



KÜLTÜREL BELLEKTEN ELEKTRONİK ORTAMA: KÜLTÜR AKTÖRLERİNİN YENİ VARLIK ALANI OLARAK HAZIR MESAJLAR

From Cultural Memory to Electronic Environment: The Ready Messages as a New Present Area of Culture Actors

Ufuk AYMAZ*

ÖZET

Cep telefonu ile internet kullanımının yaygınlaşması geleneksel iletişim biçimlerinde değişikliklere yol açmış, telefon ve internet üzerinden gerçekleştirilen iletişimi cazip ve yaygın hale getirmiştir. Bu da elektronik kültür ortamını, sözlü ve yazılı kültür ortamları karşısında çok daha baskın bir konuma taşımıştır. Elektronik kültür ortamında yaygın kullanılan iletişim araçlarından biri de hazır mesajlardır. Belirli gün ve haftalarda elektronik ortamda yazılı, sesli ve görsel olarak iletilip alınan tebrik ve taziye içeriklerini kapsayan hazır mesajlar, kişiler arası iletişimde oldukça rağbet görmektedir. Bu içeriklerin çoğu, sözlü ve yazılı gelenekten el alınarak oluşturulmakta, bu sayede içeriklerin etki gücü arttırılmaktadır. Hazır mesaj içerikleri, kültürel bellekte yer etmiş birçok isim için varlıklarını devam ettirebildikleri yeni bir mekân olmuştur. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin etkilerinin üst düzeyde yaşandığı günümüzde, nerdeyse tüm kültürel öğeler varlıklarını devam ettirebilmelerine katkı sunmak adına elektronik kültür ortamına aktarılmıştır. Bu çalışmada Türk kültür belleğinde yer etmiş Nasreddin Hoca, Yunus Emre, Hacı Bektaş Veli, Mevlana, Dede Korkut, Hoca Ahmed Yesevi, Karacaoğlan gibi isimlerin hazır mesaj içeriklerinde yer alış nedenleri, bu isimlerin yer aldıkları içeriklerde korunan ve yeneden yorumlanan özellikleri ve söz konusu içeriklerin işlevleri tespit edilip değerlendirilmiştir. Folklorun etkilenen, folkloru etkileyen ve nihayet folklorun bir parçası olma yolunda ilerleyen hazır mesaj içeriklerinin çok boyutlu bir etkileşim sürecinin bir sonucu olduğu, kültürel belleğin bugüne taşınmasında yeni ve etkili bir araç görevi gördüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kültür, bellek, kültür ortamları, hazır mesaj, kültürel aktarım.

ABSTRACT

The widespread use of the internet by mobile phones has caused changes in traditional forms of communication, making the communication over the phone and the internet attractive and widespread. This has brought the electronic culture

* Yüksek Lisans Öğrencisi. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı, İstanbul/Türkiye. E-posta: uaymaz@gmail.com. ORCID ID: 0000-0002-4937-6864.



environment to a much more dominant position against oral and written culture environments. One of the communication tools widely used in the electronic culture medium is ready messages. Ready-made messages covering the contents of congratulations and condolences, which are transmitted and received electronically, audibly and visually on certain days and weeks, are very popular in interpersonal communication. Most of these contents are created by taking the verbal and written tradition into hand, thus increasing the effect power of the contents. The ready message content has become a new place where they can continue their existence for many names that have taken place in our cultural memory. In this study, the reasons of names such as Nasreddin Hodja, Yunus Emre, Hacı Bektash Veli, Mevlana, Dede Korkut, Hodja Ahmed Yesevi, Karacaoglan, who have taken place in our culture memory, are preserved and reinterpreted in the contents of these names and the functions of these contents has been identified and evaluated. It has been determined that the content of instant messages, which are influenced by folklore, affect the folklore and finally progress towards becoming a part of folklore, is a result of a multidimensional interaction process, and it has served as a new and effective tool in carrying cultural memory to the present day.

Key Words: Culture, memory, cultural environments, ready-made message, cultural transfer.

Giriş

Teknolojik gelişmelerin yaşamımıza olan etkisi her geçen gün artmaktadır. İletişim teknolojilerindeki baş döndüren gelişmeler gerçek hayata bir alternatif yaratmıştır. Elektronik ortamdaki yaşam gündelik hayat kadar önemli hale gelmiştir. İnsanlar kültürel ve sosyal ihtiyaçlarının önemli bir kısmını bu mecrada gidermeye başlamıştır. Sözde ve yazıda yaşayan kültürel öğelerin, elektronik ortama aktarılması söz konusudur. Üyelerinin ihtiyaç ve beklentilerine karşılık verebilmek adına bir zorunluluk olduğunu söyleyebileceğimiz bu aktarım çoğu zaman bir dönüşümü de beraberinde getirmiştir. Walter J. Ong, *Sözlü ve Yazılı Kültür* adlı kitabında, elektronik ortamın çeşitli araçları vasıtasıyla, ikincil sözlü kültür çağına girdiğimizden söz eder ve bu ikincil sözlü kültür çağının kültürel ürünler üzerinde dönüştürücü bir etki yarattığını belirtir. Ona göre “ikincil sözlü kültür çağı” birincile hem çok benzer hem de hiç benzemez. Birincil sözlü kültür ile ikincil sözlü kültür katılımcı gizemi, topluluk duygusunu geliştirilmesi, söz kalıplarını kullanışı gibi yönlerden benzerken; dinleyici/okuyucu kitlesinin genişliği, çözümlenmeli düşünce imkânı, hitabet tarzı gibi açılardan farklılık göstermektedir (2018: 160-162). Dursun Yıldırım, “...gelenek yapı bakımından donuk, statik, ortaya çıktıkları andan itibaren kendini tekrarlayan kalıplar değildir. Aksine, onlar, ait oldukları milletin ihtiyaçla-

rına uygun biçimde değişen, gelişen, ortadan kalkan veya parçalanarak yeni geleneklerin doğmasını sağlayan dinamik bir yapıya sahiptirler” (1998: 82) derken geleneğin içinde değişimi, yenilenmeyi ve yaratıcılığı taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu noktada geleneğin değişime fırsat veren özü, yeni yaratımların temel hareket noktasını, yapısal zeminini oluşturmaktadır. Geleneğin teknolojik olanla ilişkisi, onu geride bırakan bir ilişki değil aksine onu yeniden gündeme getiren bir ilişkidir. Teknolojik açıdan ise gelenek aşılması gereken bir kavram değil, el alınması gereken bir mirastır. Bu açıdan baktığımızda sözlü ve yazılı kültüre ait öğelerin geleneksel yapısının elektronik ortamda güncellenmesi şaşırtıcı olmasa gerek. Bu aktarımın, güncellenmenin ve yeniden yaratımın gerçekleştiği mecralardan biri de hazır mesaj içerikleridir. Belirli gün ve haftalarda elektronik ortamda yazılı, sesli ve görsel olarak iletilip alınan, tebrik ve taziye içeriklerini kapsayan hazır mesajlar, kişiler arası iletişimde oldukça rağbet görmektedir. Sanal ortamda kullanıma hazır şekilde bulunan, hazırlandığı özel günün amacına uygun yazı, ses ve görsellerle oluşturulmuş, dijital tebrik ve taziye ifadeleri olan hazır mesaj içerikleri; kolay ulaşılabılır ve iletilebilir olmaları, çeşitlilik sunmaları, pratik ve ekonomik olmaları gibi nedenlerle epey ilgi ve talep görmektedir. Bu içeriklerin bir kısmı sözlü ve yazılı gelenekten el alınarak oluşturulmakta, bu sayede içeriklerin etki gücü arttırılmaktadır. Bu anlamda hazır mesaj içerikleri, gelenek için varlığını devam ettirebileceği yeni bir mecra olmuştur, denebilir.

Belirli gün ve haftalardaki kutlama, taziye günleri ve ölüm yıldönümlerindeki anma ve başsağlığı ifadeleri, bir toplumu oluşturan bireylerin güçlü ilişkiler kurabilmesi ve birliktelik duygusu sağlayabilmesi adına önem taşımaktadır. Söz konusu tebrik ve taziye ifadeleri, çağın bir gereği olarak elektronik ortama aktarılmış ve hazır mesaj içeriklerinin temelini oluşturmuştur. Hazır mesaj içerikleri; dini ve milli bayramlardan Cuma günü kutlamalarına, taziye günlerinden yılbaşı kutlamalarına değin geniş bir yelpazede kullanılmaktadır. Hazır mesaj içeriklerinin kullanım alanının yaygınlığı onu toplum kültürünün bir parçası yapmaktadır. Sosyal ağların ve çeşitli mesaj uygulamalarının da etkisiyle popüler bir hale gelmiştir. Hazır mesajlar hitap ettiği kitlenin genişliği ve iletiminin pratik ve hızlı olması nedeniyle çok fazla insana ulaşabilmekte, dolayısıyla bu insanların beklenti ve isteklerinden etkilenmektedir. Ayrıca sanal ortamda hazır mesaj içeriği oluşturan kişi ve kurumlar ilgi çekmek ve etkili olabilmek adına kullanıcıları üzerinde tesir edecek yollara başvurmaktadır. Bu yollardan biri de içeriklerde Türk kültür dünyasında yer etmiş önemli isimlere yer

vermektedir. Söz konusu içeriklerde Nasreddin Hoca'dan Hoca Ahmed Yesevi'ye, Yunus Emre'den Mevlana'ya kadar birçok önemli isme yer verilmiştir.

Assmann, belleği kültürel ve iletişimsel bellek olarak ikiye ayırır. İletişimsel bellek bir toplum için geçici, gündelik bilgiye işaret ederken; kültürel bellek yüzyıllar sonra bile bir toplumun belleğinde kalacak bilgi anlamında kullanılır. Kültürel bellek, toplumu kendini onaylayan, kutsayan ve onore eden, bir kolektif haline dönüştüren etkinliklerdir. Ortak yaratıların bir ürünüdür, bir toplumun ortak değerleri, düşünceleri, faaliyetleri üzerinden tanımlanır (2011: 59-67). Kültürel belleğin iki yönde işlediğini belirten Assmann, bunlardan ilkinin kökeni göz önünde tutan bir hatırlama tarzı olduğunu, diğerinin kişinin yakın geçmişini, kişisel deneyimlerini göz önünde tutan bir hatırlama tarzı olduğunu söyler (2015: 60). Bu noktada hazır mesaj içeriklerindeki kültür aktörleri aracılığıyla gerçekleşen hatırlatmanın, kişisel deneyimlerden çok kökensel bir hatırlatma tarzı olduğunu söylemek mümkün. Hazır mesaj içerikleri genel olarak, Türk kültür ve medeniyetinin kökenlerini, aktörlerini ve onların bu kültür ve medeniyetin oluşmasına katkı sağlayan düşüncelerini hatırlatma yoluna gitmektedir. Kültürel belleğin taşıyıcıları olarak kabul edebileceğimiz bu isimler için içerikler yeni bir varlık alanı olarak teşkil etmektedir. Bu yöntem hem kültürel belleğin tekrarlanarak anımsanmasına olanak vermiş, hem de içeriklerin ilgi görmesini sağlamıştır.

Toplumda yer alan bireyler düzenin de bir parçasıdır ve bu bütünlüğü devam ettirebilmek adına ortak anıları, geçmişleri olduğunu varsaymaları gerekir. Geçmişin imgeleri bir araya gelince o sırada var olan toplumsal düzeni meşru gösterirler (Connerton, 1999: 10). Bu ortak geçmiş daha çok geleneği çağrıştırmaktadır ve gelenek güncellenirken bu ortaklıktan hareket etmek sıkça başvurulan bir yöntemdir. Hazır mesaj içeriklerinde de, geçmişin imgeleri bir araya gelmiş, bu yolla toplumsal aidiyet duygusu tazelenmiş ve toplumsal işleyiş geçmişe dayandırılarak desteklenmiştir. Mesaj içeriklerinde hatırlama ve tekrar etme yoluyla kültür aktörlerine yer verme yöntemi bir açıdan da anımsamanın bireysel olmaktan çok kültürel olduğu düşüncesini pekiştirmektedir. Kültürel bellek, kimliğin oluşmasında önemli bir yer tutmaktadır. Kültürel bellek topluma, dolayısıyla bireye kimliğini tanımlamada rehber olmakta ve ortak geçmiş konusunda bir birliktelik sağlamaktadır. Toplumun ortak kimliğinin oluşabilmesi ile kültürel belleğin bugüne taşınması arasında sıkı bir bağ vardır. Bu noktada mesaj içeriklerinde kültür aktörleri aracılığıyla kültürel belleğin (bk. Halbwachs, 2018; Ricoeur, 2012; Bilgin, 2013) bugüne taşınması sonucu toplumsal kimlik ve aidiyet kavramları pekiştirilmektedir. İçeriklerde

kültürel belleğin tekrarıyla birlikte geçmiş ile şimdiki zaman arasında oldukça güçlü bir bağ kurulmakta, diğer bir deyişle geçmiş bugüne taşınmaktadır. Geçmiş ortak kılan kişi ve temsil ettikleri değerler, bugüne taşınırken şimdinin inşasında da etkili olmaktadır. Şimdinin oluşumu geçmişten el alınarak anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Örneğin önemli günlerde kullanılan hazır mesajlarda Mevlana'ya yer vermek, o günün temsil ettiği anlamı Mevlana ve görüşleri üzerinden pekiştirmek, anlamlandırmak ya da yeniden dizayn etmektir, denebilir. Kültür aktörlerinin yer aldığı içeriklerin çoğunda, günün anlam ve önemi, söz konusu ismin görüşleri üzerinden pekiştirilmiştir. Bazı örneklerde ise kültür aktörünün temsil ettiği düşünce, günün anlam ve önemi üzerinden yeniden tasarlanmıştır. Bu çalışmada söz konusu iki duruma da uygun örnekler yer verilmiştir.

Türk kültür dünyasında yer edinmiş isimlere yer verilen hazır mesaj içerikleri araştırmamızın örneklemini oluşturmaktadır. İnternet ortamında bu konuyla ilgili örnekler, “hazır mesaj içerikleri, hayırlı cumalar mesajları, bayram mesajları, tebrik mesajları, taziye mesajları” gibi ifadeler yazılarak ulaşılmıştır. Elde edilen veriler tarama yöntemiyle gözden geçirilmiş ve araştırmamızın örneklemini oluşturan içerikler belirlenmiştir. Bu içerikler yapısal, işlevsel ve bağlamsal açıdan incelenmiştir.

Kültür Aktörlerimizin Yer Aldığı Hazır Mesaj Örnekleri

Türk kültüründe yer etmiş önemli şahsiyetler, sözlü ve yazılı kültür ortamında varlıklarını sürdürürken diğer yandan elektronik ortama aktarılmışlardır. Bu aktarımın gerçekleştiği mecralardan biri de hazır mesaj içerikleridir. Çalışmamızın bundan sonraki bölümünde Türk kültüründe yer etmiş, zirve şahsiyetlerin yer aldıkları hazır mesaj içerikleri incelenmiştir. Bu isimler Dede Korkut, Nasreddin Hoca, Hoca Ahmed Yesevi, Yunus Emre, Mevlana, Hacı Bektaş Veli, Karacaoğlan ile sınırlı olacaktır ve bahsi geçen her isim için yer aldıkları bir ya da birkaç içerik örneğine yer verilecektir.

Dede Korkut, 14. yüzyılda kaleme alınan ve yazarı bilinmeyen Dede Korkut Kitabı'nın merkezi şahsiyetlerinden biridir. Yıldırım'a göre, geçmişte adları bilinmeyen ya da unutulmuş ozanların yaratıcılık özellikleri, toplum içindeki işlevleri onun kimliğinde karşımıza çıkar (1999: 505). Dede Korkut örnek alınan, bilgeliğine danışılan, problem çözen, ilahi güçleri olan, gaip-ten haber taşıyan, ermiş, ad koyan, lider olan, ölümsüzlüğüne inanılan, kopuzu icat eden, savaşta danışman, ozan, şifacı, siyasetçi, din adamı ve edebiyatçıdır. Dede Korkut sözlü ve yazılı kültür ortamlarının yanında son yıllarda yoğun şekilde elektronik kültür ortamında da yer almıştır. Adının yer aldığı sinema eserleri, çizgi filmler, illüstrasyonlar, müzik videoları, bilgisayar oyunları karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan Dede Korkut elektro-

nik ortama en sık aktarılan isimlerden biridir. Yine elektronik ortamda üretilip iletilen hazır mesaj içeriklerinde de Dede Korkut'a rastlanmaktadır. Dede Korkut dini içerikli kutlama mesajlarında derviş/evliya hüviyetiyle dini değerleri aktaran, milli öğelerin yer aldığı mesajlarda ise ozan/bilge hüviyetiyle toplumsal/yönetimsel konularda öğüt veren bir görünüm çizer. Yer aldığı içeriğe göre tarihsel süreçte taşıdığı hüviyetlerden uygun olanı yansıtılmaktadır. Bu da bir bakıma, Dede Korkut'un taşıdığı anlamları muhafaza ederek elektronik ortama aktarıldığını gösterir. Başka bir deyişle Dede Korkut, tarihimizdeki ozan tipinin bir sentezi olarak toplum üyelerine karşı taşıdığı görev ve sorumluluklarını geçmişten günümüze ve geleceğe taşıyarak, bizlere öğretmeye çalışarak ölümsüzlüğünü sürdürmektedir (Yıldırım, 1999: 507). Bu ölümsüzlük yolculuğu elektronik ortamda da, hazır mesajlar özelinde sürmektedir. Dede Korkut sahip olduğu kimliğin özellikleri çerçevesinde, topluma kültür ve değer aktarmaya devam etmektedir.



Görsel 1 (URL-1).

Nasreddin Hoca, Türk kültür dünyasında en bilinen fıkra karakteridir. Nasreddin Hoca'nın diğer tiplerden en önemli farkı, büyük bir şöhrete ve yaygınlığa erişmiş olmasıdır. Yediden yetmişe her yaştaki Türk halkı onu tanımakta, sevmekte, onun fıkralarını kendi mizahına vasıta yapmaktadır. Nasreddin Hoca'nın bu derece gönülden sevilmesinin ana sebebi, onun nüktelerinde ele alınan konuların hayatla iç içe olması ve hiç eskimemesidir. Çünkü bu nükteler, Türk'ün bilinçaltı, bilinç, bilinç ötesi sezgisel yetilerini kendi dönemi itibarıyla belli ölçüde yansıtmaktadır (Dedebaşı, 2007: 1-2). Nasreddin Hoca, her türlü kültür bağlamında var olabilmiş bir kültür aktörüdür. Genelde birincil sözlü kültür ortamının fıkra tipi olarak tanınmakla birlikte yazılı ve daha sonraki elektronik kültür ortamlarında da yaşamış ve yaşamaya devam etmektedir. Belki de onun ölümsüzlüğünün temelinde bağlamsal dönüşümler karşısındaki uyum ve esnekliği yatmak-

tadır (Özdemir, 2009: 593). Bu dönüşümün ortaya konduğu önemli mecralardan biri de hazır mesaj içerikleridir. Nasreddin Hoca'nın aktarıldığı, güncellendiği ya da yeniden yaratıldığı elektronik ortam bu anlamda Nasreddin Hoca tipi için yeni bir varlık alanı olmuştur. Görsel 2'de yer verilen içerikte Nasreddin Hoca, özüne uygun olarak eşeğine ters binmiş vaziyette ilerlerken diğer yandan konuşmaktadır. Mesaj içeriğindeki dini muhtevaya uygun olarak, Nasreddin Hoca onca söz söyleyebileceken "hayırlısı" diyerek insanlara "cumanız mübarek olsun" mesajı vermektedir. Nasreddin Hoca'nın dini bir kimlikle öne çıktığı bu içerikte bir dönüşüm söz konusudur. Hoca tipi, içerik doğrultusunda konuşurmuş, içeriğin yanıt verdiği ihtiyaca uyarlanarak yeniden kurgulanmıştır. Tarihsel süreçte ortaya konan Nasreddin Hoca tipinin özelliklerine, hazırcıvaplılığını bir kenara bırakarak "hayırlısı" deyip geçiştiren, insanların cumasını tebrik eden yeni bir özellik eklenmiştir. Çünkü bu içeriğin aşılama çalıştığı değer, her şeyin hayırlısını Allah'tan beklemek ve dilemektir.



Görsel 2 (URL-2).

Bazı örneklerde Türk kültür aktörleri evrensel boyutta tanınan ve popüler kültürün bir parçası olmuş isimlerin alternatifi olarak sunulmaktadır. Özel günlerde kullanıcıların rağbet ettiği bu mesaj içeriklerinde kültür aktörlerimize rastlamak, iki noktayı öne çıkarmaktadır. İlk olarak, içeriğin kullanıcısı konumundaki Türk halkı elektronik ortamdaki mesaj içeriklerinde sözlü kültür mirasımızdan izler görmek istemesidir. İkinci olarak ise, hazır mesaj içeriklerini oluşturanların takip ettiği bir arz-talep dengesi veya bir trendin olmasıdır. Bu da hazır mesajların canlı bir süreç olduğunu, etkilendiğini ve etkilediğini göstermektedir. Bu icat edilmiş gelenek, tıpkı sözlü kültürdeki geleneklerimiz gibi üyelerinin ihtiyaçları, beklentileri, istekleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu bağlamda son yıllarda yılbaşı kutlamaları için kullanılan hazır mesaj içeriklerinde Nasreddin Hoca'ya rastlamak mümkün. Artık bir dini figürden çok popüler kültürün bir figürü

olan Noel Baba, yılbaşı kutlamaları sürecinde en yaygın kullanılan figürlerden biridir. Dahası hazır mesajlarda da Noel Baba figürü sıkça kullanılan isimlerden biridir. Nasreddin Hoca, yerel olan ile kapital/popüler olana direnme bağlamında popüler kültürün sunduğu bir figüre karşı alternatif olarak sunulmuştur. Popüler kültüre karşı gelenekten el alınmıştır. Bu bakımdan geleneğe sarılmak istenirken diğer yandan bilgisizliğin bir sonucu olarak Hızır yerine Nasrettin Hoca'nın öne çıkarılması, geleneksel bilgiye hâkim olmamanın ya da folkloru bilmemenin olumsuz bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Zira Hızır da Noel Baba da mevsimsel döngü kutlamalarında ortaya çıkar, ikisi de bereketle bağdaştırılır. Ama Nasreddin Hoca, mizahi bir figür, bir fıkra kahramanıdır. Dolayısıyla bu korelasyonun meşru olduğu söylenemez. Geleneksel kültürde yer alan miras örneklerinin anonim olmalarından kaynaklanan yapıları sonucunda söz konusu ürünler kitleyi birleştirici bir anlam taşıırken politik motivasyonlarla bu geleneklerin üretilmesi sürecinde asıl fonksiyonları olan birleştiricilikten ziyade ayırıştırıcı bir niteliğe bürünme durumu, toplumsal esenlik adına üzerinde fikir yürütülmesi gereken bir tehlike olarak belirmektedir (Çelik, 2018: 366). Hazır mesaj içeriklerinde siyasi motivasyonlarla Noel Baba karşıtlığı üzerinden yeniden üretilmeye çalışılan Nasreddin Hoca figürü birleştiricilikten ziyade ayırıştırıcı bir nitelik kazanmaktadır. Görsel 3'teki içeriği metinlerarasılık bağlamında okuyacak olursak "Kazan Doğurdu" fıkrasına bir gönderme söz konusudur. Sözlü ve yazılı ortamda kazan doğururken, elektronik ortamda eski yıl yeni bir yıl doğurmaktadır. Nasreddin Hoca, karlı bir havada çam ağaçlarını andıran ağaçların önünde, yine geleneksel kıyafetler içinde çocuklara seslenmektedir. Geleneksel olan ile modernin bir araya getirildiği bu kompozisyon alışıl gelmiş yılbaşı mesajlarının dışındadır. Nasreddin Hoca milli bir kültür aktörü olarak yılbaşı mesajlarına girmiş, Noel Baba'ya alternatif olarak sunulmaya çalışılmıştır. Yeni yılı kutlarken de bir fıkrasından hareketle metinlerarası bir ilişki kurulmaktadır. Görsel 4'teki benzer içerikte ise Nasreddin Hoca yine geleneksel kıyafeti içinde ama bu kez elinde iç içe geçmiş kazanlarla insanlara seslenmektedir, onların yeni yılını "İster inanın ister inanmayın ama sizin eski yıl, yeni bir yıl doğurdu." ifadesi ile kutlamaktadır. Yine metinler arasında ilgi kuran içerik, kırmızı renk ve farklı bir fontla yazılmış "mutlu yıllar" temennisiyle tamamlanmış. Bu temenni Nasreddin Hoca'nın ağzından içeriğin muhataplarına iletilmektedir. Bu içerik ve varyantları toplumsal hafızanın hazır mesajlara yansıdığı ve bu içeriklerin popüler kültüre karşı geleneksel olanla bir alternatif oluşturduğunun güzel bir örneğidir.



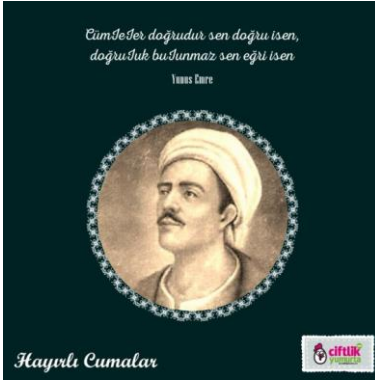
Görsel 3 (URL-3).



Görsel 4 (URL-4).

13. yüzyılın sonuyla 14. yüzyılın başında yaşayan Yunus Emre, Türklerin Anadolu'yu yurt edinmesinde, burada yeni bir medeniyet geliştirmesinde ve yüzyıllardır Anadolu insanının ruh ikliminin şekillenmesinde önemli katkıları olan bir şahsiyettir. O, içerik olarak derin anlamlara sahip olan fakat söyleyişi oldukça sade şiirleriyle kendi fikir dünyasını toplumun her kesiminin anlayacağı bir şekilde işlemiştir (Taştan, 2019: 8). Bugün sözlü ve yazılı kültürde güçlü bir şekilde varlığını sürdüren Yunus Emre ismi, elektronik ortama da aktarılmış, birçok alanda isminden hareketle eserler ortaya konmuştur. Yunus Emre, Türk milletinin zihninde insan sevgisinin karşılığını, İslam tasavvufunun inceliklerini, sadelikle ve derinlikle ifade edişin zirvesidir. Yunus Emre'nin varlığına elektronik kültür ortamında sıklıkla rastlamak, ona duyulan sevginin ve verilen değerlerin bir karşılığıdır. Tebrik ve taziye ifadelerini içeren hazır mesajlarda Yunus Emre'ye ithaf edilen görselin ve onun şiirlerinin yer aldığını görmekteyiz. Bu içeriklerde Yunus Emre'nin şiirleri eşliğinde kültür ve değer aktarımı gerçekleşmektedir. Yunus Emre adı, hazır mesajın oluşturulma amacına uyarlanmaktadır. Bu uyarlama yapılırken Yunus Emre'nin temsil ettiği düşünce sistemi ko-

runmuştur. Yunus Emre'nin eserleri tasavvufi ağırlıkta olduğu için cuma, kandil, taziye mesajları gibi içeriklerde daha sık yer verilmektedir. Görsel 5'teki içerik ticari bir firmanın oluşturduğu bir "hayırlı cumalar" mesajıdır. Ona ithaf edilen portre çizimi mesajın görsel boyutunu oluşturmaktadır. İçeriğin yazı kısmı şaire aittir. İçeriğin yazılı kısmı "Cümleler doğrudur sen doğru isen/Doğruluk bulunmaz sen eğri isen." dizeleri ile başlamış, alt kısımdaki "hayırlı cumalar" temennisiyle bitirilmiştir. Yunus Emre'nin içeriğinde yer aldığı birçok mesaj aynı amaçla oluşturulmuştur. Yunus Emre'nin tasavvufi görüşünü oluşturan değer ve kültür öğeleri, mesaj içeriklerinde yer bulmuş, mesaj içerikleri aracılığıyla dijital ortamda dolaşıma girmiştir. Sözlü ve yazılı kültürdeki varlığını, elektronik ortamda hazır mesajlar özelinde de sürdüren Yunus Emre, temsil ettiği değerler ve kültür üzerinden okunmaya devam etmektedir.



Görsel 5 (URL-5).



Görsel 6 (URL-5).

Özellikle siyasi kişiliklerin ve kurumların, küçük çaplı ticari oluşumların hazır mesaj içeriklerinde Yunus Emre'ye sıklıkla yer verdiği görülmektedir. Yunus Emre'nin toplum hafızasındaki olumlu, bağlayıcı imajından yararlanılmıştır. Siyasi ve ticari kişi ile kurumların kitlelere hitap etme gayesi göz önüne alındığında, Yunus Emre gibi kucaklayıcı bir isme neden bu denli sıklıkla yer verildiği anlaşılabilir. Hazır mesaj içeriklerinde kitleleri etkilemek için onların hafızalarından güç almak, kitleler üzerinde hala etkisini sürdüren düşünce ve duygulara yer vermek pratik bir yol olarak görülmektedir. Bununla beraber toplum üzerinde tesiri olan ve zihinlerde düşünceleriyle yaşamayı sürdüren Yunus Emre gibi isimlere içeriklerde yer vermek, kültür ve değer aktarımı için izlenebilecek önemli bir yoldur. Yunus Emre sade bir dil kullandığı için toplumun birçok kesimine hitap edebilmiştir. Hazır mesaj içeriklerinde de toplumun birçok kesimine hitap edebilmek adına genellikle sade bir dil kullanılmaktadır. Bu bakım-

dan Yunus Emre'nin kullandığı sade dil, içeriklerde kullanılan dil özellikleri ile örtüşmektedir.

Mevlana Celaleddin Rumi, Türk kültür tarihinde bilgin, olgun, hoşgörülü, en büyük rehberi aşk olan, geniş kitleler tarafından ilgi gösterilen ve sevilen, eserleriyle ölümsüzlüğü yakalamış bir şair, musikiye ve semaya yeni bir anlam katmış bir tasavvuf ehlidir. UNESCO'nun 2007 yılını "Dünya Mevlana Yılı" olarak ilan etmesi, onun uluslararası alanda da ilgi gören ve sevilen bir isim olduğunu ortaya koymaktadır. Mevlana, adı en sıklıkla kullanılan kültür aktörlerimizden biridir. Edebiyattan sinemaya, modadan sosyal medyaya değin geniş bir yelpazede onun adına sıkça rastlamaktayız. Günümüzde Mevlana'dan etkilenen, onu çalışmalarına ya da söylemlerine dâhil eden çok sayıda sanatçı, politikacı ve akademisyen bulunmaktadır. Mevlana, elbette ki tüm insanlığa seslenmektedir. İslam tasavvufunun en önemli öncülerinden biri olması ve Türk toplumu içerisinde yaşamış olması, aynı fikir, görüş ve kültürdeki insanları ortak bir paydada birleştirir (Akbaş, 2016: 82).

Hazır mesajlar özelinde baktığımızda, Mevlana içeriklerde adına sıkça rastladığımız isimlerden biridir. Bunun önemli nedenlerinden biri, Mevlana adının kültür endüstrisinin bir parçası haline gelmiş olmasıdır. Bilinirliğinin zirve noktasını yaşayan Mevlana ve onun temsil ettiği düşünce sistemi popüler kültüre de uyarlanmıştı. Önemli bir diğer neden ise Mevlana adının toplumun belleğinde bıraktığı izdir. Hoşgörünün ve bilgeliğin karşılığı olan Mevlana, sözlü ve yazılı kültürde olduğu kadar, elektronik kültür ortamında da varlığını etkili şekilde sürdürmektedir. "Hayırlı cumalar" mesajlarından sevgililer günü mesajlarına, kandil mesajlarından bayram mesajlarına değin çeşitli mesaj içeriklerinde kendine yer bulmuştur. Mevlana'nın sözleri ve şiirlerindeki derinlik, tasavvufi duyuş ve aforizmaya varan ifade biçimi, içeriklerin muhatapları üzerinde derin etki bırakmaktadır. Toplumun nezdinde bu denli saygı duyulan ve değer atfedilen bir ismin içeriklerde yer alması kültür ve değer aktarımı açısından da önemlidir. Mevlana'nın şiirlerindeki hoşgörü, sabır, tevekkül, kader inancı, iman, Allah sevgisi gibi değerler içeriklere taşınmış ve kişiler arasında elektronik ortamda iletilerek aktarım gerçekleşmiştir. Hazır mesaj içerikleri Mevlana ismi için yeni bir varlık alanı olmuştur. Görsel 7, bir kandil mesajı içeriğidir. İçeriğin yazı kısmı Mevlana'ya ait olan "İstediğin oluyorsa bir, olmuyorsa bin hayır ara." ifadeleriyle oluşturulmuştur. Bir ve bin sözcükleri tırnak işaretinde, büyük harflerle yazılarak bu sözcüklere vurgu yapılmıştır. "Kandiliniz kutlu olsun" ifadesi içeriğin kullanıldığı özel güne işaret etmektedir. Türkçe yazılmış sözcüklerin yanında Arap harfleriyle yazılmış

ifadelere de yer verilmiştir. Emir Rifat Işık'a ait olduğu belirtilen tablo, içeriğin görsel boyutunu oluşturmaktadır. Mevlana'nın içerikte yer alan sözü kadere imanı, hayırlı olanı dilemeyi tembihlemektedir. Söz konusu değerler Mevlana'nın ifadelerinden güç alınarak, kandil mesajı şeklinde aktarılmıştır.



Görsel 7 (URL-7).

Mevlana'daki aşk kavramı her ne kadar tasavvufi olsa da, modern çağdaki aşk kavramı ile anıldığı örnekler de mevcuttur. Sevgililer günü; aşka, sevgiye dair bir özel gün kutlaması olduğu kadar tüketim toplumunun da bir ürünüdür. Mevlana'nın kültür endüstrisinin bir parçasına dönüşürülme çabalarını göz önüne aldığımızda, sevgililer günü kutlamalarında adına rastlamak tesadüfi değildir. Modern dönemin bir kutlama alışkanlığı olarak kabul edebileceğimiz sevgililer günü kutlamalarında kullanılan hazır mesajlar dikkate değer bir inceleme alanı sunmaktadır. Özellikle genç kuşak tarafından önemsenen bu günde sevgililer kendilerini söz, yazı ve görselle de ifade etmek istemektedir. Bu anlamda hazır mesaj içerikleri kullanmak oldukça talep gören ve pratik bir yoldur. Birbirinden farklı günlerde kullanılan hazır mesaj içeriklerinde Mevlana'nın adına rastlanılmasını, toplumdaki birçok kesime hitap etmesi ve şiirlerinde, sözlerinde yer verdiği konuların genişliği ile açıklamak mümkün. Aşk söz konusu olduğunda da insanlar duygularını Mevlana'nın sözlerinden, şiirlerinden yararlanarak ifade etmektedirler. Bu durum Mevlana'daki aşk kavramını bağlamından uzaklaştırırsa da yaygın kullanımına engel olamamaktadır. Görsel 8'deki örnek bir sevgililer günü mesajıdır. Üç kalp, mesajın görsel boyutunu oluşturmaktadır. Bu görsellerin içine günün anlamına uygun bir kutlama ifadesi yazılmıştır. Mesajdaki hâkim renk, aşkı simgeleyen kırmızıdır. Yine kırmızı renkle yazılmış, Mevlana'ya ait "Yüz kişinin içinde âşık, gökte yıldızlar arasında parıldayan ay gibi belli olur." ifadesiyle mesaj güçlendirilmiştir. İçeriğin sözlü ve yazılı kısmı Mevlana'nın sözlerinden oluşmuş,

adeta onun söyleyiş ve anlam ustalığından el alınmıştır. Mevlana'nın bu ifadesinde geçen aşk, günümüzdeki aşk algısından farklıdır. Bu açıdan Mevlana'nın ifadesi bağlamından koparılmış, içeriğin oluşturulma gayesine göre yeniden yaratılmıştır.



Görsel 8 (URL-8).

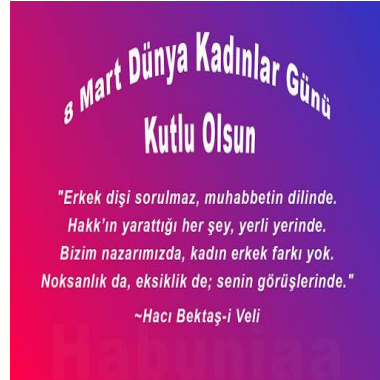
Hazır mesaj içeriklerinde karşımıza çıkan diğer kültür aktörümüz ise Hacı Bektaş Veli'dir. Hacı Bektaş Veli yaşadığı 13.yüzyılda ve sonrasında Anadolu'nun İslamlaşmasına, Türkleşmesine ve tasavvuf kültürünün yaygınlaşmasına önemli katkıları olmuş bir mutasavvıftır. Hacı Bektaş Veli'ye göre, "incinse de incitmeyen" ve Tanrı'nın yeryüzündeki yansımalarından bir görüntü olan insan çok değerlidir. Temsil ettiği tasavvufi anlayışın temelinde insan ve Tanrı sevgisi oldukça belirgindir. "Gelin canlar bir olalım", "Bir olalım, iri olalım, diri olalım" ilkeleriyle toplumda birlik ve beraberliğin sağlanması, hoşgörü ve dayanışmanın gelişmesini istemektedir. Dinî ve tasavvufi etkileri kendisinden sonra sistemleştirilen Bektaşilik tarikatı yoluyla günümüze kadar devam etmiştir. Modern dönemde de onun adına enstitüler kurulması, sempozyumlar ve anma programlarının düzenli olarak gerçekleştirilmesi ve öğretilerinin geniş kitlelerce takip edilmesi etki alanının oldukça geniş olduğunu göstermektedir (İncel, 2019: 79). Öyle ki bu etki, elektronik ortamda da sürmektedir. Görsel 9'daki hazır mesaj içeriğinde Hacı Bektaş Veli'nin "Hararet nardadır sacda değildir / Keramet hirkada tacda değildir / Her ne arar isen, kendinde ara / Kudüs'te Mekke'de Hac'da değildir." dörtlüğüne yer verilmiştir. "Ne ararsan kendinde ara" ifadesi büyük harflerle, başlık konumunda verilmiştir. Şiirin ana fikrini temsilen bir slogan şeklinde verilen cümle, hazır mesajın iletmek istediği değeri de ortaya koymaktadır. Bu içerik, Hacı Bektaş Veli'nin tasavvufi düşünce sistemini özetleyen dörtlüğü barındırmaktadır. Hazır mesaj içeriği, Hacı Bektaş Veli'nin adının ve tasavvufi düşüncesinin aktarıl-

masına aracı olmuştur. Karlı bir yolda yürüyen bir derviş olarak resmedilen Hacı Bektaş Veli, mesajın görsel boyutunu oluşturmaktadır.

Görsel 10'da Hacı Bektaş Veli'nin insanı önceleyen ve kadını çağının ötesinde bir anlayışla erkek ile eşit tutan düşüncesini içeren bir hazır mesaj örneği verilmiştir. Günümüzde bir kadınlar günü içeriğinde Hacı Bektaş Veli'nin sözlerine yer verilmesi, onun henüz yeni yeni kazanılabilen kadın haklarına saygıya ve kadına olan eşitlikçi bakışa çağlar öncesinden sahip olduğunun da kanıtıdır. "Erkek dişi sorulmaz muhabbet dilinde / Hakk'ın yarattığı her şey yerli yerinde / Bizim nazarıımızda kadın erkek farkı yok / Noksanlık da, eksiklik de; senin görüşlerinde." ifadeleri bir kadınlar günü mesajının ana omurgasını oluşturmaktadır. Bu mesaj içeriğinden de anlaşılacağı üzere Hacı Bektaş Veli'nin düşünceleri hala günceldir ve geçerliliğini korumaktadır. Onun adının hazır mesaj içeriklerinde yer almasının altında yatan temel sebeplerden biri de budur. Hazır mesaj içerikleri, Hacı Bektaş Veli ve onun güncelliğini koruyan düşünceleri için yeni bir varlık alanı olmuştur.



Görsel 9 (URL-9).



Görsel 10 (URL-10).

Konuyla ilgili bir başka isim Karacaoğlan'dır. Karacaoğlan şiirinde aşk ve kadın o güne değin olmayan yepyeni bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Sevgiliyi soyuttan somut boyuta taşıyan, diğer bir deyişle sevgiliye vücut veren Karacaoğlan, kültür tarihimizde aşkın, sevgiliye duyulan derin hislerin karşılığı olarak akla gelen ilk isimlerdendir. Öyle ki, sevgiliye karşı yapılan güzellmelerinin varlığı sözlü ve yazılı kültür ortamında bugüne taşınırken, günümüzde elektronik ortama da aktarılmıştır. İnceleme konumuz olan hazır mesaj içeriklerinde Karacaoğlan adına sevgililer günü mesajlarında rastlamaktayız. Görsel 11'deki içerik bir sevgililer günü mesajıdır. Mesajın ortasında bir kalp çiziminin iç tarafında Karacaoğlan elinde sazıyla şiirini icra etmekte, yanı başında ise "sevgili" oturmaktadır. Kalp çiziminin etrafında nota işaretleri uçuşmaktadır. Bu ayrıntıda âşık şiirinin ezgi

boyutuna dikkat çekilmiştir. Kalp şeklinin sağ ve sol tarafında iki adet gül vardır. Sevgiliyi temsilen konan güllerle görsel boyut tamamlanmıştır. “Gel kız karşımda dursana / Şu benim halim sorsana / Zülfünden bir tel versene / Koklayayım gül yerine” dörtlüğü ve “Sevgililer Gününüz Kutlu Olsun!” ifadeleri de mesajın yazı kısmını oluşturmaktadır. Hazır mesaj içeriği günümüze, modern dünyaya ait bir kutlama geleneğinin yarattığı özel güne yönelik iken, içeriğin temeli bir kültür aktörünün dörtlüğü ve görseli ile oluşturulmuştur. Modernin ve geleneğin birlikteliği söz konusudur. Burada Karacaoğlan’ın bağlamına uygun şekilde kullanıldığına da dikkat çekmek gerekir. Sevgiliye güzellemeler yapan, ona derin hisler duyan ve aşkından dile gelen geleneğin temsilcisi bir isim, günümüze taşınmış ve elektronik ortamda bir kültürel ihtiyaca karşılık vermeyi sürdürmüştür.



Görsel 11 (URL-11).

Hazır mesaj içeriklerinde karşımıza çıkan bir diğer önemli isim ise Hoca Ahmed Yesevi’dir. Türk-İslam tarihindeki önemli şahsiyetlerden olan Hoca Ahmed Yesevi, 12. yüzyılda Türkistan’da yaşamış bir sufidir. Hikmetleriyle halk için bir öğretmen halini almıştır. Yesevi, çevresindeki insanlara İslam’ı anlatmak ve tasavvufun inceliklerini öğretmek amacıyla sade bir dille ve hece vezniyle Türkçe şiirler yazmıştır. Yesevi, eserlerinde bölge halkının dilini kullanmış, kısa zamanda adı halk arasında yayılmış ve sonraki dönemlerde de büyük bir hürmetin odağı halini almıştır (Eraslan, 1989: 159-161). Onun varlığının çağlar boyunca sözlü ve yazılı kültür ortamında devam etmesini sağlayan bu hürmet ve değer, hazır mesaj içeriklerinde yer almasını da sağlamıştır. Görsel 12’deki içerik bir “hayırlı cumalar” mesajıdır. Dini anlama sahip bir özel gün için oluşturulmuştur. Mesajın görsel boyutunu Hoca Ahmed Yesevi’ye atfedilen kişinin görüntüsü oluşturmaktadır. Mesajda kendisi, aslına ve tasavvufi düşüncesine uygun olarak resmedilmiştir. “Nerde görürsen gönlü kırık / Merhem ol / Öyle mazlum yolda kalsa / Yoldaş ol...” cümleleri Yesevi’nin hikmetlerindedir ve içeriğin yazı

kısmını oluşturmaktadır. “Hayırlı Cumalar” ifadesi “hashtag” işareti ile verilmiştir ve içeriğin hangi özel gün tebriki için hazırlandığını belirtmektedir. Hashtag, “#” sembolü ile kullanılan, boşluksuz şekilde yazılıp içeriklerin daha fazla kişiye erişmesini sağlayan söz öbeklerine verilen addır. Bu noktada Hoca Ahmed Yesevi gibi bir gelenek aktöründen hareketle oluşturulan bir hazır mesaj içeriğinde elektronik ortamın ifade tarzlarından yararlanıldığını görmekteyiz. Geleneğe ait isim ve değerlerle, sanal-dijital, elektronik ortama ait ifade imkânları birlikte kullanılmış, bu sentezden ortaya bir içerik konmuştur. İçerikte yer alan dördlük, dili açısından oldukça sade ve halkın genel seviyesine uygundur. Ahmed Yesevi’nin halk öğretmenliği, hikmetlerinin sanal ortama aktarılmasıyla yeni bir mekân bulmuştur. Mesajın içerdiği değerler, öğretiler elektronik ortamda aktarılmayı sürdürmektedir. Hoca Ahmed Yesevi, yer aldığı içeriklerde bağlamına uygun şekilde kültürel hayatımızda varlığını sürdürmektedir.



Görsel 12 (URL-12).

Sonuç

Elektronik ortam, yeni bir kültürel alan olarak tüm ilişki biçimlerini yeniden yapılandırmaktadır. Teknolojinin gündelik hayata yansması, kültür ve geleneğin yaşanma ve aktarılma biçimlerinde farklı yollar sunmuştur. İletişim teknolojilerinin sunduğu yollardan biri de hazır mesaj içerikleridir. Belirli gün ve haftalarda elektronik ortamda yazılı, sesli ve görsel olarak iletilip alınan, tebrik ve taziye içeriklerini kapsayan hazır mesajlar, kişiler arası iletişimde oldukça rağbet görmektedir. Bu içeriklerin önemli bir kısmı, sözlü ve yazılı gelenekten beslenerek oluşturulmaktadır. Hazır mesaj içerikleri, kültürel belleğimizde yer etmiş birçok isim için varlıklarını devam ettirebildikleri yeni bir mekân olmuştur. Bu isimlerden Nasreddin Hoca, Yunus Emre, Hacı Bektaş Veli, Mevlana, Dede Korkut, Hoca Ahmed Yesevi ve Karacaoğlan’ın -hazır mesaj içerikleri incelendiğinde- birçok içerikte bağamlarına uygun bir anlam bütünlüğü içinde yer aldıklarını görmekte-

yiz. Bazı içeriklerde ise bu isimler, içeriğin yanıt verdiği ihtiyaca uyarlanarak yeniden kurgulanmıştır.

Hazır mesaj içeriklerinin ana kaynaklarının başında folklor gelmektedir. Bunun yanında mesaj içerikleri de folkloru etkilemektedir. Folklorun etkilenen, folkloru etkileyen ve nihayet folklorun bir parçası olma yolunda ilerleyen hazır mesaj içerikleri çok boyutlu bir etkileşim sürecinin bir sonucudur. Bireysel ve toplumsal inanışlar, duygular, düşünceler, algılar vd. hazır mesaj içerikleri ile karşılıklı bir etkileşim sürecine girmektedir. Kültürel belleğimizdeki gelenek aktörleri ve onların üretimleri içerikler için önemli bir kaynak teşkil etmektedir. Bu, içeriklerin folklorun ve kültürel bellekten etkilendiğini gösterir. Söz konusu gelenek aktörlerimiz, hazır mesaj içeriklerinde geleneksel ve yeni bağlamlarda yer alarak kendilerine yeni bir varlık alanı bulmuştur. Bu noktada içerikler de yeni bağlamlar yaratarak folkloru etkilemektedir. Nihayet, kültürel belleğin elektronik ortama aktarılmasının sonucu olarak içerikler özelde kültürel belleğin, genelde folklorun bir parçası olmaktadır.

Türk kültür ve medeniyetinin oluşmasına önemli katkıları olan söz konusu isimlerin temsil ettiği kültür ve değerler aynı zamanda toplumun benimsediği kültür ve değerlerdir. Bu açıdan bakıldığında kültürel öğeler ve değerler hazır mesajlar aracılığıyla kuşaklar arasında aktarılmaktadır. Çoğu içerikte kültür aktörlerimiz toplumsal bellekte iz bırakan yönleriyle yer almışlardır. Kültür aktörlerinin yer aldığı hazır mesaj içeriklerinin, dini ve milli değerler etrafında birleştirme, toplumsal aidiyet kurma, kültürel belleğin tekrarlanması yoluyla geleneği günümüze taşıma, toplumsal hafızayı diri tutma, kültür ve değer aktarımı aracılığıyla eğitim gibi işlevleri vardır. Zaman tasarrufu sağlaması, kolayca iletilebilmesi, pratik ve ulaşılabilir olması gibi nedenlerden dolayı insanların her geçen gün daha fazla rağbet gösterdiği hazır mesajlar, kültür ve değer aktarımında, kültürel belleğin bugüne taşınmasında önemli bir vasıta. Bu bakımdan, Türk kültür aktörlerini barındıran hazır mesaj içeriklerinin, söz konusu gelenek aktörlerinin kültürel bellekte temsil ettikleri değerlerin bugüne taşınmasına katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.

Kaynakça

Akbaş, Dilşad Nağme (2016). *Kültür Endüstrisi Bağlamında Mevlana'nın Yeniden Üretimi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul, Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Assmann, Jan (2011). *Kültürel Bellek: Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. (Çev. Ayşe Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilgin, Nuri (2013). *Tarih ve Kolektif Bellek*. Ankara: Bağlam Yayıncılık.
- Connerton, Paul (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar*. (Çev. Adam Şenel). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çelik, Adil (2018). “Politik Motivasyonlarla Geleneğin Yeniden Yaratılması Süreci Üzerine”. *9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi* (Ordu, 20-23 Kasım 2017). Ankara: Kültür Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü Yayınları, 355-367.
- Dedebaşı, Hakan (2007). *Nasreddin Hoca Fıkralarının Eğitim Yönünden Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eraslan, Kemal (1989). “Ahmed Yesevî”. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi-2*. Ankara: TDV Yayınları, 159-161.
- Halbwachs, Maurice (2018). *Kolektif Bellek*. (Çev. Zuhâl Karagöz). İstanbul: Pinhan Yayınevi.
- İncel, Ferit (2004). *Hacı Bektaş Velî’de Tanrı Âlem İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Çorum: Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ong, Walter J. (2018). *Sözlü ve Yazılı Kültür*. (Çev. Sema Postacıoğlu Bannan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Özdemir, Nebi (2009). “Sanal Kültür Ortamında Nasreddin Hoca”. *21. Yüzyılı Nasreddin Hoca İle Anlamak Uluslararası Sempozyumu* (Akşehir, 8-9 Mayıs 2008). Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, 593-634.
- Özdemir, Nebi (2015). *Medya, Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Ricoeur, Paul (2012). *Hafıza, Tarih, Unutuş*. (Çev. M. Emin Özcan). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Taştan, Esra K. (2019). *Yunus Emre’de İnsan Algısı*. Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yıldırım, Dursun (1998). *Türk Bitigi: Araştırma/İnceleme Yazıları*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Yıldırım, Dursun (1999). “Dede Korkut’tan Ozan Barış’a Dönüşüm”. *Türk Dili*, 570: 505-530.

Görsellerin Kaynakları

- URL-1: <https://www.facebook.com/ihaliloral/photos/k%C4%B1%C4%B1%C3%A7-%C3%A7ald%C4%B1-din-> (Erişim Tarihi: 18.05.2020).
- URL-2: <https://www.facebook.com/GonulSofram/photos/a.10150169285856189/10153981784241189/theater> (Erişim Tarihi: 16.04. 2020).
- URL-3: <https://www.gsgazete.com/haberler/komik-yeni-yil-mesajlari-2020-yilbasi-mesajlari-h35851.html> (Erişim Tarihi: 18.04. 2020).
- URL-4: <http://blog.milliyet.com.tr/nasrettin-nasreddin--hoca-nin-araci-ligi-ile-yeni-yil-kutlamasi/Blog/18532> (Erişim Tarihi: 20.04. 2020).
- URL-5: <https://twitter.com/ciftlikyumurtam/status/756411782999248896> (Erişim Tarihi: 26.04.2020).
- URL-6: <https://tr.pinterest.com/pin/652881277208454514/> (Erişim: 30.04.2020).
- URL-7: <https://tr.pinterest.com/pin/768989705103353075/> (Erişim: 30.04.2020).
- URL-8: <https://www.internethaber.com/mevlana-sevgililer-gunu-sozleri-ile-resimli-ask-mesajlari.htm> (Erişim: 03.05.2020).
- URL-9: <https://www.facebook.com/KenzulAyanVelBeyan/posts/2631949736841797/> (Erişim: 03.05.2020).
- URL-10: <http://www.habuniaa.com/-bektasi-veli/> (Erişim: 04.05.2020).
- URL-11: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=10158230705944829&id=111887329828 (Erişim: 03.05.2020).
- URL-12: <https://www.facebook.com/317545576747/photos/hayırlı-cumalar-pir-i-türkkistan-hoca-ahmed-yesevi-bize-divan-ı-hikmette-şöyle-na/10155949335791748> (Erişim: 03.05.2020).