

# Türk Atasözlerinde Tüccarlık Zanaatı

Zuhal ÇİLİNGİR\*

## ÖZ

Geçmişten bugüne kültürel bir miras niteliği taşıyan atasözleri, toplumsal ve ekonomik yaşamı oluşturan ve şekillendiren unsurları da içerisinde barındırmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, kültürün yüzyıllar boyu edinilen yaşam deneyimini içeren atasözlerinden yararlanılarak, ticaret ve tüccarlık kavramlarına ilişkin temel unsurları ortaya koymaktır. Çalışmada ticaret zanaatını konu alan atasözleri, dört farklı sözlükten çeşitli anahtar kelimelerin kullanılması yoluyla tespit edilerek veri kümesine eklenmiştir. Elde edilen 109 atasözü, nitel araştırma tekniklerinden doküman incelemeye tabi tutularak ticaretle ilintili konu başlıkları altında sıralanmıştır. Konu başlıkları sırasıyla kâr/zarar, sermaye, iş etiği, ortaklık, iş yönetimi ve iyi tüccarın nitelikleri olarak isimlendirilmiş, gerekli olduğu durumlarda alt başlıklara ayrılmış ve yorumlanmıştır. Sonuç olarak, toplumun düşünce ve davranış biçimlerine yönelik önemli bir gösterge niteliğindeki folklorik eserler olan Türk atasözlerinde, ticaretin temel ilkelerinin büyük ölçüde korunmakta olduğu ve kendi içinde ritüelleri olan kültürel bir öğeye karşılık geldiği görülmektedir.

Araştırmada elde edilen alt temalara ve bu temalar arasındaki ilişkilere bakıldığında zaman, sözü edilen ilkeler Ahilik geleneği de dâhil olmak üzere içinde bulunulan dönemlerin izlerini taşıyan kültürel yansıma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda; ticaret kavramı ile ilintili atasözlerinin, ticari hayatın önemli kültürel ve iktisadi kodlarının yeni nesillere iletilmesinde bir aracı görevi gördüğü söylenebilir. Günümüz ticari hayatında rekabetin büyük önem taşımasına ve güncel kültürel kodlarımıza işlendiği gerçeğine rağmen, atasözlerinde rekabet unsuruna fazla yer verilmediği bu anlamda günümüz ticaretinden farklılaştığı görülmektedir. Bu durumun aslında rekabet önceliğinden öte üretim ve etik değerlerinin ön planda olduğu dönemlerde oluşmuş atasözlerine de birebir yansıdığı, dolayısıyla çalışma konusu olan atasözlerinin dönemin ticari hayatını anlamada kilit unsur olarak değerlendirilebileceği görülmektedir. Özetle, ticari atasözlerinin geçmişte olduğu gibi günümüzde de tüccarlara yol gösterebildiği söylenebilir. Araştırmada ayrıca ticari atasözleri kelime bulutu yöntemi kullanılarak görselleştirilmiş ve veri kümesinde tekrarlanma sıklığı yüksek olan kavramlar ön plana çıkarılmıştır. Ticaretle ilişkili atasözlerinden elde edilen kelime bulutunda ortak, para, kâr, iş, dükkân, mal, gün, yıl, sermaye kelimeleri ön plana çıkmaktadır. Bu konuda yapılmış herhangi bir geçmiş çalışmanın bulunmaması bu çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Atasözü, Ticaret, Tüccarlık, Kültür, Kelime Bulutu.

## Craft Of Commerce In Turkish Proverbs

### ABSTRACT

As a cultural heritage from society's history to today, proverbs embody components that constitute and shape social and economical life. In this context, the aim of this study is to reveal basic elements of the trade and commerce through proverbs include the life experiences of culture acquired in centuries-long time. In this study, craft of trade themed proverbs were obtained from four different proverb dictionaries by using some key words list and added to the data set. Then using document analysis as a qualitative research method, 109 obtained proverbs were classified to themes. Themes were named respectively as profit/loss, capital, business ethics, partnership, business management and tradesman features and when necessary are classified to sub-themes and interpreted. As a result, it is observed that basic principles of trade are substantially preserved in Turkish proverbs which are folkloric products being an indicator for society's attitudes and behavioral patterns, and correspond to a cultural item that has its own rituals.

Considering sub-themes obtained from the study and relations between those sub-themes, the principles in question might be seen as cultural reflections which had the traces of this time period including Akhism tradition. In this respect, it might be said that important cultural and economic codes are transmitted to new generations by commerce-themed proverbs. Unlike we emphasize the competition dimension of commerce today; competition did not take part in proverbs and might be seen as a field differentiated from today's commercial environment. This situation shows that proverbs are reflecting the fact of a period that production and ethics are more effective terms than competition and proverbs might be considered as key elements to understand the dynamics of any given period that these proverbs had been occurred. In brief, it might be said that commerce-themed proverbs are still leading the way for traders as they were in the past. In the study, commerce-themed proverbs were visualized by using word-cloud technique and notions that have high frequency were highlighted. From the word-cloud obtained from commerce-themed proverbs data set; 'partner, money, profit, business, store, goods, day, year, capital' words were stood out. There is no antecedent study on this subject and this constitutes the original value of the study.

**Keywords:** Proverb, Trade, Commerce, Culture, Word Cloud.

### 1. Giriş

Bir ulusun din, ahlak, hukuk, us, estetik, dil, iktisat, felsefe ve fenle ilgili yaşayışlarının uyumlu bir toplamı (Gökalp, 1997: 25) olarak ifade edilen kültürü, ulusallaştırıp evrensel kültürden ayıran unsurlar, coğrafi alanlar, tarihsel dönemler ve etnik farklılıklardır (Kongar, 1989; 33). Kültür, ortak bir anlayış ve

\* Yrd. Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, zuhal.cilingir@omu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 18.01.2015; Makalenin Kabul Tarihi: 27.08.2015

kurallar bütünü olarak bireylerin ve grupların davranışlarını etkilemekte ve şekillendirmektedir. Bir kültürün tanımlanması genellikle o kültüre özgü kavramlar, süreçler ve algılar çerçevesinde yapılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005; 70). Dillerin anlam içerikleriyle, parçası oldukları kültürlerin içerikleri arasında tam bir örtüşme ya da özdeşlik vardır. Bir bakıma dil, kültür içeriğinin aynası, onun simgelerle yansıtılması, dile getirilmesidir (Tosun, 2005; 138). Bu bağlamda toplumun kullandığı yazılı ve sözlü dil, kültür analizinde araç olarak kullanılabilir.

Bir toplumun kültürünün nesilden nesile aktarılmasında çok önemli bir rol oynayan, kendi deneyimleri ve bilgeliğiyle oluşturulan, bir milletin değer yargılarını anlatan özlü sözler olarak tanımlanan atasözleri, bir dil birliğinin dünya görüşünü, yaşayış biçimini yansıttığı gibi o toplumun kültür tarihiyle ilgili önemli ipuçları da vermektedir (Aksan, 2007; 38).

Atasözleri, “İlk söyleyicilerini tespit edemediğimiz bu dil mahsulleri, hayat prensibi olacak fikir ve düşünceleri; din, ahlak, hukuk, iktisat, terbiye, gelenek, görenek ile tabiat olaylarından, teknikten vb. çıkacak kaideleri, bazen bir fıkra kalığında söz ve yazıyla nesillerden nesillere intikal ettiren hikmetli cümleler” (Elçin, 1992; 344) olarak tanımlanmıştır.

Atasözleri; belirli kalıp içerisinde, belirli sözcüklerle söylenmiş olmak, kısa ve özlü olmak ve geniş zaman ya da buyurma kipiyle kullanılmak gibi biçimsel özelliklerinin yanında toplumsal ve doğal olayların olagelme durumuyla ilgili bilgi vermesi, az sözle zengin anlatıma sahip olması, deneye ya da mantığa dayanarak töre öğrencesi olması, gerçekleri, felsefi görüşleri açıklaması, gelenek görenekleri ve birtakım inanışları bildirmesi gibi kavramsal özelliklere de sahip düşünce yapılarıdır (Aksoy, 1991; 15-17; İzbudak, 1936; 3-8).

Türkçe ilk atasözü örneklerine, Orhun Abideleri’nden başlayan süreç içerisinde Dîvânü Lûgati’t-Türk, Kutadgu Bilig, Atabetü’l-Hakayık ve Dede Korkut Hikâyeleri gibi eserlerde rastlanmaktadır (Keklik, 2013; 240; Sağlam, 2004; 46). Kül Tigin ve Bilge Kağan Abidesi’nde yer alan “Aç olduğun zaman tokluk (nedir) bilmezsin, bir defa doyunca (da) açlık (nedir) bilmezsin.” (Caferoğlu, 1930; 46) veya Ergin’in güncelleştirilmesiyle “Türk milleti, tokluğun kıymetini bilmezsin. Acıksan tokluk düşünmezsin. Bir doysan açlığı düşünmezsin.” (Ergin, 1970; 12-32) sözleri, Kaşgarlı Mahmud’un Dîvânü Lûgati’t-Türk’ündeki, “Aç ne yimes, tok ne times. (I. 79, 4)” (Birtok, 1944; 33; Sakaoğlu, 1994; 1), “Aç ne yemez, tok ne demez;”, “Tok açın halinden bilmez/ ne bilir;”, “Tok ne bilir, aç halinden?” (Aksoy, 1991; 397-8) şeklinde manzum yapıdaki atasözlerine benzemektedir.

Hiç kuşkusuz, ticaret sosyal hayatın ayrılmaz öğelerinden biridir. Bu bağlamda sözlü edebiyatın ürünü olan Orhun Abideleri’nde ve Kaşgarlı Mahmut’un Dîvânü Lûgati’t-Türk’ünde ticarete ilişkin öğütlere de rastlanmaktadır. Kül Tigin Yazıtı güney yüzü ile Bilge Kağan Yazıtı kuzey yüzünde yer alan “Ötüken yerinde oturup kervan, kafile gönderirsen hiç bir sıkıntın yoktur.” (Ergin, 1970; 12-32) ile Bilge Kağan Yazıtı doğu yüzünde geçen “Yirmi yaşında, Basml İduk Kut soyundan olan kavim idi, kervan göndermiyor diye ordu sevk ettim.” (Ergin, 1970; 24) sözleri kervan ticaretinin önemini hatta kervanın gönderilmemesinin savaş sebebi olduğunu belirtmektedir.

Dîvânü Lûgati’t-Türk’te geçen ticarete özgü satış anlamına gelen “satıç” kelimesi ile kâr ve kazanç anlamlarına gelen “asıg, asıglı, buluş, kazanç” kelimeleri eski Türkler’de ticaretin varlığının bir diğer kanıtıdır (Kaşgarlı Mahmud, I; 64-386). Yine Dîvânü Lûgati’t-Türk’te yer alan atasözleri incelendiğinde “İş yarayanda, sart asıgında. (İş sırasında, tüccar kârında.)” (Kaşgarlı Mahmud, III; 13) savı ile atasözlerinde ticaret konusunun edebiyatımıza ilişkin bilinen en eski kaynaklardan beri ele alınan bir konu olduğuna örnek teşkil etmektedir.

Literatürde ticaret alanında atasözlerini veri kaynağı olarak kullanan son yıllarda yapılan birkaç çalışmaya rastlanmaktadır. Akın (2010), çalışmasında ticari hayatın tasvirinde kullanılabilecek gerçek ve mecaz anlamlı atasözlerini derlemiştir. Esen ve Yılmaz (2011), atasözleri ve deyimler üzerinden girişimcilik olgusuna ilişkin bir çalışma gerçekleştirerek atasözleri ve deyimleri girişimciliği teşvik edenler, girişimciliğe karşı çıkanlar ve yansız olanlar olarak üç grupta ele almışlardır. Yuzvyak (2013) ise Türk ticaret kültürünü atasözlerinden çok deyimler üzerinden ele almıştır. Bu açıklamalardan hareketle bazı atasözlerinin iktisadî konulara işaret ettiği (Sakaoğlu ve Alptekin, 2006; 161) biliniyorken, literatürde atasözleri üzerinden Türk ticaret ve tüccarlık kültürünü tanımlamaya odaklanan bir çalışma olmaması çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır.

## 2. Yöntem

Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olan doküman incelemesi yöntemi kullanılmış ve verilerin derlenmesinde kaynak olarak dört farklı atasözleri sözlüğünden yararlanılmıştır (Bkz: Tablo 1). Analiz birimi olarak ticaretle ilgili olduğu düşünülen tüccar, dükkân, pazar, sermaye, ortak, kâr, zarar, alıcı, satıcı, mal vb. yaklaşık 30 kelime, veri kaynağı olarak kullanılan atasözleri sözlüklerinde taranarak elde edilen atasözlerinden içinde anahtar kelime geçen ancak anlam olarak ticaretle ilişkili olmayan sözler ayıklanmış ve ardından içinde anahtar kelime bulunmayan ancak semantik açıdan araştırmanın konusunu kapsayan atasözleri veri kümesine eklenmiştir. Bu evrenin sonunda araştırma için asıl veri kümesini oluşturan ve ticareti konu alan 109 atasözü elde edilmiştir.

**Tablo 1.** Veri kümesinin oluşturulmasında yararlanılan kaynaklar

Yazar(lar)	Eserin Adı
Ömer Asım Aksoy (1991)	Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü
M. Ertuğrul Saraçbaşı ve İbrahim Minnetoğlu (2002)	Örneklili ve Açıklamalı Türk Atasözleri Sözlüğü
Metin Yurtbaşı(2012)	Sınıflandırılmış Atasözleri Sözlüğü
TDK	TDK Çevrimiçi Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü

Elde edilen atasözlerinin araştırma konusuyla ilgili ne tür bilgiler ortaya koyduğunun incelenmesi için bu atasözlerine ilişkin bir betimsel analiz gerçekleştirilmiş ve ticareti konu alan atasözlerinin hangi alt başlıklar (kategoriler) altında kümelendiği araştırılarak bulgular bölümünde ortaya koyulmuştur. Ayrıca veri kümesini oluşturan atasözlerindeki kelimelerin tekrarlanma sıklığına bağlı olarak oluşan ve veri kümesinin görsel bir özetini sunan kelime bulutu (Viégas ve Wattenberg, 2008; 50) aracılığıyla ticaretle ilintili olan atasözleri resmedilmiştir. Sonuç bölümünde ise belirlenen alt başlıklar arasındaki anlamlı ilişkiler ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve elde edilen bulgular günümüz ticaret anlayışı ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

## 3. Bulgular

Ticareti konu alan atasözleri incelenerek kâr/zarar, sermaye, iş etiği, ortaklık, iş yönetimi, iyi tüccarın nitelikleri olmak üzere altı konu başlığı elde edilmiştir. Bu bölümde altı konu başlığı altında sınıflandırılan atasözleri, alt başlıklar göz önünde bulundurularak yorumlanmıştır.

### 3.1 Kâr/zarar bağlamındaki atasözleri

Türk atasözlerinde ticaret bağlamında en sık rastlanan atasözleri işletmelerin temel amaçlarından biri olan ve söz konusu ticari işletmenin faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini doğrudan etkileyen kâr/zarar üzerinedir. Bu bağlamda ele alınan 26 tane atasözü beş alt başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu başlıklar sırasıyla kâr/zararın önemi, risk alma, belirsizlik, istikrarsızlık, ticarete ve yüksek kazanç bakış olarak isimlendirilerek yorumlanmıştır.

**3.1.1. Kârın/Zararın Önemi:** Türk atasözlerinde kâr/zarar bağlamında incelenen atasözleri arasında özellikle kârın önemine değinenler aşağıdaki gibidir:

- Üreyen mal maldır, gayrisi masaldır.
- Kazanmayanın kazanı kaynamaz.
- Kârsız eli keserler.
- Zararın neresinden dönsen kârdır.
- Her zarar bir kâr öğretir.
- Zarar/ziyan insan içindir.

Bu sınıflandırmada ele alınan atasözlerine göre ticarete sermaye unsuru olan malın kâr sağlamadığı sürece öneminin olmadığı, tüccarın kâr elde edemediği sürece kazancını kaynatamayacağı, zarar etmesi durumunda ise hızla önlem alması gerektiği (Kârsız eli keserler; Zararın neresinden dönsen kâr.) üzerinde durulmuştur. Sonuçta ticarethane zarar ederse de, atalarımız bu durumun doğallığını vurgulamakta, önemli olanın ders çıkarmak, tecrübe edinmek olduğunu dile getirmektedirler.

**3.1.2. Risk Alma:** Atasözlerinde kâr/zarar bağlamında ele alınan sözlerden bazılarının doğrudan girişimcilikte risk konusuna odaklandığı söylenebilir.

- Zarardan korkan kâr edemez.
- Korkak bezirgân/tüccar ne kâr eder ne ziyan/zarar.

Atasözlerine göre, kâr elde etmek isteyen tacirlerin/girişimcilerin, girişimciyi yöneticiden ayıran temel unsur olan “risk”e katlanmaları gerekmektedir. Yukarıda sınıflandırılan atasözlerinde kâr elde etmenin tek yolunun risk almak olduğu altı çizilerek vurgulanmıştır.

- Yarınki çoktan bugünkü az iyidir.
- Bugünkü tavuk yarınki kazdan iyidir.
- İşini kış tut da yaz çıkarsa bahtına.
- On paralık kına al, onu sat yine al.

Ancak sözü edilen iki atasözü ile girişimciler risk alma konusunda cesaretlendirilirken “Yarınki çoktan bugünkü az iyidir.”, “Bugünkü tavuk yarınki kazdan iyidir.” ve “İşini kış tut da yaz çıkarsa bahtına.” atasözlerinde ise hayal kırıklığına uğramak istemeyen tüccarın yüksek kâr beklentisi ile yüksek riskli işlere girmemesi gerektiği yönündeki uyarılarla dünün olduğu gibi bugünün tüccarlarına da yol göstermek istenmiştir. “On paralık kına al, onu sat yine al.” atasözü de yine tüccara büyük risklere girmeme konusunda uyarı niteliğindedir.

- Kâr kudurunca sermayeyi yer.
- Mal canı kazanmaz, can malı kazanır.

“Kâr kudurunca sermayeyi yer.” atasözü ile tüccarlara, kâr elde etme konusunda gereğinden fazla hırs yaparak ellerindekilerden olmamaları anlatılmakta ve “Mal canı kazanmaz, can malı kazanır.” sözü ile mal yerine insana verilen değer ön plana çıkarılmakta, öte yandan da tüccarlar bu hırsla canlarından olma pahasıyla yüzleşebilecekleri hususunda uyarılmaktadırlar.

**3.1.3. Belirsizlik:** Türk atasözlerinde tüccarlık konusunda ele alınan bazı atasözlerinde ise ticaretin doğasında zararın da kâr kadar karşılaşılabilen bir durum olduğu anlatılmaya çalışılmıştır.

- Kârla zarar bir arada gezer.
- Kâr zararın kardeşidir.
- Her kârın bir de zararı vardır.

Atasözlerine göre kâr elde etmek isteyen tüccarın zarara katlanması da gerekebilir. Kısacası, geleceğin belirsizliğine yönelik kanaat ticaret içinde vurgulanmakta ve tüccar bu konuda bilinçlendirilmektedir.

**3.1.4. İstikrarsızlık:** Atasözlerinde, ticarete kârın/zararın süreklilik arz etmediği, bazı günlerin kârı yıllık kazanca eş olurken, bazı günlerin ise günlük kazanca bile yetmediği açıklanmış, ticaretteki kazancın miktar ve zaman açısından dalgalanma gösterdiği ifade edilmiştir.

- Yıl aldırır, yıl sattırır.
- Gün olur günü, gün olur ayı, gün olur yılı besler.
- Gün/ay var yılı besler, gün/yıl var günü/ayı beslemez.

Ticarete satışların belli dönemlerde (ekonomik kriz, mevsimsel dalgalanma, vs.) dalgalanması tüccarlar açısından ticaretin olumsuz yönlerinden biridir. Ancak yine aynı atasözlerinde çiftçilikle uğraşan rençberin kırk yılda kazanamayacağı paranın tüccar tarafından kırk gün gibi kısa bir süre içerisinde kazanılabileceği de belirtilmektedir (Rençber kırk yılda, tüccar kırk günde.); Bu atasözü aynı zamanda “Rızkın onda dokuzu ticarettedir.” hadisini de çağrıştırmaktadır.

**3.1.5. Ticarete Yaklaşım:** Kâr/zarar temalı atasözlerinde karşımıza çıkan bir diğer konu ticarete olan yaklaşımdır. Bu atasözleri, ticaretle uğraşmaktan utanç duyanlar, ürün/hizmet alım satımını yeterince muteber bulmayanlar için söylenmiş sözler olarak nitelendirilebilir.

- Ar dünyası/yılı değil, kâr dünyası/yılı.
- Kâr eden ar etmez.

- Kâra ar olmaz.

Atasözlerine göre, toplumsal değerler göz önünde bulundurulduğunda kazanç sağlanan işten utanılmaması gerektiği öğütlenmektedir. Tüccar utanıp sıkılmayı bir kenara bırakarak gelir elde etmeye yönelmeli, kârını gözetmelidir.

**3.1.6. Yüksek Kazanca Bakış:** Kârın/kazancın çok sayıda atasözünde ticaret için önemli bir unsur olduğundan bahsedilerek, tüccarlar kazanç sağlamaları için teşvik edilirken, elde edilen kazancın miktarı bu bakış açısını tersine çevirebilmektedir. Atalarımıza göre yüksek kazancın içine haram karışmakta ve bu anlamda yüksek kazanç hoş karşılanmamaktadır.

- Helal kazanç ile yağlı pilav yenmez.
- Çok mal haramsız, çok laf yalansız olmaz.

Yukarıdaki atasözlerinde müşterinin de lehine olacak şekilde kâr haddinin ortalama seviyede tutulmasının önemi vurgulanmıştır. Ayrıca burada belki de ticaretin doğası gereği, rekabet faktörünün aşırı kârlılığı mümkün kılmayacağı iddiasına bağlı olarak yüksek kazanç durumunun etik sorunları gündeme getirebileceği anlatılmak istenmiş olabilir.

### 3.2. Sermaye Bağlamındaki Atasözleri

Türk ticaret kültürünü, Türk atasözleri üzerinden ele alan sözler sermaye bağlamında değerlendirildiğinde 16 atasözüne rastlanmaktadır. Sermaye temalı atasözlerini ticarete kullanılan sermaye unsurları ve sermaye miktarı adı altında iki başlıkta toplamanın mümkün olduğu söylenebilir.

**3.2.1. Sermaye Unsurları:** Aşağıdaki atasözlerine göre ticarete aklın ve vaktin sermaye olarak değerlendirildiği görülmektedir.

- Akıl kişiye/adama sermayedir.
- Akıl gibi sermaye olmaz.
- Akıl tükenmeyen sermayedir.
- Parayı zapt etmek deliyi zapt etmekten zordur.
- Vakit nakittir.

Bir diğer anlatımla atasözlerine göre akıl, tüccar için sermaye unsuru olarak değerlendirilmekte (Akıl kişiye/adama sermayedir; Akıl gibi sermaye olmaz; Akıl tükenmeyen sermayedir) ve zamanın kıt kaynak olarak sermaye özelliğine dikkat çekilmektedir (Vakit nakittir.). Bununla birlikte atasözlerinde ticarete sermayenin önemli olduğu ancak aklın sermayeyi yönettiği de dile getirilmektedir (Parayı zapt etmek deliyi zapt etmekten zordur.).

**3.2.2. Sermaye Miktarı:** Atasözlerinde ticarete sahip olunan sermayenin miktarına ilişkin öğütler de bulunmaktadır.

- Sermayesiz sanat dilenciliktir.
- Sermayesiz dükkân açılmaz, zindan açılır.
- Sermayesiz iş tutulmaz, mayasız yoğurt çalınmaz.
- Sermayesiz adama dükkân endişesi yoktur.
- Sermayesiz satış, kanatsız uçuş.
- Parasız kasa, karısız haneye benzer.

Yukarıda görüldüğü üzere, atasözlerinde mevcut sermayenin nasıl kullanıldığından çok sermayenin yoksunluğu üzerinde durulmuştur. Bir başka anlatımla, tüccarın sermayeyle/parayla ne yaptığından çok sermayesiz ne yapmadığı açıklanmıştır. Bu bakış açısına göre, sermayesiz sanat yapılamadığı gibi dükkân da açılmaz, sermayesiz dükkân açılabilir ancak açan tüccarın kaybedecek, riske atacak bir sermayesi olmadığından ticari bir endişesi olmayacaktır. Yine bu bakış açısına göre, sermaye tüccar için ticaretin temel bileşenidir.

- Sermayesiz bakkal turp tohumu satar.

- Sermayen bir yumurta ise taşa çal.
- Bir akçe ile dokuz kubbeli hamam yapılmaz.
- Sermayesi çanak çömlek, tüccarlıktan dem vurur.

Sermaye bağlamındaki “Para parayı çeker.” sözüyle de sermaye miktarı konusu altında ele alınan diğer atasözlerinden farklı olarak, büyük sermayelere sahip olan tüccarın daha büyük kazançlar ele edebildiğine dikkat çekilmektedir.

- Para parayı çeker.

### 3.3. Ticaret (İş) Etiği Bağlamındaki Atasözleri

Türk atasözlerinde ticarete ilişkin bahsi geçen konulardan birisi de ticaret (iş) etiğidir ve bu konuda karşılaşılan 13 atasözü aşağıdaki gibi gruplandırılmıştır.

- Dükkân kapısı hak kapısı(dır).
- Alıcıdan yana söylemek sünnettir.
- Hesabı pak olanın, yüzü ak olur.

Türk atasözlerinde, ticarethanenin işletilmesine yönelik ahlaki boyut (meslek etiği) dini bakış açısıyla ele alınmıştır. Ahilikten gelen “Dükkân kapısı hak kapısı(dır).” sözüyle ticaretin ana mekânı dükkân kutsallaştırılmıştır. Tüccarın sadece kendi çıkarlarını değil, müşterilerinin de çıkarlarını gözetmesi gerektiği, bu tutumun dini bir kavram olan “sünnet”in içinde kabul edilmesi yoluyla anlatılmıştır. Bununla birlikte hesabına hile karıştırmayan, doğruluktan şaşmayan tüccarın yüzünün ak olacağı, karalanamayacağı da açıkça belirtilmiştir.

- Kıtıkta satıcıya, bollukta alıcıya Allah insaf versin.

Ticari ilişkiler esnasında ürün arzının az veya çok olduğu dönemlerde hem alıcı hem de satıcı Allah’ın insafına bırakılmaktadır ve eğer tüccar faaliyetlerinde etik dışı bir davranış gerçekleştirirse mutlaka cezalandırılacağı söylenerek uyarılmıştır (İşine/sanatına hor bakan, boğazına/boynuna torba takar; Hile ile iş gören, mihnet ile can verir).

- İşine/sanatına hor bakan, boğazına/boynuna torba takar.
- Hile ile iş gören, mihnet ile can verir.

İş etiğine ilişkin atasözlerinin çoğu tüccarın hileli davranışlarına uyarı niteliği taşımaktadır. Örneğin, tüccar işini küçümser, saygı duymaz ise yoksulluğa düşecek, müşterilerini ve dostlarını kaybedecektir.

- Eksik satanın dükkânına/yanına gidilmez.
- Kaypakla pazarlık olmaz.
- Hilekârdan yumurta alan, içinde sarısını bulamaz.
- Yanlış pazar (örtük pazar/şüpheli pazar) dostluğu/mideyi bozar.

Tüccarın yaptığı etik dışı davranışın er geç ortaya çıkacağı ve bu hileli davranışla aldananın bizzat kendisi olacağı da atasözlerinde belirtilmektedir. Ticaret aynı zamanda bireylerin birbirlerini tanımaları için bir araç işlevi de görmektedir.

- Yanlış hesap Bağdat’tan döner.
- Alan aldanmaz, satan aldanır.
- Bir insanı tanımak için onunla ya alışveriş etmeli ya yola gitmeli (Adamın iyisi alışverişte belli olur).

### 3.4. Ortaklık Bağlamındaki Atasözleri

Atasözlerimizin genelinde olduğu gibi, ticarete ortaklık konusunda da durum bir yandan övülürken diğer yandan yerilmektedir. Aşağıdaki beş atasözü ortaklığın zararlarından bahsetmekte ve ticaret erbaplarının ortak bir iş girişiminde bulunmasını tasvip etmemektedir.

- Ortak gemisi yürümez.
- Ortak atın beli sakat olur.
- Ortak malda hayır yoktur.
- Ortaklık danadan yalnız buzağı iyidir.
- Ortaklık iyi olsa, iki adam bir avrat alır.

Yukarıda ele alınan beş atasözüne ticarete ortaklığa ilişkin karşıt nitelikte atasözlerimiz de bulunmaktadır:

- Ortak çok olunca ziyan az olur.
- Bir elin nesi var, iki elin sesi var.

Atasözlerine göre ortaklıkla, girişimcilerin alacakları riskin paylaşılabilirliğini bir diğer anlatımla “zarara ortaklık” durumunun söz konusu olduğunu ve eğer ortaklar bireysel yeteneklerini olumlu yönde bir araya getirirlerse, kazançları artarken zarar etme olasılıklarının azalabileceği üzerinde durulmuştur.

- Akıl ortağı ortak, mal ortağı kaypak.
- Senden devletli ile ortak olma.
- Ortak ortağı aldatmaz.

Türk atasözlerinde ortaklık iş etiği açısından da değerlendirilmiştir. “Akıl ortağı ortak, mal ortağı kaypak.” atasözü ile akıl ortaklığının gerçek, iki tarafında lehine olan bir dayanışma ortaklığı olduğu, ticari ortaklığın ise her ortak kendi çıkarlarını gözeteneğinden ortakların herhangi birinin zararına olabileceği riskine dikkat çekilmiştir. “Senden devletli ile ortak olma” sözüyle iş yönetiminde ortaklık konusuna değinilmektedir. Bu atasözü ile tüccarlar, büyük sermayeye sahip olan ortaklar konusunda uyarılmaktadır, ticarete hissesi çok olan ortağın sözü geçeneğinden küçük ortağın büyük ortak ile hem yatırım hem zarar anlamında aşık atamayacağı ifade edilmiştir. “Ortak ortağı aldatmaz.” atasözü Divânü Lûgati’t-Türk’te yer alan “Ortak erden artuk almas. (Ortak ortağından fazla almaz.)” (Kaşgarlı Mahmud, I; 99) savıyla anlam bakımından benzeşmektedir. Bu atasözünü ticari ortaklığın temel ilkesi olan ortaklar arası güven konusunun yüzyıllar öncesinden altı çizilerek önemine değinilmiştir.

### 3.5. İş Yönetimi Bağlamındaki Atasözleri

Ticaret konusunda atasözlerinde en çok işlenen konu iş yönetimidir. İş yönetimine ilişkin derlenen 33 atasözü bazıları ticarete ilişkin genel hükümlerden söz etmektedir. Bunlar:

- Dükkân açmak kolay, açık tutmak zor.
- Bakkal bir müşteri için dükkân açmaz.
- Müslüman mahallesinde salyangoz satılmaz.
- Kasap dükkânında et kokmaz.
- Bezirgân yanında mis kokar, demirci yanında is kokar.

Atasözleri ticaretin zor bir iş olduğu (Dükkân açmak kolay, açık tutmak zor.), ticaretin sürdürülebilirliğinde talebin önem arz ettiği, bir başka anlatımla talep tahmininin iyi yapılması gerektiği (Bakkal bir müşteri için dükkân açmaz.), kültürel koşulların talebi etkilediği (Müslüman mahallesinde salyangoz satılmaz.), satıcılık işinden utanılmaması gerektiği, aksine itibarlı bir iş olduğu (Kâra ar olmaz.), para kazandırdığı sürece olumsuz yönlerinin görmezden gelinebileceği (Kasap dükkânında et kokmaz; Bezirgan yanında mis kokar, demirci yanında is kokar.) yönünde öğütler içermektedir.

İş yönetimi konusu altında ele alınan atasözleri ticarete yönelik genel ilkelerin yanı sıra ticarete alacak/borç ilişkisi, zamanlama, rekabet, ödeme şekli, pazarlık ve satış kategorilerini de içeren bir sınıflandırmaya tabi tutularak değerlendirilmiştir.

**3.5.1. Borç/Alacak İlişkisi:** İş yönetimine ilişkin alacak/borç dengesini konu alan beş atasözüne rastlanmıştır. Atasözlerine göre tüccar borçtan sakınmalıdır, alacağına güvenerek borçlarını kapatmayı düşünmemelidir. Atalarımız tüccarları borç sermaye ile işlerin sağlıklı olarak yürütülemeyeceği konusunda uyarılmışlardır. Nitekim atasözlerimize göre, alacak borç dengesini ayarlayamayan tüccar veresiye defterlerini karıştırırsa bile maddi durumunu düzeltemez, borç ile faaliyetlerini devam ettiremez, bu yolla alacaklarını ödeyemez.

- Bezirgân/tüccar züğürtleyince eski defterleri yoklar.
- Borç alan dert alır.
- Arpacıya borç eden ahırını tez satar.
- Alacakla verecek/borç ödenmez.
- Borçtan korkma alacaktan kork.

“Borçtan korkma alacaktan kork.” sözüne göre ise tüccar yukarıda bahsedildiği gibi borç alarak başına dert almamaktadır. Nitekim borç tüccarın kendi borcudur bu anlamda korkması gerekmez ancak verdiği borcu zamanında alıp alamayacağından endişe etmelidir. “Param seni vereyim de mi düşman olayım, vermeyeyim de mi düşman olayım?” atasözü de doğrudan ticarete işaret etmemesine rağmen borç verme hususunda yaşanan ikileme örnek teşkil edebilir. Özetle, atasözleri iş yönetiminde tüccarı borç ve alacak konularının önemi ve borca da alacağı da sıcak bakılmaması gerektiği konularında ikaz etmektedir.

**3.5.2. Zamanlama:** Bu başlık altında ele alınan atasözleri ticari zamanlama faktörüne odaklanmaktadır.

- İkindiden sonra dükkân açılmaz.
- Geçti Bor’un pazarı, sür eşeği Niğde’ye.
- Anamın/babamın öleceğini bilseydim kulağı dolu dariya satardım/tuza değiştirdim.
- Ucuzlukta alır, pahalılıkta satar.
- Al gününde al, ver gününde ver.
- Zaman satar samanı.

Atasözleri, ticari kararlarda zamanlamanın önemi (İkindiden sonra dükkân açılmaz; Geçti Bor’un pazarı, sür eşeği Niğde’ye.), ticari kararlarda zamanlamanın kâr ve zarar üzerindeki etkisi (Anamın/babamın öleceğini bilseydim kulağı dolu dariya satardım/tuza değiştirdim.), ticari kararlarda doğru zamanın önemi (Ucuzlukta alır, pahalılıkta satar; Al gününde al, ver gününde ver.) ve yine ticarete başarının uzun vadede gelebileceği (Zaman satar samanı.) konularına vurgu yapmaktadır.

**3.5.3. Rekabet:** Atasözlerinde doğrudan ticarete rekabeti konu alan iki söze rastlanmıştır. Kapitalizmin rekabet üzerine inşa edildiği (Ertuna, 2010; 9) biliniyorken, sözlerin söylendiği dönemlerde piyasa şartlarının, arzın talepten az olması nedeniyle, tüccarın lehine olması ve bu anlamda rekabetin düşük seviyede olması konuya ilişkin atasözlerinin azlığına sebep gösterilebilir.

- Rakibim ölsün de, ne yüzünden ölürse ölsün.
- Ak itin/ağ ipin pamuk pazarına/pamuğa/pamukçuya zararı vardır.

“Rakibim ölsün de, ne yüzünden ölürse ölsün” sözü tüccar için ticaretin önündeki engelin ne koşulda olursa olsun ortadan kalkmasını ifade eden ticari kaygıların dışı vurumudur. “Ak itin/ağ ipin pamuk pazarına/pamuğa/pamukçuya zararı vardır.” sözünde ise bir esnafın olumsuz davranışının esnaflık hakkında genel ya da aynı işi yapan esnaf hakkında daha dar bir kapsamda olumsuz bir algı yaratacağı vurgulanmaktadır.

**3.5.4. Ödeme Şekli/Koşulları:** Ticarete ödeme koşulları konusu da atasözlerinde işlenen bir diğer konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

- Para peşin, kırmızı meşin.
- Peşin olsun da meşin olsun.
- Peşin para, zevkini ara.

Atasözlerinde yapılan işin karşılığının anında ödendiği “peşin” satış özendirilmektedir. Atasözlerimizde tüccarın peşin satışı ne kadar özendiriliyorsa, veresiye ticari faaliyetleri o ölçüde uyarılmakta ve veresiye satış sonucunda karşılaşacağı güçlükler ele alınmaktadır.

- Verirsen veresiye, batarsın kara suya.
- Veresiye verenin kesesi boş kalır.
- Verme malını veresiye, akar gider kara suya.
- Veresiye göbek atılmaz.
- Lâfla dükkân açılmaz, yok yere etme savaş (telaş); Selman-ı Pak da gelse parasız olmaz tıraş.

Yakın zamana kadar küçük ve orta ölçekli birçok ticarethanenin duvarını süsleyen, peşin satan ve veresiye satanın resmedildiği tabloların kullanılması bir yandan tüccarın ödeme koşullarına yönelik aldığı bir önlem diğer yandan da atasözlerinin gündelik kültüre bir yansımaları olarak düşünülebilir.



**3.5.5. Pazarlık:** Atasözlerinde iş yönetimi bağlamında ele alınan bir diğer konu ticarete pazarlık konusudur ve bu konu ticaretin koşulları hakkında fikir vermektedir.

- Utanma/örtük pazar, dostluğu/ara bozar.
- Çekişe çekişe pazarlık, güle güle para.
- Denizdeki balığın pazarlığı olmaz, bini bir paraya.
- Bostan yeşil/gök iken pazarlığa oturulmaz.
- Pazarda herkes ambardaki unu kadar konuşur.

Atasözlerimizde satın alınacak ürün/hizmet konusunda pazarlık yapmaktan çekinilmemesi, en başından şartların oturup kesinleştirilmesi gerektiğinin, aksi takdirde sonuçlarının ticarete konu olan tarafların arasını bozabileceğinin (Utanma/örtük pazar, dostluğu/ara bozar.) ve pazarlık konusu olan ürün/hizmet ortada yok iken pazarlığın yapılamaması gerektiğinin altı defalarca çizilmiştir (Denizdeki balığın pazarlığı olmaz, bini bir paraya; Bostan yeşil/gök iken pazarlığa oturulmaz). “Pazarda herkes ambardaki unu kadar konuşur” atasözü de yine elde edilen pazarlık gücünün her iki taraf için de gerekli koşullara (tüccar için ürün, müşteri için para) sahip olunmasına bağlı olduğunu ifade etmektedir.

**3.5.6. Satış:** Bu konudaki atasözlerine göre, tüccar düşük fiyattan başka bir deyişle düşük kâr oranıyla da olsa malını satmalı, erkenden elinden çıkarmalı ancak ticari malın değerinden düşük fiyattan satılmasıyla ortaya çıkan olumsuzluklara da katlanmalıdır.

- Mal satmayıp da pişman olacağına, sat da pişman ol.
- Ucuz satan tez satar.
- Ucuz satan tez satar, sonunda kaygıyla batır.
- Ucuz veren tez kurtulur.

### 3.6. İyi Tüccarın Nitelikleri Bağlamındaki Atasözleri

Tüccarın işinde başarı sağlaması için sahip olması gereken nitelikler de atasözlerimizde açıkça ifade edilmektedir.

- Güler yüzlü sirke satıcısı, ekşi yüzlü bal satıcısından daha çok kazanır.
- Tüccar müşteriyi gözünden anlar.
- Mal müşteriye göre satılır.

Yukarıda bahsi geçen üç atasözüne göre ticarete müşteri odaklı bir yaklaşım benimsenmelidir. Tüccarın insan sarrafı olması gerektiğinin, müşteri ihtiyaçlarını belirleme yetisinin altı çizilmiştir (Tüccar müşteriyi gözünden anlar; Mal müşteriye göre satılır.) Oysaki günümüzde satış yönetiminde bir bakışta müşterinin isteğinin anlaşılamayacağına yönelik anlayış kabul görmektedir. Müşteri odaklı yaklaşımı vurgulayan atasözlerinde ayrıca tüccarın kazancı, müşteriye karşı olan ilgisi ve güler yüzlü olma niteliğiyle ilişkilendirilmiştir. (Güler yüzlü sirke satıcısı, ekşi yüzlü bal satıcısından daha çok kazanır.).

- Sen işlersen mal işler, insan öyle genişler.
- Sen işten korkma, iş senden korksun.
- Anlamadan bir işe başlarsın, sonra başını taşlarsın.
- Bilinmedik iş ya karın ağrıtır ya baş.
- İş insanın aynasıdır.
- Çerçi başındakini satar.

Ticarete başarı için tüccarın sahip olması gereken diğer anahtar özellikler *çalışkanlık* (Sen işlersen mal işler, insan öyle genişler; Sen işten korkma, iş senden korksun.), *tecrübe* (Anlamadan bir işe başlarsın, sonra başını taşlarsın; Bilinmedik iş ya karın ağrıtır ya baş.) ve *yetenek* (İş insanın aynasıdır; Çerçi başındakini satar.) olarak belirtilmiştir.

## 4. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada ticaret yapısı ve tüccarlık zanaatı, atasözleri üzerinden çözümlenmeye çalışılmıştır. Ticarete ilişkin 100’ü aşkın atasözü belli başlıklar altında kümenlendirilmiş, daha sonra alt başlıklar oluşturulup

yorumlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre ticaret konusu atasözlerinde önemli bir yere sahiptir. Yazılı kültürümüzün ilk kaynaklarından günümüze uzanan süreçte ticaret her zaman kendine yer bulmuş; zaman zaman bir tavsiye niteliğinde yer almış, zaman zaman da bu olgunun temel kuralları sıralanmıştır. Bu bilgiler ışığında, atasözlerinde, günümüzde de ticarete geçerliliğini koruyan kâr/zarar, sermaye, ortaklık, iş etiği, iş yönetimi, tüccarın sahip olması gereken nitelikler gibi ticareti yakından ilgilendiren unsurlar hakkında bilgiler verilmiştir.

Kâr/zarar bağlamında incelenen atasözlerinde, genel olarak kârın önemi, ticari faaliyetlerin sonuçlarının belirsizliği ve dalgalanması, kazancın risk almaktan geçtiği, tüccarlığın meslek olarak prestijinden bahsedilmesinin yanısıra meslek etiğine uygun davranıldığına çok yüksek kazanç elde edilemeyeceği de anlatılmaktadır.

Sermaye bağlamında değerlendirilen atasözlerinde, tüccarın parasının yanında aklının ve zamanının da sermaye kalemi olarak görülebileceği anlatılmakta, sermayesiz ticaret yapılamayacağı açıkça belirtilmektedir. Günümüzde üzerinde sıklıkla durulan, işletmelerde insan kaynakları ve bilgi teknolojileri bölümlerini yakından ilgilendiren “entelektüel sermayenin” önemine o dönemlerde bile vurgu yapıldığı görülebilmektedir.

İş etiği bağlamında ele alınan atasözlerinde ise ticarete işyeri kutsal kabul edilmekte ve işe ilişkin etik kurallar özetlenerek tüccar, özellikle hesaplar üzerinde adil davranmaya teşvik edilmektedir. Ayrıca atasözleri tüccarın faaliyetlerini etik dışı gerçekleştirme durumunda toplumdan soyutlandığı yönünde uyarılar da içermektedir. Bu kurallar büyük ölçüde Ahilik geleneğinin bir uzantısı olarak yorumlanabilir. Ahilik, üretimsiz tüketime, ihtiyaç fazlasının tüketilmesine, haksız rekabete, güçlünün zayıfı sömürmesine, haksız kazanç sağlamaya, insanları kandırmaya, kısaca ahlaki olmayan her türlü davranışa karşı bir birliktir (Gündüz vd., 2012; 38).

Ortaklık bağlamındaki atasözlerinden ise ticari ortaklığın çok az sayıda örnekte tavsiye edildiği, genellikle bu ortaklığın zorlukları üzerinde durulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Günümüzde de sınırları yasal olarak çizilmeyen ortaklıklarda problemler yaşandığı söylenebilir.

Atasözleri, iş yönetimi konusunda talep tahmininin önemi, pazar payının doğru hesaplanması, doğru zamanda doğru kararların alınması, peşin alışverişin özendirilmesi, pazarlık koşullarının belirlenmesi ve ticari satış gibi konulara değinmektedir. İş yönetimi bağlamında düşünülen rekabet konusuna ise dönemin şartları gereği atasözlerinde çok yer verilmediği görülmüştür. Oysaki günümüzde ticari kazanç elde etmek isteyen tüm işletmelerin rekabet avantajına sahip olması gerekmektedir.

Atasözlerine göre tüccarın sahip olması gereken kişisel özellikler ise şunlardır: güler yüz, müşteri odaklılık, çalışkanlık, tecrübe ve yetenek.

Sonuçları, atasözlerinde yer alan ticari ilkeler başlığı altında özetlemek gerekirse; tüccar riske katlanmalı, faaliyetlerin devamlılığı için kar elde etmeli, meslek etiğine uygun davranmalı, sermayeye ve bazı kişisel özelliklere sahip olmalıdır. Görüldüğü üzere atasözlerimiz, iş yaşamına dair önemli kültürel ve iktisadi kodların tarih boyunca nesilden nesile iletilmesini sağlayan bir miras niteliği taşımaktadır. Atasözleri ayrıca içinde bulunulan dönemin izlerini taşımakta, Ahilik geleneğinin bir sonucu ve kültürel yansıması olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bilindiği gibi Ahilik teşkilatı, günümüz düzenleme yapma yetkileri dolayısıyla esnaf ve sanatkâr odalarına dahil edilmekte ve bazı özellikleri nedeniyle de sanayi ve ticaret odalarının öncülü olarak kabul edilmektedir (Gündüz vd., 2012; 40).

Çalışma kapsamında yer alan ticaret temalı 109 atasözünün kelimelerinden ekler atılıp, “bir, iki, sen, her, değil, sonra vb.” kelimeleri çıkarılmış, birleşik fiiller de dikkate alınarak 600’ü aşkın kelime elde edilmiştir. Söz konusu kelimeler, Nvivo benzeri bir yöntemle aşağıda kelime bulutu (word cloud) olarak resmedilmiştir. Bir metnin bütünü hakkında görsel bir genel bakış sunan kelime (etiket) bulutunun, ilk örneği sosyal psikolog Stanley Milgram’ın gerçekleştirdiği bir deneyin sonucudur. Milgram (1976) katılımcılardan Paris’te önemli buldukları yerleri yazmalarını istemiş ve sonrasında her yerin ne sıklıkla geçtiğini göstermek üzere yazı karakteri büyüklüğünü kullanarak, şehrin “zihinsel haritasını” çıkarmıştır (Viégas ve Wattenberg, 2008; 50).

Kelime bulutu programı yapısı gereği, tekrarlanma sıklığı en yüksek olan kelimeler, kalın puntolu ve yazı boyutu da daha büyük olacak şekilde resmedilmektedir. Kelime bulutunda görüldüğü üzere veri kümesinin içinde yer alan atasözlerinde “ortak, kâr, zarar, gün, iş, yıl, satma, verme, dükkân, mal, para”



- İzbudak, V. (1936). *Atalar Sözü*, TDK Yayınları, İstanbul, Devlet Basımevi.
- Kaşgarlı M. (1985). *Divanü Lügati't Türk Tercümesi Cilt I-II-III*, (Çev. Besim Atalay), Ankara: TDK Yayınları.
- Keklik, S. (2013). "Atasözleri Sadece Gerçek ve Mecaz Anlamlı Mıdır?", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (23): 239-250.
- Kongar, E. (1989). *Kültür Üzerine*, İstanbul, Remzi Kitabevi.
- Sağlam, Y. (2004). "Atasözleri ve Deyimlerde İmgelem", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 18 (1): 45-51.
- Sakaoğlu, S. ve Alptekin, A. B. (2006). *Türk Halk Edebiyatı Ders Notları*, Konya.
- Sakaoğlu, S. (1994). "Göktürk Yazıtları ile Anadolu-Türk Folklorundaki Paralellikler Üzerine", *TDAY-Belleten*, 155-166.
- Saraçbaşı, M. E. ve Minnetoğlu, İ. (2002). *Örneklî ve Açıklamalı Türk Atasözleri Sözlüğü*, İstanbul, Bilge Kültür Sanat.
- Sayar, A. G. (1986). *Osmanlı İktisat Düşüncesinin Çağdaşlaşması*, İstanbul, Der Yayınları.
- Tosun, C. (2005). "Dil Zenginliği, Yozlaşma ve Türkçe", *Journal of Language and Linguistic Studies*, 1 (2): 136-153.
- Türk Dil Kurumu Atasözleri Sözlüğü. [Erişim Tarihi: 15.05.2014]. <[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_atasozleri&view=atasozleri](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_atasozleri&view=atasozleri)>
- Uygur, N. (2006). *Kültür Kuramı*, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Viégas, F. B. and Wattenberg, M. (2008). "Timelines Tag Clouds and The Case for Vernacular Visualization", *Interactions*, 15 (4): 49-52.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Genişletilmiş 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtbaşı, M. (2012). *Sınıflandırılmış Atasözleri Sözlüğü*, İstanbul, Excellence Publishing.
- Yuzvyak, I. (2013). "Halk Ticaret Sanatında Deyimler ve Atasözleri; Rolü ve İşlevi", *Bilim ve Kültür-Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1 (Mart): 180-191.