Social Sciences and Education Research*, *4*(3), 483-500. https://doi.org/10.24289/ijsser.428635

Lauhakangas, O. (2007). Use of proverbs and narrative thought. *Folklore: Electronic Jpurnal of Folklore*, 35, 77-84.

Liamputtong, P., & Rice, Z. S. (2021). Stigma, discrimination, and social exclusion. In: Liamputtong, P. (eds), Handbook of social inclusion. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-89594-5_6

Link, B. G., & Phelan, J. C. (2021). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 27, 363-385. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.363

Mieder, W. (2004). *Proverbs: A handbook*. Greenwood Press, Westport.

Mullet, D. R., (2018). A general critical discourse analysis framework for educational research. *Journal of Advanced Academics*, *29*(2), 116-142. https://doi.org/10.1177/1932202X18758260

Murthy, R. S. (2002). Stigma is universal but experiences are local. *World Psychiatry*, *1*(1), 28.

Načisčione, A. (2020). Proverbs in the system of language and their creative use: A cross-cultural view. *Culture Crossroads*, 1, 4-15.

Okray, Z. (2015). Türk atasözleri ve deyimlerinde kadın imgesi. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, *6*(1), 93-102.

Ören, M. F. (2022). Modernization, stigmatization and religion: The example of the Yaprak newspaper. *The Journal of Near East University Faculty of Theology*, *8*(2), 210-226. https://doi.org/10.32955/neu.ilaf. 2022.8.2.04

Öz, Y. (2009). Cinsel yönelim üzerinden etkiletlenme. *Psikeart*, 2, 80-85.

Özen, Ş. (1996). *Bürokratik kültür 1: Yönetsel değerlerin toplumsal temelleri*. Ankara: TODAİE Yayınları.

Pala, İ. (2021). *Dünden bugüne atasözleri*. 7. Basım, İstanbul: Kapı Yayınları.

Pei-Kai, C. (2020). Proverbs and sayings: Understanding a culture's biases, thoughts and way of life. *Think China*, available at: https://www.thinkchina.sg/proverbs-and-sayings-understanding-cultures-biases-thoughts-and-way-life

Rogers, R. (2016). Critical discourse analysis in education. In: Wortham, S., Kim, D., May, S. (eds), Discourse and education. *Encyclopedia of language and education*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-02322-9_3-1

Saldana, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). Sage.

Subu, M. A., *et al.* (2021). Types of stigma experienced by patients with mental illness and mental health nurses in Indonesia: A qualitative content analysis. *International Journal of Mental Health System*, 15, 77. doi: https://doi.org/10.1186/s13033-021-00502-x

Tapan, A. (2023). Türk atasözlerinde toplumsal kabulün şartları: Kalıpyargılar ve simgesel sınıflar. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 10, 679-702. https://doi.org/10.51531/korkutataturkiyat.1235956

Tekin, F. (2023). Türk dünyası atasözlerinde toplumsal cinsiyet: "Kadın", "erkek". *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, *23*(2), 543-572. https://doi.org/10.32449/egetdid.1345814

Thornicroft, G., et.al. (2010). Stigma and discrimination. In C. Morgan & D. Bhugra (Eds.), *Principles of Social Psychiatry* (2nd Ed., pp. 331-340). Wiley Blackwell. https://doi.org/10.1002/9780470684214.ch26

Timurturkan, M. (2023). Kadın bedeni ve bedene gömülü iktidar pratikleri. *Beden ve Anlam* (s. 189-216), Edt. A. Aydın, İstanbul: VakfBank Kültür Yayınları.

Torino, G. C., & Sue, D. W. (2010). Stereotyping. In: Clauss-Ehlers, C.S. (eds) *Encyclopedia of Cross-Cultural School Psychology*. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/978-0-387-71799-9_401

Ünsaldı, L. (2022). Takdim ve *Heretik*'in onuncu kitabı vesilesiyle. *Stigma* (ss. 7-19), 8. Baskı, Ankara: Heretik Yayınları.

Van der Geest, S. (1975). Appearance and reality: The ambiguous position of women in Kwahu, Ghana". In: Kloos, P. and van der Veen, K.W., Eds., *Rule and reality: Essays in honour of André J. F. Köbben* (pp. 50-65), Antropologisch-Sociologisch Centrum, Amsterdam.

Wæraas, A. (2022). Thematic analysis: Making values emerge from texts. In: Espedal, G., Jelstad Løvaas, B., Sirris, S., Wæraas, A. (eds), Researching values. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-90769-3_9

Araştırma ve Yayın Etiği

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.

Yazarların Katkı Oranı

Yazarlar, araştırmaya eşit düzeyde (1. yazar %50, 2. yazar %50) katkı sunmuştur.

Veri Toplanması: Yazar-1 (%50) - Yazar-2 (%50)

Veri Analizi: Yazar-1 (%50) - Yazar-2 (%50)

Makalenin Yazımı: Yazar-1 (%50) - Yazar-2 (%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu Yazar-1 (%90) - Yazar-2 (%10)

Çıkar Çatışması

Bu çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile herhangi bir çıkar çatışması söz konusu değildir. Yazarlar, çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Finansman

Bu araştırma için herhangi bir finansman sağlanmamıştır.