

TAROT FALI VİDEOLARINDA DOLAŞIMA SOKULAN 'ERİL' VE 'DIŞİL' SÖYLEMİN ARDINDAKİ TOPLUMSAL CİNSİYET KALIPLARI

*THE GENDER STEREOTYPES BEHIND THE 'MALE' AND 'FEMALE'
DISCOURSE IN TAROT VIDEOS*

Dilara AYDIN

Bakırçay Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi
aydindil35@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8343-1759

ÖZET

Popüler kültürün kitle iletişim araçlarından beslenerek anlamları ürettiği ve kültürel anlamların popülerleşerek kendisine medya aracılığı ile bir temsil bulduğu görüşü sosyal medya platformlarının incelenmesinde elzem bir dayanak noktası olmuştur. Bu çalışmada YouTube'da fal gibi evrensel ancak aynı zamanda kültürel bir olgunun ne çeşit bir ideolojik söylem düzleminde dolaşıma sokulduğunu anlamak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda eril dışil tarot içerikli videolara Van Dijk'ın (1993) söylem analizi modeli uygulanarak söylemlerdeki kadınlık ve erkekliğin toplumda kabul gören toplumsal cinsiyet temsilleri üzerinden üretildiği ortaya çıkarılmıştır. Tarot falı içerikli videolarda görülen eril ve dışil söylemin aslında toplumda hâkim olan kadın-erkek ilişkilerini heteroseksüellik üzerinden sunduğu görülmüştür. Videolar içerisinde dolaşıma dâhil edilen söylemde fal içeriğini üreten kullanıcıların kadınlık ve erkekliği farklılaştırarak yorumlamalarından dolayı toplumsal cinsiyet eşitsizliği ibarelerini meşrulaştırdıkları görülmüştür. Aynı zamanda videoların üreticisi olan bireylerin YouTube'da dijital kimliğin sunumunu 'fal' olgusu üzerinden gerçekleştirdikleri gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Popüler Kültür Ürünü Olarak Fal, Söylem Analizi, Tarot Falı Videolarında Eril ve Dışil Söylem, Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri, YouTube.*

ABSTRACT

The view that popular culture produces meanings by being fed from mass media and that cultural meaning became popular and found a representation through the media has become an essential premise for examining social media platforms. In this study, it is aimed to understand what kind of ideological discourse a universal but also cultural phenomenon such as fortune-telling on YouTube is circulated. In this direction, by applying Van Dijk's (1993) discourse analysis model to masculine and feminine tarot videos, it has been revealed that femininity and masculinity in discourses are produced through socially accepted gender representations. The masculine and feminine discourse seen in tarot horoscope videos are mainly represented by the dominant male-female relations in society through heterosexuality. It has been observed that the users who produce the fortune-telling content circulated in the videos legitimize the phrases of gender inequality due to their interpretation of femininity and masculinity by differentiating them. At the same time, it has been observed that the individuals who are the producers of the videos realize the presentation of digital identity on YouTube through the phenomenon of 'fortune telling'.

Keywords: *Fortune Telling As A Product of Popular Culture, Discourse Analysis, Masculine and Feminine Discourse in Tarot Video, Gender Stereotypes, YouTube.*

GİRİŞ

Popüler kültür 2000’li yıllarla birlikte yaygınlaşan kitle iletişim teknolojileri içerisinde entegre bir şekilde varlığını göstermeye başlamıştır. Bu durum çeşitli medya platformlarında yeniden üretilen ekonomik, ideolojik, toplumsal ve toplumsal cinsiyete özgü bazı ifadeler ortaya çıkarmıştır (Karakoç, 2014; Eren, 2012). Popüler kültür kitle iletişim araçları üzerinden gündelik kültürün üreticisi olmaktadır. Popüler kültürün bu ideolojisi YouTube, Facebook, Instagram gibi çeşitli sosyal medya platformlarında kullanıcıların yüklediği ses, görüntü, ileti içeren içerikler ile dolaşıma sokulmaktadır (Gelebek, 2020). Bu sayede bireylere nasıl bir hayatı arzulamaları, nasıl davranmaları ve nasıl düşünceleri gerektiği üzerine çeşitli anlamlar üreten popüler kültür, Web 2.0 ağlarında yeni bir kültür formu olarak deneyimlenmektedir.

Web 2.0 olarak adlandırılan iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte görünürlük kazanan yeni medya (Altunay, 2015), kullanıcı türevli içeriklerin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır (Çomu, 2012). Yeni medyanın üç temel özelliği; etkileşim (kullanıcılar arası iletişim), kitlesizleştirme (grup içerisinde her bireyin ötekine dilediği gibi ileti gönderebilmesi sonucu oluşan durum) ve eş zamanlılık (kullanıcıların birbirlerine gönderdikleri iletilerin zaman sınırı tanımaması) olarak tanımlanmaktadır (Aydoğan ve Kırık, 2012). Bu bağlamda içerik üretmek için belirli bir uzmanlık gerektirmemesi, kamuya açık ve her an ulaşılabilir olması YouTube’un popülerleşmesine zemin hazırlamıştır.

YouTube, 2005 yılında kurulmuş olan (Yıldırım, 2018), bünyesinde “dizi, sinema, televizyon, vlog, müzik” ve daha nice görünümde içeriği barındıran bir uygulama olduğu için (Zinderen, 2020(a), ss. 220-221) kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen platformlardan biri olmuştur.

Gündelik hayattan farklı olarak sanal ortamda sunulan kimlikler, bireyin gündelik yaşamda olduğu hâlden bağımsız ‘ulaşmak istenilen ideal kimlik’ olarak inşa edilmektedir (Altun, 2019). YouTube’da her paylaşım ve üretilen her içerik, içerik üreticisinin kanalını takip eden diğer kullanıcılar (takipçiler) tarafından yorum, beğeni veya paylaşım butonları aracılığı ile yayılan bir enformasyona dönüşebilir.

Bu sayede üretilen içerikler, bir kişinin sunduğu kimlik üzerinden ifade ettiği imgesel ve simgesel anlamı, kendisini takip eden kullanıcılar tarafından etkileşime tabi tutulan anlamlar dünyasına dönüştürebilmektedir (Tokgöz, 2017). Bu bağlamda YouTube’da bireylerin sunduğu dijital içerikler, aynı zamanda sosyal ve kültürel kimliklerin de dolaşıma sokularak yeniden üretilmesini sağlamaktadır.

Kullanıcı türevli içerikler, üreticisinin cinsiyetini, etnik kimliğini ve mensup olduğu sınıfın kimliğini yansıtabilmektedir. Bireyler, takip ettikleri dijital topluluk içerisinde aidiyet ve güven belirten “biz” kültürünü yaratır ve “öteki” olarak addedilen “onlar” kategorisinden farklılaşan bir kültürel kimliğin destekçisi olurlar (Chandler ve Munday, 2018, s. 236; Zinderen, 2020(b)). Bireyler, sonsuz içerik bombardımanında

1 Yeni Yılın Öne Çıkan Sosyal Medya Uygulamaları (13 Şubat 2021). *Cumhuriyet*. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/yeni-yilin-one-cikan-sosyal-ag-uygulamalari-1813444> Erişim: 20.05.2021

istedikleri şeyi istedikleri biçimde sonsuz kapsamda sergileme fırsatı buldukları için yarattıkları dijital kimlikler üzerinden bir imtiyaz elde edebilmektedir. Bu imtiyaz, kendilerini takip eden bireylerle kurdukları dijital cemaat içerisinde sözcü konumuna geçebilen bir şöhrete sahip olmaktır (Karaduman, 2017). YouTube’da tarot falı temalı içerik üreten kullanıcıların da kendilerine özgü bir dijital kimlik yaratıp bu kimlik üzerinden ideolojik bir söylemsel imtiyaz elde ettiği düşünülmektedir.

YouTube’da kendini tarot yorumcusu olarak sunan bireylerin söylem düzeyinde toplumsal cinsiyete özgü kimlik yapılarını kullanarak bu kimliklere atfedilen kodların yarattığı cinsiyet eşitsizliğini meşrulaştırdığı düşüncesi bu çalışmanın odak noktasıdır. Bu bağlamlar odağa alınarak bu çalışmada YouTube’da tarot falı içeriklerinde eril ve dişil tarot açılımı olarak gösterilen videoların, kültürel bir inşa olan erkeklik ve kadınlık ile ilişkisi toplumsal cinsiyet temasında söylem analizi ile değerlendirilmektedir.

1. Popüler Kültürün Bir Olgusu Olarak Falın Sosyal Yaşamdaki Tezahürleri ve Toplumsal Cinsiyet Stereotipleri

“Talih, uğur, baht, niyet” gibi anlamlara gelen ve evrensel nitelikte olan fal olgusu, günümüzde daha çok modern bireyin anlam arayışına karşılık gelen bir konumda bulunmaktadır. Bir nevi kaderini tayin etme isteğinden de doğan fal olgusu, olası kötülöklere veya istenmeyen olaylara karşı tedbir alma ve kişinin hayatı hakkında olumlu sözler duyma arzusunu karşılamaktadır. Gündelik hayatın bir ürünü olarak folklorik bir yapıya da sahip olan fal olgusu, aynı zamanda bireylerin sosyalleşme ve vakit geçirme aracı olmuştur (Duvarcı, 2001, s. 118).

Fal olgusu zaman içinde falcılık mesleğini doğurmuş, sosyal veya sanal ortamda varlığını devam ettirmiştir. Bu durum fal olgusunu popüler kültür ile entegre hâle getirmiş, fal tüketilen bir meta hâline gelmiş ve ekonomikleşmiştir. Çünkü fal olgusu kendisini fal bakan ve baktıran özneler çevresinde bir söylem merkezinde kurmakta, bu söylem üzerinden de ideolojisini meşrulaştırmaktadır (Alagözlü, 2007). Fal, geniş çevrelere yayılan, popülerleşen, moda hâline gelen, alınıp satılabilen ve pazarlanan bir kültür ürünü olmuştur. İnsanların belirsizlikten ve mutsuzluktan kurtulma isteği, falcı kimliğini inşa ederek devamlılığını sağlamıştır (Halıcı, 2018).

Fal, halkın düşünce ve inanç pratiklerinden beslenen, fala inanmamayı ama falsız da kalmamayı öğütleyen söylemin içini doldurmaya çalışan bir olgudur. Falın bilinen anlamını kaybederek biçim, mekân, içerik ve yöntemsel anlam açısından değiştiği söylenebilir. Fal bugün kentleşme ve nüfus yoğunluğunun olduğu ortamlarda kitle iletişim araçları üzerinden dolaşıma sokulmaktadır. *Bimmaz Abla, Falaaddin, Derya Abla, Falcı Bacı* gibi uygulamalar bu kapsamda örnek gösterilebilir (Soydaş ve Yazıcı, 2018; Demircioğlu ve Amman, 2019). Böylelikle fal, sosyal ve kamusal alanda çingenelerin el falı baktığı yahut arkadaş arasında kahve falı baktığı fal biçiminden çıkıp sanallaşmıştır. Anlık, gündelik ve eğlencelik bir popüler kültür ürünü olarak falın anlamı magazinleşerek değişmeye başlamıştır. Artık fal bakan kişilerin uzman unvanı üzerinden sunulduğu bir bağlam ortaya çıkmış, fal bakan kişiler ‘gelecek’, ‘tarot’, ‘enerji’ gibi danışmanlıklar ile anılmaya başlamıştır (Güngör, 2005). Fal bakan bireyler, kendilerinin doğaüstü yetilere ve çok kuvvetli hislere sahip olmak gibi bazı üstün özellikleri taşıdıkları iddiasıyla fal bakmayı bir yetenek, bir yeti olarak tanımlamaktadır (Nar, 2014). Falın sanallaşması

YouTube gibi yeni medya platformlarında tarot danışmanı, tarot yorumcusu gibi unvanlar ile falcı kimliğinin görünür olmasını sağlamıştır.

Tarihi tam olarak bilinmeyen tarot falı kartlarının Hindistan, Çin veya Mısır'da yaşayan çingeneler tarafından Avrupa'ya getirildiğine dair bir söylence vardır. Kartlar, 18. yüzyıldan sonra fal aracı olarak kullanılmaya başlamıştır. 78'lik destede 22 büyük arkana, 56 küçük arkana kartları mevcuttur. Kartların ifade ettiği anlama göre bir yorumcu tarafından bu kartlar fal nesnesi olarak yorumlanabilmektedir (Güneş, 2013).

“Bir Söylem Türü Olarak Kahve Falına Yönelik Bir İnceleme: Kahve Falı ve İdeoloji” adlı makalede kahve falı söylemlerini bir tür olarak inceleyen Alagözlü (2007), sadece kahve falında değil, genelde tüm fal söylemlerinde görülen ortak döngüsel adımlardan bahsetmektedir. Birincisi kahve falında/ falda görülen sembol ya da imge, ikincisi “imgenin anlamı” kültürel olabildiği gibi fal bakan kişinin yorumlama kabiliyeti ile de ilişkilendirilebilir. Son olarak, falına bakılan kişinin hayatı ile bağdaştırılan veyahut kurgusal temelde bir öykü mevcuttur.

Alagözlü'nün de belirttiği gibi fal, Türk toplumunda daha çok kadınların ilgi alanına giren bir sosyokültürel olgu olmaktadır. Nar (2014), “Psiko-Antropolojik Bir Olgu Olarak Fal Üzerine Nitel Bir Araştırma” başlıklı makalesinde Ankara'daki fal kafelerde yürüttüğü alan araştırmasında 78 kadın ve 4 erkek bireyle görüşme gerçekleştirmiştir. Araştırmanın amacı falın sosyo-psikolojik bir olgu olarak bireyler üzerindeki etkisini incelemek olsa da katılımcıların çoğunluğunun kadın olması bu araştırmanın oluşumunda etken bir rol oynamıştır. Kendisinin de araştırmada belirttiği gibi, “yaygın olarak fal baktırmaya gelenler kadın bireyler olmakla birlikte her yaş, meslek ve gelir grubundan kişiler” olmaktadır (Nar, 2014, s. 521).

Güngör (2005), “Popüler Kültürün Bir Olgusu Olarak Fal” adlı çalışmasında fal bakan ve baktıran bireylerle görüşerek bakanın neden fal baktığını ve baktıranın neden fal baktırdığını, genel anlamda faldan ne beklediğini popüler kültür ekseninde tartışarak tespit etmeyi amaçlamıştır. Ankara ilinin farklı semtlerinde yürüttüğü araştırmasında fala baktıran 127, fala bakan 25 kişiyle anket çalışması gerçekleştirmiş ve fal baktırmaya gelenlerin çoğunluğunun kadın olduğu, fal bakanların da 17'sinin kadın, 8'inin erkek olduğu ortaya çıkmıştır. Görüldüğü gibi araştırmanın örnekleme dair bulgular, bu araştırmanın tasarımının toplumsal cinsiyeti odağa almasını meşrulaştırmaktadır.

Canoğlu ve Yaşa Özeltürkay'ın (2018), “Popüler Kültür, Batıl İnançlar ve Fal Baktırmak: Fal Odaklı Kafelere Giden Müşteri Profilinin Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Çalışma” adlı makalesinde Adana evrenindeki fal kafelerde batıl inanç pratiği olarak ele alınan fal baktırmının nasıl deneyimlendiğine ve kimlerin fal kafelere gittiğine dair görüşmeler yer almaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan 22 katılımcının 17'sinin kadın olması, bu araştırmanın hazırlanmasında referans alınan bir diğer örnek olmuştur.

Sosyal medyanın popüler kültürü kendi içerisinde dijital bir kültür olarak yeniden üretmesi ve falın sanallaşması düşüncesinden yola çıkarak YouTube'da fal içeriklerinin nasıl bir söylem üzerinden kendisini gösterdiği ve bu söylemlerin arka planında hangi yapısal gerçekliğin olduğu araştırmanın merak nesnesi olan ilk sorulardır.

Falın birçok farklı çeşidi olması ancak hepsinin ortak yönünün kendisini

söylem üzerinden kurması ve bir ifade biçimini göstermesi bakımından YouTube’da tarot yorumculuğu, tarot danışmanlığı gibi etiketlerle dolaşıma sokulan tarot falının da Alagözlü’nün (2007) çalışmasında görüldüğü gibi ideolojik bir yanı olup olmadığı bu araştırmanın merak ettiği bir bağlamdır. Fal, sadece gelecekte haber vermemekte, aynı zamanda bir toplumun kültürel yapısındaki yapıp-etme biçimlerini dışa vurmaktadır. Bunlar; düşünce, davranış ve inanç biçimi, alışkanlık vb. şekillerde tezahür edebilmektedir (Güngör, 2005). Toplumsal cinsiyet kalıpları bir toplumun kendine özgü kültürel yapısının davranışsal ve sosyal tezahürlerini içermektedir. Dolayısıyla yapılmış alan araştırmalarından elde edilen verilere göre fala bakan ve baktıran bireylerin çoğunlukla kadınlar olması, bu araştırma kapsamında falın dijital ortamdaki görünümünün ve işlevinin de cinsiyetle ilişkili olup olmadığına dair merak edilen bir konu olmuştur.

“Cinsiyet”, biyolojik olanı tanımlarken; “gender” toplumsal cinsiyeti tanımlamaktadır. Toplumsal cinsiyetten bahsedildiğinde cinsiyete özgü rol ve sorumluluklar üretilerek, kadınlık ve erkeklik kimliği oluşturulmaktadır. Böylelikle eril ve dişil roller, bireylerin toplumsallaşma sürecinde dil, söylem ve konuşma üzerinden dolaşıma sokulmaktadır (Vatandaş, 2007). Erkeklik ve kadınlık rolleri toplumdan topluma, kültürden kültüre değişse de erkekliğin kamusal alanda tanımlanarak inşa edildiği söylenebilir (Ersöz, 2015).

Hegemonik erkeklik, genel tanımıyla orta yaş, beyaz, orta sınıf gibi özelliklerle (Connell, 1995; 1998) tanımlansa da içinden çıktığı yapıda toplumsal ve kültürel olarak üretilen babalık, özgürlük, bağımsızlık, cesurluk, güçlülük, koruyuculuk, modernlik gibi özellikleri de karşılaması beklenir (Biricik, 2008; Ok, 2011; Sancar, 2009; Selek, 2014; Aydın ve Atalay, 2021). Kadınlık ise ev içinde özel alanda konumlanmakta ve daha çok annelik rolü ile tanımlanmaktadır. Kadınlık aynı zamanda erkeğin himayesinde, edilgen ve ikincil bir konumda üretilmektedir. Toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde erkeğin kadına göre hiyerarşik bir konumu olduğu söylenebilir. Duygusallık gibi insana özgü bir hissiyatın dahi kadınlara atfedilip erkeğin akılcılıkla birlikte anılması toplumsal cinsiyet eşitsizliğini derinleştirmektedir. Toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde kadına ve erkeğe farklı roller atfedilmesi cinsiyet eşitsizliğinin görünür olduğu ilk meşru düzlemdir (Bora, 2012).

Bireyler, çocukluktan itibaren aile içerisinde kadınlık ve erkekliğin duygu, düşünce ve pratikte nasıl belirlendiğini öğrendikleri bir ortam içerisinde yetişmektedir. Kadınlığı evlenip anne olmayla özdeşleştiren birey hayatı boyunca bu beklentiyi sürdürebilirken, erkek olmayı erkekliğe atfedilen hegemonik özellikler üzerinden kurgulayan birey ise hayatı boyunca bu rolün pekiştiriciliğini yapabilmektedir (Çifçi, 2008). Böylelikle her toplum kendi toplumsal değişme süreçleri içerisinde toplumsal cinsiyet örüntülerini aile, toplum ve kültürün iş birliği sonucu dolaşıma sokarak yeniden üretmektedir. Her ne kadar modernleşme ile birlikte kadının iş hayatına katılması, annelik ve ev içi rollerine çalışma hayatında bir rol daha eklese de hâkim ataerkil paradigmanın sosyalizasyon içerisinde devamlılık gösterdiği söylenebilir.

Ataerkil yapı içerisinde erkeklerin ailenin reisi olması ve kadının ev içi sorumluluğu üstlenen bakım verici, anlayışlı, narin olarak tanımlanması, ‘tanımlama’ düzleminde dahi erkeğin üstün konumunu göstermektedir (Erzeybek ve Gökçearslan

Çifci, 2019). Bu bakımdan gerek özel gerek kamusal alanda kadının ikincil planda oluşu erkeği üstün konumlayan toplumsal ve kültürel söylemlerin devamlılığını sağlamaktadır.

Butler'a göre toplumsal cinsiyetler cinsiyet, cinsellik ve arzu etkileşiminde tutarlı bir normallik olarak anlaşılır bir biçimde kurgulanmaktadır. Toplumsal cinsiyet, süreklilik gösteren bir süreç olarak normalleştirildiği için aykırı olan bu normale göre belirlenir. Böylelikle toplumsal cinsiyet, tutarlılık ve devamlılık ekseninde performatif bir süreç olarak işlemektedir. Heteronormatif düzenin kadınlık ve erkeklik performansları üzerinden inşa edildiği söylenebilir. İktidar sınırını çizdiği kadınlık ve erkekliğin meşru yapısı üzerinden kendisini kurabilir. Eylem düzeyinde kadın ve erkeğe ilişkin dişil ve eril yaptırımlar atfedilerek toplumsal cinsiyet eşitsizliği üretilmiş olur. Sosyalleşme düzeyinde de bireyler kendilerini bu eril ve dişil normlara göre yapılandırarak ifade ederken bu cinsiyet eşitsizliğini pekiştirmektedir. Heteronormatif düzen kendisini birinin ötekini arzulanacağı şekilde kurguladığı için inşa edilen iki kimliğin cinsel açıdan birbirini tamamlayan tezatlıklar olarak görülmesini sağlar. Eril olan tahakkümünü dişil üzerinde kendisini arzu düzleminde kurarak dişili arzu duygusunda bile kendisine bağımlı bir konuma hapseder. Böylelikle diğer toplumsal cinsiyetler heteronormatif düzlemden aykırı olmaları gerekçesiyle dışlanmış olur (Butler, 1993, ss. 7-23).

Toplumsal cinsiyet rollerinin toplumsal olarak benimsenmiş ve kanıksanmış hâli olarak toplumsal cinsiyet kalıpları karşımıza çıkmaktadır. Bu kalıplar artık sosyal bir davranış kalıbı hâline geldiği için hukuki, yapısal, medya ve eğitim gibi unsurlar da bu davranış kalıplarını empoze etmekte tampon işlev görmektedir (Dondurucu ve Uluçay, 2015).

Toplumsal algının yönetilmesinde medyanın kitle iletişim araçlarını devreye sokma ve ideolojik aygıtlarını kültürel kodlar üzerinden meşrulaştırma girişiminde bulunma konusunda oldukça başarılı olduğu söylenebilir (Güler, 2014). Geleneksel medyada TV dizilerinin bu misyonu toplumsal cinsiyet kodları üzerinden ürettikleri olay örgüsü, hikâye ve anlatılar ışığında izleyicilerin karşısına getirdikleri söylenebilir. Üstelik TV dizileri toplumsal cinsiyet temsillerini kültürel yapıda egemen olan kadınlık ve erkeklik kabulleri dâhilinde üreterek ideolojik hâle büründürmektedir. Kadınlık TV dizileri içerisinde, “namuslu eş, fedakâr anne, ev hanımı, hayalindeki erkekle evlenmeyi bekleyen” gibi formlar üzerinden sunulabilmektedir (Şakrak, 2020). Kadınlık Williamson'a göre, aynı zamanda ekranlarda ilişkiler, aşk ve cinsellik temaları üzerinden işlenen bir alana indirgenerek belirli toplumsal cinsiyet kodları üzerinden sunulmaktadır (Williamson'dan aktaran: Varlı Güler ve Güler, 2020). Kadın, sabreden ve baba ya da eşin himayesi altında erkeğe muhtaç olarak sunulmaktadır. *Ekmek Teknesi* dizisinde beş kız kardeşin öyküsü işlenirken tüm bekâr kızların evlenmek istedikleri ve bunun için bekledikleri, hazırlık yaptıkları konusu vurgulanmaktadır (Tanrıvermiş, 2007). Bu nedenle medyada özellikle TV dizilerinde, evlilik gibi kültürel bir konunun kadınlığın inşa edilmesinde ve onaylanmasında önemli bir mertebeye olarak gösterildiği söylenebilir.

TV dizilerinde erkekliğin sunumunda çoğunlukla zengin genç-yaşlı, baba-eş, eşini aldatan ya da eşine sadık, güçlü, başarılı, cesur, öz güvenli, bağımsız, istediklerini yapma hakkına sahip olan, light-kılıbık, hükmeden-saldırgan vb. erkeklik imgeleri yer almaktadır. Eşini aldatan erkek modeli, eşinden beklediği ilgiyi eşine göstermeyen, başka

insanlarla ilişki yaşasa dahi eşinden ayrılmak istemeyen bir profildir. *Aliye* dizisindeki Sinan eşini aldatan erkek modeline bir örnek olarak verilebilir (Tanrıvermiş, 2007, ss. 92-104). Bir erkeğin himayesinde, korumasında olmayan kadın güçsüz ve yetersiz bir profil üzerinden TV dizileri içerisinde sunulmaktadır. *FOX TV*'de yayımlanan *Kadın* dizisi bu kapsama bir örnek gösterilebilir (Polat, 2019). Bu bağlamda medyanın sosyal yaşamı ekrana yansıtarak toplumsal cinsiyet rollerini yeniden üretmesi, ataerkil yapıda hâkim olan cinsiyet rollerini onaylayıcı söylemlerin dolaşıma sokulmasını sağlamaktadır.

Yeni medya araçlarından biri olan YouTube'un bu ideolojik işlevi kullanıcı türevli içerikler vasıtasıyla yürüttüğü söylenebilir (Çomu, 2012). Medyanın temsiliyet konusunda temsilleri üreten, var olan ideolojik temsilleri dil ve söylem aracılığı ile dijital ortamlarda yeniden üreten bir konumda olduğu söylenebilir. Kültürün içinden çıkan belli anlamları, simgeleri ve imgeleri kullanarak söylemsel düzeyde bir anlam inşası ortaya koymaktadır. Temsiller üzerinden anlamı inşa eden medya, toplumsal cinsiyet temsillerini bireylere farklı yollar ile tekrardan sunabilen ve böylelikle bir norm olarak kanıksanmasını sağlayabilen bir yapıdır (Söğüt, 2019).

YouTube'da kullanıcı türevli içerikler arasında bilinçli veya bilinçsizce “kadınlık” ve “erkeklik” üzerine kurulan (Kenet, 2019, s. 107) söylemlerin gerek etkileşim sayısını arttırmak gerek benliğin sunumu gerekse sosyalleşme istemiyle dolaşıma sokulduğu bilinmektedir. Böylelikle toplumsal yapıda var olan erk egemen cinsiyet sistemi, hâkim kültürel paradigma ve dil aracılığı ile bireylere empoze edilir. Medya kültürden beslenen bir aygıt olması dolayısıyla toplumsal cinsiyet kodlarını içeren hâkim kültürü kendisine yansıtmakta ve yansıyan şeyi yansıtana geri yansıtılmaktadır (Avcı ve Güdekli, 2018).

Medya mecralarında kurulan erkeklik temsillerinin söylem düzeyinde erkek üstünlüğü, güçlülük, savaşçı, cesaretli, “bağımsız”, “başına buyruk”, vb. özellikler ile kendini gösterdiği söylenebilir. Kadınlık ise erkekliğin tam tersi edilgenlik üzerinden kurgulanan duygusallık, evcimenlik, itaatkârlık, “yuva yıkan ahlaksız kadın”, “iyi bir eş, iyi bir anne”, “cinsel obje”, “korunmaya muhtaçlık” vb. özellikler ile kurulmaktadır. Medyada toplumsal cinsiyete dair sunulan tüm kalıpların bireylere kendilerini konumlandıracağı bir kimlik, “kime ve neye değer vereceklerini”, davranış ve düşüncelerini toplumda nasıl yansıtacaklarını öğreten, belirli toplumsal cinsiyete özgü ifadeler sunmaktadır (Kenet, 2019; Söğüt, 2019, ss. 216-217).

Yeşil ve A. Yıldırım (2019), Van Dijk'in eleştirel söylem analizi metodunu kullanarak evlilik programlarında “kadınlık” ve “erkeklik” üzerinden kurulan toplumsal cinsiyet eşitsizliği/benzerliğini araştırmıştır. Üç farklı TV kanalında yayımlanan evlilik programlarını örneklem alan çalışmada, üç programda da erkek üstünlüğü söylemi üzerinden erkeğin etken, kadının edilgen olarak farklı özellikler üzerinden konumlandırılıp eşitsiz bir düzlemin içerisine dâhil edildiği gözlenmiştir. Latif ve Karkış (2018), sosyal medya reklamlarının kadınlık kimliği gösterimleri üzerinden toplumsal cinsiyet algısını nasıl etkilediğini yapmış oldukları çalışmada ele almıştır. Göstergebilim analizi kullanarak YouTube'da yayımlanan 116 reklamın, erkeklerin ürün tanıtımı videolarında ikna edici etken rolünün kadınların ikna edici etken rolüne göre daha fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Erkeklerin temsil ettiği alanların bankacılık, finans gibi uzmanlık içeren alanlar olduğu, kadınların ise daha çok hedonik tüketim içeren kozmetik alanlarda temsiliyet bulunduğu

görülmüştür. Bunun yanında kadınlar, edilgen ve pasif olarak ikna edilen konumlarda temsil edilmiştir. Uzmanlık alanlarının dahi cinse özgü olarak farklılaştırılması, erkekleri kadının üzerinde konumlayarak cinsiyet rollerinin farklılaşmasını onaylamaktadır. Kullanılan ses, görsellik, simgeler ve imgeler dahi kadınlığı ve erkeklığı toplumsal cinsiyet düzleminde farklı temsiller üzerinden sunmaktadır. Bu bağlamda farklı medya araçları üzerinden toplumsal cinsiyet ideolojisinin söylemler ve göstergeler üzerinden meşrulaştırılabilmesi YouTube’u da önemli bir araştırma evreni hâline getirmektedir.

Tüm bu literatür ele alındığında YouTube’da eril ve dişil tarot etiketi ile dolaşıma sokulan içeriklerdeki fal söyleminin toplumsal cinsiyeti içeren ideolojik bir ilişkisi olup olmadığı bu çalışmanın yola çıktığı önemli bir odak noktası olmuştur.

2. Yöntem

Bu çalışmada popüler bir sosyal medya platformu olan YouTube’da yer alan eril dişil tarot içerikli videoların söylem analizi ile incelenmesi amaçlanmıştır. Eril dişil tarot konulu içerikler toplumsal cinsiyet kapsamında ele alınarak incelenmektedir. Çalışmanın evreni YouTube’daki tüm fal videoları olmakla birlikte örnekleme kartopu örnekleme modeli ile seçilen 3 adet videodur. YouTube arama motoruna eril dişil tarot ifadesi yazılarak seçilen ilk örneklemin izlenme sayısının fazla olmasına dikkat edilmiştir. Ardından, YouTube’un önerdiği videolar arasından diğer 2 örnekleme ulaşılmıştır. Araştırmacı videolara ulaşırken herhangi bir YouTube hesabı kullanmadan tamamen anonim kalmıştır. Videoların izlenme sayısının yüksek olması ve videoyu yükleyen kişinin takipçi sayısının fazla olması gibi kriterler dâhilinde örnekleme seçilmiş, bunun dışında ulaşılan videolar kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırma örnekleminin 3 videodan oluşması araştırmayı geçerlilik ve güvenilirlik açısından sadece bu 3 videodan elde edilen veriler ile sınırlandırmıştır. Araştırma nesnesinin sadece YouTube olması dolayısıyla diğer video paylaşım sitelerinin kapsam dışı bırakılmış olması da sınırlılıklar dâhilindedir.

Araştırma, 2021 yılının Mayıs ayında yürütüldüğü için ele alınan içerikler 2021 yılında yayımlanmış videolardan oluşmaktadır. Araştırma kapsamında YouTube’dan elde edilen içerikler, Van Dijk’in (1993; 2003) haberlerin analizinde uyguladığı söylem analizi yönteminin video içeriklerine uyarlanmış hâli (Çomu, 2012) üzerinden incelenmiştir. İncelenen videolarda söylem düzeyi makro ve mikro olarak analiz edilmiştir. Söylem analizi ile incelenen videolar, birer metin olarak görülmüş ve tüm görüntü, ses ve konuşma metin olarak analiz edilmiştir. Örnekleme dâhilindeki videoların künyesi analiz tablosunun başında yer almaktadır. Bu araştırma kapsamında uygulanan söylem analizinin YouTube videolarına uyarlanabilen örneği aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

**Tablo 1: Video Paylaşım Ağlarına Uyarlanan Söylem Analizi Uygulama Modeli
(Çomu, 2012, s. 139)**

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

- a. Başlık
- b. Video Tanımı
- c. Etiketler

2. Şematik Yapı

- a. Durum Tanımı
 - 1. Videonun Anlatım Dili
 - 2. Sonuçlar
 - 3. Art Alan Bilgisi
 - 4. Bağlam Bilgisi

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

- a. Cümle Yapılarının Aktif veya Pasif Olması
- b. Cümle Yapılarının Basit veya Karmaşık Olması

2. Bölgesel Uyum

- a. Nedensel İlişki
- b. İşlevsel İlişki
- c. Referansal İlişki

3. Kelime Seçimleri

(Metafor, metanomi, düz değişmece)

4. Retorik

- a. Görseller
- b. İnanırcı Bilgiler

2.1. Araştırma Soruları

Bu araştırma, eril dışıl tarot konulu içeriklerin toplumsal cinsiyet kapsamında nasıl sunulduğunu söylem analizi ile ortaya koymayı amaçlamaktadır. YouTube’da eril ve dışıl tarot içerikli videolarda kadınlık ve erkeklik kimliğine ilişkin toplumsal cinsiyet temasında açık veya örtük eşitsizlik içeren ifadeler olabileceğinden yola çıkılarak 3 araştırma sorusu belirlenmiştir. Araştırmanın soruları aşağıdaki gibidir:

1-İncelenen videolar içerisinde şematik yapıda toplumsal cinsiyet rol ve temsilleri dâhilinde kadınlık ve erkekliğin yeniden üretimi nasıl gerçekleşmektedir?

2- İncelenen videolar içerisinde bağlam bilgisi çerçevesinde kadınlık ve erkeklik ilişkileri toplumda hâkim kültürel yapıdaki heteroseksüel ilişkilerin algılanışı kapsamında nasıl meşrulaştırılmaktadır?

3- İncelenen videolar içerisinde kelime seçimleri toplumsal cinsiyet rolleri içerisinde yeniden üretilen toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini ne şekilde barındırmaktadır?

2.2. Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırmada 2021 yılında YouTube arama motoruna eril dışıl tarot yazılarak ulaşılan ilk yüksek izlenme sayılı video örneklem olarak alınmıştır. Ardından YouTube’un önerdiği diğer 2 yüksek izlenmeli video örneklem olarak seçilmiş ve bu seçim aşamasında araştırmacı herhangi bir YouTube hesabından giriş yapmamıştır. Böylelikle örneklem seçiminde tamamen anonim olunabilmektedir. Örneklem dâhilindeki videolar sırasıyla; *Kalbindeki Kişinin Düşünceleri Hisleri - Detaylı Açılım - Tarot Yorumu* (Yaman, 2021), *27/4/2021 Akrep Dolunayının İkiz Ruh ve Ruh Eşi Yolculuğuna Olan Etkisi* (Eriçdem, 2021), *Eril Dışıl Güncel Tarot Açılımı @AyşeGül ERGİN VLOG Abone Olabilirsin* (Ergin, 2021) adlı videolardır.

Tablo 2: Kalbindeki Kişinin Düşünceleri Hisleri - Detaylı Açılım - Tarot Yorumu Videosuna Ait Genel Bilgiler

Başlık:	Kalbindeki Kişinin Düşünceleri Hisleri - Detaylı Açılım - Tarot Yorumu
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=_k4NtvjAgXk
Süresi:	43 dakika
Yüklenme Tarihi:	7.05.2021
İzlenme Sayısı:	22.840

Beğenilme Sayısı:	2.700
Beğenilmeme Sayısı:	36
Yorum Sayısı:	242
Tanımı:	tarot, tarot falı, peri yaman, aklımdaki kişi, tarot açılımı, eril dişil enerji, eril dişil enerji tarot, aklımdaki kişi tarot, ex partner tarot, tarot fal, twin flame, kalbindeki kişi, katına destesi, #tarot , #tarotfali , #aklımdakikişi , Katına siparişleri için linke tıklayınız https://www.trendyol.com/medusa-sanal...
Etiketleri:	#tarot , #tarotfali , #aklımdakikişi

2.2.1. Kalbindeki Kişinin Düşünceleri Hisleri - Detaylı Açılım - Tarot Yorumu Adlı Videonun Söylem Analizi ile Çözümlemesi

2.2.1.1. Makro Yapı (Tematik Yapı)

Videonun başlığında videonun içeriğine dair enformasyon bilgisi verilmiştir. Başlık, videonun temasının tarot kartlarını kullanarak fal bakma pratiği içerdiğini göstermektedir. Videonun ana fikri, partnerinden ayrı olan kişinin partnerinin durumunu öğrenmesi için fal bakmaktır. Videonun içerisinde geçen “kalbindeki kişinin düşünceleri hisleri” söyleminin başlıkla uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Videonun tanımı ve etiketleri başlıkla uyumlu görünmektedir. Tanım ve etiketler bir bütün olarak videonun içeriğine dair enformasyon verse de açıklama kısmında online alışveriş sitesi linki bırakılmış olması içerikten bağımsız görünmektedir. Kullanıcı, kendisini takip eden kişilere tarot kartı satın almaları için mağaza önerisinde bulunmuştur. Kullanıcının video içerisinde de link bıraktığı ürünü, söylem boyutunda tavsiye olarak dile getirdiği gözlenmiş ve açıklama kısmındaki linke dikkat çekmek istediği görülmüştür. Videonun tematik yapısı videonun içeriğine dair enformasyon vermekte, videoda kadınlık ve erkeklığe dair heteroseksüel ilişki yapısındaki toplumsal cinsiyet farklılıklarından bahsedilmektedir. Toplumsal cinsiyet rollerine vurgu yapılarak anlatılan romantik ilişki içerisinde, Butler’ın da belirttiği (1993) gibi erkeğin yani erilin kadını arzularında dahi kendine bağımlı kıldığı hegemonik ilişki formu yansıtılmaktadır.

2.2.1.1.1. Şematik Yapı (Durum Tanımı, Videonun Anlatım Dili)

Anlatım dili, tarot kartları üzerinden bir kişinin yorumlamalarına dayanmaktadır. Anlatım diline yardımcı göstergeler; tarot kartları ve tarot kartlarının dışında hangi bağlamda söylemin sürdürüldüğünü bildiren küçük not kağıtlarıdır. Videoda sadece içeriğin üreticisinin yer aldığı ve anlatımda betimleyici bir tonda olay örgüsü söylemi olduğu görülmektedir. Anlatımda sade bir dil kullanılmaktadır.

2.2.1.1.2. Sonuçlar

Bu içerik, kadınlık ve erkeklik rollerini eril ve dişil enerji söylemi üzerinden tarot kartı göstergelerini kullanarak ortaya koyan kullanıcı türevli bir içeriktir. Fal pratiği aracılığıyla kullanıcı toplumsal cinsiyet söylemini meşrulaştırır. Sonuç olarak içerik üreticisinin “hakikat sözlüğü” seçimi yaparak Şems-i Tebrizi ve Mevlana’dan alıntıladığı sözler kadın ve erkek olarak düşünülen partnerler adına okunmuştur. Kullanıcı, izleyici kitlesine yani kadın olarak varsaydığı cinsiyete yönelik Şems-i Tebrizi kartını açarak; “Düzenim bozulur, hayatımın altı üstüne gelir diye endişe etme. Nereden bilebilirsin hayatının altının üstünden daha iyi olmayacağını” sözünü okumuştur (Yaman, 2021, 40:41). Kullanıcı bu okuma ile izleyicilerine tarot kartından referans vererek bir sonuç sunmaktadır. Kullanıcı, kadının erkek partner ile tekrardan konuşulabileceği ama bunun kadın için iyi olmayacağı mesajını örtük bir şekilde vermektedir. Mevlana’nın; “Gönül han değil dergâhtır, paldır küldür girilip çıkılmaz gınahtır” sözü eril için okunmuştur (Yaman, 2021, 42:11). Kullanıcı videoyu erilin sadakatsiz ve düzenli ilişki insanı olmadığı şeklinde bir yorum yaparak Mevlana’nın sözünün eril için bir uyarı olduğu mesajını vererek sonlandırmıştır.

Erkeği ve kadını hâkim kültürel kodlar içerisinde çıkan heteroseksüel ilişki formu içerisinde konumlandırılan söylem düzleminde kadınlık ve erkeklik yeniden üretilmiştir. Videoda aldatan ve yalan söyleyen bir erkek profilinin sunulması eril enerji söylemi üzerinden kadını ikincilleştirilerek erkeğin üstün konumunu meşrulaştırmaktadır. Erilin haklılığı üzerine kurulan söylemde, erilin aslında videoyu dinleyen dişil enerjisini sevdiği ve üçüncü kişi olan şeytanı (ikinci bir kadın) sevmediği görülmektedir. Eril, toplumda erkekliğe atfedilen üstünlük örneklerini “cinselliği özgürce yaşama, bağımsız olma, kontrolü elinde tutma” temelinde yansıtmakta, Demren’in (2008) belirttiği üzere cinselliğin kurucu ögesi olarak kabul gördüğü için kadın cinselliği üzerinde de söz sahibi olmaktadır. Kadınının ise vazgeçmek isteyen ama vazgeçemeyen bir konumda bulunması Bora’nın (2012) ifade ettiği şekilde ‘edilgen, pasif ve erkeğe bağımlı’ yapıda kabul gören kültürel kadınlık prototipini yansıtmaktadır. Bu bağlamda videoda kadına ve erkeğe atfedilen özellikler söylem düzeyinde farklılaştırıldığı için cinsiyet rollerinin eşitsizliğinin vurgulandığı görülmektedir.

2.2.1.1.3. Art Alan Bilgisi

Videoda, videoyu izleyen kişinin partnerinin profiline yönelik zihninde ve kalbinde neler olduğu bilgisi verilmekte ve bu bilgilerin geleceğe dair ilişkinin gidişatını nasıl etkileyeceği üzerine bir söylem oluşturulmaktadır. İçerik üreticisi, kadın ve erkek romantik ilişkisi olarak bahsettiği fal yorumunda ilişkinin gidişatını kadınlık ve erkeklik rolleri kapsamında ele almaktadır. Tarot kartlarını yorumlarken kartların simgesel anlamlarını birbirleri ile bağlantılı bir şekilde açıklamakta ve kartları metaforlar üzerinden yorumlamaktadır. Kartları okurken güncel olarak fal için niyet edilen kişinin ne durumda olduğu, romantik ilişki konusunda ne hissettiği ve gelecek olarak adlandırdığı ilişkinin son durumunda neler olacağı bilgisini sıralı bir şekilde vermektedir.

2.2.1.1.4. Bağlam Bilgisi

Romantik ilişkilere dair tarot açılımı içeren video kendi bağlamı içerisinde

görülmektedir. Masada kartların anlamlarına göre okunması ve sırası gelen kartın yorumlanmak üzere değiştirilmesi ile sıralı bir anlatım izlenmiştir. Fal yorumunun hem konusu hem de falı bakan kişinin söylemleri bakımından gündelik hayata dair izler barındırdığı söylenebilir. Gündelik hayat pratikleri içerisinde heteroseksist normlara dayanan ilişkilerin çözülmesi yapılmaktadır. Heteroseksüel düzen içerisinde kadınlık ve erkeklik rollerinin, ilişkilere yansması ve toplumsal cinsiyet kabullerinin romantik ilişkiler üzerinden yansıtılması ele alınmaktadır. Romantik ilişkilerin gidişatı kadınlık ve erkeklik rollerini örtük bir şekilde gündeme getirmekte ve toplumsal cinsiyet kodları içeren söylemler üzerinden yeniden üretilmektedir. Heteroseksüel ilişkilerde erkeğin cinsellik, bağımsızlık, güdüsellik, akılcılık ve çok eşlilik üzerinden konumlanışı meşrulaştırılırken, kadınlığın ikincil, edilgen ve tabi durumda oluşu toplumsal cinsiyet eşitsizliğini meşrulaştırmaktadır. Aldatma ve yalan temasını meşru kılmak için erkeğin üstün bir konumda gösterilmesi davranışının haklı gösterilmesine dayanak olmuştur. Kadının videodaki tarot kartları göstergeleri nedeniyle erkeğin aldatma ve yalan davranışını yadırgaması üzerine videoda kadın için erkeğin perspektifinden “sivri dilli”, “çatal dilli” gibi bir söylem inşa edilmesi Avcı ve Güdeklî’nin (2018), belirttiği şekilde cinsiyet giydirilmiş dil kullanımlarındaki eşitsiz konumları göstermektedir. Heteroseksüel ilişkiler içerisinde erkeğin özerk ve istediğini yapabilecek konumda bir özne oluşu bu söylemler üzerinden meşrulaştırılmaktadır.

2.2.1.2. Mikro Yapı (Sentaktik Çözümleme)

Videoda konuşan kişinin takipçilerine kendisini takip ettikleri için biz dili kullanarak teşekkür mahiyetinde bir giriş yapması videonun gidişatını belirlemiştir. Bu girişin devamında konuşmacı fal anlatımına başlamadan önce falı nasıl bakacağına dair bilgi vermiştir. Kullandığı dil yapısı akıcı ve anlaşılır olmakla birlikte cümlelerini tane tane ve özenle seçtiği, hitabeti düzgün bir anlatım tercih ettiği görülmektedir. Videoda hikâyeci bir anlatım sergilenmesinden, bir olay örgüsü anlatılmasından dolayı aktif fiil cümlelerinin yer aldığı tespit edilmiştir. Bunun yanında konuşmacının olayın akışına göre kendi yorumlarını katmasından ötürü devrik cümlelerin de konuşmada yer aldığı gözlenmiştir. İzleyici kitlesinin de iç sesine ses olabilme gayesi taşıyan tarot yorumcusunun cümlelerinin yapısı olay örgüsünün gidişatına göre değişmiştir. Gündelik bir dil ve anlatım tercih edilmiştir. Geçmiş zaman (-miş /-miş), gelecek zaman (-acak /-ecek) ve geniş zaman fiil çekimlerine de yer verilmiştir.

2.2.1.2.1. Bölgesel Uyum

Anlatıcının kullandığı cümleler arasında nedensel bir bağlantı olduğu görülmüştür. Cümlelerin ardışık bir şekilde eklenildiği ve tarot kartlarının üzerindeki görsel, imgesel ve göstergesel değerlerin yorumcunun kurduğu bağlantılar ışığında videonun temasına uygun ifade edildiği görülmüştür.

Anlatıcı, videoyu izleyen kişiyi dişil enerji olarak yani kadın olarak konumlandığı ve bunu söylem düzeyinde de video içerisinde yansıttığı için kartların bir erkeğin yani eril enerjinin zihin, kalp ve düşünceleri üzerine yorumlandığı anlaşılmaktadır. “Burada giden bir kadın var. Kadın diyorum öyle hissediyorum çünkü” (Yaman, 2021, 23:17) söylemi ile falı dinleyen kitleye seslenen yorumcunun bu ifadeyi kullanmasının, Nar’ın (2014) araştırmasında görüldüğü gibi fal kültürüne kadınların

daha fazla sahip olması ile ilişkili olduğu kendisinin de kadın olması ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. İşlevsel ilişki kapsamında nedensel olarak art arda sıralanan cümleler, konu bakımından kadınlara hitap etmesi ve anlatıcının bunu açık veya örtük olarak söylemelerinde dile getirmesi kapsamında işlevsel bir özelliğe sahiptir.

Video içerisindeki anlatıda bir erkeğin kadını aldatması ve aldatmanın ardında erkeksi özelliklerin oluşu işlenmekte ve bu durumda kadının nasıl davranması gerektiği üzerine toplumsal cinsiyet kimliklerine dayalı söylemler üretilmektedir. Bu anlatı toplumda hâkim kabul gören kadınlık ve erkeklik özelliklerini duygu, düşünceler ve eylemler üzerinden meşrulaştırmaktadır. Referansal açıdan kadın olmaları sebebiyle fal yorumu dinlemek isteyeceği düşünülen kadın izleyicilere hitap eden video, söylem dilinde kadınların toplumsal cinsiyet kodlarına göre yorumlandığı, kabul gördüğü veya kabul edebileceği şekilde yorumlar yapmaya çalışmaktadır. Bu duruma nedensel, işlevsel ve referansal ilişki kapsamında örnek olarak “Siz isteklerinizin peşinden hani dişil olarak bu kadar giderken ki karşı taraf da erile bir erilden bahsediyoruz. Onun kat be kat daha cesaretli daha öz güven sahibi bir şekilde isteklerinin peşinden gidiyor olması lazım.” (Yaman, 2021, 19:00) söylemi gösterilebilir.

Anlatıcı, oluşturduğu yargıyı kültürel kodlardan beslenerek ve kartların göstergesel anlamına ithaf ederek söylemini kurmaktadır. “Erilin içinde aral olmayı bekleyen bir potansiyel var. Bir ilişkide dürüst olmak, sahiplenici olmak, üstüne düşen sorumluluktan kaçmamak. Olması gereken budur ve içinde böyle bir aslan yatıyordur... Sıkışıp kaldığı noktada içindeki aralı dışarıya çıkarmak zorunda kaldığımızı söyleyebiliriz.” (Yaman, 2021, 14:18) söylemi kaçılmaması gereken bir görev olarak sorumluluk, sahiplenici olma noktasında koruyuculuk, aslan benzetmesi ile güçlülük gibi metaforlar üzerinden Connell’in (1998) tanımladığı hegemonik erkeklige örnek gösterilebilir.

2.2.1.2.2. Kelime Seçimleri

Video içerisindeki kelime seçimlerine bakıldığında tarot kartlarının yan anlamsal düzeyde toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dair kodları içeren örtük ifadelerle yorumlandığı görülmüştür. Özellikle kadın ve erkek ilişkilerine dair bir olay örgüsü sunulmasından dolayı erkeğin kadını aldatması ve yalanlar söylemesi, bunun da bir aşk üçgeni içerisinde üçüncü kişi olan kadının sorumlu tutulmasına yönelik bazı örtük ifadeler ile meşrulaştırıldığı görülmüştür. Eril ve dişil enerji kavramları söylem içerisinde toplumda kabul gören kadınlık ve erkeklik rolleri üzerinden kurgulanmıştır. Eril enerji söylemi erkeğin öz güven, cesaret ve bağımsızlık temelinde örtük olarak hegemonik erkeklik kabulünü yansıtmaktadır. Yorumcunun kartların tanımlarının ifade ettiği anlamları açıklarken kullandığı ifadelerde metaforlara başvurduğu görülmüştür.

Videonun ara bölümünde geçen, yalancı erkeğin aslında düzgün biri olduğunu içeren yorum, toplumsal cinsiyet düzeninde erkeğin dışı vurum özelliklerinden olan bağımsızlık ve öz güven ekseninde, karar verici ve yönetici pozisyonda olmasını ifade etmektedir. Erkeğin aldığı kararlarda referans noktasının kendisinde olması varsayıldığı ve erkeklik rasyonellik ile kurgulandığı için verdiği kararların yanlış olamayacağı alt mesajı video içerisinde verilmektedir. Yorumcu, tavşan metaforu kullanımının ise “nefsine galip gelen, hür olan, akıl ile geleceği kavrayan” (Yaman, 2021, 22:13) anlamına geldiğini söylemektedir. Bu metafor üzerinden erkeğin toplumsal kabulleri simgesel

bir gösterge olan tarot kartı üzerinden meşrulaştırmaktadır. Erkek bu metafor ile toplumun erkeklikten beklediği nefsinde hâkim olarak düzgün ve olgun bir erkekliğe adım atması gerektiğini öğrenmektedir. Ardından şeytan kartı ile yalan, aldatma, aldatılma temaları ele alınmakta ve erkeğin aldatılabilen bir potansiyele sahip olduğu gösterilmektedir. Güven kartı ile erkeğin güvendirip güvenmek istediği, kalbinde böyle bir gerçek olduğu, aldatırsa bile kadını ikincil konumda himayesi altında tutacak meşruluğa sahip olduğu metaforlar üzerinden ifade edilmektedir (Yaman, 2021, 23:48). Azize kartı üzerinden referans alarak kadının hissettiğinin doğru olacağı mesajının çıktığını söyleyen yorumcu kadınların duygusal atfedildiğini, sezgileri kuvvetli bir varlık olarak kabul gördüğünü onaylamaktadır. Gelecekte de ilişkinin olmayacağı, kadının güçlendiği ve zaten güçlenmesi gereken bir tema işlenmektedir. Yorumcu, kadının özgürleşse bile yine de duygularına yenik düşüp erkeği kabul edebileceği bir ihtimalin de olduğunu söylemektedir. Bu durum Tanrıvermiş'in (2007) ifade ettiği şekilde TV dizilerinde erkek aldatma dâhil her şeyi yapabilecek özgürlüğe sahipken, kadının erkek için sabreden, fedakâr bir eş formunda sunulması ile ilişkilidir.

Düz anlam içerisinde videodaki kelime seçimi ve toplumsal cinsiyet ilişkisine bakıldığında kadınlık ve erkeklik genel olarak toplumsal cinsiyet kabullerine uygun biçimde sunulmuştur. Kadınlık, aldatılsa dahi kabullenici olabilecek duygusallığa sahip bir formda ifade edilmiştir. Erkeklik bağımsızlık, cinsellik ve rasyonellik üzerinden hegemonik erkeklik kodlarına göre kurgulanmıştır. Kadınlık ise güdusel ve irrasyonel olarak yansıtılmıştır. Kadın, erkeğe bağımlı ve ondan vazgeçemeyen bir konumda yansıtılmıştır. Aşk üçgeni söylemi üzerinden örtük olarak başka bir kadının erkeği ayarttığı ifade edilerek kadın cinselliği ikincilleştirip kötü kadın damgası yaratılmıştır. Erkeğin yaptığı yanlışlardan soyutlanıp “güvenmek ve güvendirmek” isteyen konumda olması, dişil enerji için savaş ve mücadele vermek isteyen konumda gösterilerek aktif eylem yapısında etkin biçimde konumlandırılması, dişilin bekleyiş enerjisinde kalıp sırtını dönse de sezgilerinin kuvvetli olması ve bu sezgilerin hissedilen şekilde çıkması irrasyonellikle, duygusallıkla eş değer görülmüştür. Erkek tavşan metaforu ile olgunlaşan ve akılcı bir yapıda ele alınırken, kadın azize kartında sezgisel olarak ele alınmıştır. Erkeğin her şeyi kontrol eden konumda olması, aldatma eylemine karşı gelen kadının söylemini değersizleştiren bir yapıda sunulduğunu göstermektedir. Videoda erkek için “siz ne dersiniz deyin kabul etmeyecek” (Yaman, 2021, 17:02) ifadesinin kullanıldığı görülmüş, bu durum kadının erkeğin eylemine karşı duruşunu tahakküm altına alan bir konumda verilmiştir. Aktif fiil çekimli cümlelerin eril için kullanılması toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde erkeğe üstün rol atfetmektedir. Tüm yaptıklarına rağmen mücadele eden ve savaşan konumda olan bir erkekliğin üstünlük üzerinden meşru gösterildiği görülmektedir.

2.2.1.2.3. Retorik

Videonun retorikine bakıldığında videonun anlatımını destekleyen görsellerin tarot kartlarının üzerindeki görseller olduğu görülmektedir. Ayrıca anlatımın desteklenmesi için hangi temanın işlendiği bilgisini veren zihin, kalp ve gelecek notlarının da görsel figür olarak eklendiği görülmektedir. Videoda kullanılan ışıklandırma ve çiçek şeklindeki süs figürleri izleyicinin dikkatini videoya vermesi ve anlatıma odaklanması için kullanılmıştır. Anlatıcı söylemlerini tarot kartlarının ifade ettiği görseller ve göstergeler aracılığı ile meşru zemine oturtmaya çalışmış ancak resmen bir inandırıcı olma çabası

gütmemiştir. İçerik üreticisi kendisinin de videoda belirttiği, “kendi ilişkinize göre değişir lütfen siz kendinize göre alın.” (Yaman, 2021, 11:26) cümlesi ile inandırıcılık taşımadığını kanıtlamaktadır. Anlatıcının videonun başında ve sonunda sık sık kendisini izleyenlere “gönül dostlarım” şeklinde hitap etmesi, Karaduman (2017) nezdinde dijital içerik üreticisinin ürettiği içerikler ile ötekilerin gözünde elde ettiği imtiyaz dolayısıyla kanalın kendi içerisinde bir dijital topluluk oluşturma amacını yansıtmaktadır.

Video içerisinde söylem genel hatlarıyla değerlendirildiğinde, kadınlık ve erkeklik rollerinin tarot falı söylemi içerisinde yeniden üretildiği görülmektedir. Erkek için kart seçildiğinde ve yorumlandığında toplumda kabul gören erkeklik profili söylem düzeyine taşınmaktadır. Erkek, duygu, düşünce ve davranış içerisinde etken yapıda tanımlanmaktadır. Kadın ise edilgen yapıda tanımlanarak erkeğin duygularına muhtaç biçimde kurgulanmış ve vazgeçmek istese de vazgeçemeyen olmuştur. Bu kapsamda bu videoda Yeşil ve A. Yıldırım’ın (2019) yapmış olduğu çalışmada görüldüğü gibi söylem düzeyinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğini onaylayan kelime seçimlerine rastlanmıştır. Kadınlık ve erkekliğin romantik ilişkiler içerisinde yeniden üretilen toplumsal cinsiyet temsillerine bürünmesi, aynı zamanda heteroseksüel ilişkilerin meşrulaşmasına yol açmıştır.

Başlık:	27/4/2021 Akrep Dolunayının ikiz ruh ve ruh eşi yolculuğuna olan etkisi
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=fkYSo1IKShY
Süresi:	41dakika 40 saniye
Yüklenme Tarihi:	27.04.2021
İzlenme Sayısı:	32.535
Beğenilme Sayısı:	2.300
Beğenilmeme Sayısı:	32
Yorum Sayısı:	162

Tanımı:	URANYEN ASTROLOG SEVİLAY ERİÇDEM
Etiketleri:	Yok

2.2.2. “Akrep Dolunayının İkiz Ruh ve Ruh Eşi Yolcuğuna Olan Etkisi” Adlı Videonun Söylem Analizi ile Çözümlemesi

2.2.2.1. Makro Yapı (Tematik Yapı)

Videonun başlığı videonun içerisinde yer alan söylemlere dayanmaktadır. Videonun içinde geçen bir cümlenin başlıkta belirtilmiş olması videonun enformasyon bilgisini vermektedir. Videonun tanımında videoyu yayımlayan kişinin bir astrolog olduğu bilgisi ve buna istinaden isim soy isim enformasyonu verildiği görülmüştür. Videonun etiket kısmının boş olması videonun içeriğine dair yorumun başlık ve tanım üzerinden yapılmasına neden olmuştur. Videonun tarot falı içerikli bir anlatımdan oluşması ve kadın erkek ilişkilerini konu alması başlıkta belirtilen ikiz ruh yolculuğu söylemi ile uyumaktadır. Bunun yanında, Akrep dolunayının kadın erkek ilişkilerine etkisi ifadesi kullanılan video tanımında videoyu yayımlayan kişinin kendini astrolog olarak tanıtmayı enformasyonu ile örtüşmektedir.

2.2.2.1.1. Şematik Yapı (Durum Tanımı, Videonun Anlatım Dili)

Videonun anlatım dili tarot kartları ile fal bakan birinin anlatım durumlarını içermektedir. Videoda anlatım dilini desteklemek için tarot kartlarının görsel ve imgesel anlamlarına başvurularak olay öyküsüne dayanan bir anlatı kullanılmıştır. Bunun yanında kartlara bakarak yapılan yorumda betimleyici bir anlatımın olduğu da görülmüştür.

2.2.2.1.2. Sonuçlar

Videoyu yükleyen konuşmacı basit ve anlaşılır gündelik bir dil kullanmıştır. Videoda astrolojik bir olay olarak verilen Akrep dolunayının kadın erkek ilişkilerine etkisi, kadınlık ve erkeklik rollerini, toplumda kabul gören hâkim toplumsal cinsiyet rollerine göre konumlandırarak açıklanmıştır. Erkeklik kimliğinin ön planda tutularak kadınlığın geri planda tutulması hâkim ataerkil kodların meşrulaştırıldığını göstermiş ve heteroseksüel ilişkilerde kadın erkek eşitsizliğini ortaya koymuştur.

2.2.2.1.3. Art Alan Bilgisi

Video, eril dişil açılımı yani kadın erkek ilişkilerinin Akrep dolunayındaki seyrini açıklamak için çekilmiştir. Bu olay örgüsünde ikiz ruh olarak adlandırılan kadersel eş, sevgili konusu erkek ve kadın adına açılan tarot kartları üzerinden ele alınmaktadır. Anlatıcı, önce erkek için yani eril enerji için kart açmakta ve erkeğin toplumdaki hegemonik konumundan bahsetmektedir. Ardından kadının özelliklerini ve bu süreçte yaşadıklarını anlatırken toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde kadının madunlaştırılıp

ikincilleştirildiği özcü bir bakış açısıyla kadına ilişkin bazı roller öne sürmüş, bu nedenle cinsiyet eşitsizliğini söylem düzeyinde meşrulaştırmıştır.

2.2.2.1.4. Bağlam Bilgisi

Videoda kadın ve erkek ilişkilerinde görülen dengesizliğin, üçüncü bir kişi yani kadından kaynaklı olacağı öne sürülmüştür. Video bağlamında Tanrıvermiş'in (2007) bahsettiği gibi aldatma ve yalan temaları üzerinden dramatize edilen Türk dizilerinde gözlenen anlatı dili ile benzer bir yapı hâkimdir. Bu anlatı Kenet'in (2019) ifade ettiği şekilde medyada sunulan erkek kimliğinin üstünlüğü üzerinden toplumsal cinsiyet eşitsizliğini onaylayıcı bir perspektif içermektedir. Videoda kadının medyadaki edilgen konumlanışına örnek olabilecek şu şekilde bir söylem ortaya çıkmıştır:

Dişil enerjinin şu anda ayakları zincirli. Daha doğrusu kendi hedefleri var dişil enerjinin ve bunun için şu anda yapabileceği bir şey yok. (...) Şu anda esaret devam ediyor. Satürn Aslan da değnek dokuzlusu, yorgunluk demektir. Satürn Aslan çok fazla insanın egosunu taşımakla alakalı... herkese peki demek. (...) çevrelerindeki insanları idare etmek adına onların sorunlarıyla ilgilenmek. (...) Başkaları için çok hizmet enerjisi çalıştırıyorlar (Eriçdem, 2021, 21:12).

Erkeklik ve kadınlığın toplumsal normlar tarafından biçilmiş kategorilerini özcü bir bakışla ele alan video hâkim ataerkil kodlara sahiptir. "Eril enerjinin kendisindeki hakikati görmesini engelleyen bir takım sosyal ve toplumsal formlar biçmiş. Ona biçilen hâl, ben erkeğim şunu yapmam lazım noktasında birtakım durumlara sokmuş kendisini. (...) Çok güçlü bir akış var şu anda bilmiyorum anlatabiliyor muyum?" (Eriçdem, 2021, 15:48) ve "Bu sürede erilin egoları çok acı almış. Para onlusu eril enerjilerle ilgili video hep bakın. Madde boyutundaki gelişmeleri takip ediyorlar... Maddi dünyada kendilerini sosyal anlamda, toplumsal anlamda sonuçlandırmalarıyla ilgili süreç daha devam ediyor olduğu için... (...) Arzu çok fazla eril enerjide." (Eriçdem, 2021, 35:56) söylemleri bu kapsamda örnek gösterilebilir. Bunun yanında konuşmacının ikiz ruh ve ruh eşi söylemini kadın erkek ilişkileri üzerinden ele alması ve diğer cinsel kimlikleri söylem dışı bırakması Butler'ın (1993) toplumsal cinsiyet düzeninin kuruluşu için ideolojik olarak inşa edilen heteronormatif enformasyonu onayladığını göstermektedir. Aynı zamanda video tarot kartlarının göstergelerini söylem düzeyinde toplumsal cinsiyet düzleminde salt heteroseksüel ilişkiler bağlamında ele alması ile toplumda kabul gören ilişki anlayışını meşrulaştırmaktadır.

2.2.2.2. Mikro Yapı (Sentaktik Çözümleme)

Videoda kullanılan cümleler çoğunlukla aktif fiil cümleleri olmakla birlikte devrik cümlelere de yer verilmiştir. Anlatım dili herkesin anlayabileceği sade ve gündelik bir üslup ile harmanlanmıştır. Video fal bakma içeriği taşınmasından dolayı falda kehanet yapılması bilindik olduğu için geleceğe dair -acak /-ecek fiil çekimlerinde kehanetlerde bulunulmuştur. Olay örgüsü hikâyeci ve betimsel bir anlatım ile yansıtıldığı için geçmiş zaman -miş'li anlatım kiplerine yer verilmiştir. Bunun yanında şimdiki zamanı ifade etmek için kullanılan geniş zaman fiillerine de yer verilmiştir.

2.2.2.2.1. Bölgesel Uyum

Videodaki cümleler anlatının geçmiş, şimdi ve geleceğe dayanan zamansal bir bağlamı olması ve olay örgüsünü hikâyeci bir şekilde betimlemesinden dolayı nedensel olarak ilerlemektedir. Cümlelerin nedensellik içerisinde birbirine bağlı olması, konunun da kadın ve erkek ilişkilerinde kadın ve erkeğin konumuna değinmesi bağlamında işlevseldir.

Videoda erkeği yönetici konumunda kuran bir söylem görülmektedir: “Eril enerji... bir şeyi yürüten olmayı, bir şeyi başaran olma hissiyatını çok istemiş. (...) Yani artık 9’dan 10’a çıkmış. (...) aslında artık kaderi yönetmeye başlamak gibi bir şey. Yani artık kaderin oyuncağı değil kaderin yöneticisi olma noktasında.” (Eriçdem, 2021, 12:01). Yorumcu dişili ise toplumda var olan kültürel kodlarla uyumlu şekilde evlilikle özdeşleştirerek konumlandırmaktadır:

Neymiş bakalım dişillerin gündemi: Aziz. Aziz zaten sorumluluklar demektir arkadaşlar, ilişkiler demektir. İş hayatı demektir, evlilik demektir. Bu zaten dişil enerjinin hayattan beklentisi, düzen demektir. Bir düzenin içinde hapsolmuşsunuz. Fakat aslında istediğiniz başka bir düzen. Yani aslında bir sosyal boyut içerisindeniz; iş, aile, vs... Fakat aslında istediğiniz evlilik (Eriçdem, 2021, 24:07).

Aynı zamanda konuşmacı, izleyicileri kadın olarak konumlayan ve kadınlara hitap eden bir söylem dilini videoda birkaç kez kullandığı için işlevsellik kadın izleyiciler üzerinden sağlanmaktadır. Bu durum videonun sonlarına doğru geçen “iki tür dişil enerji var beni hanginiz anlayacak bilmiyorum ama...” (Eriçdem, 2021, 39:03) söylemi ile kendini göstermektedir. Bu sayede izleyiciye toplumdaki kadınlık ve erkeklik kodlarının genel geçer kolektif bir açılım olarak sunulması, kendilerini buna göre konumlandırabilmeleri bakımından işlevseldir. Referansal ilişki kapsamında kadınlığı ve erkeklığı fal örnek olayı üzerinden anlatırken toplumsal ve sosyal olarak erkeğin sorumlulukları olduğuna değinen anlatıcı bu gibi ifadeler üzerinden kadının ve erkeğin toplumsal cinsiyet düzleminde heteroseksüel ilişkiler içerisindeki kültürel konumunu karttaki sembolik imgeler ile meşrulaştırmaktadır.

2.2.2.2.2. Kelime Seçimleri

Videoda “eril ve dişil enerji” söylemi üzerinden kadın ve erkeğe ilişkin bir anlatı geliştirildiği anlaşılmaktadır. “Açılım kolektif bir açılım” metaforunun da hâkim kültürün kadın ve erkek bireylerine hitap eden normatif kadın-erkek ilişkilerini kapsadığı anlaşılmaktadır. “Eriller hangi astrolojik süreçlerden geçiyorlar? Kupa ası” (Eriçdem, 2021, 4:16) metaforu kartın göstergesel anlamı ile erkeklerin duygusal ve enerji olarak yüksek bir konumda olduklarını söylemektedir. Erilin Jüpiter enerjisi ile başarısız hissetmesi, dişil enerjinin erilin beklentisini karşılamamasından ötürü olduğu şeklinde farklı metaforlar, erkeklik kimliği üzerinden kadınlığın kurgulandığını göstermektedir. Dişil enerjiden bahsederken Satürn Aslan metaforu ile dişilin yani kadının başka insanlara hizmet eden, beklentilerini yerine getiren esir bir konumda olduğu dile getirilerek kadınlığın ikincil konumu meşrulaştırılmaktadır.

Düz anlamsal olarak erkeklik ve kadınlığa ilişkin söylemler içerisinde erkeklerin “sosyal ve toplumsal olarak belirli sorumluluklara ve yüklerle sahip oldukları” “kadınların da evliliğe ve bir erkeğin himayesine girmeye ihtiyaç duymaları” şeklinde söylemler üzerinden erkeklik ve kadınlığın toplumsal ve kültürel konumlarını belirleyici ifadelere yer verilmiştir. Anlatıcı, erkekliği “sorumluluk”, “otorite”, “iktidar” ve “rasyonalite” temelinde tanımlarken, kadınlığı “irrasyonel”, “ötekine bağımlı”, “hizmet eden”, “yorgunluk” şeklinde tanımlamaktadır. Yan anlamsal ve metonimi, düz – değişmece açısından bakıldığında dişil enerjinin “esaret”, “düzen arayışında ve ihtiyacında”, “kaderini bekleyen kadın figüründe evlilik- evlenen kadın”, “kadere boyun eğsin, saygı duysun”, “hayatında erkek desteği olmayan” vb. söylemler üzerinden madun, ikincil, kendi hayatının üzerinde söz sahibi olmayan ve norm- erk tarafından idame ettirilmeye muhtaç olduğu mesajı verilmektedir. Bu durum Şakrak (2020) ve Polat’ın (2019) bahsettiği gibi TV dizilerinde kadının evlilik ile var olabilen bu nedenle de hayatında erkek olmadan yaşayamayan ikincilleştirilmiş pasif bir özne olarak inşasını meşrulaştırmaktadır.

Toplumun kültür ve normlarının biçtiği hayatı kabullenen ve bu manada da kader yan anlamı ile aslında sosyal, toplumsal ve tarihsel bağlamda ikincilleştirilen kadınlık anlatılmaktadır. Aynı şekilde, eril yani erkekte bahsederken yan-düz-değişmece-metonimi açısından esasında, erilin kariyeri, sorumlulukları, parayı yönetmeleri, maddi güç, tam bir erkek “eril enerji olmak” söylemi, erilin sosyal ve toplumsal ihtiyaçları olması, “cinsellik”, “imparator”, “erilin toplumsal olarak beklentilerinin karşılansa da duygudurum olarak yetersiz olması”, “zayıf ego”, “başarı-başarısızlık”, “eril kendini toplumsal ve sosyal olarak kabul ettirmeye çalışıyor”, gibi çeşitli kelime ve söylem kalıpları kullanılmaktadır. Bu durum Sancar (2009) ve Selek’in (2014) de belirttiği gibi hegemonik erkekliğin içinden çıktığı topluma özgü kültürel ve sosyal kodlar içerisinde yetiştiğini onaylamaktadır. Hegemonik erkeklik, imkânsız ancak bir o kadar meşru bir yapıya bürünmektedir.

Erilin maddi olarak kendini yapılandırması gerektiği ve toplumda kabul görmeye çalıştığına dair söylemler de bu düşüncüyü desteklemektedir. Videoda imparator kartının gelmesi üzerine dişil enerjiye hitaben: “Bitirmeyin eril enerjii. Bakın imparatoru çektim, eril enerji bitirilmez yani. Adam imparator ya firavun yani. Bunu bitiremezsiniz. Bitirilecek bir noktada değil bu adam. (...) Ama sizin ondan beklentilerinizi bitirmeniz lazım” (Eriçdem, 2021, 39:11) söylemi ile erkeklik üstün bir konumda gösterilmektedir. “Eğer erili bitiriyorsanız ikiz ruh ve ruh eşi yolculuğunda değilsinizdir, nokta. Başka bir ilişkidir o. Başka hayat formunda başka bir deneyim ilişkisidir. Lütfen doğru frekansta kalın.” (Eriçdem, 2021, 40:03) söylemi de bu kapsamda örnek gösterilebilir. Videonun içerisinde “Allah’a emanet olun” gibi kültürel söylemler de mevcuttur. 19:00’lı dakikalarda duyguların ifade edilmesinde bile başarısız hisseden erkeğin aslında başarılı sayılacağı anlamı üzerinden toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde erkek üstünlüğü haklı çıkarılmakta ve şöyle denmektedir:

Eril enerjiiyi dişil enerjinin şu anda algılayabileceği bir formda değil çok yukarıda bir yerde. İnsanın kendi hakikatiyle yüzleşmesi tabii kolay değil. Baktığınız zaman hayat içerisinde hayatın onlara biçtiği gömlekler, kolay gömlekler, kolay sorumluluklar değil. Sosyal ve toplumsal anlamda yetkinlikleriyle alakalı. Zaten eril enerjinin asıl konusu odur, yetkinlikleriyle

alakalı sınavları vermişler ve bazıları veremediğini düşünüyor. Ama aslında... dünya için olan başarısızlık ruh için başarıdır ya... Yani aslında ben eril enerjinin kendilerini başarısız hissetmesine çok üzuldüm. Aslında ruh için çok başarılı ama bazıları kendilerini çok başarısız hissediyor (Eriçdem, 2021, 19:13).

2.2.2.2.3. Retorik

Video içindeki retoriğe bakıldığında sadece videoyu yükleyen kişinin el hareketleri ve kartların resmi görünmektedir. Videoda sadece tarot yorumuna özgü tarotun simgesel göstergesi olarak kartlara yer verilmesi anlatıcının söylemleri ile desteklenen bir anlatının amaçlandığını göstermektedir. Bu manada, sadece anlatıcının kendini ifade etmek istediği anlaşılmaktadır. Konuşma sadece kartların yorumlanması olarak ilerlediği için kişinin kendi söylemlerinde de geçen “iki tane kadın enerjisinden hangisi size rezoneyse lütfen onu seçin” (Eriçdem, 2021, 27:39), “onu Allah bilir” tarzı ifadeler ile bu amaç meşrulaştırılmıştır. Böylelikle, kendisini ifade etmek dışında kesinkes bir inandırıcılık taşıdığı söylenememektedir. Astroloji ifadesi taşıyan söylemlere ve anlamlara yer vermesi bakımından söylediklerini astroloji bağlamına dayandırarak belirli bir düzeyde inandırıcı olmayı amaçladığı da düşünülebilir.

Genel olarak videodaki söylem düzeyine baktığımızda eril ve dişil enerji için bakılan tarot pratiği toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden kurgulanmıştır. Kadın, toplumsal cinsiyet temsilleri içerisinde hizmet veren, bakıcı, sabırlı vb. temsiller üzerinden edilgen olarak kurgulanmıştır. Erkeklik ise toplumsal sorumluluklarını yerine getirmek, kariyer yapmak, başarı, güçlülük vb. temsiller ile etken olarak konumlanmıştır. Kadınlığı ve erkekliği söylem düzleminde farklı temsiller üzerinden kuran videoda kadın, erkeğe bağımlı yansıtılmış, erkeğin hegemonik konumunu meşrulaştıran ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini derinleştiren ifadeler dolaşıma sokulmuştur. Çifçi'nin (2008) de ifade ettiği üzere erkeklik ve kadınlık, toplumsal yapıda hâkim olarak yaşanan sosyalizasyon süreçlerinde öğrenilen farklılıklar temelinde kurgulanmaktadır. Bu bakımdan bireyler bir cinsiyete sahip olmanın toplumsal olarak ne anlam ifade ettiğini ilk olarak ailede öğrenmektedir. Görüldüğü gibi fal söyleminde de bir kadının toplumsal olarak öğrendiği kadınlık kimliğini bırakıp erkeğin meşru kılınmış egemen konumunu görmezden gelmesi mümkün olmamaktadır. Bu bakımdan videoda söylem düzeyinde baskın olan toplumsal cinsiyet temsilleri üzerinden kadın ve erkek romantik ilişkilerini içeren tarot falı, toplumda hâkim olan heteroseksüel ilişki anlayışının ideolojisini sürdürmektedir.

Tablo 4: Eril Dişil Güncel Tarot Açılımı @AyşeGül ERGİN VLOG Abone Olabilirsin Videosuna Ait Genel Bilgiler	
Başlık:	Eril Dişil Güncel Tarot Açılımı @AyşeGül ERGİN VLOG Abone Olabilirsin
URL:	https://www.youtube.com/watch?v=yNSU961qxF4

Süresi:	38 dakika 12 saniye
Yüklenme Tarihi:	2.05.2021
İzlenme Sayısı:	29.379
Beğenilme Sayısı:	Görüntülenemedi
Beğenilmeme Sayısı:	Görüntülenemedi
Yorum Sayısı:	425
Tanımı:	<p>#eril #dişil #tarot Sevgili Değerli Takipçilerimiz; Yeni Youtube ve Instagram Kanalımıza Destek Olmak Alma Verme Dengesi ve Hizmet devamlılığı için ABONE üye olarak Zil Bildirimini açabilir beğeni ve yorum yapabilirsiniz.YENİ VLOG KANALIMIN İLK VIDEOSUNU YÜKLEDİM BİLE ORADAN DA TOPLANIYORUZ DESTEK VE TAKİPLERİNİZİ BEKLİYORUZ SEVGİYLE https://youtu.be/NPKcAiKRi2I Hepsi Sizler İçin EMEKTİR Zamansız zamana Açılmıştır. VİDEO BAŞLANGICI her zaman 00:00 dır Başka zaman yazmayın Lütfen !!!! Emeğe Saygı (?) Hipnotik Tarot Terapi Okuması Özgün yöntem ve Kanal enerjimle Sizlere kolektif adına bütünsel açtığımız yorumlar ve videolar bütünü kapsar her şeye uyumlanmanız olmayabilir,normaldir,size uymayanları lütfen dikkate almayınız,evrene iade ederek hayrınıza olanı sevgiyle kabul edebilirsiniz, Bireysel açılımlarımız ise sadece sizlere özel olduğundan tamamen sorularınıza ve enerjinize yönelik çalışmalar okumalar olur. Hizmetlerimiz profesyonel ve randevu ile çalışılan bir süreçtir. Yoğunluğumuz ve Zamanı Etkin yönetebilmek her ihtiyacı olana hizmet verebilmek adına Randevusuz hizmet verilmemektedir. Birçok Hizmet Alanımız olduğundan dolayı lütfen bilgi için; www.aysegulergin.com.tr Resmî web sitemiz üzerinden, Hizmetlerim sekmelerini inceleyerek almak istediğiniz terapiye dair randevu planlaması için Sadece HAFTA İÇİ Mesai saatlerimiz; 12:00-17:00 arasında, Randevu ve Ücret Bilgisi adına 05444653709 dan WhatsApp ile YAZARAK İletişime geçiniz. Instagram / Twitter ; aysegulerginnlp Sevgilerimizle ŞİFA OLSUN Ayşegül ERGİN NLP HİPNOTERAPİ DANIŞMANLIK</p>
Etiketleri:	#eril #dişil #tarot

2.2.3. Eril Dişil Güncel Tarot Açılımı @AyşeGül ERGİN VLOG Abone Olabilirsin Adlı Videonun Söylem Analizi ile Çözülmesi

2.2.3.1. Makro Yapı (Tematik Yapı)

Videonun başlığında videonun içeriğine dair enformasyon bilgisi verilmekle birlikte videoyu yükleyen kişinin bir başka YouTube kanalına link vermiş olması, içerik üreticisinin takipçi kazanma beklentisinde olduğunu göstermektedir. Videonun tanım ve etiketlerinde eril ve dişil tarot kavramlarının belirtilmesi videonun içeriğinde geçen cinsiyete yönelik söylemleri doğrulamaktadır. Videonun tanımında ayrıyeten videonun sahibinin ad soyad, meslek ve iletişim bilgilerinin sunulması, kullanıcının yüklediği bu videonun ardında bireysel bir hizmet sunumu olduğunu göstermektedir. Kişinin sosyal medyayı kendisinden tarot hizmeti almaları için kullandığı bu söylem üzerinden anlaşılmaktadır. Kişinin diğer sosyal medya kanallarına göndermeler yapması ve insanlardan kendisini takip etmelerini istemesi Altun'un (2019) ifadesiyle ulaşmak istediği ideal kimliğin dijital ortamdaki sunumu ile ilişkilidir. Kullanıcı, Karaduman'ın (2017) ifadelerine göre bu dijital kimliğin sunumunu kendisini takip eden kişilerle oluşturduğu dijital toplulukta şöhret elde etme amaçlı kullanmaktadır. Genel olarak videonun içeriğine dair bilgi veren başlık, etiket ve tanım videonun kadın ve erkek ilişkileri içerisinde kadınlık ve erkeklığe dair söylemleri kapsayan bir görünümde sunulmuştur.

2.2.3.1.1. Şematik Yapı (Durum Tanımı, Videonun Anlatım Dili)

Videonun anlatım dili betimleyici bir şekilde üretilen olay örgüsüne dayanan ve bu sayede erkeklik ve kadınlığa dair belirlenimler taşıyan bir üslup içermektedir. Videoda konuşan kişinin tarot yorumu olarak adlandırdığı içerikte, kehanet mahiyetindeki fal söylemlerine giriş, gelişme, sonuç şeklinde yer verilmiştir. Videonun anlatım dilinden kadınlık ve erkeklığe dair bazı pratiklerin sebep-sonuç ilişkisinde açıklanması ve bunun tarot kartlarında kendisine bir gösterge bulması haricinde içeriğin ulaşması istenen kitlenin de kadınlar olduğuna dair bazı söylemsel çıkarımlar elde edilmiştir. Bu kapsamda, içeriğin toplumsal cinsiyet kabullerinden beslendiği anlaşılmaktadır.

2.2.3.1.2. Sonuçlar

Videoda tarot kartları üzerinden kadın ve erkek ilişkileri içerisinde erkeğin ve kadının enerjilerine yani yaşantıları ve kimliklerine yönelik yorumlamalar yapılmıştır. Bu yorumlamaların kolektife hitap ettiği ve kanala abone olan bireylere atfen yapıldığı söylemi, içeriği yükleyen kişi tarafından girişte ve videonun sonunda tekrarlanmıştır. Videonun sonunda anlatıcının “dişiller zirvede”, “her daim zirvede kalalım” (Ergin, 2021, 34:30, 38:02) şeklinde seslenmesiyle videonun kadınlara hitap ettiği anlaşılmış ve videonun cinsiyete özgü olduğu ortaya çıkmıştır. Videoda kartların görsel imgeleri baz alınarak erkeklığın cinsellik, özgürlük, sorumluluk, sorumsuzluk, babalık, duygularını bastırmak gibi söylemler üzerinden betimlendiği ve kadınlığın da annelik, çocuk sahibi olmak, evlilik, erkeğin himayesinde olmak, düzen - yuva kurmak, erkekten alacağı haber ile mutlu olan kişilik olarak betimlendiği görülmüştür. Böylelikle, incelenen diğer iki videoda da görüldüğü gibi hâkim toplumsal cinsiyet kodlarını onaylayan bir söylem ile karşılaşılmıştır. Ayrıca üçüncü kişilerin özellikle kadınların “yılan” ya da “pislik” (Ergin, 2021, 34:26) olarak tanımlanması kapsamında ikili ilişkilerde araya üçüncü bir kadın

kimliğinin dâhil olmasının eleştirildiği görülmüştür. Bu eleştirinin kadın kimliğinin sunumunda ikincilleştirilen “kötü kadın” imajına yönelik ataerkil bakıştan yapılan bir eleştiri olduğu düşünülmektedir.

2.2.3.1.3. Art Alan Bilgisi

Anlatıcı, videoda art alan bilgisine bolca yer vermekte, videonun amacının tarot bakımı olduğu ve kendisinin önceki videolarının ardından gelen bağlantılı enformasyon içerdiğini söylemektedir. Kanala abone olan izleyicilere özel bir içerik olduğunu tekrar etmekle birlikte, anlattığı örnek olayın da kişilerin kendi yaşantılarına uygun olup olmadığına göre bireysel değerlendirme yapmaları gerektiğini söylemektedir. Bunun üzerine kullanıcının erkeklik kimliğini tanımlayan kodları ve kadınlık kimliğini tanımlayan kodları önceki videolarında da dile getirdiği anlaşılmaktadır.

2.2.3.1.4. Bağlam Bilgisi

İncelenen videoda birey anlatı örgüsüne dâhil ettiği hikâyeyi toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde kadınlık ve erkeklik kodlarına göre anlatmaktadır. Giriş, gelişme ve sonuç olarak ilerleyen fal söyleminin Alagözlü'nün (2007) anlattığı gibi ideolojik bir söylem olduğu, bu videoda gösterge olan tarot kartları üzerinden inşa edilen söylemsel düzlemden anlaşılmaktadır. Söylem, kadınlık ve erkeklik yani eril ve dişilin nasıl bir kimliğe, nasıl özelliklere sahip olması gerektiği üzerinden kurgulanmıştır. Erkek ve kadının romantik ilişkilerinde arada üçüncü kişilerin olmasının nedenini enerjilere, karmalara atfederek üçüncü kişi olarak bir diğer kadının ikincilleştirildiği görülmüştür. Bunun sonucunda, videonun hitap ettiği anlaşılın kadın izleyicilerin evliliğe, eş olarak arzuladıkları erkeğe ulaşacakları ifade edilmektedir. Kadın erkek ilişkilerinde ‘erkek adam aldatır’ söylemi meşrulaştırılmış bir cinsiyet prototipinin toplumsal kabulünü ifade etmektedir (Vefikuluçay Yılmaz vd., 2009, s. 787). Bu videoda toplumsal yapıda kabul gören heteroseksüel ilişki prototipi aldatma, aldatılma ve kavuşma temaları üzerinden meşrulaştırılmıştır.

2.2.3.2. Mikro Yapı (Sentaktik Çözümleme)

Cümlelerin yapısı genellikle aktif olarak fiil cümlesidir. Videoda anlatımın gidişatına göre bazen devrik cümlelere yer verildiği de görülmüştür. Cümlelerin genel olarak basit olması anlatımın anlaşılması için kolaylık sağlamaktadır.

2.2.3.2.1. Bölgesel Uyum

Videonun anlatım dili geçmiş, şimdi ve gelecek odaklı bakılan tarot kartlarının hikâyeci anlatım ile bir olay örgüsüne dayandırılarak betimlenmesi ve sorulan sorulara göre kartların art arda seçilmesi bakımından nedensel bir ilişki taşımaktadır. Anlatıcının betimlediği erkeklik yani eril enerjinin zihni, kalbi ve eylemleri toplumsal cinsiyet düzeni içerisinde erkekliğin kabul gördüğü sorumluluk, özgürlük, bağımsızlık, babalık, kadını koruyan kollayan özellikler üzerinden söylem düzeyine dâhil ettiği görülmektedir. Aynı şekilde dişil enerji yani kadın da evlilik, erkeğin himayesine muhtaç olmak, düzen-yuva kurmak, anne olup çocuk sahibi olmak vb. söylemlerle Türk toplumunda kabul gören kadınlık kimliği üzerinden meşru bir zemine yerleştirilmektedir. Böylelikle kadınlık ve erkekliğin toplumsal cinsiyet düzeninde kabul gören kadınlık ve erkeklik kodlarından

referans alınarak söylem düzeyine taşındığı bu düzlemde referansal ilişkide görünürlük kazandığı söylenebilir. Anlatıcının söylemlerinde 38. dakikadan sonra kadınların hedef kitle olarak bu videonun izleyicisi olduğunu düşünmesi ve onlara seslenmesi bakımından videonun vermek istediği mesajın cinsiyetle ilişkilendirilmesi ise işlevsel bir özelliktir. Ayrıca videodaki söylemin, içeriği üreten kişinin kişiye özel tarot açılımı yapması ve bundan kazanç elde etmesi kimliğinin sunumunun söylem düzeyinde görünür olmasını sağlamıştır. Kendisini takip eden izleyicilere hitap ettiğini belirtmesi bakımından da bu söylemin işlevsel olduğu söylenebilir. Videonun girişinde kullanıcının altı kişilik bir ekip olarak çalıştıklarını ve kendisinin videoları ücretsiz olarak yüklediğini söylemesi dikkat çekmiştir. Bu bakımdan Alagözlü (2007) ve Halıcı'nın (2018) falın ve falcı kimliğinin kültürel dönüşümü dolayısıyla sanallaşması kapsamında yaptığı tespitlerle benzer olarak kullanıcının bireysel tarot yorumlarını maddi bir karşılık olarak gerçekleştirdiğini belirtmesi, falcı kimliğini oluşturma ve pazarlama noktasında işlevsel bulunmuştur.

2.2.3.2.2. Kelime Seçimleri

Kelime seçimlerine bakıldığında anlatıcının “ruhaşlarım ve ruh familyam” (Ergin, 2021, 0:08) şeklinde söze başlayarak eril ve dişil kavramları üzerinden ying-yang metaforunu kullandığı görülmüştür. Videoda sadece kendisinin yarım görüntüsünün bulunması ile birlikte inandırıcılığın bulunmadığı söylem düzeyinde de kendini göstermiştir. Videonun üreticisi herkese hitap eden bir söylem barındırması dolayısıyla videoyu herkesin kendi değerlendirmesine göre izlemesi gerektiğini ifade etmiştir. Videoda düşük frekanslı, haset olarak nitelenen kişilerin kanala abone olmayan kesimi ifade etmesi bakımından Chandler ve Munday (2018) ve Zinderen'in (2020(b)) kullanıcı türevli içerikler hakkında ‘biz’ kültürünü oluşturup ‘onlar’ yani ötekileri dışarıda bırakması ifadeleri ile benzer olarak kanalın biz ve onlar ayrımında sadece takipçilere hitap eden bir dili olduğu görülmektedir. Anlatıcının tarot kartları üzerinden olay öyküsü betimlemesi ve başlangıçta dişil enerji için gül kartının gelmesi kartın anlamı ile birleşince toplumsal cinsiyet temsillerini ortaya koymaktadır. Kartın, evliliği ve kutlamayı ifade etmesi bakımından gül metaforunun kartın simgesel anlamını karşıladığı söylenebilir. Düz anlamsal olarak erkek kimliğini tanımlarken kartın göstergesine göre “cevakâr bir baba”, “babaç tavırlı bir eril enerji” gibi söylemler üzerinden düz anlamsal ve yan anlamsal olarak Bozok'un (2018) söylediği gibi erkekliğin toplumsal cinsiyet düzeninde otoritenin meşrulaştığı son alan olan babalık düzeyinde konumlandığı görülmüştür. Erkekliğin babalık kimliğinde bulunan özellikler ile ilişkilendirilmesi düz anlamda sorumluluk, bağımsızlık ve kadını koruyan bir görünümde ifade edildiğini göstermektedir. Çoğunlukla düz anlam ve metafor bir arada kullanılmıştır. Eril ve dişil olarak ifade edilen kadınlığın ve erkekliğin toplumsal cinsiyet düzeninde heteroseksist ilişkiler içerisindeki konumunu meşrulaştıran söylemler ön plana çıkmıştır.

Videoda kadın yani dişil enerji, babaç tavırlı erkekteklif bekleyen ve onunla evlenmek, yuva kurmak, aile düzeni almak isteyen bir formda sunulurken, erilin de çocuğunun annesi olan kadını sevmesi ve karması olan üçüncü kişi olarak tabir edilen kadından uzaklaşması gerektiği vurgulanmıştır. Bu durum, kültürel kodlardan beslenerek anlam kazanan cinsiyet giydirilmiş kimliklerin bir tezahürü olmaktadır. Saah kartının gelmiş olması kartın metaforik anlamına bakıldığında düz anlam ve yan anlam bakımından, erkeğin çocukluktan gelen travmaları olduğu kapsamında değerlendirilmiştir. Bunun

sebebi de toplumda hâkim olarak erkeklik kodlarında genç erkekliğin temsillerinden bağımsız, cinselliğine düşkün, özgür, delikanlı yani daha toy bir erkeklikten uzaklaşarak artık olgunlaşmış baba rolüne bürünmesi gerektiği alt mesajları üzerinden anlatılmıştır.

Metonimi bakımından yine videonun içinde “nazar” kelimesinin kullanılması dinsel açıdan İslam’da maşallah ve inşallah söylemleri içerisinde anlam kazanmaktadır. Kötülüklerden korunmanın amaçlandığı bir yapı göstermesiyle söylem içerisinde kültürel motifler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu söylemin, sinek kartının simgesel anlamı ve yerel kodlar üzerinden “kem göz, nazar ve üçüncü kişiler, yılan, çekemeyenler” olarak meşrulaştırıldığı görülmüştür. Dişilin yani kadının da toplum baskısından bu kem göz, nazar olarak tanımlanan metominiden sıyrılarak evlilik kuracağı vurgulanmıştır. Kadının gerçek sahibi olan erkek alt mesajının verildiği, erkeğe kavuşan kadın üzerinden bir sonun kurgulandığı görülmektedir. Videonun ortalarında dişil enerjiye ait açılan kartlarda resmîyetin ön planda olması yan anlamından yola çıkarak erkeğin kadına toplumda kabul gören evlilik kurumu üzerinden bir ilişki teklif etmesinin düz anlamı ortaya çıkmaktadır. “Resmî bir şekilde bana gelmen lazım” (Ergin, 2021, 25:37) söyleminin dişilin yani kadının bilinçaltı üzerinden verilmesi bu durumun toplumda hâkim olan kadın erkek ilişkilerine bakış açısını da toplumsal cinsiyet düzeninde meşrulaştırmaktadır. Bu söylem, Butler’ın belirttiği gibi (1993) kadınlığın ve erkekliğin birleşimi olan heteroseksizmde kadını arzulara dahi kendisine bağlı kılan erk yapısını göstermektedir.

Videonun başlangıcında eril ve dişilin ortak enerjisini anlamak için bakılan tarot söyleminde aşk kartı gelmiş ve aşk metaforu üzerinden toplumsal cinsiyet düzeninde heteroseksüellik meşru gösterilmiştir. Bu durum Williamson’un (Williamson’dan aktaran: Varlı Gürer ve Gürer, 2020), kadınlığın medyada ilişkiler, aşk ve cinsellik temaları üzerinden işlenen bir alana indirgenerek cinsiyete özgü belirli kodların onaylanması için aracı olduğu düşüncesini onaylamaktadır. Genel olarak videoda erkeğe etken, kadına edilgen bir konum biçen söylemlerin üretilmesi toplumsal cinsiyet eşitsizliği barındırmaktadır.

2.2.3.2.3. Retorik

Videoda görsellik olarak heykellerin, süs çiçeklerinin ve çeşitli renkli figürlerin kullanılması ortamın ambiyansını samimi ve ev ortamı havasında göstermektedir. Bu nedenle, tarot kartlarının görsel olarak gösterge değeri göstermesi dışında bir inandırıcılık görülmemektedir. Anlatımın kartlardan alınan anlam üzerinden bir referansal söyleme tabi tutulması hikâyeleştirilen fal anlatımında “kolektif bir açılım”, “size uyanı alın”, “hangisi uyuyorsa onu alın” gibi ifadeler üzerinden de inandırıcılık taşımadığını göstermektedir. Kişinin gündelik bir dil üzerinden anlatıyı sunduğu görülmüştür. Videodaki kişinin kendi ticari reklamını yaptığı söylem düzeyinde kendini göstermiş ve bu durum kendi kimliğini öne çıkarma amacıyla videoyu dolaşıma soktuğunu düşündürmüştür.

Genel olarak video söylemi incelendiğinde, toplumsal yapıda hâkim olan kadın ve erkek romantik ilişkileri heteroseksüel anlayış ile meşrulaştırılmaktadır. Şakrak (2020), Tanrıvermiş (2007) ve Polat’ın (2019) ifadeleriyle benzer olarak kadın anne olmak, çocuk sahibi olmak isteyen ve evliliği arzulayan bir konumda; erkek ise bağımsız, cinsellik ve güç sahibi, kendi hazlarına vakit ayıran konumda kurgulanmıştır. Kadınlık erkeğe bağımlı yansıtılmış ve onu bekleyen bir enerjide olması dolayısıyla edilgenleştirilmiştir.

Erkeklik ise bağımsızlık temelinde karar alıcılık ve kadının korunmasını üstlenen birey olarak kurgulandığı için etken bir yapıdadır. Böylelikle, Bora'nın (2012) belirttiği gibi toplumsal cinsiyet temsilleri farklılaştırılmış ve eşitsizlik temelinde söylemlerde görünür olmuştur.

SONUÇ

Araştırma kapsamında YouTube'da yer alan üç adet eril dişil tarot falı içerikli video Van Dijk'in makro ve mikro analiz modeli ile çözümlenmiştir. Makro yapı içerisinde üç videonun da kendi bağlamı içerisinde başlık, videonun tanımı ve etiketler bölümleri videoların içeriğini yansıtmaktadır. Analizi yapılan ikinci videoda herhangi bir etiket kullanılmamış sadece videonun tanımında videonun üreticisinin kim olduğuna dair bilgi verilmiştir. Her üç videonun ana konusunun kadın ve erkek ilişkilerine dair bir fal söylemi içerdiği, videoların içerisinde geçen "eril ve dişil enerji" söylemi üzerinden anlaşılmaktadır. Makro çözümleme içerisinde ikinci aşama olan şematik yapıda her üç videonun anlatım dilinin de gündelik sade bir dil olduğu görülmüştür. Her üç video analiz edildiğinde sonuçlar bağlamında, toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden eril ve dişil kimlik yeniden üretilmektedir. Erkeklik, toplum yapısında hâkim olan ataerkil kodlara uygun bir şekilde tarot kartlarının simgesel anlamı kapsamında 'üstünlük' söylemi üzerinden kurgulanmıştır. Erzeybek ve Gökçearslan Çifci'nin (2019) ifadeleriyle benzer olarak incelenen videolarda kadınlık, erkek üstünlüğünü vurgulayan toplum yapısında hâkim olan ataerkil anlayışın belirlediği ikincil ve edilgen konuma indirgenerek söylem düzeyine taşınmış ve cinsiyet ideolojisinin inşa ettiği kadınlık meşrulaştırılmıştır.

Her üç video içerisinde kadınlık ve erkeklik toplumsal cinsiyet temsilleri üzerinden açıklanarak ilişkisel boyutta erkek üstünlüğünü onaylayan bir söyleme bürünmüştür. Her üç videonun art alan ve bağlam bilgisi incelendiğinde, üçünün de "şeytan" kartı üzerinden bir aldatma-aldatılma teması işlediği ve bu durumu "âşık ve vazgeçemeyen kadın" ve "kötü kadın" üzerinden söyleme taşıdığı tespit edilmiştir. Her üç videoda işlenen aldatma-aldatılma temasında eril enerji yani erkek kimlik harekete geçen, mücadele eden, savaşan, adım atan konumunda etken bir yapıda kurgulanmıştır. Kadın ise Polat (2019) ve Şakrak'ın (2020) ifadeleriyle benzer olarak duygusal bir yapı içinde erkeği bekleyen ve ihanete uğrasa dahi sadakatini kaybetmeyen konumda sunulmuştur. Bu durumdan ötürü videolar içerisinde TV dizilerinde işlenen heteroseksüel ilişki modelinde yaratılan kadınlık imajının yansıtıldığı görülmüştür.

Toplumsal cinsiyet rol ve kabullerini kültürel ve toplumsal yapıdan alan söylemin birinci videoda azize kartı, ikinci videoda değnek dokuzlusu kartı, üçüncü videoda gül kartı üzerinden kadınlığın "sezgisel olmak, bakım vermek, hizmetçilik, evlilik, annelik" gibi temalar üzerinden mikro yapı içerisinde yeniden üretildiği görülmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümlemeye bakıldığında üç videonun da anlatısında basit ve devrik cümlelere yer verdiği görülmektedir. Bunun yanında üç videonun da fal söylemi barındırması dolayısıyla giriş, gelişme ve sonuç bağlamında aktif fiil çekimlerinden şimdiki zaman, geniş zaman ve geçmiş zaman fiil çekimlerine yer verdiği görülmüştür.

Bölgesel uyum kapsamında üç videonun söylem çözümlemesi için toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden kadınlığı ve erkekliği kurguladığı söylenebilmektedir. Videoda söylemler aracılığıyla dolaşıma sokulan erkeklik, "başarı", "güç", "bağımsızlık",

“maddiyat”, “koruyuculuk”, “harekete geçmek”, “babalık”, “cinsellik” gibi temalar üzerinden kültürel yapıda hâkim olan Connell’in (1998) tanımladığı hegemonik erkeklik modeli ile benzer özellikler taşımaktadır. Üç videoda söylem düzeyinde görülen nedensellik ilişkisi, eril ve dişil enerjinin düşünce, davranış ve duygular düzleminde toplumsal cinsiyet temsilleri üzerinden kurgulanmıştır. Referansal ilişki bakımından da farklılaşan kadınlık ve erkekliğin meşruiyet kazandığı zemin toplumsal cinsiyet rolleri ekseninde açıklanmıştır. Ayrıca, üç video içerisinde de söylemin hitap ettiği kesimin kadınlar olduğunu belirten ifadeler ile karşılaşılması, fal söyleminin Nar (2014), Canoğlu ve Yaşa Özeltürkay (2018) ve Güngör’ün (2005) çalışmalarında görüldüğü gibi cinsiyete özgü işlevsellik taşıdığını göstermektedir. Birinci videoda geçen “gönül dostlarım” ve üçüncü videoda geçen “ruhdaşlarım, ruh familyam” gibi söylemler üzerinden tarot pratiğinin “danışmanlık almak” gibi bir anlamda yansıtılıyor oluşu YouTube’da kimliğin sunumunda ‘biz ve onlar’ ayrımının ‘biz’ kapsamını oluşturmaktadır. Kullanıcı türevli içerikler bakımından kimlik sunumunun üç videoda da sadece gündelik hayat pratiklerini fal söylemi üzerinden kurgulamak ve sosyalleşmek kapsamında değil, Halıcı’nın (2018) ifadeleriyle kültürel olarak değişen falın belirli bir ticari kimlik üzerinden ekonomik amaçlı gerçekleştirilmesi şeklinde kendisini gösterdiği görülmektedir.

Kelime seçimlerine bakıldığında üç video içerisinde de eril ve dişil enerji söylemi toplumsal cinsiyet kabullerinden beslenerek oluşturulmuştur. Kadınlık söylem düzeyinde “sezgileri kuvvetli, hissel” olarak kodlanmış ve irrasyonellikle eş değer konumlandırılmıştır. Erkeklik, “akıl” düzleminde rasyonalite üzerinden hegemonik erkeklik kodları üzerinden tanımlanmıştır. Söylem düzeyinde erkeklik etken, kadın ise edilgen konumda yansıtılmıştır. Erkek “öz güven”, “cesaret”, “başarı”, “otorite”, “kontrol” gibi özellikler ile tanımlanarak “adım atan”, “gelen-giden”, “eyleyen” konumda gösterilmiştir. Kadın ise tam tersi, “bekleyen”, “düşünen”, “kalan-gidemeyen” bir konumdadır. Bu doğrultuda bu çalışmada Yeşil ve A. Yıldırım’ın (2019) evlilik programlarına uyguladıkları söylem analizi çalışmasında görüldüğü gibi, toplumsal cinsiyet temsilleri söylem düzeyinde karşılaştırılmış ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin meşrulaştırıldığı görülmüştür.

Üç video içerisinde de “üçüncü kişiler” vurgusu “ikinci bir kadın” söylemi ile kötü kadın imajını ifade etmek için kullanılmıştır. Bu noktada aşk üçgeni içerisinde kalan ikinci kadın söylemi açık veya örtük olarak üç video içerisinde de kadını ikincilleştiren ve damgalayan eşitsizlik ifadelerini barındırmaktadır. Bu durum Kenet (2019) ve Söğüt’ün (2019) medyada kadınlığın erkekliğin tersi olarak olumsuz pozisyonlarda konumlandırıldığı ve bu konumlanmanın kimi zaman kadını aşağılayıcı, yuva yıkan kadın, ahlaksız kadın temsilleri üzerinden olabildiği yönündeki ifadelerini doğrulamaktadır.

Retoriğe bakıldığında birinci ve üçüncü video içerisinde tarot kartlarının görselliği, biblolar, ışıklandırılmalar, çiçekler vb. süs eşyaları ile çevrelenmiş masa dışında herhangi bir görselliğe yer verilmediği görülmüştür. Tarot söyleminin hikâyeci ve betimleyici bir tonda ilerlediği gözlemlenmiştir. Alagözlü’nün (2007) belirttiği gibi imgelerin semboller-kültürel yorumlarla desteklenmesi ve söylemin yöneldiği bağlamda hikâyeye dönüştürülmesi tarot falı için de geçerlidir. Bu çalışma kapsamında fal söylemi ideolojisini eril ve dişil enerji kimlikleri üzerinden toplumsal cinsiyet kabullerini onaylayarak yeniden üretmektedir.

Araştırmada videonun anlatım dili, sonuçlar, art alan ve bağlam bilgisi incelendiğinde şematik yapı içerisinde toplumsal cinsiyet rol ve temsillerinin yeniden üretildiği görölmektedir. Bağlam bilgisi içerisinde kadınlık ve erkeklik ilişkilerinin toplumda hâkim kültürel yapıda algılanan heteroseksüel ilişkileri meşrulaştırdığı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, toplumsal cinsiyet temsillerinden beslenen kadının ve erkeğin ilişki durumlarını anlatan bir söylem üzerinden tarot kartlarını yorumlayan üç içerik bu kapsamda büyük ölçüde birbiri ile ilişkisel veriler barındırmaktadır. Kelime seçimleri toplumsal cinsiyet rolleri içerisinde yeniden üretilen toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini içermektedir. Video içerisinde erkeğin ve kadının karşıt özellikler üzerinden kurgulanması dolayısıyla kelime seçimleri cinsiyet eşitsizliği ideolojisini meşrulaştırmaktadır. Araştırmada erkeğin etken, kadının edilgenlik üzerinden konumlandığı görölmektedir. Bu araştırma videoların yorum kısmını analize dâhil etmemiş, videonun içeriğine odaklanmış ve odak noktasında, eril ve dişil söyleminin nasıl kurulduğunu anlamaya çalışmıştır.

Sonuç olarak, YouTube’da eril ve dişil enerji tarot ifadeleri içeren bu üç video kapsamında söylemin ardındaki yapısal gerçekliğin toplumsal cinsiyet rolleri ile inşa edilen kadın erkek eşitsizliğinin ideolojisi olduğu ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Alagöz, N. (2007). Bir Söylem Türü Olarak Kahve Falına Yönelik Bir İnceleme: Kahve Falı ve İdeoloji. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 24(1), 1-22.
- Altun, Ş. (2019). *Sosyal Medya ve Şöhret Kültürü: Youtube Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya. *Selçuk İletişim*, 9(1), 410-428.
- Avcı, F. ve Güdekli, İ. A. (2018). Toplumsal Cinsiyet ve Medya İlişkisi: Yazılı Basında Kadına Şiddet ve Kadın Cinayetleri Haberleri Üzerine Bir Analiz. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 4(2), 475-506.
- Aydın, D. ve Atalay, S. (2021). Hegemonik Erkekliğin İnşası: İzmir’de ‘Daha’ Erkeklik. *Moment Dergi*, 8(1), 47-65.
- Aydoğan, F. ve Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (18), 58-69.
- Biricik, A. (2008). Erkek Adam Ezberini Bozmak Üzerine: Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet Sisteminin Resmî Söylem Üzerinden Kurulması. Nil Mutluer (Der.), *Cinsiyet Hâlleri: Türkiye’de Toplumsal Cinsiyetin Kesişim Sınırları* içinde (ss. 232-246). İstanbul: Varlık Yayınları.
- Bora, A. (2012). Toplumsal Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık. Kenan Çayır ve Müge Ayan Ceyhan (Der.), *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar* içinde (ss. 175-187). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bozok, M. (2018). Türkiye’de Ataerkillik, Kapitalizm ve Erkeklik İlişkilerinde Biçimlenen Babalık. *Fe Dergi*, 10(2), 30-42.
- Butler, J. (1993). *Bodies That Matter - On the Dircursive Limits of “Sex”*. New York: Routledge.
- Canoğlu, M. ve Yaşa Özeltürkay, E. (2018). Popüler Kültür, Batıl İnançlar ve Fal Baktırmak: Müşteri Görüşlerinin Belirlenmesi Üzerine Keşifsel Bir Çalışma. *Cag University Journal of Social Sciences*, 15(2), 1-11.
- Chandler, D. ve Munday, R. (2018). *Medya ve İletişim Sözlüğü* (Çev: Babacan Taşdemir). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. California: University of California Press.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar; Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Çifçi, A. (2008). *İlköğretim 4. ve 5. Sınıf Öğrencilerinin Kadınlık ve Erkeklik Rollerini Algılayış Biçimleri*. (Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi, İstanbul.
- Çomu, T. (2012). *Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi: Youtube Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Demircioğlu, S. D. ve Amman, M. T. (2019). Sakarya Üniversitesi Öğrencilerinin Büyü ve Fala Yönelik İnanç ve Uygulamaları (Sakarya University Students' Beliefs and Practices About Magic and Fortune). *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD)*, 5(11), 293- 323.
- Demren, Ç. (2008). Ortadoğu'da Ataerkillik ve Erkeklik İlişkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 32(2), 321-329.
- Dondurucu, Z. B. ve Uluçay, A. P. (2015). Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(3), 875-902.
- Duvarcı, A. (2001). Halk Kültürü Uygulamalarından Biri Olan Fal Geleneğinin Değerlendirilmesi. *Erdem*, 13(37), 117-130.
- Eren, Ş. (2012). *Popüler Kültür ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Evlilik Programları: "Esra Erol'da Evlen Benimle" Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Ergin, A. (2021, 2 Mayıs). *Eril Dışıl Güncel Tarot Açılımı @AyşeGül ERGİN VLOG Abone Olabilirsin* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yNSU961qx4F4>/ Erişim: 15.05.2021
- Eriçdem, S. (2021, 27 Nisan). *27/4/2021 Akrep Dolunayının İkiz Ruh ve Ruh Eşi Yolculuğuna Olan etkisi* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fkYSo1IKShY/> Erişim: 15.05.2021
- Ersöz, A. G. (2015). Özel Alan/Kamusal Alan Dikotomisi: Kadınlığın "Doğası" ve Kamusal Alandan Dışlanmışlığı. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1), ss. 80-102.
- Erzeybek, B. ve Gökçearslan Çifci, E. (2019). Akademisyen Kadınların Toplumsal Cinsiyet Rollerini ve Evlilik Uyumu. *Sosyal Çalışma Dergisi*, 3(1), 61-80.
- Gelebek, E. (2020). *Gündelik Kültür Oluşturmada Yeni Medya Araçlarının Rolü: Youtube Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Güler, N. (2014). İletişim, Toplumsal Cinsiyet ve İdeoloji. *Journal of Yasar University*, 9(34), 6023-6043.

- Güneş, E. (2013). *Su Falı, Kahve Falı ve Tarot Kafelerine Gidenlerin Din Psikolojisi Açısından Değerlendirilmesi: (İstanbul Örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güngör, İ. (2005). Popüler Kültür Ürünü Olarak Fal. *İletişim*, 21, 169-202.
- Halıcı, G. Y. (2018). Popüler Kültürün Ekonomik Bir Olgusu: Fal. *Karadeniz Araştırmaları*, 15(58), 146-159.
- Karaduman, N. (2017). Popüler Kültürün Oluşmasında ve Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43), 113-133.
- Karakoç, E. (2014). Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 245-269.
- Kenet, B. (2019). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Türkiye Youtube Mecrasına Yansıması: En Çok Takip Edilen On İçerik Kategorisi Kapsamında Youtuber'ların Cinsiyet ve Yaşlarına Göre Dağılımı. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (14), 106-132.
- Latif, B. Ö. ve Karkış, İ. Ö. (2018). Sosyal Medya Reklamları Üzerinden Kadının Toplumdaki Konumlandırılmasına İlişkin Bir İçerik Analizi. *ASEAD*, 5(10), 114-134.
- Nar, M. Ş. (2014). Psiko-Antropolojik Bir Olgu Olarak Fal Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 54(1), 507-524.
- Ok, S. (2011). *Erkeklik Krizi ve İşsizlik* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Polat, H. (2019). Medyada Kadın ve Temsil Biçimi: TV Dizileri Üzerinden Bir Tartışma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 77-96.
- Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkânsız İktidar Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Selek, P. (2014). *Sürüne Sürüne Erkek Olmak*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Soydaş, N. ve Yazıcı, T. (2018). Eğlence/Boş Zaman Aktivitesi Olarak Kahve Falı İletişimi: Kahve Bahane, Uygulama Şahane. Gülay Öztürk vd. (Ed.), 2. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme* içinde (ss. 124-134). İstanbul: Ticaret Üniversitesi.

- Sögüt, F. (2019). Yeni Medya ve Temsil: İnternet Gazeteciliğinde Cinsiyet Kimliklerinin Sunumu. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 212-231.
- Şakrak, B. E. (2020). Dizi Filmlerde Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Temsili Örnek İnceleme: “Kadın” Dizisi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(22), 420-434.
- Tanrıvermiş, Ş. (2007). *Televizyon Dizilerinde Erkek İmgesi (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tokgöz, C. (2017). Kimlik ve Bellek Ekseninde Sosyal Medya Anlatıları. *Intermedia International e-Journal*, 4(7), 255-268.
- Van Dijk, T. A. (1993) “Principles of Critical Discourse Analysis”. *University of Amsterdam*, 4(2), 249-283.
- Van Dijk T. A. (2003). *Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım, Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji* (Çev. B. Çoban, Z. Özarslan ve N. Ateş). İstanbul: Su Yayınları.
- Varlı Gürer, S. Z. ve Gürer, M. (2020). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Bağlamında Türkiye’deki Televizyon Dizilerinde Sunulan Kadın Stereotipi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 631- 650.
- Vatandaş, C. (2007). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*, (35), 29-56.
- Vefikuluçay Yılmaz, D., Zeyneloğlu, S., Kocaöz, S., Kısa, S., Taşkın, L. ve Eroğlu, K. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 775-792.
- Yaman, P. (2021, 7 Mayıs). *Kalbindeki Kişinin Düşünceleri Hisleri - Detaylı Açılım - Tarot Yorumu* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_k4NtvjAgXk/ / Erişim: 15.05.2021
- Yeşil, F. ve Yıldırım, A. (2019). Toplumsal Cinsiyet ve Medyadaki Söylemi: Evlilik Programları. *Selçuk İletişim*, 12(1), 232-254.
- Yıldırım, M. (2018). Yeni Medya’da Ürün Yerleştirme: Youtube Kanalları ve Youtuber’lar. Gülay Öztürk vd. (Ed.), 2. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme* içinde (ss. 148-154). İstanbul: Ticaret Üniversitesi.
- Zinderen, İ. E. (2020a). Yeni Medya Ekolojisi Ekseninde Youtube: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 215-232.
- Zinderen, İ. E. (2020b). Yeni Medyada Kimlik İnşası: YouTuber Kimliğine İlişkin Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 415-434.