

DİJİTALLEŞME İLE ŞEKİLLENEN FAL BAKMA GELENEĞİ: YOUTUBE KANALLARI ÖRNEĞİ

THE TRADITION OF FORTUNE TELLING SHAPED BY DIGITALIZATION: THE EXAMPLE OF YOUTUBE CHANNELS

Büşra ÖZDEMİR*

ÖZ: Bireylerin hayatları içinde yaşamış oldukları belirsizliklerden kurtulma, kişinin kendi hayatında onu bekleyen olumlu veya olumsuz durumlardan haberdar olmak adına geleceği bilme arzusu içinde fala başvurması süregelen bir eylemdir. Dünyanın her yerinde çeşitli fallara başvurulurken günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte fal, dijital medyada da yerini almıştır. Öncelikli olarak internet sitelerinde kahve falı, tarot falı, el falı gibi fal bakımları sağlanırken, kişilerin daha sonrasında mobil olarak erişim sağladıkları fal baktırma uygulamalarını kullandıkları görülmüştür. Şimdilerde ise fal bakma eylemi, YouTube kanallarıyla şekillenmiş olup mekân olarak değişim göstermiştir.

Yapılan bu çalışmada incelenecek olan YouTube kanalları, üç temel esasa dayandırılarak seçilmiştir. Bunlardan ilki kanal sahibinin diğer kanallar arasında en yüksek abone sayısına sahip olması; bakıcı kişilerin her iki cinsiyeti de temsil etmesi adına hem kadın bakıcı hem de erkek bakıcı kanallar tercih edilmiştir. Son esas ise kadın bakıcılar arasında kıyaslamaya gidebilmek adına bir kadın bakıcı daha seçilmiştir. Bu özellikler doğrultusunda “Kahve Falında”, “Firuze_Yorumcunuz” ve “Gizli Ritüel” isimli YouTube kanalları sırasıyla incelenecektir.

Bu çalışmada dijital medya ile oluşabilecek sınırların ortadan kalkarak fal bakanların daha fazla kişiye ulaşım sağladığının gösterilmesi amaçlanmakla birlikte, dijital ortamda paylaşılan bu ürünlerle fal bakma geleneğinin devamlılığının ve kuşaklararası aktarımda kolaylık sağlayabileceği ile ilgili verileri ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Fal, kahve falı, dijitalleşme, dijital medya, YouTube.

ABSTRACT: It is an ongoing action for individuals to get rid of the uncertainties they have experienced in their lives, to resort to various fortunes in the desire to know the future in order to be aware of the positive or negative situations that await them in their own life. While various fortunes are applied all over the world, today with the development of technology, fortunes have also taken their place in digital media. As a priority, fortune telling services such as coffee fortune, tarot fortune, and palm reading were provided on internet sites, and people later used fortune telling applications that they provided access to on mobile. Nowadays, fortune-telling has changed as a place, taking shape with YouTube channels.

The YouTube channels to be examined in this study were selected based on three basic principles.

* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi / Eskişehir - bursrabusra@gmail.com (Orcid ID: 0000-0002-1699-8579)



The first is that the channel owner has the highest number of subscribers compared to other channels; in order for fortune teller to represent both sexes, both female fortune teller and male fortune teller channels were preferred. Finally, one more female fortune teller was chosen to go to the comparison between female fortune tellers. According to these features, YouTube channels called “Kahve Falında”, “Firuze_Yorumcunuz” and “Gizli Ritüel” will be examined respectively.

The aim of this study is to show that by eliminating the limits that can occur with digital media, fortune tellers provide transportation to more people. It is aimed to reveal data about the continuity of the tradition of fortune telling and the convenience of intergenerational transmission with these products shared in digital media.

Keywords: Fortune, coffee fortune, digitalization, digital media, YouTube.

Giriş

İnsanoğlu için önemli olan bilgiyi geçmişten günümüze farklı formatlarla ve sayısal yollarla işlemeyi niteleyen bir kavram olan dijital, 1 ve 0'ların bir araya gelerek sonsuz bir döngüde devam ederken iki bileşenli veri dizilerinin anlam kazanma sürecidir. 1990'lı yılların sonlarına doğru Web 1.0 teknolojisi yerini Web 2.0' ye bırakırken Web 2.0 teknolojisi ile birlikte bilgi alışverişi hızlanarak bu işlemin daha kolaylaşmış olduğu görülmektedir. Devamlı ve dinamik bir süreç olan dijitalleşme ile birlikte gelişen sosyal ağlar üzerinde katılımcı üyelerin binlerce yorumlarının bulunduğu alanlar hâline gelmiştir. Kişilerin hayatları üzerinde dolaylı ya da dolaysız şekilde etkileri olan dijitalleşme, insanlar için önemli bir gereksinim konumuna gelmiştir.

Dijitalleşmenin hayatımıza girişi ilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle 90'lı yılların başlarında ortaya çıkan “siber” veya “dijital” kavramının kültürel bileşeni “siber kültür” veya “dijital kültür” ü doğurmuştur. 20. Yüzyılın son çeyreğinde teknolojik gelişmeler kapsamında görülen değişim ve dönüşümler sonucu yeni bir yapılanma süreci olan bilgi toplumu veya başka bir ifadeyle dijital çağ oluşmuştur (Rzayeva, 2019: 133).

İnternetin her yaş grubundan kullanıcıya sahip olduğu görülürken bireylerin dijital bir çağ içine doğması kişilerin bu döneme adaptasyon sağlamasını kolay hâle getirmektedir. Dolayısıyla genç bireylerin daha aktif bir kullanıma sahip olduğu görülmektedir.

Covid-19 ile mücadele kapsamında alınan tedbirler sebebiyle yaşanan kapanmalarla birlikte genç-yaşlı her bireyin dijital dünyada etkin bir şekilde yer aldığı görülmektedir. Salgın döneminden önce dijital ortamlar birer seçenekken fonksiyonel eylemlerin çevrimiçi hâle gelmesi, kişilerin bu sanal ortamları kullanmasında birer zorunluluk oluşturmuştur.

İnsan hayatında önemli bir konuma gelen dijitalleşme, gelişim gösteren sanal ağların kullanım oranının artmasıyla birlikte aktif şekilde kullanıldığı ve bu paylaşım platformlarından olan YouTube ve YouTube kanallarının geleneksel bilgi üzerinde etkisi, geleneksel bilginin aktarımında

sağlanan kolaylık, insanların geleceği bilme arzusu ile başvurmuş olduğu falın icrasının nasıl gerçekleştiği, bu bağlamda gerçekleşen icra sonucu izleyiciler-dinleyiciler arasında aktarımın nasıl sağlandığı üzerinde durulacaktır.

Dijital Kültür ve Melezleşen Medya

Günümüzde dijitalleşme ile gerçekleşen yeni kültürel oluşuma adaptasyonun sağlandığı; “dijital” kelimesini yepyeni bir teknoloji ve ayrı bir şeymiş gibi tanımlamadığı bir kültürel yapıdan bahsedilmektedir. Bu yapıda sanal deneyimlerle, fiziksel hayattaki deneyimler birbirini tamamlamakta, aradaki çizgiler yok olup yeni bir anlam oluşturmakta; dijital insan hayatı ile iç içe geçmektedir. Günümüzde fiziksel (physical) ve dijital (digital) kelimelerinden türetilmiş “figital” terimi de sanal gerçeklikle birlikte, fiziksel ve dijital dünyanın arasındaki sınırların kalkarak ikisinin iç içe girdiği ortamı ifade etmektedir (Ferhat, 2016: 745; Güney, 2020: 135).

Dijitalleşmenin bir sonucu olarak da hemen hemen her alanda bireylere dijital ortamlarda çeşitli olanaklar sunulmaktadır. Bireylerin yaşantısını kolaylaştıran, çeşitli sorunlara hızlı çözümler bulunabilen, bireyleri birbirine yaklaştırarak aradaki mesafeleri anlamsız kılan, uzun uğraşlar ve zaman kaybı yerine daha kısa sürede işlerin halledilmesine, gereksinimlerin giderilmesine imkân sağlayan, bilginin üretilmesi, dağıtılması süreçlerin kolaylaştıran bu olanaklarla birlikte toplum da yeniden şekillenmektedir (Webster, 1996: 77; Dinç, 2017: 1764).

Böylelikle internet kullanıcılarının interneti kendi çıkarları ve istekleri doğrultusunda kullanabileceğini anladığı andan itibaren, internet kullanımının da arttığı görülmektedir. Karşılıklı etkileşim ile bu dijital çağın geliştiği ve gelişiminin de sürekli olarak devam ettiği söylenebilir.

İnternet kullanıcıları için bilgi aktarımının yapıldığı bir ortam olmaktan çıkan internet ayrıca Lynne Mcneill’ in da aktardığı gibi başka türlü bir araya gelemeyen (ister fiziki, coğrafi ya da durumsal engeller nedeniyle) aynı fikirdeki insanlara en kısa sürede birbirlerini bulmaları için imkân sağlar (Mcneill, 2009).

Gary Bowler’ in de belirttiği gibi kişilerin her ne kadar fiziksel dünyada topluluklar, tipik olarak bazı ortak kimlik veya ilgi ile bir arada tutulan (örneğin bir şehir) insan topluluklarıysa aynısı, sanal veya çevrimiçi topluluklar için de geçerlidir çünkü ortak bir amaç için bir araya gelen ortak kimlik veya ilgi alanlarına sahip kişilerden oluşur. Bu ortak ilgi ya da amaç, topluluk üyeleri için birbirinden öğrenebilecekleri ve çevrelerindeki topluma ya da kültüre etki edebilecekleri ilişkiler ve bağlantılar kurmaları için güçlü bir forum sunmaktadır (Bowler, 2010).

Sosyal ağlar üzerinde kurulmuş olan grup ve topluluklar bünyesinde bireylerin herhangi bir olay ve konu için dışavurumlarını destekleyecek birçok blog, sözlük gibi topluluklar bu duruma verilebilir örneklerdendir. Bu sanal ağlar sayesinde bireylerin birbirleri ile zaman veya mekân

gözetmeksizin sözlü ve görsel iletişimi kolaylıkla sağladığı görülürken ayrıca ait oldukları toplulukça sanal ağ ortamlarında kendi icralarını gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Böylelikle küresel düzlemde, imaj ve simgelerin zaman ve mekândan bağımsız artan yoğunluğu, kültürel karışımların ve melez formların ortaya çıkmasına öncülük etmektedir. Teknolojik gelişmeler ile birlikte mekânı aşma süresindeki kısalma ve dünyanın küresel bir köye dönüşmesi, zaman ve mekân sıkışmasının göstergesidir (Çaycı, Karagülle: 2016: 579). Görülmektedir ki Walter Ong' un bahsetmiş olduğu ikincil sözlü kültür ortamı telefon, radyo, televizyon, internet ve diğer elektronik icatlar sonrası (elektronik kültür ortamını) oluşmuştur. Bununla birlikte değişen ortamlara, kabullere ve değer yargılarına bağlı olarak halkbilimi yaratmaları da sürekli güncellenmektedir. Bu refleks, türlerin geleceğe kendilerini taşımaları için son derece hayatidir. Hemen her kültürel ortama ayak uyduran folklor; yaratmaları, icraları, icracıları, kitlesi ve tüketimi ile “ikincil sözlü kültür” olarak da adlandırılan bu yepyeni ortama da bir şeklide uyum sağlamasını bilmiştir. Bu yeni ortam “varlığı yazı ve matbaa teknolojilerine dayanan telefon, radyo ve televizyona özgü sözlü kültür çağıdır (Ong, 2010: 15; Sevindik ve Yaman, 2019: 1046).

İkincil sözlü kültür ortamının oluşması ile dijitalleşen bu çağın postmodern yapıda olduğunu belirten Yücel Özdemir, bu ortamlarda kitle kültürünün hâkim ve tüketim odaklı olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda küresel ağ toplumunu temsil ettiğini ve geleneksel bilginin etkileşim alanının en dinamik alanının olduğunu belirtmektedir. Folklorik davranış biçimleri de yeni medya araçlar ile etkileşimi, süreç içinde dijital ortama taşınmasına neden olmuştur. Günümüz geleneksel bilgi örüntülerin mobil cihaza taşınmakta, harici disklerde depolanmakta, sosyal medya mecralarında paylaşılmaktadır. Bununla beraber kullanıcı ile dijital sistem arasında etkileşime geçmesini sağlayan arayüzler de (Interface) bulunmaktadır. Teknolojinin evrimi içinde eski ve yeni medya kavramlarını ortaya çıkarmıştır. Tradijital kavramını halkbilimsel açıdan geleneğin dijitalleşmesi, dijital ortamda geleneğin aktarımı, değişimi, dönüşümü olarak da görülebilir. Dolayısıyla dijitalleşen kültürel iletişim, geleneksel bilginin değişimini ve dönüşümünü sağlarken yeni medya araçları da kendine özgü kültür yaratımlarını doğurmuştur (Özdemir, 2020: 63-64).

Görülmektedir ki altın çağın adamı tarafından kuşaktan kuşağa aktarılmaya teşvik edilen geçmiş zaman zihniyetini ortaya çıkaran halk biliminin eski kırsal modeli, bizi dijital kültürün geleneğin yerini aldığı düşünmeye sevk edebilir (Bronner, 2009) düşüncesi oldukça doğru ve yerinde bir bakış açısıdır.

Kuşaktan kuşağa aktarımın bu dijital ortamlar ile daha kolay sağlandığı ve izleyicilerin birebir gerçekleştirdikleri icraya ulaşım sağlaması bakımından avantaj sağlamaktadır. Dünyayı etkisi altına alan salgın sebebiyle ülke genelinde uygulanan tedbirler neticesinde eğitim, bilimsel

münazaralar ve kültür-sanat aktivitelerinin çoğunluğu çevrimiçi ortamlara taşınmıştır. Böylece bireylerin bu dijital platformlarda gerçekleştirdikleri icralar hem kayıt altına alınmış hem de mekân ve mesafe kavramlarının ortadan kalkarak sanal pencereler arkasında bir araya gelinmiştir. Böylelikle geleneksel bilginin dijital ortama taşınmasıyla beraber elde edilen bilginin kaybolmasının eskiye nazaran daha az olduğu görülmektedir. Bu sanal ağlar üzerinde bireylerin gerçekleştirdikleri eylemler kendi yorumlamaları sayılırken, bu dijital platformların birer yapay ortam kabul edilmesi ve bu sebepten dolayı gerçekleştirilen eylemin tam bir icra olmaması gibi eleştiriler de bulunmaktadır. Geleneksel bilginin sosyal paylaşım ağı olan YouTube aracılığıyla hızlı bir şekilde dijitalleşmesi, dijital içerik üreticisi tarafından aktarımı ve izleyiciler arasında gerçekleşen etkileşim ile sanal ağlar üzerinde oluşmuş kültürel ortamlar sebebiyle YouTube kanalları üzerinde alan çalışmalarının yapılabileceği görülmektedir.

YouTube

Dünyanın çeşitli yerlerinden her insanın bir arada buluşabildiği ortak noktalardan biri olan YouTube, son zamanlarda daha çok gündeme gelen sosyal paylaşım ağlarından biridir. İçerik üreticilerinin moda ve güzellik, kitap, sinema, bilim, müzik, oyun, özel gün, tören, ilgi alanları... gibi çeşitli içeriklerin üretilerek paylaşıldığı bir ağ olarak karşımıza çıkmaktadır. Kanal sahibi “YouTuber”ların izleyici abonelerinin isteklerine göre de üretim yaptığı görülürken bu sanal ortamın oldukça dinamik ve yenilenebilir güncel bir alan olduğu görülmektedir. “Kendini Yayınla” sloganıyla kullanıcılarına seslenen YouTube, 2005 yılında Pay Pal’ın üç eski çalışanı tarafından kurulmuştur. Kısa süre içinde popüler bir paylaşım platformu olan YouTube Google tarafından satın alınırken Türkiye’de ise 2012 yılında Türkçe desteği ile faaliyete geçmiştir.

Başlangıçta basit bir çevrimiçi video arşivi olarak hizmet vermesi düşünülen YouTube, zamanla kullanıcı odaklı bir platform haline gelmiş ve farklı amaçlar için kullanılmaya başlanmıştır. “Your Digital Video Repository” (Dijital Video Deponuz) olan sitenin sloganı ise bu dönüşüme paralel olarak “Broadcast Yourself” (Kendin[i] Yayınla) şeklinde değişerek bugünkü halini almıştır (Burgess ve Green, 2010: 4; Aydoğdu ve İlhan, 2019: 1137).

Yeni medyada iletişim, yayılma ve paylaşma söz konusu olduğunda kitlesel özellikler sergilemekte; diğer taraftan bu alanlar içerisinde yer alan herkesin dolaşımında olan iletişimin içeriğine katkı sağlaması ya da bunları üretmesi bakımından iletişim, bireysel ve özerk bir etkinliğe dönüşmektedir. Bu yapısal değişiklik; iktidar ilişkileri ve bilginin kontrolünü değiştirmekte, böylelikle iletişimsel etkinliğin örgütlü yapısından uzaklaşmasına imkân tanınması bakımından önem taşımaktadır. Bütün bu özellikleri ile birlikte değerlendirildiğinde, yeni medyanın; özellikle mekân ve zaman algısı üzerinde bıraktığı dönüştürücü etkisi, iletişim pratiklerinin farklı bir

karaktere bürünmesi, etkileşimde özerkliğe imkân tanınması ve sanal bir alan açması bakımından önem taşıdığı ve farklılaştığı görülmektedir (Göker, 2017: 166)

Yazılı ve görsel medyanın yenilik göstermesiyle birlikte bireylerin icra alanlarında da çeşitlilik oluşmaya başlamıştır. Bu sebepten elektronik ortam kullanıcılarının sanal ağ üzerinde yaptıkları görsel, işitsel paylaşımlarında artış olduğu görülmektedir. Kullanıcı kişilerin gerçekleştirdikleri paylaşım sonucunda izleyici ve dinleyicilerden aldıkları yazılı dönütlerle beraber gerçekleşen eylem sürecinin içinde icracı da dinleyici de aktiflik göstermektedir. Mobil iletişim araçlarından dahi erişim imkânı sağlayan bu dijital ortamlar halk bilimi alanı için de yeni bir araştırma sahasını oluşturmaktadır. Araştırmacıların bu sahalara erişiminin kolaylaşmasının yanısıra icrası gerçekleştirilen ürünün arşivlenmesi bakımından oldukça önemlidir.

Ayrıca bu ortamlar, dedikodular yapılan ve kişisel deneyimlerin anlatıldığı, atasözü ve deyimlerden faydalanılan, sözlü kültür mahsullerinin gönüllü katılımlarla elde edilen icralar ile, "halkbiliminin elektronik kaynakları" mahiyetindedir (Sevindik ve Yaman, 2019: 1044).

Bu türden melez ortam ve bağlamlar gündelik yaşamın önemli bir bölümünü düzenleyen geleneksel bilgi ve deneyimlerin üretim, aktarım, temsil ve gösterim sistemlerinde de önemli yapısal dönüşümlere yol açmaktadır. Web 2.0 teknolojileri tabanlı sosyal medya platformlarından biri olan YouTube' un artık geleneksel kültürlerin arşivlenmesi, temsili ve sunumuna olanak tanıyan müzesel bir alan olarak da deneyimlenebildiğidir (Gülüm, 2019: 492).

Dijital çağ ile hayatımızda önemli bir yer edinen sosyal medya ağları, kişilerin bu mecralarda gündelik hayatlarından herhangi bir konuda kesitler ile paylaşımlarda bulunması kültürel belleğin arşivlenmesi adına yapılan önem arz eden bir adımdır. Gerek bireysel kullanıcı hesapları gerekse kamusal kuruluşların kullanıcı hesaplarının ilerleyen zamanlar adına dijital dünya ortamında sanal birer müze haline gelebileceği fikrini de ortaya çıkarmaktadır.

Yeni medya teknolojilerinin ve kozmopolit katılımcı kültürün anlaşılması açısından adeta bir laboratuvar işlevi gören bu platform, imgeler dolayımında milyarlarca insanı, çeşitli anlatılar etrafında bir araya getirmesi bakımından sosyal; paylaşılan anlatıların, ilgili kullanıcıların dini, siyasi, ırksal, dilsel, sosyal, kültürel ve gündelik hayatlarından izler taşıması bakımından ise kültürel bir ortamdır (Gülüm, 2019: 495).

Kültürel bir ortam haline gelen YouTube bulundurduğu içerikler konusunda oldukça zengin olduğu görülürken yaşamın kendisinden izler barındırmaktadır. Ayrıca kişilerin duygu düşünce dünyasının derinliklerine inerek korkuları, umutları, olumsuzlukları bilmek amaçlı başvurdukları fal da dijital dünyada yerini almış olup değişip ve şekillenmiştir.

Fal

Fal ve kehanet, en yalın anlamıyla, duyular dışı bir sezgi yoluyla, doğrudan doğruya geleceğin bilinmesi olarak tanımlanır. En ilkel kabile kültürlerinden en gelişmiş uygarlıklara kadar her toplumda fal ve kehanet uygulamalarına rastlanır (Arık, 2017: 228). Arapça bir kelime olan “fal”; Kamûs-i Türkî’de “fa’l” olarak kabul edilmiş ve “uğur, iyi tâlih, baht, nîk” anlamlarının dışında baht ve tâlihi anlamak için birtakım vesâit-i garibeye müracaat etmeye, atılan boncuk ve baklaya, ale-t-tesâdüf açılan bir kitabın bir satırına, koyunun kürek kemiğine vesair böyle şeylere bakıp bunlardan ma’na istihrâc etme” (Şemseddin Sami, 1999: 979; Büyükokutan, 2012: 97) anlamlarına geldiği de belirtilmektedir.

Geleceği hem iyi hem kötü yönleriyle öğrenmek için farklı vasıtalara müracaat etme arayışlarının ortak adı olan fal, geçmişten günümüze değişen şekil ve uygulamalarla, yaşam alanı bulduğu toplumun medeni seviyesine adapte olarak insanın yaşadığı her yerde kullanılagelen bir pratiğin adıdır (Devellioğlu, 2003: 250; Sümbüllü, 2010: 56).

Fal bakılırken çeşitli yöntem, araç ve teknikler kullanılmakta, buna göre de değişik fal türleri ortaya çıkmaktadır. İslamiyet öncesi Türklerde kullanılan fallar arasında kürek kemiği falı, aşık kemiği falı, kumalak falı, yıldız falı, fincan falı, yay falı, köpük falı, kaşık veya eldiven falı, ateş falı, Şamanların baktıkları birtakım fallar yer almaktadır (Duvarcı, 1993, 19-33; Büyükokutan, 2012: 99). Türk kültüründe fal ve falcılığın etrafında şekillenmiş bir sürü inanç bulunmaktadır. Bireyler tek bir fal türüne değil çeşit çeşit fal türüyle ilgilendiği görülmektedir. Bu fallardan kimisi günümüze kadar ulaşabilse de kimisi ise ulaşamamıştır. Ayna falı, köpük falı, yay falı, ateş falı, ses veya gırtlak falı, Umay falı gibi birtakım fallar özellikle Şamanist Türk toplumlarında yaygınken günümüzde önemini yitirmiştir (Büyükokutan, 2012: 577).

Günümüzde ise devamlılığını sürdüren fallar ise kahve falı, iskambil falı, tarot falı, ateş falı, su falı, bakla falı, papatya falı, çay falı, taş falı, bilgisayar ve mobil uygulamalar dahilinde fal çeşitleri bulunmaktadır. Kişilerin en çok tercih ettiği ve erişiminin en kolay olduğunu düşündüğü fal çeşidi ise kahve falıdır. Kahve falının yanı sıra tarot falı da artık insanlar tarafından merak ve ilgiyle tercih edilir olup kimi fal kafelerde falcı kişinin kahve falını desteklemek adına tarot kartlarından da destek aldığı karşımıza çıkmaktadır. Diğer fal çeşitleri arasında çoğunlukla kahve falının tercih edilmesi, baktıracak olan kişinin bu fala hem daha kolay ulaşması hem de diğer fal türleri arasında daha çok güven sağlamasındandır. Kişilerin diğer fal türlerini tercih etmesi durumunda medyumlara başvurmaları üzerlerinde korku psikolojisi yaratırken, kahve falı genellikle sohbet sırasında gerçekleşen bir eylem sonucu, olumlu haberler duyma mutluluk hissetmek amaçlı başvuran bir fal türüdür. Günah inancı ile fal baktıracak kişi üzerindeki psikolojik baskı “Fala inanma falsız da kalma” ifadesiyle giderilmeye çalışılarak eylemin sorunsuz gerçekleştirilmesi için

kullanılmaktadır. Tarot falı, iskambil falı gibi kart fallarının daha çok kombinasyona göre değerlendiriliyor olması, kahve falının ise “duru görü” şeklinde yorumlanıyor olması fal baktıranlar için daha çok tercih edilen geleneksel bir eylem haline gelmiştir. Bu sebeple fal baktıranlar arasında genellikle tercih edilen fal türünün kahve falı olması ile kahve falı ve YouTube fal kanalları dahilinde de kahve falı kanalları incelenecektir.

Kahve Falı

Kahve, Rubiaceae ailesinin *Coffea* cinsi bir ağaç meyvesinin çekirdeğidir (Koz, 2011; Eren, Sezgin, 2018: 701). Arapça “kahva” dan gelen ve Türkçeden muhtelif Avrupa dillerine kaffee, kaffe, koffie, kahvi, coffee, café, caffè gibi varyasyonlarla geçmiş olan kahve kelimesinin menşei konusunda görüş birliğine varılmış değildir (Demir, 2011, 3; Büyükokutan, 2012: 100). Genel görüş itibariyle yolculuğuna Arabistan’ da Tasavvuf Şeyhleri ile başlasa da kahvenin yolu, Osmanlı sarayına kadar ilerlemiş ve oradan da tüm Dünyaya yayılma fırsatı bulmuştur. Bundandır ki adı “Türk Kahvesi” olarak tarih sayfalarına geçmiştir. Birçok kez farklı sebeple yasaklanmasına rağmen hayranları tarafından gizli gizli serüvenine devam edebilme imkânı bulan kahve günümüze kadar ulaşabilme fırsatı bulmuştur (Çulluhan, 2019: 36). Ayrıca 01-08 Aralık 2013 tarihleri arasında Azerbaycan’ın başkenti Bakü’de gerçekleştirilen ve 155 ülke temsilcisinin katıldığı UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması 8. Hükümetlerarası Komite Toplantısı’nın 05 Aralık 2013 tarihli oturumunda “Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği” adlı aday dosya, UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’ne alınmıştır (URL-1).

Günümüzde oldukça popüler olan, en çok Akdeniz ülkelerinde ve Orta Doğu’da kullanılan ve dünyanın her yerinde uygulanan bir fal çeşidi olan kahve falının büyük olasılıkla 17. yüzyılda Avrupa’ya girdiği sanılırken (Scognamillo-Arslan, 1999: 48; Güneş, 2013: 34) kahve falından ilk kez bahseden kaynak, Floransalı falcı Tommaso Tamponelli’dir. Bugünkü uygulamasından çok farklı olarak Tamponelli’ ye göre kahve falı; kahve telvesi iyice yıkandıktan ve süzöldükten sonra düz bir tabağa akıtılır ve telvenin tüm yüzeye yayılabilmesi için fincan hafifçe sallanır ve oluşan şekillerden falcının yorumlama yapması ile bakılır. (Güneş, 2013: 34).

Genellikle kadınlar arasında yaygın olarak kahve falına bakılırken, kahve fincanının dibindeki telvenin ve kenarlarındaki telve kalıntılarının ortaya koyduğu şekillere bakılarak kahveyi içen kişinin geleceği yorumlanmaktadır. Kahve falına bakmanın uyulması gereken kuralları vardır. Kahve içildikten sonra, tabak fincanın üzerine kapatılır. Dilek tutulur ve fincan bir defada tabakla beraber ters çevrilir. Çevirmeden önce fincanı hafifçe sallamak gerekir. Bir fincanda sadece bir dilek tutulur. Fincanın dibi ve tabak soğumadan kesinlikle açılmaz. Fincan soğuduktan sonra önce fala sonra da fincan tabağındaki fala bakılır. Fal bakıldıktan sonra fincan ayrı yere bırakılır. Eğer fincan kapatılırsa fal bozulmuş olur (Alagozlu, 2007: 2).

Varlığını koruyarak günümüze kadar gelmeyi başaran kahve falı Türk toplumu açısından da önemli bir yere sahiptir. Modern zamanın ve teknolojinin farklı uygulamalarıyla günümüzde pek çok fal çeşidi mevcudiyetini devam ettirse de kahve falı, gelenekselliğini korurken aynı zamanda sosyal iletişim ağının taze kalmasını sağlamaktadır (Çulluhan, 2019: 39).

Fal bakımı yaptıran bazı kişilerin internet siteleri üzerinden canlı fal baktırdıkları görülmektedir. Gerçek falcıların olduğu sitelerin olmasının yanı sıra bazı mobil fal uygulamalarında da karşımıza canlı fal bakımı yapan gerçek falcılar çıkmaktadır. Ancak bu uygulamalara duyulan güven canlı veya gerçek falcılara duyulan güvenden daha az olup bunun sebebi olarak uygulamanın otomatik mesajlar göndermesi nedeniyle bu fallara kişilerin uyumlanamaması problemini ortaya çıkarmıştır. Kişilerin bireysel olarak bu uygulamaları kullanıyor olması, sosyal ortamlarda karşılıklı eğlence olarak yaptığı bu eylemin artık gündelik bir uygulamaya dönüşebileceğini de göstermektedir.

Yeni Bir İcra Alanı: YouTube Fal Kanalları

Herkesin her içeriği paylaştığı bu sanal dünyada fal bakımı yapan pek çok kanal bulunmaktadır. Yapılan araştırma dâhilinde tespit edilen yetmiş altı kanal bulunmaktadır. Çoğunluklu olarak tarot falı, kahve falı, iskambil falı, su falı, kum falı bakıldığı gibi astrolojiye de ayrıca kanallarında yer verildiği görülmektedir.

Sözlü geleneğin önemli bir parçası olan kahve falı, içerisinde gerçek hikâyeler, dedikodular, kısa veya uzun zaman önce gerçekleşen olaylar ile sıradan bir hayat yaşayan insanların söz ve davranışlarıyla dışa vurduğu kültür temelli bakış açılarını barındırmaktadır. Kahve falının bu bağlamda incelenmesiyle, bireyin kendisi ve kendi dışındaki dünya algısı (Kaderli, 2008: 48; Yokarı, 2014: 14) açık bir şekilde gözler önüne serilebilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte dijital paylaşımın artması bireylerin YouTube kanalları açarak bu kanallarda konu fark etmeksizin yayınlar yapmaya başladıkları görülmektedir. Fal bakımı yapan bakıcıların da artık YouTube kanalları üzerinden bu bakımları gerçekleştirdiği burada yaptığı bakımlarla kendi ticari reklamlarını da yapmış olduğu görülürken vermiş oldukları iletişim bilgileri ile asıl müşterilerini buradan elde ederek bireysel bakımlara daha fazla olanak sağlamaktadırlar.

Bakıcı kişinin, fal baktıran kişiler üzerinde derin bir etki kurabilmek ve onu hakimiyetine alarak güçlü bir üslup ile olayın içinde olabilmelerini sağlaması gerekmektedir. Böylelikle falına bakılan kişiler falcı ile yoğun bir bağ kurarak, falcının kendisini gözlemleyebilmesi ve gerekli anlamları çıkarabilmesi adına izin vererek bakıcının bakımını başarılı bir şekilde gerçekleştirmesine olanak sağlamaktadır. Ancak YouTube kanallarında fal bakımı yapan kişiler böyle bir durumla dolaylı şekilde karşılaşmaktadır. Kişiler bakımını yaparken kimseye karşı bir otorite kurmak zorunda olmadığı ortamdadır.

Yüz yüze tahmin edeceği bir kültürel altyapının olmadığı ve bakıcının duru gözü sayesinde hayali kitlesine yani abonelerine kendi evinde kamera karşısında bu eylemi gerçekleştirir. Bakıcı bu kültürel altyapıyı ve kişileri gözlemlemeyi kullanıcı yorumlarına göre yapabilmektedir. Kişiyi incelemesi sonucunda doğru çıkarımlarda bulunamaması veyahut yanlış çıkarımlarda bulunması durumunda falcının itibarının zedeleneceği görülmektedir. Bu durumun, YouTube üzerinden bakım yapan kişinin fal baktığı kişiyi görmeden yorum yapması falcının iyi olup olmadığına dair olguları da değiştirmektedir. Dinleyici abonelerin tanınmaması durumunda bakımı yapılan falda uyum sağlanması falcı kişiye ve bilgisine güveni daha da arttırmaktadır. Bu ise kullanıcı yorumlarından görülebilir.

Bağlamında gerçekleşen fal bakımlarında kişilerin ortamın hazır bulunuşluğu ve enerjisine uyum sağlanması adına mekânlar düzenlenmektedir. Böylelikle bakıcı, kişinin dikkatini çekebilmek adına gerek kendi dış görünüşünde gerekse bakımın gerçekleştiği odanın mistik şekilde düzenlenmesi falcının performans sürecinde kişi üzerindeki etkiyi daha çok arttırdığı görülürken, önceden kaydedilmiş videolar içinse bu durum pek mümkün değildir. Fala bakan kişiler kendini göstermeden bu bakımları yapmaktadır. Bu konu dahilinde izleyici olarak bakıcı kişinin bakımı gerçekleştirdiği masaya göz atılabilir, masa üzerindeki nesnelere izleyicinin dikkatini çekerek fala bakan kişinin imajını ciddiye almasını sağlayabilmektedir. Nazar boncukları, doğal taşlar, defne yaprakları ya da masa üzerine tüsüler, mumlar, biblolar koyularak bu hakimiyet kurulabilmektedir. Ancak bu durum sadece Firuze_Yorumcunuz adlı YouTube kanalında karşımıza çıkmaktadır.

Sanal kültürün zaman sınırlandırmasının olmaması yapılan açılımların zamansız zamana olarak yapılmasından dolayı kişiler istediği an bu falları dinleyebilmektedir. Kişilerin karşılıklı baktırdıkları fallarda söylenen ve anlatılanları, verdikleri tavsiyelerin unutulması çok mümkünken dijital dünya şartları içerisinde bu videoya erişiminin sürekli olması bu durumu ortadan kaldırmaktadır. Fal bakma geleneği böylelikle hem dijital hem de kendi ortamında devamlılığını sürdürdüğü görülmektedir. Ayrıca mobil uygulamalar hâlinde hayatımıza girmiş olan fal uygulamalarının verdiği güvensizlik duygularının bu fal videolarında karşımıza çıkmamaktadır. Fal uygulamalarında fincan fotoğrafı dışında fotoğrafların dahi yorumlanması kişilerin güvenini kırırken burada seçim izleyici kişilerin inisiyatifine bırakılmıştır kendi istedikleri falcıyı dinleyerek uyumlanma durumunda abone olduğu ve bu uyumlanmayı da yorumlarda belirttikleri görülmektedir. Böylelikle uygulamalara karşın kişilerin gerçek olmasından ötürü bağlamın yapay olduğu düşünülse de kişilerin yorumlama videolarını daha samimi ve inanılır bulduğu görülmektedir.

Verilen bu bilgiler kapsamında, YouTube kanalları üzerinden kahve falı bakımı yapan kanallardan birkaçı incelenecektir.

1. Kahve Falında

Çoğunluklu olarak kadın izleyicilerinin bulunduğu bir fal kanalı olan Kahve Falında isimli YouTube kanalı 29 Nisan 2019 yılında açılmış olup 110 bin abonesi ve 1307 adet videosu bulunmaktadır. 03.02.2021 tarihli erişimde 18.674.441 görüntülenme almıştır (URL 2).

Gün içerisinde içmiş olduğu kahvesini izleyen kişiye niyetle kapatılarak kahve falına baktığı ve çektiği bu videoları da iki video hâlinde kanalında paylaşmaktadır. Kanalda kahve falıyla burç yorumlarının yapıldığı videolar ve fincan seçmeli şekilde kahve falının bakıldığı videolar bulunmaktadır. Ayrıca kanalın hakkında bölümünde baktığı falları gelecekte haber vermek adına değil sadece eğlenmek ve güzel vakit geçirme adına yaptığını belirten bir tanıtım yazısına da rastlanmaktadır. Kanal sahibinin “Falların Dünyası” isimli bir kanalının daha olduğu ve burada da burçların, aylık ve yıllık çay fallarına bakmaktadır. İncelenmiş olan kanalının dışında, bu kanalın hakkında bölümünde kişiye özel ücretli veya ücretsiz fal bakmadığını sadece reklam ve sponsorluk ile yeni kanal açan kişilerin abone kazanması adına e-posta adresi bırakmaktadır.

Kişiye özel bakımların değil kolektife özel bakımların yapıldığını belirterek kişilerin duygu, düşünce dünyasına bakarak hayatında beklediği maddi, manevi, sağlık, aşk hayatı ve etrafında bulunan tehlikeli durumlar ve kişinin düşmanları hakkında bilgiler vermektedir. “İçi İçini Yiyor, Senin Kıymetini Anlamış, Kâğıtta Ne Yazıyor, Kahve Falı” başlıklı 1 Şubat 2021 tarihinde yüklenmiş olan videosunun başlığında dikkat çekici ibareler kullanılarak izleyicilerin dikkati çekilmeye çalışılmıştır (URL-3).

Video içeriğinde falda kişilere yakın gelecekte haberler verilerek evli çiftlere uyarılarda bulunmuş, kişinin geçmişinden haberler vererek arkasından çevrilen işler ve dedikodular hakkında bilgiler verilmektedir. Kişinin iş hayatı hakkında bilgi ve önerilere değinilerek dinleyicileri bilgilendirmek adına harfler vererek beyin fırtınası yapılması sağlanmıştır. Kişilere gelecek miras haberleri, kısmet haberleri, yolculuk haberleri verilerek kişilerin dilekleri tahmin edilmeye çalışılmıştır. Ancak video başlıklandırılması yapılırken sadece izlenmesi adına direktif verip video içinde o konuya değinmeyerek izleyici yanılgıya düşürülmüştür. Fakat yapılan yorumlarda kullanıcıların videoya rezoneli yani uyumlanması ile olumlu dönütlerin bulunduğu gibi izleyenlerin bu durumu dikkate almadığı görülür. Kullanıcı yorumları incelendiğinde izleyenlerin sadece Türkiye’den olmadığı gibi Azerbaycan’dan ve Türkmenistan’dan da izleyiciler bulunmaktadır. Böylelikle YouTube aracılığı ile bireylerin artık bakım yapan kişilere ulaşmada sıkıntı yaşamadığı bildirilirken, yapılan bakımlarda yüz yüze bakımı sağlanan, bağlamı ve mekânı bilinen fal bakımları ortadan kalkmış olup aradaki mesafe sınırlarının ve bir arada bulunamama durumunun yok olduğu karşımıza çıkmaktadır. Değişim gösteren bağlam ile birlikte aslında kahve falı bakma geleneğinin sürdürülebilir olması ve nesiller arası aktarımında çok daha kolaylık sağladığı da görülmektedir.

Ayrıca günümüzde tüm dünyayı etkisi altına alan salgın nedeni ile alınan önlemler dahilinde kişilerin yüz yüze gelerek fal baktırma imkanlarının ortadan kalktığı bilinmektedir böylelikle bu kanallarla ihtiyaçlarının karşılandığı görülmekle birlikte ülkelerarası izlenmeler ile de internet bu imkansızlığı ortadan kaldırmaktadır. Yani katılımcı medya etkileşimsel iletişimi mümkün kılmaktadır çünkü sürekli niteliğe sahip ağ mekanları, gerçek dünya topluluklarındaki coğrafyaya tam manada başvurmaksızın, bireylere defalarca yeni konular tayin etme ve aralarında ortaklık fırsatı sunmaktadır (Aral, Tekin, 2018: 139).

Kanal sahibinin her videoda kanalına abone olunmasını, çektiği videolara beğeni ve yorum yapılmasını istemektedir. Bunun sebebi ise emeklerinin karşılığını alma düşüncesidir. Ayrıca evrende her şeyin “alma ve verme” dengesi ile ilerlediği düşüncesi ile gerçekleştiğini bildirirken, çekilen video ile bir hizmet vermektedirler. Hayatlarındaki dengenin bozulmaması adına kolektife yapılan hizmetin karşılığını abone olunarak, videonun beğenilmesi ve yorum yapılması ile almak istemektedirler. Böylelikle aboneleri ile aralarında gerçekleşen alışveriş sorunsuz sağlanmış olacak ve “alma verme” dengesi korunmuş olacaktır.

Kullanıcı yorumlarının bulunduğu yorum alanına bakacak olursak kişiler arasında çeşitli diyaloglar kurulup farklı bir sözlü kültür ortamı yaratılmıştır. Kişilerin kendi dertlerini paylaşarak diğer kullanıcıların etkileşimi ile de aralarında kurulan bağ ile önemli bir aktarım yeri oluşmuştur. Ayrıca bu alanda kullanıcılar arasında oluşmuş, kalıplaşmış sözlere de rastlanılmaktadır. Bakılmış olan falda çıkan olumlu olayların gerçekleşmesi adına kullanıcıların “Aldım, kabul ettim öylede oldu. Evrenin bütünün hayrına olsun.” gibi temennilerde bulunurken olumsuz çıkması durumunda ise “Geldiği yere geri gitsin.” diyerek kişiler, olumlu olanı alıp olumsuz durumu ise kabul etmemektedirler. Görüldüğü üzere bu YouTube kanallarında bulunan aboneler her biri kültüre etki edebilecek ilişkiler kurmuş olup ortak bir amacı paylaşmaktadırlar, her biri kendisi için izlerken yapmış oldukları yorumlarla kendileri arasında da kurduğu diyaloglarla birbirlerini desteklemektedirler. Kullanıcı yorumlarında her ne kadar olumlu yorumlar çoğunlukta olsa da olumsuz yorumlar da bulunmaktadır. Bir yıl önce çekmiş olduğu fincan seçmeli kahve falı videosuna gelen yorumlara bakıldığında Zehra isimli kullanıcının, fal bakımını yapan kişinin yalan söylediğini yazmış; Cemile ve Havva isimli kullanıcılar tarafından da fal bakmanın günah ve şeytan işi olduğunu belirten yorumlar da bulunmaktadır (URL-4). Aynı zamanda Unkown Hacker adlı kullanıcı da cehennem azabı çekeceğini, Özcan Özcan adlı kullanıcının ise izleyen herkesin falının aynı çıkmasını saçma bularak eleştirmiştir (URL-5). Bunun dışında Rabia adlı izleyici kişinin arkadaşlarına tavsiye edip kanalı takip etmesini sağlaması ve bunun dışında da önerebilecek kullanıcıların olması sayesinde yayılımın devam ettirilmesi mümkündür (URL-6).

Ayrıca kanalda “Kurşun Dökme” videoları da yer almaktadır. Fakat çekilen bu videolarda kurşun dökmenin gereksinimlerinin yerine getirilmediği, kişinin kurşun dökme hakkında bilgisi olup olmadığı hakkında hiçbir bilgi verilmeden “beğenenin hayırına” diyerek niyet ettiğini belirtirken, tek seferde kurşunu dökerek, döktüğü kurşunu da yorumlamıştır. Ayrıca videonun sonunda abonelerin dileklerini merak ettiğini belirterek yorum yapmalarını istemiş aboneleri de hayal ve dileklerini yorumlarda belirtmiştir. Ancak burada insanların hayallerinden yola çıkarak fala bakabileceği ona göre çıkarımlarda bulunabileceği düşüncesi de akıllara gelmektedir. Burada farklı bir kanal ile kıyaslama yapacak olursak eğer yine her gün kahve falı videosu çeken “Firuze_Yorumcunuz” isimli YouTube kanalında 2 Ocak 2021 tarihli çekmiş olduğu “Kurşun Dökme” videosunda kanalında ona abone olan ve onu destekleyen abonelerinin şifalanması, şansı ve bahtı açılması adına kurşun döktüğünü kendisini desteklemeyen dışarıdan gelen izleyicilere etkisi olmayacağını belirtmektedir (URL-7).

Burada kıyaslamaya gidilmesinin sebebi bu kanalda dökülen kurşunda kurşun dökken kişinin el alıp almadığını bilinmemesi ve bu konu hakkında bilgi verilmemesidir. “Firuze_Yorumcunuz” isimli YouTube kanalında kurşun döküleceği zaman kendisinin el aldığını bu olaya vakıf olduğunu belirtirken kendisi kurşun dökerken izleyicilerinde ne yapması gerektiği hakkında bilgi vermektedir. İzleyicilerin önlerinde bir bardak su bulundurması ve nazar ayetlerinden olan Felak ve Nas Suresi, Ayet-el Kürsi, Fatıha Suresi ve Kalem Suresi 51-52. Ayetlerin okunarak nefes edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Sureler okunduktan sonra üç nefeste suyun içilmesini istemektedir. Kişinin suyu içmesiyle esneme, midesinde yanma ve bulantı hissetmesi, baş ağrısı gibi belirtiler görmesi durumunda direkt olarak başını gökyüzüne çevirmesi ve kötü- negatif enerjilerin gökyüzüne gönderilmesini söylemektedir. Kişilerin üzerindeki ağırlığı alması adına suyun içerisine metal ögeler koymuş olup, kişilerin cinlerden korunması adına da soğan ve sarımsak kullanarak “Benim elim değil, Fatıma Anamızın eli” diyerek kurşunu dökmektedir. İki kanal arasındaki farka bakılacak olursa eğer incelenmiş olan “Kahve Falında” kanalınının 20 Aralık 2020 tarihli kurşun dökme videosunda bu imgelerin hiçbirine rastlanılmamaktadır (URL-8).

Her ne kadar iki kanalda kişilerin hayırına böyle bir video çekilmiş olup ve olumlu bir eylem gerçekleştirmiş, kişilere ulaşımı daha kolay sağlanmış olsa da sadece izlenme adına da böyle bir video yayınlamış olduğu fikri de akıllara gelmektedir.

2. Firuze_Yorumcunuz

51,1 bin abonesi bulunan Firuze_Yorumcunuz adlı bu kanalda toplamda 321 video bulunmaktadır. 16.10.2019 tarihinde kanalını açmış olup o zamandan 03.02.2021 tarihine kadar toplam 4.505.736 görüntülenme sayısına ulaşmıştır (URL-9).

Kanalın hakkında bölümünde kanalın tanıtımı yapılarak duru görü fal yeteneği ile kişiye özel kahve falı bakımı, su falı, yıldızname gibi bakımlar da yaptığını belirtmektedir. Böylelikle potansiyel müşterilerini bakımı gerçekleştirdiği Instagram hesabına yönlendirmektedir. Fal baktıracak olan kişinin bu hesaba ulaşarak randevu alması ve bakım yapılabilecek “uygun” bir müşteriye falına bakımını gerçekleştirdiğini danışanlarına söylemektedir. Bakım yapılacak kişinin üzerinde kötü bir enerji, büyü ya da ağır bir nazar var mı diye öncelikle yıldıznamesine bakıp kendisinin sonrasında rahatsız olmamak adına ön bakım yaptığını ve kişiye ona göre randevu vermektedir. Fal baktırmak isteyenler kendisine mesaj attığında öncelikle bu bilgileri verip ona göre bakımı icra ettirmektedirler. Ayrıca YouTube kanalında kahve falına bakarak burç yorumu yaptığı videoların yanı sıra, su falı, mum falı ve canlı yayınlar açarak kişilerin sorularını sohbet kısmında ileterek fallarına da bakmaktadır. İzleyici kitlesinin sadece Türkiye sınırları dahilinde olmadığı Azerbaycan, Bulgaristan, Almanya, Kırgızistan gibi ülkelerden de izleyicilerinin olduğu karşımıza çıkmaktadır.

Abone olarak izleyen izleyicilerine niyetle her gün içmiş olduğu kahvesini o günün tarihini vererek kahve falını kapatmış olup fal bakımını bu şekilde gerçekleştirmektedir. İzleyici kişilerin kafa karışıklığı yaşamaması adına yapılan bakım hakkında öncelikle bilgiler vererek kolektife bakım yaptığını ve bireysel bir açılım olmadığını ifade etmektedir. Kişilerin kolektife yapılan açılımda uyumlanmayacağı yerlerin olabileceğini, bu durumun kanalındaki abonelerin hepsine niyetle içtiği için her birinin enerjisinden ayrı ayrı etkilenmesinden kaynaklandığını söylemektedir. Kahve falı bakımını gerçekleştirdiği video başlıklarını özlü sözlerden oluşturmaktadır. Video başlangıcında izleyen kişiye özel ve abonelerine özel olduğunu hayırlarına niyet ederek fala bakmaya başlar. 31 Ocak 2021 tarihli “Umudun Olduğu Yerde Mucizeler Çiçek Açıyor Bak Ne Diyor Kahve Falı” videosunda akıcı bir konuşmayla kişinin yıldızının düşük olduğunu ve bundan dolayı yaşadığı sağlık problemleri olduğunu, ilişkisi olan bireylerin yaşayacağı olumsuz durumlar, kişi üzerinde bulunan nazar durumları kötü şans, bekar kişinin ilişki dünyasında yaşayacağı şans ile nişan veya evlilik yaşayacağını belirtir (URL-10).

Üzerinde kötü enerji olan veya nazara uğramış izleyicilerine okumalar yapması gerektiğine dair uyarılarda da bulunmaktadır. Haneye gelecek olumlu haber ve iş hayatında yaşanacak olumlu haberler ile maddi anlamda parasal girişlerin olacağından bahsetmektedir, bakıcı izleyicilerine harfler vererek kişinin kimlerle bu konularda enerjisinin tuttuğunu yorumlarda belirtmesini istemektedir böylelikle yaptığı bakımın ne kadar tutarlı ve olumlu olduğunu kontrol etmektedir. Kullanıcı yorumlarına bakıldığında ise enerjileri tutan kişilerin bu konuda uyumlandığını belirterek kendi hayat hikayelerinden bahsetmektedir. Ayrıca izleyicilerden kanal sahibine ulaşarak açılımlarda akıcı konuşuyor olmasını acaba bir kâğıttan mı okuyor düşüncesiyle sorular sorarak falcının güvenilirliğini sorguladıkları video sahibince belirtilmiştir. Kanalda bulunan kahve falı videolarının uzun

olduğundan dert yanan izleyicileri için hızlı hızlı baktığını ve uzatmak istemediğini belirten falcı, kurşun videolarının da çok uzun olduğunu ileten izleyicilerinin uyarılarını dikkate alarak kurşunu önceki videolarında üç kerede dökerken son zamanlarda yüklediği kurşun videolarında tek seferde kurşun dökerek yorum yapmaktadır. Video altında bulunan 344 yorum incelendiğinde Mustafa Şakar, Şengül Burma, Naz Doğangün, Nezahat Sarıkaya adlı aboneleri gibi daha birçok kanal üyesinin yorumlarına göre söylediklerinin çıktığını, açıklamaların çoğu ile uyumlanmış olduğunu belirten yorumların olduğu görülürken bu video altında kötü yorumların bulunmadığı görülmektedir. Ancak videoların sürekli olarak izlenmesi ve izleyicinin istediği an yorum yapabilmesi durumunda kötü yorumun olup olmaması durumu değişecektir. Kanalin topluluk bölümünü de aktif kullanarak kişilere kurşun videoları yüklenmeden önce yapması gerekenler aktarılırken kurşun döktürmenin faydalarından da bahsettiği paylaşımları bulunmaktadır.

Böylelikle Özdemir' in de belirttiği gibi bu gibi dijital kültür ortamı sözlü veya sözlü olmayan hem eş zamanlı hem de art zamanlı kültürel iletişim sağlayan çoklu ortam olduğu aşıkardır. Görülmektedir ki dijital kültür, geleneksel bilginin depolandığı, sanal bedensellik içinde yaşandığı, kuşaklararası aktarılabilirdiği bir alandır. Bu siber uzamda yapılan geleneksel bilgi çok daha hızlı aktarılmakta ve tüketilmektedir (Özdemir, 2020: 71).

3. Gizli Ritüel

Bir kahve falı bakan kanal ise Gizli Ritüel isimli YouTube kanalıdır. Bu YouTube kanalı 20 Şubat 2020 tarihinde açılmıştır. Ancak abone sayısını gizli tutan bu kanalın toplamda 37 videosu bulunmakta ve izlenme oranları yüksektir, 05.02.2021 tarihine kadar almış olduğu toplam görüntülenme sayısı 2.232.682'dir (URL-11). Bu kanalın ele alınmasındaki sebep, kanal sahibinin erkek olması ve bakımlarını kendisinin gerçekleştirmesidir. Ayrıca diğer fal kanallarına göre kendi adını kullanmayarak kanalına takma bir isim vermiştir ve kendisini tanıtırken de bu ismi kullanmaktadır.

Videoların dışında bireysel danışmanlık, manevi destek ve ritüeller hakkında bilgi almak isteyenlere ise WhatsApp danışma hattına yönlendirmektedir. Sadece kahve falı bakımı değil, kurşun dökme, Yıldızname, Ebcet İlmi, Havas ve Ledünnü İlmi denilen ilimlerle hazırlanmış olan tılsımlı ritüellerin yanı sıra Vefk ilmiyle yapılmış büyüsüz anında tesirli olduğunu söylediği ritüelleri de kanalda bulunduğu görülmektedir. Topluluk bölümünde abonelerine bir sonraki ritüellerin ne konuda olmasına dair anketler sunarak çoğunluğun ne isteğine göre videonun konusunu belirlemektedirler. Aynı şekilde kahve falı bakımlarının hangi aralıklarla yapılmasını istediklerini yine abonelerine sorarak haftada bir kahve falının yeterli olabileceği seçeneği ile her gün kahve falı videosu seçeneği ile %74 oranla "her güne kahve falı videosu" seçilmiştir. Ayrıca topluluk bölümünde zenginlik ve hayır kapılarının açılması adına, büyü bozma ve korunma duası,

koru çıkarmak, kötü enerjiden arınma gibi konularda ritüeller paylaştığı görülmektedir. Aşk, bağlama ritüeli için vefkler hazırladığı kahve falı, su falı, yıldızname gibi falların bakım ücretinin ise 500 TL olduğunu belirtmektedir.

28 Aralık 2020 “Sakin Es Geçme Bu Fal Kesin Çıkıyor Kahve Falı” adlı fal videosuna göz atıldığında bakıma başlanılmadan önce kişinin odaklanmasını, niyet etmesini, pozitif enerjileri üzerine alarak kişinin hayatına olumlu enerjinin yansımalarının videoyu beğenen ve yorum yapanların hayatına ışık olması niyeti ile bakıma başlamaktadır (URL-12).

Videoların içeriği genellikle çocuk, ev, para, düşmanlar ve aşk gibi genel konular oluşturmaktadır. Öncelikle videolara gelen yorumlara bakıldığında yorumlarda olumsuz bir eleştiri görülmediği gibi fala bakan kişinin erkek olmasından dolayı diğer kanallara göre erkek izleyicilerin yorumlarının daha fazla olduğu, sorular sordukları ve olumlu yorumları dikkat çekmektedir. Ayrıca kanal abonelerinin yorumlarda bulunduğu isteklere göre de video içeriği belirlediklerine rastlanılmaktadır. Katılımcı internet tabanlı medya kendini ileti kutuları ile, yorum kısımları ile, sohbet odaları ile ve bireyin internet içeriğini yeniden oluşturabilecekleri diğer ortamlar ile bu toplum otoritesine açar. Böylece, çok sesliliğin merkezkaç kuvvetini oldukça gerçekçi bir şekilde teşkil ederler (Foot ve Schneider 2006:72; Aral ve Tekin, 2018: 147). Gizli Ritüel kanalında bu durum karşımıza çıkmaktadır aboneler arasında kişinin kurşun dökmesini isteyerek ve bu yorumun etkileşim olarak video sahibinin diğer videoda kurşun dökmesi net bir örnektir. Yine diğer kanalda da olduğu gibi bu kanal izleyicileri arasında da sınırın olmadığı Azerbaycan ve Türkistan’dan da izleyicilere sahip olduğu yorumlarda karşımıza çıkmaktadır. Dijital ortamın sadece bulunduğu bağlam çevresinde değil ortak dil paydasında olduğu sürece veyahut kişilerin altyazı seçeneği ile bir araya gelebilmesi ile ulaşım sağlandığı sürece her yerden izlenebileceği ve kişinin bu geleneği şekil değiştirmiş olsa bile devam ettirdiği görülmektedir. Ayrıca kahve falıyla birlikte astrolojiye de yer verdiği ve hem kahve falı bakarak hem de burç yorumu yaptığı videolar da bulunmaktadır.

Sonuç

Görüldüğü üzere geçmişten günümüze gelmiş ve hâlen devamlılığını sürdüren bu fal çeşidi kendini güncelleyerek kendisine yeni bir bağlam edinmiştir. YouTube kanallarının yeni bir bağlam olmasıyla birlikte bakıcı ve fal baktıran arasında mekânsal ve zamansal engellerin kalktığı incelenmiş olan üç kanalda da karşımıza çıkmaktadır. Birçok ülkeden ortak dili paylaşan kullanıcı yorumları ile bunu görmekteyiz. Fal baktıran kişiler için iyi bir falcı bulma adına birer tanıtım videosu niteliğinde olan bu videolar sayesinde kişiler ücretsiz şekilde fallarını dinlemiş ve uyumlanma yaşamaları ile bireysel bakımların gerçekleşmesi için bu kişilere ulaşmışlardır. Böylelikle fal bakımının kolektiften ayrılarak yine mobil ağlar üzerinden bireysel icralara dönüştüğü görülmektedir.

Bakıcı kişilerin kendi tanıtımını yaparak ve ticari bir çıkar kazanım yolu olarak bu kanalları açmış olsalar da hem bu videolar ile YouTube bir arşiv olarak kullanılmış hem de dinleyicilerin bu istek doğrultusunda ihtiyaçlarını gidererek geleneğin devamlılığının sağlandığı görülmektedir. Gizli Ritüel ve Firuze_ Yorumcunuz adlı kanalların bu videolar ile kendi tanıtımlarını yaparak gerek WhatsApp danışma hattı ile gerekse kişisel Instagram hesapları ile müşterilerine ulaşarak bireysel açılımlar gerçekleştirdiği ve ticari bir gelir sağladıkları görülmektedir. Kahve Falında kanalı ise bireysel açılımlara yer vermeyerek kazanımı sadece YouTube izlenme geliri olmaktadır.

İncelenmiş olan üç kanalın abonelerinin topluluk kısmında yada video yorumları altında birbirleri ile iletişim sağlayarak farklı bir sözlü kültür ortamı yarattığı görülürken sadece bu bağlamda gerçekleşen fal bakımlarında anlaşılacak olan kalıplaşmış cümlelerin de ortaya çıkması oldukça önemlidir. Kanalların kişisel hesaplar olması sebebiyle kanal sahibinin kanalını kapatması, videoyu kaldırması, videolarını yoruma kapatması gibi durumlar icrayı etkilemekle birlikte kötü yorumların silinerek sadece olumlu yorumların bırakılabilir olması ihtimalleri de icranın seyrini değiştirip dinleyici kişilerin fikirlerinin sabote edilebileceği düşüncesini ortaya çıkarmaktadır.

Kişilerin hangi çağda hangi şartlar içerisinde olursa olsun her daim geleceğini bilmek isteyecek ve her ne çeşitte olursa olsun fala başvurmadan vazgeçmeyecektir. İcra edilen ortamın dijital ortam veya sözde yapay ortam olması icranın gerçekleşmediği anlamına gelmemekle birlikte sadece kendini, içinde bulunduğu çağa göre şekillendirerek güncellediğini ve böylelikle süregelen bir şekilde varlığını devam ettireceği görülmektedir.

KAYNAKÇA

Yazılı Kaynaklar

- Alagözlü, N. (2007). Bir söylem türü olarak kahve falına yönelik bir inceleme: Kahve falı ve ideoloji. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 1-22.
- Arık, D. (2017). İslam öncesi Arap inanışları. *Halk İnanışları El Kitabı*, (Ed. D. Arık - A. H. Eroğlu), 209-235, Ankara: Grafiker.
- Aydoğdu, A. - İlhan, E. (2019). YouTube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7 (2), 1130- 1153.
- Bowler, G. M. (2010). Netnografi: Sanal kültürleri ve toplulukları incelemek için tasarlanmış bir yöntem. (Çev.: İlayda Tekirdağlı Korkmaz-Zeynep Safiye Baki Nalcıoğlu). *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*, (hızl.: M. Öcal Oğuz vd.), 25-32, Ankara: Geleneksel.
- Bronner, S. J. (2009). Halk biliminin dijitalleşmesi ve sanallaştırılması. (Çev.: Şafak Yılmaz-Zehra Bayır). *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi*, (hızl.: M. Öcal Oğuz vd.), 45-94, Ankara: Geleneksel.
- Büyükokutan Töret, A. (2012). *Muğla yöresi kadın merkezli geleneksel uygulamalar ve işlevleri*. Konya: Kömen.

- Büyükokutan Töret, A. (2012a). Muğla'daki kahve falına bakma geleneği üzerine bir değerlendirme. *Folklor/Edebiyat*, 18 (71), 97-113.
- Çaycı, B. - Karagülle, E. A. (2016). İletişimin dijitalleşmesi ve kültürel melezleşme. *Global Media Journal Turkish Edition*, 6 (12), 570-586.
- Çulluhan, S. (2019). *Fal ve kahve falyıyla ilgili uygulamalara fenomenolojik bir yaklaşım*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dinç, S. (2017). Kadınların dijital olanaklarla uyumu: Türkiye örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (15), 1761-1783.
- Göker, G. (2017). Dijital heterotopyalar: "Başka Bağlamda" yeni medya. *Selçuk İletişim*, 9 (4), 164-188.
- Gülüm, E. (2019). Geleneksel kültür, medya müzeciliği ve youtube. *Folklor/Edebiyat*, 25 (99), 491-500.
- Güneş, E. (2013). *Su falı, kahve falı ve tarot kafelerine gidenlerin din psikolojisi açısından değerlendirilmesi (İstanbul örneği)*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Güney, E. (2020). Kültürel değişimler ilişkisinde post-dijital sanat: Sınır ihlalleri. *Journal of Arts*, 3(2), 129-142.
- Howard, R. G. (2008). Elektronik melezlik: Yerel ağların ısrarcı süreçleri. (Çev.: Ahmet Erman Aral-Gözde Tekin). *İnternet Folkloru: Netlore ve Netrografi*, (hızl. M. Öcal Oğuz vd.), 131-162, Ankara: Geleneksel.
- Mcneill, L. S. (2009). İnternetin sonu: Sonsuz seçim sağlamasına bir halk tepkisi. (Çev.: Tuğçe Erdal). *İnternet Folkloru: Netlore ve Netrografi*, (hızl. M. Öcal Oğuz vd.), 115-130, Ankara: Geleneksel.
- Ong, W. J. (2010). *Sözlü ve yazılı kültür - Sözüün teknolojileşmesi*. (Çev.: S. Postacıoğlu Banon), İstanbul: Metis.
- Özdemir, Y. (2020). Dijital ortamın folklorik iletişimi: Kültürel melezleşme. *Dijital Kültür 2 Yeni Medya- Küreyerelleşme- Hibritleşme-Dil-Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*, (Ed. Fatih Balcı), 61-90, Kayseri: Arı Sanat.
- Rzayeva, S. (2019). Dijital kültür ve müzelerin dijitalleşmesi. *Dijital Kültür 2 Yeni Medya- Küreyerelleşme- Hibritleşme- Dil- Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları*, (Ed. Fatih Balcı), 235-255, Kayseri: Arı Sanat.
- Sevindik, A. - Yaman, S. (2019). Yeni derleme alanları ve dijital ortamın halkbilimcileri: Ekşisözlük örneği. *Folklor/Edebiyat*, 25 (100), 1025-1055.
- Sümbüllü, Z. (2010). Fal ve falcılık kavramı ekseninde Türk kültür tarihinde fal ve kehanet. *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 17 (43), 55-72.
- Yokarı, F. (2014). *Konuşmanın etnografyası bağlamında falcılık geleneği*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yönet Eren, F. - Ceyhun Sezgin, A. (2018). Kültürel miras açısından Türk kahvesi. *Turkish Studies*, 13 (10), 697-712.

Elektronik Kaynaklar

URL-1:<https://aregem.ktb.gov.tr/TR-76265/turk-kahvesi-kulturu-ve-gelenegi-unesco-insanligin-somu.html> (Erişim: 15.12.2020)

URL-2: <https://www.youtube.com/channel/UCM4p05bzbEQHZcyKns-6A0Q> (Erişim: 20.12.2020)

URL-3: <https://www.youtube.com/watch?v=XOUoALd88Hs> (Erişim: 01.02.2021)

URL-4: <https://www.youtube.com/watch?v=64XOrSaIM4A> (Erişim: 01.02.2021)

URL-5: <https://www.youtube.com/watch?v=73-f0l6xVK4> (Erişim: 01.02.2021)

URL-6: <https://www.youtube.com/watch?v=64XOrSaIM4A> (Erişim: 2.01.2021)

URL-7: https://www.youtube.com/watch?v=w_BvxNwqKrU (Erişim: 2.01.2021)

URL-8: <https://www.youtube.com/watch?v=oxpml0mjhp8> (Erişim: 20.12.2020)

URL-9: <https://www.youtube.com/channel/UCmUFWO3yMQNlqYpIcKAXlfg> (Erişim: 18.12.2020)

URL-10: <https://www.youtube.com/watch?v=iTahvNnNrIQ> (Erişim: 31.01.2021)

URL-11: <https://www.youtube.com/channel/UCqz84HnGNAzImt0BXlReJXw> (Erişim: 28.12.2020)

URL-12: <https://www.youtube.com/watch?v=oC4tN5thibE> (Erişim: 28.12.2020)

"İyi Yayın Üzerine Kılavuzlar ve Yayın Etiği Komitesi'nin (COPE) Davranış Kuralları" çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir. / The following statements are included within the framework of "Guidelines on Good Publication and the Code of Conduct of the Publication Ethics Committee (COPE)":

İzinler ve Etik Kurul Belgesi/Permissions and Ethics Committee Certificate: Makale konusu ve kapsamı etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir. / *The subject and scope of the article do not require an ethics committee approval.*

Destek ve Teşekkür / Support and Acknowledgment: Makalenin yazımı sürecinde destek veren Doç. Dr. Aslı BÜYÜKOKUTAN TÖRET'e teşekkür edilir. / *Supporting the writing process of the article, Assoc. Dr. Thanks to Aslı BÜYÜKOKUTAN TÖRET.*

Çıkar Çatışması Beyanı/Declaration of Conflicting Interests: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarın potansiyel bir çıkar çatışması yoktur. / *There is no potential conflict of interest for the author regarding the research, authorship or publication of this article.*