Araştırma Makalesi *Research Article*

edead
edebiyat dil ve eğitim araştırmaları dergisi

İnternet ortamında dönüşüme uğramış Azerbaycan paremiolojik birimleri

Transformed Azerbaijani paremiological units in the internet space

Çiçek Efendiyeva

* Doç. Dr. Azerbaycan Bilimler Akademisi Folklor Enstitüsü
cicek71@mail.ru
ORCID:https://orcid.org/0009-0006-6967-9535

Öz

Bu makalede, dönüştürülmüş paremiyolojik birimlerin oluşum ön koşulları ile Azerbaycan atasözü ve deyimlerindeki dönüşüm türleri incelenmektedir. Materyal üzerinde yapılan analizler; günümüzde dostluk, aşk, para, emek ve sosyal ilişkiler gibi değerlere yönelik yaklaşımların en belirgin değişimlerin yaşandığı alanlar olduğunu göstermiştir. Çalışmada, bu birimlerin hangi yöntemlerle dönüştürüldüğü de ortaya konulmuştur: bileşenlerin genişletilmesi veya eklenmesi, değiştirilmesi, yeniden düzenlenmesi veya çıkarılması. Bu süreçte, kullanım durumuna bağlı olarak geleneksel atasözünün anlamı değişime uğramaktadır. Ayrıca analiz edilen veriler; varlıksal, ekonomi-üretim, utilitarist-pratik, mantalite, ahlaki-etik, sosyo-politik ve manevi-ahlaki olmak üzere değerlerin anlamlandırılmasıyla ilişkili yedi tematik gruba ayrılmıştır. Araştırma sürecinde paremiyolojik birimlerde yapısal, anlamsal ve yapısal-anlamsal dönüşümler saptanmıştır. Sözcük kadrosunda ve gramer formunda değişikliğin yaşandığı yapısal-anlamsal dönüşümlerin en üretken tür olduğu görülmüştür. Bu tür dönüşümlerin yapısal alt tipleri arasında bileşen değişimi, bileşen kadrosunun genişletilmesi (eksplikasyon), bileşen kadrosunun daraltılması (implikasyon) ve bileşen değişimi ile genişletmenin bir arada kullanıldığı karma yapısal-anlamsal dönüşümler yer almaktadır. Makalede, bu dönüşümler sonucunda; yeni bir mecazi anlam kazanan, belirli fragmanları mecazlaşan veya tamamen doğrudan anlamda kullanılan transformların (anti-atasözlerinin) ortaya çıktığı belirtilmektedir. Yapısal-anlamsal dönüşümler içerisinde en yaygın alt tipin bileşen değişimi olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, Azerbaycan paremiyolojik birimleri modern gerçekliklere uyum sağlamakta ve bunun neticesinde dilin paremiyolojik fonu sürekli olarak zenginleşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dönüştürülmüş Azerbaycan atasözleri, Deyimler, Yapısal-anlamsal, Paremiyolojik birimler, Tematik gruplar

Abstract

In the article the prerequisites for the formation of transformed paremiologically units and types of transformations of Azerbaijani proverbs and sayings are studied. The analysis of the material showed that the most significant changes at the present stage are the attitude of people to such values as friendship, love, money, work, social relations In the article the methods, by which these units are transformed, are also shown: expansion or addition, replacement, rearrangement or removal of components. At the same time, depending on the situation, the meaning of the traditional proverb changes. In addition, the analyzed material is divided into seven thematic groups related to the understanding of values: existential, economic-production, utilitarian-practical, mental, moral, socio-political and spiritual. In the course of the study structural, semantic and structural-semantic transformations of paremiological units are revealed. The most productive were the structural and semantic transformations of proverbs, in which there was a change in the lexical composition and grammatical form. Structural subtypes of such transformations include replacement of components, expansion of component composition (explication), reduction of component composition (implication), combined structural and semantic transformations, represented by a combination of replacement and expansion of component composition. In the article it is mentioned that as a result of these transformations, transformed proverbs appear with a new figurative meaning, with a figurative meaning of individual fragments, as well as phrases used in the literal sense. The most common subtype of structural-semantic transformations was the replacement of components. Thus, Azerbaijani paremiological units adapt to modern realities, as a result of which the paremiological fund of the language is constantly replenished.

Keywords: Transformed Azerbaijani proverbs, Sayings, Structural-semantic, Paremiologically units, Thematic groups

Geliş Tarihi/Received:02.02.2026
Kabul Tarihi/Accepted:29.06.2026
Yayın Tarihi/Publication Date: 30.06.2026

Atıf Bilgisi: Efendiyeva, Ç. (2026). İnternet ortamında dönüşüme uğramış Azerbaycan paremiolojik birimleri. *Edebiyat Dil ve Eğitim Araştırmaları Dergisi, 1*(2), 115–131.

Giriş

XX. yüzyılın sonunda birçok ülkede meydana gelen sosyo-politik değişimlere bağlı olarak, Azerbaycan Türkçesi de dâhil olmak üzere pek çok dilde; internet ortamında, kamusal makalelerde ve çeşitli siyasi söylemlerde "dönüşüme uğramış atasözleri" veya "anti-atasözleri" (atasözü karşıtı yapılar) görülmeye başlanmıştır. Bu birimlerin ortaya çıkışı, folklor için yeni araçlar ve alanlar yaratan bilişim teknolojilerinin çeşitlenmesiyle doğrudan ilişkilidir. Bilindiği üzere paremiyolojik birimler (atasözleri ve deyimler), yalnızca öğretici ve ikna edici unsurlar değil, aynı zamanda nesiller boyu aktarılan ahlaki ve sanatsal birikimlerdir. Paremiyalar, eş zamanlı olarak halkın gündelik, sosyal ve siyasi yaşamındaki çelişkileri de yansıtmaktadır. Bu nedenle paremiyolojik gelişim, her kuşağın değişen yaşam biçimi, sosyal yapısı ve siyasi atmosferi ile paralellik göstermektedir.

Günümüzde atasözleri dönüşüme uğrayarak geleneksel atasözlerinin anlamını sarsmakta, değiştirmekte ve çeşitli yaşam durumlarına yönelik makul öğüt ve nasihatlerin karşısına yeni bir felsefe koymaktadır. Bu yapılarda yakın geçmiş ve güncel gerçeklik yansıtılmakta, bir anlamda "eski" bilgelik güncellenmektedir. Paremiyologlar, dönüşüme uğramış atasözü fenomeninin köklü bir dinamik olgu olduğunu ve son on yıllarda ulaştığı hacmin, bu "sözde atasözlerinin" türetildikleri geleneksel formlardan daha yaygın hale gelmesine yol açtığını savunmaktadır.

İnternet iletişiminin özelliklerinin henüz yeterince incelenmemiş olması nedeniyle, sanal alandaki paremiya dönüşümü kavramı, bu birimlerin işleyiş süreçleri ve geleneksel birimlere kıyasla taşıdıkları özgün nitelikler üzerine yapılan çalışmaların da kısıtlı olduğu söylenebilir. Belirtmek gerekir ki internet, bireylerin kendilerini ifade etmeleri, potansiyellerini gerçekleştirmeleri ve yaratıcılıklarını sergilemeleri için elverişli bir platform haline gelmiştir. İnternet kullanıcıları, geleneksel paremiyalar da dâhil olmak üzere çeşitli metinleri dönüştürerek ve yeniden yapılandırarak yaratıcı içerikler üretmektedir. Sonuç olarak, yeni sosyal durumun gereksinimlerini karşılayan ve modern toplumun gerçeklerini görünür kılan "dönüştürülmüş paremiyalar" (paremi-transformlar) ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda araştırmanın güncelliği, modernite koşullarında kaçınılmaz değişimlere maruz kalan birimler olarak "dönüşüme uğramış paremiyalar"a yönelik artan ilgi ve ihtiyaçtan kaynaklanmaktadır. Ayrıca, internet iletişiminde modern paremiyaların özgünlüğü, rolü ve işlevleri konusundaki teorik ve pratik çalışmaların henüz yetersiz olması da bu araştırmayı önemli kılmaktadır. Araştırmanın nesnesini, internet ortamında tespit edilen, mevcut geleneksel atasözlerinin dönüşümü sonucunda oluşan veya onlara benzetilerek (analoji yoluyla) ortaya çıkan modern paremiyolojik birimler oluşturmaktadır. Araştırmanın konusu ise internet ortamında işlerlik kazanan modern paremiyaların yapısal ve anlamsal özellikleridir. Araştırmanın amacı, geleneksel paremiyaların dönüşüm süreçlerini betimlemek ve internet ortamında aktüelleşen işlevsel özelliklerini incelemektir. Araştırmanın teorik temelini; F. Bayat (2018), S. Xavəri (2016), H. Quliyev (2018), G. Buğra (2005), S. Gürçayır (2008), M. E. Bars (2024), B. Nalcıoğlu (2020), Ö. Çobanoğlu (2018), N. F. Alefirenko (2009), S. İ. Gnedaş (2005), Z. M. Zaykina (2018), W. Mieder (1987), V. M. Mokienko (2010), G. L. Permyakov (1988), N. N. Semenenko (2012) ve N. N. Fedorova (2007) gibi bilim insanlarının çalışmaları oluşturmaktadır. Araştırmanın materyali, Facebook, modern.az, bizimera, big.az ve "Atalar sözü 1000 kitab" gibi çeşitli internet kaynaklarından derlenen modern Azerbaycan dönüştürülmüş paremiyalarıdır. Çalışmanın bilimsel yeniliği, anlambilim, yapı ve edimbilim (pragmatik) açılarından az çalışılmış olan modern "paremi-transformlar"ın (atasözleri ve

deyimler) bilimsel literatüre kazandırılmasında yatmaktadır. Araştırmanın teorik önemi ise paremiyoloji teorisindeki bazı meselelerin çözümüne, özellikle modern atasözü ve deyimlerin sınıflandırılmasına, statülerinin somutlaştırılmasına ve modern aşamada Azerbaycan dili paremiyolojik sisteminin daha kapsamlı bir şekilde sunulmasına sağladığı katkı ile ilgilidir. Araştırma şu yöntemlerle yürütülmüştür: a) Veri toplama sürecinde tam sayım (süzme) yöntemi, b) betimsel yöntem, c) yapısal-anlamsal modelleme yöntemi (paremiyanın kaynak modelinin yeniden inşası), d) bileşen analizi yöntemi ve e) materyalin düzenlenmesi amacıyla sınıflandırma yöntemi.

1. İnternet Ortamında Dönüşüme Uğramış Paremiyalar

Modern dönem, insan faaliyetinin tüm alanlarını güçlü bir şekilde etkileyen bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla karakterize edilmektedir. Öyle ki, "doğası gereği yeni sosyal koşullara ve sanal ortamın gerekliliklerine uygun olarak ortaya çıkan halk bilgisi, kendine özgü nitelikler kazanmıştır. Bu özellikler sadece yeni form ve modellerde değil, aynı zamanda yeni eğilimlerde, görüşlerde, felsefi ve ideolojik kavramlarda da kendini göstermektedir" (Quliyev, 2018, s. 161). Örneğin, internet ortamındaki atasözü ve deyimlerin anlamsal analizi, temel eğilimlerden birinin geleneklere yönelik tutum değişikliğiyle ilgili olduğunu göstermektedir. Özellikle sanal folklorda paradoksal hale gelen atasözlerini belirtmek gerekir; örneğin, "*dost qara gündə bəlli olar*" yerine "*dost imtahanda tanınar*" kullanımı veya Türkiye Türkçesindeki "*İşini bil, aşını bil, eşini bil!*" atasözünün modern bir yaklaşımla "*Milletini tanı, ümmetini tanı, medeniyetini tanı!*" şeklinde ifade edilmesi buna örnektir (Bayat, 2018, s. 13; Atalar sözü 1000 kitab). İnternet folklor örneklerinde dikkat çeken bir diğer eğilim ise kuşaklar arası çatışma ile gelenek ve yenilik arasındaki çelişkilerdir. Tüm bu hususlar; bilge bir babanın öğütlerini ve eleştirilerini içeren atasözleri ve deyimler gibi folklorik örneklerde açıkça yankı bulmaktadır. Bu makale, atasözü ve deyimlerin insanların toplumsal ve pratik faaliyetleri açısından analizini öngören modern paremiyolojik eğilimleri ele almaktadır. Bu birimlerin günümüzdeki işleyiş biçimi, yeni görevlere ve varoluş koşullarına uyarlanmalarından ibarettir; yani dilin paremiyolojik fonu, insan yaşamının tüm alanlarındaki değişimlere tepki vermek durumunda kalmaktadır. Folklor araştırmacısı F. Bayat'a göre, "günümüzde köyden kente, kentten ise elektronik folklora geçiş, zamanın bir gereği ve medeniyet gelişiminin bir diktesi olan post-folklorun tanınmasında gerçekten de yeni bir biçimi temsil etmektedir" (Bayat, 2018, s. 50). Böylece, "internet ortamında oluşmasına rağmen geleneksel folklorun pek çok özelliğini bünyesinde barındıran, geleneksel modele göre oluşturulan ve kuşkusuz içerik veya biçim açısından belirli değişikliklere uğrayarak yeni bir formatta gündeme gelen" internet folkloru veya sanal folklor kavramı ortaya çıkmaktadır (Həsənova, 2021, s. 142). Sanal folklorda, geleneksel folklorun aksine metinlerin ömrü kısadır: Hızla oluşan yeni metinler, bir önceki metnin unutulmasına neden olur. Ayrıca, "sanal folklor; kelimeler, yazılar, resimler, fotoğraflar, fotomontajlar, videolar, animasyonlar ve diğer formlarda kendini gösterirken; geleneksel folklor kelimeler, müzik, eylemler ve kısmen seslerle tezahür eder" (Quliyev, 2016, s. 307). Bu durum, F. Bayat'ın "Yüz kere duymaktansa bir kere görmek yeğdir" deyimiyle ilginç bir şekilde karakterize ettiği bu folklor türünün geniş yelpazesini bir kez daha ortaya koymaktadır (Bayat, 2018, s. 45). Ancak G. Həsənova, "iki folklor türüne özgü örneklerin anlamsal analizinin; oluşturulma biçimi, somutlaşma araçları, tezahür formları ve ele alınan konudan bağımsız olarak tüm ifadeleri birleştiren tek unsurun, halkın ulusal düşünce yapısıyla (milli tefekkür) olan bağı olduğunu" belirtmektedir (Həsənova, 2021, s. 143). Nitekim günümüzde araştırmacıların ilgisi, durağan olduğu varsayılan geleneklerden, bu geleneklerdeki dinamik değişimlere kaymaktadır (Mieder, 1987). Hem araştırmacılar hem de internet kullanıcıları tarafından gözlemlenen bu birimlerin sanal alandaki yoğun hareketliliği, onların çok boyutlu olarak incelenmesini zorunlu kılmaktadır; zira "toplumsal süreçlerin ve toplumsal bilincin

biçimlerinin anlaşılması, o toplumun ürettiği metinlere başvurmadan mümkün değildir" (Neklyudov, 2008, s. 18). Bu konunun kapsamlı bir şekilde incelenmesine; H. Çakır ve H. Topçu (2005), S. Gürçayır (2008), M. Bars (2024), H. Kaplan (2024), F. Aslan (2011), Ö. Çobanoğlu (2018), Z. Bakı (2014), Ş. Boyraz (2010), G. Buğra (2005), A. Güvenç (2014) ve B. Nalcıoğlu (2020) gibi Türk bilim insanlarının çalışmaları da ışık tutmaktadır. Örneğin M. Bars, "İnternet Folkloru" adlı çalışmasında internetin ve sanal dünyanın toplumun tüm alanları üzerindeki etkisini kapsamlı bir şekilde incelemektedir (2024). Ayrıca, internet ortamında değişime uğrayan atasözlerinin titizlikle analiz edildiği S. Gürçayır'ın "Kuşaktan Foruma Geçiş ve Bilgisayar Atasözleri" (2008) adlı makalesi de zikredilmelidir. H. Kaplan ise "Kent Folkloru" (2024) başlıklı çalışmasında, toplumsal ve sözlü kültürdeki değişimleri etkileyen kent folklorunun ortaya çıkışını analiz etmiştir.

Özetle, geleneksel atasözleri ve deyimler yeni durumlara uyarlanmakta; yani "anti-atasözleri" olarak adlandırılan veya değiştirilmiş bir yapı sergileyen "dönüştürülmüş paremiyolojik birimler" ortaya çıkmaktadır. Bilindiği üzere atasözleri, varlıkları boyunca birbirine zıt iki faktörün etkisi altında kalmaktadır: Bir yanda atasözünün yüzyıllar boyunca korunmasını sağlayan gelenek, diğer yanda ise yeni koşullara uyum sağlama imkânı sunan yenilik (inovasyon) yer almaktadır. Bu önerme, araştırmamızın temel hareket noktasını oluşturmaktadır.

Modern dünyada anti-atasözleri giderek daha popüler hale gelmektedir. Anti-atasözü oluşturmanın birkaç yöntemi bulunmakla birlikte, en önemli husus prototipin (kaynak metnin) dil taşıyıcıları tarafından anında tanınabilmesidir. Nitekim herhangi bir atasözü dönüşümünün tanınması, onun popülerliği ve işlerliği için temel şarttır: *"Vek jivi – vek leçis"* (Aslı: Vek jivi – vek uçi / Okumanın yaşı yoktur – Tedavinin yaşı yoktur), *"Ne motay na us to, çto tebe veşayut na uşi"* (Kulağına küpe yapma, kulaklarına asılanlara inanma), *"İzandah çelovek tak krasit mesto, çto mesto potom prihoditsya dolgo otmıvat"* (Bazen insan oturduğu yeri öyle bir güzelleştirir/boyar ki, sonradan orayı temizlemek uzun zaman alır) (Valter & Mokienko, 2005, s. 72, 103, 214). Bir atasözüne yeni bir bileşen eklendiğinde, ifadenin özellikle ironik bir nitelik kazandığı kabul edilmektedir. Azerbaycan ve Rus atasözleri ile anti-atasözlerinden örnekler verecek olursak:

- Atasözü (A.): *Tələsən təndirə düşər* – Anti-atasözü (AA.): *Tələsən tıxaca düşər!* (Hüseynzadə, 1985, s. 600-601; modern.az). Bu ifade, büyük şehirlerin temel sorunu olan trafik sıkışıklığı ile ilgilidir.
- A.: *Bugünün işini yarına bırakma.* – AA.: *Bugünün işini öbür dünyaya (veya yarından sonraya) bırakma* (Bulyanini & Butenko, 1994, s. 82).

Bu örneklerde, "təndir" kelimesinin "tıxac" ile, "bugün/yarın" kavramlarının ise "yarından sonra" ile değiştirilmesi yoluyla dönüştürülmüş bir yapı görülmektedir. Bu tür sözlükbilimsel (leksik) dönüşümler, atasözünün nasihat edici anlamını ironik bir anlama büründürmektedir. Bir başka örnek:

- A.: *Su axar çuxurunu tapar* – AA.: *Su axar çuxurunu tapar - alt mərtəbədəki qonşunun evi batar* (Hüseynzadə, 1985, s. 586; facebook).
- A.: *Zaman en iyi ilaçtır.* – AA.: *Zaman en iyi ilaçtır ama kötü bir kozmetikçidir* (Valter & Mokienko, 2005, s. 78).

Bu örneklerde, geleneksel atasözlerine *"alt mərtəbədəki qonşunun evi batar"* ve *"...ama kötü bir kozmetikçidir"* gibi ikinci bir kısım eklenmiştir. Bu yöntemin temel özelliği, mizahın beklenmedik bir "anlam kayması" ile ortaya çıkmasıdır. Dinleyici başlangıçta sıradan bir atasözü duyacağını varsayar ancak aniden ilk kısmın anlamını tersyüz eden ikinci kısımla karşılaşır; bu durum muhatap üzerinde

güçlü bir etki bırakır. Bununla birlikte, modern yaşamı yansıtan bu tür hikmetli sözlerin oluşum süreci nispeten yavaş ilerlemektedir. Kuşkusuz geleneksel deyişler günümüzde de önemini korumaktadır; fakat aynı zamanda modern toplumla örtüşen yeni atasözü ve deyimlerin üretilmesi de büyük önem taşımaktadır.

Anti-atasözlerinin ilk derlemeleri ancak 1980 yılında yayımlanmıştır. Alman paremiyoloji uzmanı W. Mieder, "dönüştürülmüş atasözlerini" ilk inceleyenlerden biri olmuş ve bu birimleri tanımlamak için Almanca *antisprichworter* (İngilizcede *anti-proverbs* veya *twisted wisdom* / çarpıtılmış bilgelik) kelimesinden türetilen "anti-atasözü" terimini literatüre kazandırmıştır. Mieder, "anti-atasözü" terimiyle bir atasözündeki her türlü kasıtlı değişikliği kastetmekte ve geleneksel atasözü yapılarına dayanan "yeni" bir bilgelik içeren dil birimlerini bu kavram altında birleştirmektedir (Mieder, 1987). Söz konusu yeni terimin Rusçada "antifraz" (anti-ifade), "dönüştürülmüş atasözü", "anti-aforizma", "sözde atasözü" ve "anti-paremiya" gibi karşılıkları bulunmaktadır (Walter & Mokienko, 2005, s. 8). W. Mieder, bu yenilikçi metinlerin çağımızın düşüncelerini, değerlerini, kaygılarını, umutlarını, sevinçlerini ve mizah anlayışını temsil ettiğini belirtmektedir (Litovkina, 1999). Mieder'in takipçilerinden Anna T. Litovkina, "Anti-proverbs" adlı makalesinde, "bu terimin farklı ülkelerdeki dilbilimciler tarafından yenilikçi atasözlerini tanımlamak için temel alındığını" ifade etmektedir: *anti-proverb* (İngilizce), *anti(-)proverb* (Fransızca), *antiposlovitsa* (Rusça), *anti(-)proverbium* (Macarca). Dünyada benzer dilsel olguları tanımlamak için birçok başka terim de mevcuttur. Mieder, "anti-proverb" kavramına oldukça geniş bir dil birimi yelpazesini dâhil eder: geleneksel paremiyaların anlamsal karşıtı olan atasözleri, İncil kökenli vecizeler, tersyüz edilmiş aforizmalar, ünlü kişilerin vecizeleri, sövgü içerikli paremiyalar ve velerizmler (Litovkina, 2015). Mieder'e göre, "atasözleriyle şakacı veya ciddi bir şekilde oynamak hiç de yeni bir durum değildir; ancak eski bilgeliğe yönelik eleştirel karşı duruşun günümüzde özellikle dikkat çekici boyutlara ulaştığı söylenebilir" (Mieder, 1998, s. 396). Mieder'in Avrupa ve ABD'nin Alman ve İngiliz dilli basını üzerinden ulaştığı bu sonuç, Slav dilleri uzmanlarının gözlemleriyle de tam bir uyum içindedir (Valter & Mokienko, 2002, s. 4).

Özetle, atasözü öğretici bir rol üstlenirken; anti-atasözü, ahlaki ve dilsel normları "tiye almak" ve yıkmak amacıyla oluşturulur. Atasözleri modern konuşma dilinde aktif bir şekilde yeniden üretilmekte, işlenmekte, yeniden anlamlandırılmakte ve dönüştürülmüş biçimlerde kullanılmaktadır. Bu dönüşümlerin incelenmesi, modern paremiyolojinin güncel görevlerinden biridir. Bilinen atasözlerinin kasıtlı olarak çarpıtılması ve dönüştürülmesi tüm dillerde gözlemlenmekte ve belirli amaçlara hizmet etmektedir. H. Quliyev'e göre, "internet ortamında ortaya çıkan folklor örnekleri, doğası ve sosyo-psikolojik özü gereği yeniden eskiye, inovasyondan geleneğe doğru bir karşıtlık (muhalefet) ilişkisi olarak tezahür eder" (Quliyev, 2018, s. 162-163). Nitekim sanal ortamda, sıklıkla "bağlama göre değişikliğe uğramış" atasözlerine rastlanmaktadır (Gürçayır, 2008, s. 73). Farklı dillerde anti-atasözlerinin ortaya çıkışının ortak nedenleri olduğuna inanmaktayız. İlk olarak, atasözlerinin ortaya çıkışı ve kullanımı, insanın günlük yaşamında sürekli olarak hem eski hem de yeni birçok durum ve sorunu çözme zorunluluğuyla ilişkilidir. Etrafımızdaki dünya değiştikçe, anti-atasözleri aracılığıyla eleştirel bir süzgeçten geçirilen eski stereotiplerin gözden geçirilmesi ve değiştirilmesi ihtiyacı doğmaktadır. İkinci olarak, anti-atasözlerinin ortaya çıkışı, dilsel dışavurumculuğun (ekspresiflik) bir sonucu olabilir. Gündelik hayatın tekdüzeliğini aşma arzusu; şaka, mizah ve kahkaha yoluyla hayatı çeşitlendirme ihtiyacını doğurur. Anti-atasözü, sunduğu gülme imkânı ile bir tür parodi olarak değerlendirilebilir. Parodi genellikle bilinen bir metnin taklidi iken; anti-atasözü, temel amacı belirli durumları şakacı ve ironik bir yaklaşımla ele almak olan bir "miniparodi" olarak adlandırılabilir (Valter, 2004). Atasözlerinde gözlemlenen parodi tarzına dikkat çeken G. Buğra, bu durumu atasözlerinin

modern yaşamda varlıklarını sürdürebilmek için günlük ihtiyaçlar doğrultusunda parodik bir biçime bürünmeleriyle ilişkilendirir (Buğra, 2005). Atasözlerinin parodik modellerinin ortaya çıkması, folklorun modern toplumdaki eğilimlere uyum sağlama yeteneğinin en açık göstergesidir. "Atasözleri, bir yandan sosyokültürel alanda meydana gelen değişimlerin somutlaşmış hali olarak anlaşılmalı; diğer yandan bu değişimlerin parodik bir üslupla algılanması ve ifade edilmesi, sanal ortama bir aktarım (translasyon) olarak değerlendirilmelidir" (Quliyev, 2018, s. 172). Üçüncü olarak, anti-atasözlerinin ortaya çıkışı, insanın yaratıcılık arzusunun ve bu bağlamda "dil oyunu" (language game) oynama isteğinin bir sonucudur. Dolayısıyla, dönüştürülmüş atasözleri veya anti-atasözleri şu amaçlara hizmet eder: ilgi çekmek, tutum ve değerlendirme ifade etmek, üslup etkisi yaratmak, dışavurumculuğu (ekspresiflik) ve duygusallığı artırmak, bireysel bir yazar üslubu oluşturmak ve mizahi bir etki (miniparodi) yaratmak. Bunun sonucunda, "anti-atasözünün işlevleri; negatif-iletişimsel (ironi, parodi, gülme...), sosyal (haberlerde, reklamlarda ve hatta siyasi alanda kullanımı nedeniyle), dilbilimsel (bu dönüşümün temel olarak dil ve konuşma düzeyinde gerçekleşmesi nedeniyle) ve dışavurumcu (konuşma ve metin için etkileyici bir arka plan oluşturması nedeniyle) olarak sınıflandırılabilir" (Malala, 2017, s. 9).

2. Dönüşüme Uğramış Atasözlerinin Tematik Grupları

Dönüştürülmüş atasözlerinin tematik sınıflandırması, pek çok araştırmacının (N. N. Fedorova, G. K. Abzuldinova vb.) dikkatini çekmiştir. İncelediğimiz materyalde; sosyo-politik alan, beşeri ilişkiler, çalışma hayatı ve diğer pek çok alanı kapsayan dönüştürülmüş atasözleri yer almaktadır. Analiz edilen bu birimler arasında en güncel tematik grupların "ekonomik-üretim" ve "ahlaki-etik" alanları olduğu görülmektedir. Bu anti-atasözleri, modern gerçeklikleri ve popüler stereotipleri yansıtmaktadır. Anlambilimsel analizler, geleneksel yerleşik yargıları güncelleme çabasını açıkça ortaya koymaktadır. Bazı anti-atasözleri, akrabalık ilişkilerine dair geleneksel yorumları yeniden gözden geçirmektedir. Modern paremiyaların büyük bir kısmı sadece mizahi amaçlarla ve eğlence için oluşturulmaktadır: *"Qızı özbaşına buraxsan ya sekuritiye gedər, ya da sintizator çalana"* (Kızı başına buyruk bırakırsan ya güvenlikçiye gider ya da piyaniste), *"Kimin əvvəli, serialın axırı"* (Kimin başlangıcı, dizinin sonu). Dönüştürülmüş paremiyalar sıklıkla saf mizahi hedefler gütse de, bu mizahın prizmasından modern toplumun durumunu da yansıtırlar. Bazı modern paremiyalar ise komik olma amacı gütmeksizin, eski kalıplaşmış inançlara dair yeni bakış açıları oluşturmaya çalışır. Ancak folklor araştırmacısı F. Bayat, "internet folklorunun sadece komik ilişkiler üzerine kurulduğunu söylemenin yanlış olacağını; bu materyallerin temelinde toplumsal protestonun yattığının özellikle vurgulanması gerektiğini" belirtmektedir (Bayat, 2018, s. 17). Sonuç olarak internet ortamı, bireyin yaratıcı potansiyelini farklı paremiyolojik dönüşümlerle gerçekleştirmesi için geniş imkânlar sunmaktadır. Geleneksel paremiyaların yapısal dönüşümü düzeyinde, internet kullanıcıları genellikle yapısal-anlamsal dönüşümlere başvurmaktadır. Bu durum, kullanıcıların sadece kaynak metnin formuyla "oynamak" değil, aynı zamanda yerleşik algıları yeniden anlamlandırmak ve onları modernleştirmek niyetinde olduklarını göstermektedir. Analiz edilen materyaller; varoluşsal, ekonomik-üretim, faydacı-pratik, zihinsel, ahlaki-etik, manevi ve sosyo-politik değerlerin anlamlandırılmasıyla ilgili yedi tematik grupta sınıflandırılmıştır. Tematik sınıflandırma sonucunda, ahlaki-etik (hukuk, dostluk, aşk, aile) ve ekonomik-üretim (iş, yollar, para) gruplarının en yoğun gruplar olduğu tespit edilmiştir. Aşağıdaki bölümlerde, her bir grubun altında ilgili anti-atasözünün (AA.) prototipi (A. - Atasözü) belirtilmiş ve bunların yorumları karşılaştırılmıştır. Ayrıca anti-atasözlerinde, atasözündeki bileşenleri tamamlayan veya onların yerini alan unsurlar gösterilmiştir. İnternet kaynaklarından derlenen bazı dönüştürülmüş atasözlerini inceleyelim:

3. Paremiyolojik Birimlerin Tematik Analizi

Bu bölümde, internet ortamında tespit edilen Azerbaycan Türkçesi paremiyolojik birimleri, yansıttıkları sosyokültürel değişimler ve semantik dönüşümler bağlamında üç ana grupta sınıflandırılmıştır.

3.1. Zihniyet Grubu

Bu grupta yer alan atasözleri ve deyimler, Azerbaycan halkının geleneksel değer yargılarının, toplumsal normlarının ve etik anlayışının modern yaşam koşulları altında uğradığı dönüşümü yansıtmaktadır. Dönüştürülmüş bu birimlerde (anti-atasözleri), genellikle geleneksel bilgeliğin yerini modern toplumun "kayırmacılık", "maddi odaklılık" ve "teknolojik iletişim" gibi yeni gerçeklikleri almaktadır.

1. AA: Day-day igidin yaraşığıdır – A: Ehtiyat igidin yaraşığıdır (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 313). Geleneksel yapıda "ihtiyatlı olmak" yiğitliğin bir gereği olarak sunulurken, anti-atasözünde proleksiyon (torpil/kayırmacılık) kavramı ön plana çıkarılmaktadır. Günümüzde bireysel yetkinlikten ziyade güçlü bir "dayı"ya (nüfuzlu hami) sahip olmanın başarı için asıl ölçüt haline geldiği ironik bir dille vurgulanmaktadır.
2. AA: Nə yoğurdu, nə yapdı, yaltaq vəzifə aldı – A: Nə yoğurdum, nə yapdım, hazırca kökə tapdım (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 507). Bu ifade, kariyer basamaklarını tırmanmada emeğin ve üretimin yerini dalkavukluk ve yaltaklığın aldığını gösteren bir toplumsal eleştiri niteliğindedir.
3. AA: İt hürər karvan keçər. Karvanın yuxarıda adamı var – A: İt hürər karvan keçər (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 370). Geleneksel atasözüne eklenen ikinci kısım, toplumdaki dokunulmazlığın ve engelleri aşmanın arkasında yatan otorite desteğine işaret etmektedir.
4. AA: Beş yeyənin olsun, on içənin. Bir yazanın olmasın. – A: Min yeyənin olsun, bir deyənin olmasın (big.az; facebook; AS, 2013, s. 316). Burada "yazan" (şikâyet eden/resmî rapor tutan) kişi korkusu, geleneksel sitemin yerini almıştır.
5. AA: Anasına bax qızını al, atasına bax maşınını. – A: Anasına bax qızını al, qırağına bax bezini al (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 62). Bu anti-atasözü, modern evlilik tercihlerinde ahlaki değerlerden ziyade maddi varlığa ve statü sembollerine verilen önemi eleştirmektedir.
6. AA: Dost dosta zəng gərək, etməsə sms gərək – A: Dost dosta tən gərək, tən olmasa gen gərək (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 277). Modern teknolojinin sosyal ilişkiler üzerindeki etkisini yansıtan bu birim, özellikle gençler arasında dijital iletişimin dostluk ritüellerinin bir parçası haline geldiğini göstermektedir.
7. AA: Gözlər qəlbin aynasıdır, burun qəlbin ventilyasiyası, qulaqlar isə qəlbin krosnu antenasıdır – A: Göz bir pəncərədir, könülə baxar... (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 458, 459; AS, 2013, s. 97, 193, 194). Yüzün bölümleri, teknolojik metaforlar (havalandırma, çanak anten) kullanılarak mizahi bir dille yeniden tanımlanmıştır.
8. AA: Toydan sonra 7 mərtəbəli tort? – A: Toydan sonra nağara?! (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 605). Geleneksel atasözündeki "geç kalınmışlık" ve "pişmanlık" vurgusu, modern tüketim kültürü öğeleriyle (katlı pasta) değiştirilerek komik bir etki yaratılmıştır.
9. AA: İnək nə bilir çizburqer nədir? – A: Ağa nə bilir oraq nədir? (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 18). Orijinal metindeki sınıfsal/sosyal protesto, bu yapıda popüler kültürün beslenme alışkanlıklarına yönelik şakacı bir ifadeye dönüştürülmüştür.

10. AA: Ağır otur batman gəl, yüngül otur spiderman – A: Ağır otur batman gəl (facebook; AS, 2013, s. 30; Hüseynzadə, 1985, s. 27). Bireyin toplumdaki ağırlığını ve ciddiyetini koruması gerektiğini öğütleyen atasözü, "Spiderman" gibi küresel bir popüler kültür figürüyle tezat oluşturularak modernize edilmiştir.

3.2. Ekonomi-Üretim Grubu

Bu grupta yer alan atasözleri ve deyimler, modern toplumun ekonomik gerçekliklerini, piyasa mekanizmalarını, tüketim alışkanlıklarını ve kentsel yaşamın getirdiği yeni zorlukları yansıtmaktadır. Bu birimlerdeki temel dönüşüm; geleneksel üretim ve sabır anlayışının yerini bankacılık terimleri (kredi), emlak piyasası (kira/kentsel dönüşüm) ve ticarileşmiş hizmetler gibi güncel kavramların almasıdır.

11. AA: İgid odur, atdan düşə atlana, götürdüyü krediti altı aya bağlaya (veya *İgid odur kreditə yox, nəğd pula ala*) – A: İgid odur, atdan düşüb atlana, igid odur, hər əzaba qatlana (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 355). Günümüz dünyasında, alınan bir krediyi zamanında kapatmak veya borca girmeden nakit alım yapabilmek gerçek bir "yiğitlik" ve başarı göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu durum, ekonomik yükümlülüklerin birey üzerindeki baskısını yansıtan anti-atasözlerinin doğmasına neden olmuştur.

12. AA: Lələ köçüb Əhmədliyə, yurdu verib kirayəyə – A: Lələ köçüb, yurdu ağlayır (qalıb) (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 473). Bu ifade, günümüzde yaygınlaşan yeni bir geçim stratejisine işaret eder. Şehir merkezindeki değerli mülkünü yüksek fiyata kiralayıp kendisi daha uygun fiyatlı bir semte (örneğin Ahmetli) taşınan ve aradaki farkla geçimini sağlayan modern kent insanının pragmatik yaklaşımını yansıtır.

13. AA: Kasıbın mobil telefonu bahalı olar – A: Kasıb pul tapdı, qoymağa yer tapmadı (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 425). Maddi imkânları kısıtlı olmasına rağmen, toplumsal statü kaygısıyla borçlanarak veya tüm birikimini harcayarak lüks tüketim mallarına (özellikle pahalı telefonlara) yönelen bireylere yönelik eleştirel bir tespittir.

14. AA: İlanı yuvasından çıxarırlar, yuva plana düşüb (veya *İlanı yuvasından çıxarırlar, yuvanın sərəncamı yoxdur*) – A: Dili ilanı yuvasından çıxardar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 269; AS, 2013, s. 134). Geleneksel olarak ikna gücünü ve tatlı dili öven bu atasözü; modern bağlamda kentsel dönüşüm, yıkım kararları (plan/kararname) ve mülkiyet sorunları nedeniyle insanların yaşam alanlarından zorunlu olarak tahliye edilmesini anlatan sosyo-politik bir eleştiriye dönüşmüştür.

15. AA: Allah min dərd verəndə, min bir dərman firması verir – A: Allah min dərd verib, min bir dərman (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 56). Şifa ve derman arayışının yerini, ticari kaygılarla hareket eden ve pahalı ilaç satışına odaklanan çok sayıdaki farmasötik (ilaç) firmasının aldığı gerçeğiyle yapılan ironik bir tespittir.

16. AA: Su axan yerdən bir də axar. Su boruları pis gündədi – A: Su axdığı yerdən bir də axar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 586). Bolluk ve süreklilik anlatan geleneksel ifade, burada kentsel altyapı yetersizliklerine (eskimiş su boruları) ve buna bağlı olarak yaşanan su sızıntısı/arızası gibi günlük sorunlara yönelik mizahi bir şikâyete dönüşmüştür.

3.3. Ahlaki-Etik Grup

Bu grupta yer alan paremiyolojik birimler, toplumun değerler sisteminde ve ahlaki normlarında meydana gelen değişimleri yansıtmaktadır. Dönüştürülmüş bu ifadeler; dostluk, yardımseverlik, dürüstlük ve sadakat gibi geleneksel erdemlerin modern dünyadaki aşınmasını ve pragmatik bir bakış açısıyla yeniden şekillenmesini ele almaktadır.

17. AA: Yaxşı dost ad günündə tanınar – A: Yaxşı dost yaman gündə məlum olar (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 397). Geleneksel olarak dostluğun zor zamanlarda (yaman günde) sınandığı inancı, burada modern bir eleştiriye dönüşmüştür. Günümüzde dostluğun değeri, ne yazık ki satın alınan pahalı hediyelerle ölçülmekte; bireyin zenginliği, onun "iyi bir dost" olarak kabul edilmesinin temel şartı gibi sunulmaktadır.
18. AA: Pul əl çirkidir. Varlılar əllərini yumur? – A: Pul əl çirkidir, yuyarsan gedər (big.az; facebook; AS, 2013, s. 350). Paranın geçiciliğini ve ehemmiyetsizliğini vurgulayan geleneksel sabır telkinine karşılık, bu anti-atasözüyle zenginlerin parayı bırakmak bir yana, ona sıkı sıkıya tutunduğu gerçeği ironik bir soruyla dile getirilmektedir.
19. AA: Yetimə gəl-gəl deyən çox olar, kredit verən az olar – A: Yetimə can-can deyən çox olar, çörək verən az olar (veya *Yetimə öyüd verən çox olar, çörək verən az olar*) (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 411). İnternet ortamında doğan bu ifade, bireylerin ekonomik alanda karşılaştığı küresel bir sorunu yansıtır. Bankacılık sektöründeki kredi verme şartlarının ağırlığına ve çokluğuna doğrudan bir atıf yapılmakta; yardıma muhtaç olanın (yetimin/fakirin) bu ağır şartlar altında ezildiği ve sözde teselli veren çok olsa da gerçek desteğin yokluğu vurgulanmaktadır.
20. AA: Kasıb öləndə molla məzuniyyətdə olar – A: Kasıb öləndə molla xəstə olar (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 425). Geleneksel yapıdaki "hastalık" mazereti yerine "mezuniyet" (izin/tatil) kelimesinin kullanılması, ifadeye daha güçlü bir komik etki ve modern bir kayıtsızlık imajı kazandırmıştır.
21. AA: Qızı özbaşına buraxsan ya sekuritiye gedər, ya da sintizator çalana – A: Qızı öz xoşuna qoysan ya mütrübə gedər, ya zurnaçıya (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 201). Bu ifadede, geleneksel metindeki arkaik meslek dalları, günümüzün "güvenlik görevlisi" (security) ve "sentezleyici (org) çalan müzisyen" gibi modern karşılıklarıyla güncellenerek modernize edilmiştir.
22. AA: Ağa deyir, sür dərəyə. Sürmürəm, özün sür get – A: Ağa buyurdu: - Sür dərəyə! – Sür dərəyə! (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 18). Geleneksel itaat kültürünün aksine, bu dönüşümde bireyin sorgusuz sualsiz boyun eğmeyi reddettiği bir toplumsal protesto ve bireyselleşme tınısı duyulmaktadır.
23. AA: Əkəndə yox, biçəndə yox, yeyəndə ortaq Vergilər Nazirliyi – A: Əkəndə yox, biçəndə yox, yeyəndə ortaq qardaş (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 323). Zorluklar ve üretim aşamasında bulunmayıp sadece sonuçtan pay talep eden tutum, burada "Vergi Bakanlığı" örneği üzerinden modern ekonomik zorluklara ve bürokratik baskılara yönelik bir eleştiri olarak sunulmaktadır.

3.4. Varlıksal (Yaşamsal) Grup

Bu grupta yer alan atasözleri ve deyimler, modern bireyin günlük yaşamında karşılaştığı somut durumları, evsel sorunları ve güncel yaşam pratiklerini yansıtmaktadır. Bu birimlerdeki dönüşüm, genellikle geleneksel soyut anlamların yerini; trafik, altyapı sorunları ve modern tüketim ürünleri gibi günlük hayatın parçası olan somut gerçekliklerin almasıyla gerçekleşir.

24. AA: Tələsən tıxaca düşər! – A: Tələsən təndirə düşər (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 600-601). Geleneksel "telasenin sonu kötü biter" uyarısı, burada büyük şehirlerin en büyük sorunu olan trafik sıkışıklığına (tıxac) uyarlanmıştır. Acele eden kişinin hedefine varmak yerine trafikte takılıp kalacağı gerçeğiyle ifade modernize edilmiştir.
25. AA: Qız evi restoran danışır, oğlan evinin xəbəri yox – A: Qız evində toydur, oğlan evinin xəbəri yox (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 199). İfadenin ilk kısmında "düğün" gibi genel bir kavram yerine "restoran ayarlamak/anlaşmak" gibi daha spesifik ve güncel bir eylem kullanılarak, modern evlilik hazırlıkları sürecindeki iletişim kopuklukları vurgulanmıştır.
26. AA: Kimin əvvəli, serialın axırı – A: Kimin əvvəli, kiminin axırı (big.az; facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 435). Bu anti-atasözü, post-Sovet coğrafyasında ve özellikle günümüz toplumunda televizyon dizilerinin (serial) gündelik hayatın ne kadar merkezinde olduğunu ve insanların yaşam ritmini nasıl etkilediğini ironik bir şekilde ifade etmektedir.
27. AA: Batırmayan bəbəyə pampers yoxdur – A: Ağlamayan uşağa süd verməzlər (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 28). İhtiyaç bildirme ve karşılığını alma mantığına dayanan geleneksel ifade, günümüz çocuk bakımının vazgeçilmez bir unsuru olan "pampers" (hazır bez) üzerinden kurgulanarak mizahi bir dille okyucuya sunulmuştur.
28. AA: İki qoçun başı bir qazanda qaynamaz. Qaz az gəlir – A: İki baş bir qazanda qaynamaz (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 352). Mecazi bir uyumsuzluk anlatısı olan atasözü, eklenen ikinci kısımla tamamen gerçek ve düz bir anlam kazanmıştır. Burada altyapı yetersizliklerine (doğalgazın düşük basınçlı gelmesi veya kesilmesi) yönelik güncel bir sitem söz konusudur.
29. AA: Su axar çuxurunu tapar - alt mərtəbədəki qonşunun evi batar – A: Su axar, çuxuru tapar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 586). Olayların doğal akışına dair olan bu ifade, eklenen kısımla birlikte apartman yaşamında sıkça karşılaşılan bir talihsizliğe (su sızıntısı sonucu komşunun evine zarar verilmesi) işaret ederek literal (sözlük anlamlı) bir boyut kazanmıştır.
30. AA: Niyyətin hara, mənzilin ora. Əsas odur qazı, işığı, suyu daimi olsun – A: Niyyətin hara, mənzilin ora (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 511). Kader ve niyet arasındaki ilişkiyi kuran geleneksel deyiş, günümüzde yeni konut alan bireylerin karşılaştığı temel altyapı sorunlarına (elektrik, su ve gaz kesintileri) dikkat çekecek şekilde genişletilmiştir.

3.5. Utilitarist-Pratik Grup

Bu grupta yer alan atasözleri ve deyimler, modern yaşamın teknik ve pratik gerekliliklerini, iş dünyasındaki yeni alışkanlıkları ve bireyin teknolojiyle olan ilişkisini yansıtmaktadır. Dönüşümler genellikle soyut ahlaki öğütlerin, somut iş hayatı terimleri ve dijital yaşam pratikleriyle yer değiştirmesi şeklinde görülmektedir.

31. AA: Suyun lal axanı, adamın monitora baxanı – A: Suyun lal axanı, adamın yerə baxanı (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 589). Geleneksel yapıda "yere bakan" (sessiz ve derinden

giden) kişilere yönelik olan uyarı, burada vaktinin büyük bir kısmını bilgisayar başında geçiren modern gençliğe uyarlanmıştır. Sessizce monitöre bakan kişinin de benzer şekilde öngörülemez bir derinliğe sahip olabileceği ironisi kurulmuştur.

32. AA: Od olmayan yerdə kabab bişirmək olmaz – A: Od yanmasa tüstü çıxmaz (veya *Od olan yerdən tüstü çıxar*) (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 521). Nedensellik ilişkisini vurgulayan "ateş olmayan yerden duman çıkmaz" mantığı, burada pratik bir amaca (kebap pişirmek) odaklanarak faydacı bir yaklaşımla somutlaştırılmıştır.

33. AA: Uzaq qohumdansa yaxşı yerdə işləyən qonşu yaxşıdır – A: Uzaq qohumdansa, yaxın qonşu yaxşıdır (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 611; AS, 2013, s. 397). Geleneksel yakınlık ilişkisi, modern dünyada "nüfuz" ve "iş imkânı" üzerinden yeniden tanımlanmıştır. Artık komşunun sadece yakın olması değil, "iyi bir mevkide çalışıyor olması" uzağın akrabasından daha değerli bir kriter olarak sunulmaktadır.

34. AA: Özgəsinə quyu qazan özü düşər quyunun dibinə beton tökər – A: Özgəsinə quyu qazan özü düşər (facebook; AS, 2013, s. 345). Atasözünün sonuna eklenen "dibine beton dökmek" ibaresi, ifadeyi mecazi anlamından koparıp tamamen somut ve inşaat odaklı bir boyuta taşımıştır. Bu durum, internet folklorundaki "absürtleştirme" eğiliminin bir örneğidir.

35. AA: Bir əldə iki qarpız tutma. Qoy torbaya – A: Bir əl ilə iki qarpız tutmaq olmaz (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 128). Aynı anda iki işi yapmanın zorluğunu anlatan atasözü, eklenen pratik çözümle (torbaya koy) mecazi derinliğini yitirmiş ve gündelik, faydacı bir tavsiyeye dönüşmüştür.

36. AA: Başın girməyən yerə CV vermə – A: Bilmədiyin işə başını (burnunu) soxma (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 121). Bireyin uzmanlık alanı dışındaki işlere karışmaması gerektiğini öğütleyen atasözü, günümüz iş dünyasının vazgeçilmez unsuru olan "CV" terimi ile modernize edilmiştir. Eski öğüt, modern bir kariyer tavsiyesi formuna bürünmüştür.

3.6. Manevi-Ahlaki Grup

Bu grupta yer alan paremiyolojik birimler, toplumun güncel manevi değerlerini ve etik durumunu yansıtmaktadır. Dönüştürülmüş bu örneklerde, geleneksel inanç ve vatanseverlik gibi kavramların modern ekonomik zorluklar, dijitalleşme ve pragmatik arayışlar ekseninde yeniden şekillendiği görülmektedir.

37. AA: Çata gir tayını tap – A: Taylı tayın tapmasa, günü ah-vayla keçər (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 594). Bu ifade modern yaşamın bir yansımasıdır: Günümüzde gençlerin birbirleriyle tanışma ve eş bulma süreçlerinin internetteki sohbet (chat) ortamlarına taşındığını vurgulayarak geleneksel "nasip" arayışını dijital bir boyuta taşır.

38. AA: Səndən hərəkət, məndən bərəkət. Vergilər imkan versə – A: Səndən hərəkət, məndən bərəkət (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 570). İnsanın çabası ile ilahi bereket arasındaki bağı kuran geleneksel atasözüne yapılan ekleme, günümüzün ekonomik gerçeklerine işaret eder. Burada, yüksek vergi yükünün bireyin emeğinin karşılığını almasına ve zenginleşmesine engel olduğu düşüncesi eleştirel bir dille ifade edilmektedir.

39. AA: Suda boğulan akuladan yapışar – A: Suda boğulan saman çöpündən yapışar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 588). Bu anti-atasözü, çaresiz bir durumda olan kişinin kurtuluş için zayıf

bir umuda (saman çöpü) değil, tehlikeli de olsa "dişli" ve nüfuzlu birine (köpekbalığı/akula) sığınmak zorunda kaldığına dair ironik bir gönderme içermektedir.

40. AA: Gəzməyə qərib ölkə, ölməyə Vətən yaxşı. Vətən məgər Vətənpərvərlər qəbirsanlığıdı? – A: Gəzməyə qərib ölkə, ölməyə Vətən yaxşı (facebook; Həmidov, 2009, s. 171). Geleneksel vatan sevgisini dile getiren ifadeye eklenen soru cümlesiyle, vatanın sadece bir "ölüm yeri" veya "vatanseverler mezarlığı" olarak görülmesine karşı toplumsal bir sitem ve sorgulama dile getirilmektedir.

3.7. Sosyo-Politik Grup

Bu grupta yer alan atasözleri ve deyimler, toplumun siyasi yapısına, yönetim biçimine ve bürokrasiye yönelik modern bakış açısını yansıtmaktadır. Dönüşümler genellikle soyut doğa olaylarının yerini resmî kurum isimlerinin ve bürokratik kavramların almasıyla gerçekleşmektedir.

41. AA: Bələdiyyədən çıxdıq, İcra Hakimiyyətinə düşdük – A: Yağışdan çıxdıq, yağmura düşdük (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 383). Geleneksel "kötüden daha kötüye düşmek" (doludan kurtulup yağmura yakalanmak) anlamındaki atasözü, burada bürokratik engellere ve kurumlar arası bitmek bilmeyen evrak süreçlerine uyarlanmıştır. Bir resmî kurumdaki sorunu çözüp diğerinde yeni bir engelle karşılaşma durumu eleştirel bir dille ifade edilmektedir.

4. Azerbaycan Paremiyolojik Birimlerinde Dönüşüm Tipleri

Araştırma sürecinde elde edilen veriler ışığında, atasözü ve deyimlerde meydana gelen dönüşümler üç temel tipte sınıflandırılmıştır: anlamsal (semantik), yapısal ve yapısal-anlamsal.

4.1. Anlamsal Tip Dönüşümleri

Anlamsal olarak dönüştürülmüş atasözleri; kaynak atasözünün mecazi anlamının kısmen veya tamamen gerçek anlama (lafzileştirme/literalizasyon) büründürülmesiyle ya da ifadenin iletişimsel türünün değiştirilmesiyle (örneğin, bir yargı cümlesinin soru cümlesine dönüştürülmesi) oluşturulur.

4.1.1. Kaynak Atasözünün Mecazi Anlamının Kısmi Lafzileştirilmesi

Bu alt tipte, atasözünün genel mecazi çerçevesi korunsa da eklenen yeni unsurlarla ifadeye somut ve gerçek bir anlam boyutu katılır.

1. AA: İt hürər karvan keçər. Karvanın yuxarıda adamı var – A: İt hürər karvan keçər (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 370).
2. AA: Pul əl çirkidir. Varlılar əllərini yumur? – A: Pul əl çirkidir, yuyarsan gedər (big.az; facebook; AS, 2013, s. 350).
3. AA: Səndən hərəkət, məndən bərəkət. Vergilər imkan versə – A: Səndən hərəkət, məndən bərəkət (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 570).
4. AA: İki qoçun başı bir qazanda qaynamaz. Qaz az gəlir – A: İki baş bir qazanda qaynamaz (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 352).
5. AA: Niyyətin hara, mənzilin ora. Əsas odur qazı, işığı, suyu daimi olsun – A: Niyyətin hara, mənzilin ora (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 511).
6. AA: Ağa deyir, sür dərəyə. Sürmürəm, özün sür get – A: Ağa buyurdu: - Sür dərəyə! – Sür dərəyə! (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 18).

7. AA: Bir əldə iki qarpız tutma. Qoy torbaya – A: Bir əl ile iki qarpız tutmaq olmaz (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 128).
8. AA: Su axan yerdən bir də axar. Su boruları pis gündədi – A: Su axdığı yerdən bir də axar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 586).
9. AA: Gəzməyə qərib ölkə, ölməyə Vətən yaxşı. Vətən məgər Vətənpərvərlər qəbirsanlığıdı? – A: Gəzməyə qərib ölkə, ölməyə Vətən yaxşı (facebook; Həmidov, 2009, s. 171).

4.1.2. Kaynak Atasözünün Mecazi Anlamının Tam Lafzileştirilmesi

Bu alt tipte, atasözünün orijinalinde taşıdığı tüm mecazi anlam yıkılarak, ifade tamamen gündelik ve fiziksel bir gerçekliği anlatır hale getirilir.

10. AA: Beş yeyənin olsun, on içənin. Bir yazanın olmasın – A: Min yeyənin olsun, bir deyənin olmasın (big.az; facebook; AS, 2013, s. 316).
11. AA: Su axar çuxurunu tapar - alt mərtəbədəki qonşunun evi batar – A: Su axar, çuxuru tapar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 586).

4.2. Yapısal Tip Dönüşümleri

Yapısal olarak dönüştürülmüş atasözlerinin oluşumunda, kaynak paremiyanın temel içeriği korunurken söz diziminde (sentaks) veya sözcük kadrosunda (leksik bileşim) değişiklikler meydana gelir. Yapısal dönüşümler şu alt başlıklarda sınıflandırılmaktadır:

4.2.1. Kaynak Atasözündeki Bir veya Birkaç Bileşenin Değiştirilmesi

Bu alt tipte, atasözünün iskeleti korunur ancak belirli kelimelerin yerine modern veya farklı anlam yüklenmiş kelimeler getirilir.

12. AA: Yetimə gəl-gəl deyən çox olar, kredit verən az olar – A: Yetimə can-can deyən çox olar, çörək verən az olar (veya Yetimə öyüd verən çox olar, çörək verən az olar) (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 411).
13. AA: Kimin əvvəli, serialın axırı – A: Kimin əvvəli, kiminin axırı (big.az; facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 435).
14. AA: Qız evi restoran danışır, oğlan evinin xəbəri yox – A: Qız evində toydur, oğlan evinin xəbəri yox (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 199).
15. AA: Kasıb öləndə molla məzuniyyətdə olar – A: Kasıb öləndə molla xəstə olar (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 425).
16. AA: Qızı özbaşına buraxsan ya sekuritiye gedər, ya da sintizator çalana – A: Qızı öz xoşuna qoysan ya mütrübə gedər, ya zurnaçıya (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 201).
17. AA: Suda boğulan akuladan yapışar – A: Suda boğulan saman çöpündən yapışar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 588).
18. AA: Toydan sonra 7 mərtəbəli tort? – A: Toydan sonra nağara?! (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 605).

4.2.2. Eksplikasyon (Genişletme) – Kaynak Atasözünün Bileşen Kadrosunun Genişletilmesi

Bu alt tipte, mevcut atasözü yapısına yeni kelimeler veya yan cümleler eklenerek ifadenin kapsamı genişletilir veya güncellenir.

19. AA: Allah min dərd verəndə, min bir dərman firması verir – A: Allah min dərd verib, min bir dərman (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 56).
20. AA: İgid odur, atdan düşə atlana, götürdüyü krediti altı aya bağlaya (veya İgid odur kreditə yox, nəğd pula ala) – A: İgid odur, atdan düşüb atlana, igid odur, hər əzaba qatlana (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 355).

4.3. Yapısal-Anlamsal Tip Dönüşümler

Yapısal-anlamsal atasözlerinde, kaynak atasözünün leksik bileşiminde ve/veya gramer formunda meydana gelen değişikliklere anlamdaki temel dönüşümler eşlik eder. Bu tür paremi-transformların en üretken yapısal alt tipleri arasında bileşenlerin değiştirilmesi, bileşen kadrosunun genişletilmesi (eksplikasyon), bileşen kadrosunun daraltılması (implikasyon) ve karma yapısal-anlamsal dönüşümler (bileşen değişimi ile genişletme veya daraltmanın bir arada sunulması) sayılabilir.

4.3.1. Bileşenlerin Değiştirilmesi

Bu alt tipte, hem yapısal bir yer değiştirme hem de bu değişikliğe bağlı olarak ortaya çıkan derin bir anlamsal farklılaşma söz konusudur.

21. AA: Day-day igidin yaraşığıdır – A: Ehtiyat igidin yaraşığıdır (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 313).
22. AA: Yaxşı dost ad günündə tanınar – A: Yaxşı dost yaman gündə məlum olar (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 397).
23. AA: Dost dosta zəng gərək, etməsə sms gərək – A: Dost dosta tən gərək, tən olmasa, gen gərək (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 277).
24. AA: Tələsən tıxaca düşər! – A: Tələsən tündlüyə (təndirə) düşər (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 600-601).
25. AA: Nə yoğurdu, nə yapdı, yaltaq vəzifə aldı – A: Nə yoğurdum, nə yapdım, hazırca kökə tapdım (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 507).
26. AA: Bələdiyyədən çıxdıq, İcra Hakimiyyətinə düşdük – A: Yağışdan çıxdıq, yağmura düşdük (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 383).
27. AA: Suyun lal axanı, adamın monitora baxanı – A: Suyun lal axanı, adamın yerə baxanı (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 589).
28. AA: Batırmayan bəbəyə pampers yoxdur – A: Ağlamayan uşağa süd verməzlər (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 28).
29. AA: Əkəndə yox, biçəndə yox, yeyəndə ortaq Vergilər Nazirliyi – A: Əkəndə yox, biçəndə yox, yeyəndə ortaq qardaş (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 323).
30. AA: İnək nə bilir çizburqer nədir? – A: Ağa nə bilir oraq nədir? (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 18).
31. AA: Kasıbın mobil telefonu bahalı olar – A: Kasıb pul tapdı, qoymağa yer tapmadı (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 425).

32. AA: Anasına bax qızını al, atasına bax maşınını – A: Anasına bax, qızını al, qırağına bax, bezini al (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 62).

4.3.2. Eksplikasyon (Genişletme)

Bu alt tipte, kaynak atasözünün temel yapısına yeni bileşenler eklenerek ifadenin kapsamı genişletilir. Bu durum genellikle atasözünün anlamını güncel bir bağlama oturtmak veya ona ironik bir derinlik katmak amacıyla yapılır.

33. AA: Lələ köçüb Əhmədliyə, yurdu verib kirayəyə – A: Lələ köçüb, yurdu ağlayır (qalıb) (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 473).
34. AA: Uzaq qohumdansa yaxşı yerdə işləyən qonşu yaxşıdır – A: Uzaq qohumdansa, yaxın qonşu yaxşıdır (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 611).
35. AA: Özgəsinə quyu qazan özü düşər quyunun dibinə beton tökər – A: Özgəsinə quyu qazan özü düşər (facebook; AS, 2013, s. 345).
36. AA: Ağır otur batman gəl, yüngül otur spiderman – A: Ağır otur, batman gələsən (facebook; AS, 2013, s. 30; Hüseynzadə, 2013, s. 13; Hüseynzadə, 1985, s. 27).
37. AA: Od olmayan yerdə kabab bişirmək olmaz – A: Od yanmasa, tüstü çıxmaz (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 521).

4.3.3. İmplikasyon (Daraltma)

Atasözlerinin bileşen kadrosunun daraltılmasının (implikasyon) temel nedenleri, dil araçlarında tasarruf etme eğilimi ve yeni dışavurumcu (ekspresif) imkânlar aramaktır. Bir bileşenin eksiltilmesi sonucunda, dönüştürülmüş paremiyalar (anti-atasözleri) yeni bir doğrudan veya mecazi anlam kazanır. Materyalimiz üzerinde yapılan analizler, bu dönüşüm tipinin diğerlerine oranla çok üretken olmadığını göstermiştir.

38. AA: Çata gir tayını tap – A: Taylı tayın tapmasa, günü ah-vayla keçər (bizimera.; Hüseynzadə, 1985, s. 594).

4.3.4. Karma Yapısal-Anlamsal Dönüşümler

Karma yapısal-anlamsal dönüşümler, birden fazla dönüştürme tekniğinin eş zamanlı olarak kullanılması sonucunda (bileşen değişimi ile bileşen kadrosunun genişletilmesi veya daraltılması) meydana gelir. Bu tür dönüşümler, anlamın somutlaştırılmasına veya tamamen yeni ve doğrudan bir anlama sahip transformların (anti-atasözlerinin) oluşmasına yol açar. Materyalimiz üzerinde yapılan analizler, bu tip dönüşümlerin de diğerlerine oranla çok üretken olmadığını göstermiştir.

39. AA: Gözlər qəlbin aynasıdır, burun qəlbin ventilyasiyası, qulaqlar isə qəlbin krosnu antenasıdır – A: Göz qulaqdan irəlidir; göz bir pəncərədir, könülə baxar; burun, qulaq başa sadağadır (sədəqədir) (modern.az; Hüseynzadə, 1985, s. 458, 459, 158; AS, 2013, s. 193, 194, 97).
40. AA: İlanı yuvasından çıxarırlar, yuva plana düşüb (veya İlanı yuvasından çıxarırlar, yuvanın sərəncamı yoxdur) – A: Dili ilanı yuvasından çıxardar (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 269; AS, 2013, s. 134).
41. AA: Başın girməyən yerə CV vermə – A: Bilmədiyin işə başını (burnunu) soxma (facebook; Hüseynzadə, 1985, s. 121).

Sonuç ve Tartışma

Araştırma sonucunda, bileşenlerin değiştirilmesi yönteminin paremiyaların dönüştürülmesinde en üretken yol olduğu tespit edilmiştir. Bu yöntem, geleneksel ifadenin dil taşıyıcıları tarafından tanınabilir çehresini korurken, ustaca seçilmiş tek bir kelimenin kaynak paremiyanın anlamını nasıl kökten değiştirebileceğini göstermektedir. Atasözü yapısındaki bileşen değişimleri; transformun yeni bir mecazi anlam kazanmasına, kaynak atasözündeki anlamın somutlaşmasına veya çoğu zaman gerçek dışı, komik durumları tasvir eden mizahi ifadelerin oluşmasına zemin hazırlar.

Atasözü transformlarının yapısal ve anlamsal analizi sonucunda elde edilen temel bulgular şunlardır:

Birincisi, en yüksek üretkenliğe sahip alt tip, kaynak atasözündeki bileşenlerin değiştirilmesi yöntemidir.

İkincisi, implikasyon (daraltma) ve karma yapısal-anlamsal dönüşümlerin ise daha düşük bir üretkenliğe sahip olduğu saptanmıştır.

Yukarıda belirtilen tüm bu dönüşüm süreçleri; transformun kaynak anlamla taban tabana zıt yeni bir mecazi anlam kazanmasına, uygulama alanına göre kaynak birimin anlamının özelleşmesine, tamamen yeni ve doğrudan bir anlam taşıyan paremiya-transformların oluşmasına ve kaynak atasözlerinin yeni bir anlamsal yorumla bu yeni doğrultuda gelişimini sürdürmesine hizmet etmektedir.

Bu çalışmada, Azerbaycan Türkçesi paremiyolojik birimlerinin internet ortamında geçirdiği dönüşümlerin ön koşulları ve dinamikleri incelenmiştir. Sanal ortamda ortaya çıkan anti-atasözleri, geleneksel atasözlerinin parodik bir yorumu niteliğindedir. Bu yeni birimler, *desakralizasyon* (kutsallıktan arındırma) süreciyle birlikte geleneksel atasözlerinin taşıdığı mistik ve mutlak özü kaybederek seküler bir mahiyet kazanmaktadır. Materyal üzerinde yapılan analizler; günümüzde dostluk, aşk, para, emek ve sosyal ilişkiler gibi temel değerlere yönelik yaklaşımların köklü değişimlere uğradığını göstermiştir. Bu değerler dizisinin sistematik bir şekilde incelenmesi, modern insanın dünya görüşünün temel özelliklerini yansıtmamıza olanak sağlamıştır. Analiz edilen veriler; varlıksal, ekonomi-üretim, utilitarist-pratik, mantalite, ahlaki-etik, sosyo-politik ve manevi-ahlaki olmak üzere yedi tematik grupta sınıflandırılmıştır. Atasözü transformlarının incelenmesi, bu birimlerin semantiğinde güçlü bir sosyokültürel bileşenin varlığını doğrulamaktadır. Bu bileşenin araştırılması; siyaset, ekonomi ve kültür alanlarındaki güncel süreçlerin önemi, toplumsal hayatın çeşitli alanlarının önceliği ve dil taşıyıcılarının dünyada olup bitenlere karşı geliştirdiği tutum hakkında kapsamlı bir perspektif sunmaktadır.

Dönüştürülmüş atasözlerinin gramer ve içerik yönünden incelenmesi sonucunda üç temel dönüşüm tipi ve oluşum yöntemi belirlenmiştir: yapısal, anlamsal ve yapısal-anlamsal. Anlamsal dönüşümlerin; kaynak atasözünün mecazi anlamının kısmen veya tamamen lafzileştirilmesi (gerçek anlama büründürülmesi) ve ifadenin iletişimsel türünün değiştirilmesi yoluyla oluştuğu saptanmıştır. Yapısal dönüşümlerde ise değişiklikler sadece ifadenin formunu ve bileşen kadrosunu kapsamakta, anlamsal öze dokunmamaktadır. Yapısal transformlar; bir veya birkaç bileşenin eş anlamlı olmayan kelimelerle değiştirilmesi veya yeni bileşenler eklenerek yapının genişletilmesi yoluyla kurulmaktadır. Araştırmada en üretken türün, sözcük kadrosundaki ve gramer formundaki değişikliğe paralel olarak anlam kaymalarının da yaşandığı yapısal-anlamsal dönüşümler olduğu tespit edilmiştir. Bu dönüşümlerin yapısal alt tipleri arasında bileşen değişimi, genişletme (eksplikasyon), daraltma (implikasyon) ve hem değişim hem de genişletmenin bir arada kullanıldığı karma dönüşümler yer almaktadır. Bu işlemler

sonucunda tamamen yeni bir mecazi anlam taşıyan, belirli fragmanları mecazlaşan veya tamamen doğrudan anlamda kullanılan yeni paremiyolojik yapılar ortaya çıkmaktadır. Yapısal-anlamsal dönüşümler içerisinde en yaygın kullanılan alt yöntemin bileşen değişimi olduğu gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, Azerbaycan Türkçesi de dahil olmak üzere farklı halkların paremiyolojik mirası, modern gerçekliklere uyum sağlayarak dil, edebiyat, folklor ve kültür araştırmacıları için ilgi odağı olmaya devam etmektedir. Bu adaptasyon süreci, dünya dillerinin paremiyolojik fonunun sürekli olarak zenginleşmesini sağlamaktadır. Modern atasözü ve deyimlerin derlenip incelenmesi, güncel folklorun (post-folklor) gelişimine önemli bir ivme kazandırmaktadır.

Kaynakça

ADİL (2006): *Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti* (Cilt I). (Ed. A. Axundov). Bakı: Şərq-Qərb

Alefirenko, N. F. (2009). *Frazeologiya i paremiologiya*. Moskova: Flinta: Nauka.

AS (2013). *Atalar sözləri*. (Haz. M. Yaqubqızı; Ed. İ. Abbaslı). Bakı: Nurlan.

Aslan, F. (2011). *Sanal kültür ortamında güncellenen Nasreddin Hoca fıkraları*. *Turkish Studies*, 6(4), 39-60.

Baki, Z. S. (2014). *İnternet folkloru/netlore bağlamında sözlü kültürün dönüşümüne netnografik yaklaşımlar: Katılımcı sözlük örnekleri* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bars, M. E. (2024). İnternet folkloru. *Halk Edebiyatı El Kitabı içinde* (Ed. F. Bayat, Ç. Çama). Ankara: Akçağ, 147-179.

Bayat, F. (2018a). İnternet mühitində folklorun dəyişim və dönüşümü. *Folklorşünaslıq*, 2(4), 8-19.

Bayat, F. (2018b). Folklordan postfolklora*. Dədə Qorqud*, 2, 39-52.

Big.az. 21-ci əsr atalar sözləri (V hissə). https://big.az/6417-21-ci-esr-atalar-sozleri-v-hisse.html

Bizimera. 21-ci əsr atalar sözləri. https://bizimera.wordpress.com/2011/01/30/21-ci-%C9%99sr-atalar-sozl%C9%99ri/

Boyraz, Ş. (2010). Halkbiliminin çalışma kadrosuna yeni bir başlık: Cep telefonu mesajları. *The Journal of International Social Research*, 3(10), 121-132.

Buğra, G. (2005). Çağdaş kentte sözel anlatı kalıplarının parodiye dönüşümü. *Milli Folklor*, 17(67), 74-77.

Bulyanini, V. P. & Butenko, İ. A. (1994). *Jivaya reç. Slovar razgovornıh vırajeniy*. Moskova: PAİMS.

Çakır, H. & Topçu, H. (2005). Bir iletişim dili olarak internet. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 71-96.

Çobanoğlu, Ö. (2018). Halkbiliminde yeni paradigmalar bağlamında internet folkloru. *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 121-126.

Facebook.ParemiyolojikBirimlerPaylaşımı.https://www.facebook.com/120678924698634/posts/146584362108090/

Fedorova, N. N. (2007). *Sovremennıye transformatsii russkih poslovits* [Monografi]. Pskov: Gimeney.

Gnedash, S. İ. (2005). *Proverbialnıye transformantı v funktsionalnom stile pressı i publitsistiki* (Doktora Tezi Özeti). Moskova.

Gürçayır, S. (2008). Kuşaktan foruma geçiş ve bilgisayar atasözleri. *Milli Folklor*, 20(79), 70-78.

Güvenç, A. Ö. (2014). İnternet folkloru üzerine önerilen bir terim: e-folklor. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 31-46.

Həmidov, İ., Axundov, B. & Həmidova, L. (2009). *Azərbaycanca-rusca, Rusca-azərbaycanca atalar sözləri və zərbi-məsəllər lüğəti*. Bakı: Təhsil.

Həsənova, G. (2021). Elektron informasiya kontekstində birbaşa ismarıc (deyimlər fonunda). *İpək yolu*, 2, 142-148.

Hüseynzadə, Ə. (1985). *Atalar sözü*. Bakı: Yazıçı.

Litovkina, A. T. & Mieder, W. (1999). *Twisted Wisdom: Modern Anti-proverbs*. Burlington, Vermont: Queen City Printers.

Litovkina, A. T. (2015). Anti-proverbs. *Introduction to Paremiology: A Comprehensive Guide to Proverb Studies* içinde. s. 326-352.

Malala, R. A. M. (2017). Predstavleniye fenomena antiparemii v russkom, frantsuzskom i malagasiyskom yazıka. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 8(4), 975-984.

Mieder, W. (1987). *Traditional and Innovation in Folk Literature*. Hanover and London: University Press of New England.

Mieder, W. (1998). *Verdrehte Weisheiten: Antisprichworter aus Literatur und Meiden*. Wiesbaden: Quelle & Meyer.

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

Modern.az. "İstedad olmayanda, yubka qısa olar" - Müasir atalar sözləri. Erişim adresi: modern.az

Mokiyenko, V. M. (2010). Sovremennaya paremiologiya (lingvistiçeskiye aspektı). *Mir Russkogo Slova*, 3, 6-20.

Nalcıoğlu, B. (2020). Folklorun elektronik bağlamı: İnternet. *Gazi Türkiyat*, 26, 187-205.

Neklyudov, S. Y. (2008). Pole gumanitarnogo znaniya i strategii issledovaniya narodnoy kulturı. *Vestnik RGGU*, 10/08, 11-24.

Nikolayeva, E. K. (2004). Antiposlovitsı kak lingvistiçeskiye edinitsı i ih leksikografiçeskoye opisaniye. *Materialı XXXII Mejdunar. Filol. Konf.*, Sankt-Peterburg, 14, 38-43.

Permyakov, G. L. (1988). *Osnovı strukturnoy paremiologii*. Moskova: Nauka.

Quliyev, H. (2018). *Virtual mühitdə folklor: ənənə və kommunikasiya*. Bakı: Sabah.

Semenenko, N. (2012). Yazıkovaya igra i diskursivnaya intentsiya. *Uçenıye zapiski Tavriçeskogo natsionalnogo universiteta imeni V. İ. Vernadskogo*, 25(64), 2, 336-340.

Valter, H. & Mokiyenko, V. M. (2002). *Slovar russkih antiposlovits*. Greifswald: Institut fur Slawistik.

Valter, H. & Mokiyenko, V. M. (2004). *Prikolnıy slovar (antiposlovitsı i antiaforizmı)*. Moskova: Olma Media Grupp.

Valter, H. & Mokiyenko, V. M. (2005). *Antiposlovitsı russkogo naroda*. Sankt-Peterburg: Nevskiy dom Neva.

Xavəri, S., Quliyev, H. & Qarayev, S. (2016). *Folklorun funksional strukturu, multidissiplinar kontekst*. Bakı: Elm və təhsil. (191-350).

Zaykina, Z. M. (2018). *Universalnıye i idioetniçeskiye osobennosti paremiologiçeskogo polya 'trud'* (Doktora Tezi Özeti). Kemerovo.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazar(lar), bu makalenin araştırma, yazarlık ve/veya yayın süreci ile ilgili herhangi bir potansiyel çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Mali Destek

Yazar(lar) bu makalenin araştırılması, yazılması ve/veya yayınlanması için herhangi bir mali destek almamıştır.

Yayın Etiği Beyanı

Çalışmada etik dışı bir husus bulunmadığını, araştırma ve yayın etiğine özenle uyulduğunu beyan ederiz

Benzerlik Oranı

Makalede %1 benzerlik oranı bulunmaktadır.