



**“FALA İNANMA FALSIZ KALMA” SÖZÜNÜN GÜCÜYLE DÖNÜŞEN/GENİŞLEYEN BAĞLAM:  
“KAHVE FALI” UYGULAMALARI<sup>1</sup>**

**TRANSFORMING/EXPANDING CONTEXT WITH THE POWER OF THE WORD “DON’T BELIEVE IT,  
DON’T BE WITHOUT IT”: “FORTUNE TELLING” APPLICATIONS**

Dr. Öğr. Üyesi İmran GÜNDÜZ ALPTÜRKER

Mersin Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü  
ichimran@gmail.com

ORCID No: 0000-0001-7445-5081

**ÖZET**

Dijital kültürün modern dünyayı dönüştürüp yeniden inşa ettiği günümüzde, kültürel mirasa ait pek çok sözlü anlatı türü, uygulama ve etkinliğin bağlam ve icrasında da bir dönüşüm yaşanmaktadır. Radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarıyla başlayıp dijital iletişim araçlarındaki gelişmelerle folklor ürünlerinin icra bağlamları da yeni bir boyut kazanmıştır. Geleneğin/gelenekselin aktarımı, icrası ve yeniden üretimi hususları çevrimiçi bağlamları da kapsayacak şekilde genişletmiştir. Geleneksel kültür içinde önemli bir yere sahip olan “fal bakma/baktırma” geleneği de dijital mecrada “sanal gelenek”/“sanallaşan gelenek” şeklinde pek çok uygulaması bulunan bir örnek teşkil etmektedir. Kahve içildikten sonra kapatılan fincanın fotoğrafının çekilip yollanması neticesinde yorumlanması şeklinde hizmet veren pek çok mobil uygulama yer almaktadır. Türk kültüründe kahve içme ve kahve fali bakma/baktırma sosyal ve kültürel bir olgu; kaideleri olan kadim bir gelenektir. Günlük hayatın içerisinde çok yaygın ve önemli bir yere sahip olan “kahve fali” geleneğinin, özel sektör ve müteşebbislerce gücünün fark edilmesiyle sürdürülebilirliği farklı bir mecrayı da kapsamıştır ve sosyal bağlamı genişlemiştir. Dinamik bir yapısı olan kültür, doğası gereği insanların şartlarına, çağın gereklerine, uzam ve bağlama göre biçimlenerek dönüşür. Bu bağlamda, çalışmada geleneksel icra ortamlarından web tabanlı uygulamalara evrilen/icra ortamı genişleyen “fal bakma”/“baktırma” geleneğinin bağlam, işlev ve kullanım amacı hususundaki değişimi ve dönüşümü ile “geleneğin” sanal kültür ortamında hangi değişkenler ve dinamikler özelinde üretilebildiği ve deneyimlendiği sorunsalı incelenmiştir. Çalışmada tartışma konusu edilen veriler ilgili uygulamalardan derlenmiş ve netrografik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda ise fal bakma/baktırma geleneğinin icra ortamının web tabanlı uygulamaları da kapsayarak genişlediği, geleneksel fal baktırma sürecinde olduğu gibi “sanal gelenekte” de fal baktırma sürecindeki

**ABSTRACT**

In today’s world where digital culture transforms and rebuilds the modern world, many types of verbal narratives, practices and activities belonging to cultural heritage are also experiencing a transformation in the context and performance. This transformation, which started with traditional media such as radio and television and gained a new dimension with the developments in digital communication tools, has expanded the performance contexts of folklore products in terms of the transmission, performance and reproduction of the tradition/traditional to include online contexts. Having an important place in traditional culture, the tradition of reading fortune telling / reading is an example that has many applications in the digital medium such as “virtual tradition”/“virtualized tradition”. In mobile applications that serve as the interpretation of the photo of the cup closed after coffee is taken and sent, Drinking coffee and fortune telling are a social and cultural phenomenon in Turkish culture; it is an ancient tradition with rules and, as it seems, its social context has expanded. In this context, the change and transformation of the “fortune-telling” which evolved from traditional performance environments to web-based applications/expanded the performance environment, in the context of context, function and purpose of use, and the question of what variables and dynamics the “tradition” can be produced and experienced in the virtual culture environment. It has been examined. As a result of the study, it has been seen that, the execution environment of the fortune-telling tradition has expanded including web-based applications ,the main motivation in the “virtual tradition” as in the traditional fortune-telling process is the desire to “entertaining and recreation”and “getting news from the future” which is fed upon the Turkish idiom “neither believe in fortune telling nor be without it”, and accordingly, there is an interaction between the users of the application and give advice to each other so they form a social group.

**Geliş Tarihi:**

22.09.2021

**Kabul Tarihi:**

08.11.2021

**Yayın Tarihi:**

30.12.2021

**Anahtar Kelimeler**

Kültür  
Dijital Kültür  
Kültürel  
Sürdürülebilirlik  
Sanal Gelenek  
Kahve Fali.

**Keywords**

Culture  
Digital Culture  
Cultural  
Sustainability  
Virtual Tradition  
Fortune Telling.

<sup>1</sup> Bu makale, 2-4 Haziran 2021 tarihlerinde Beykent Üniversitesi tarafından düzenlenen Sosyal Bilimlerde Uluslararası Dijital Dönüşüm Konferansı’nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur

temel motivasyonun sözlü kültürün “fala inanma, falsız kalma” sözünden beslenen “eğlenme, hoş vakit geçirme” ve “gelecekte haber alma” isteği olduğu ve bu doğrultuda uygulamanın kullanıcıları arasında bir etkileşim olduğu ve birbirlerine tavsiyelerde buldukları dolayısıyla “sosyal bir grup” oluşturdukları görülmektedir.

<https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.986312>.

Gündüz Alptürker, İ. (2021). “Fala İnanma Falsız Kalma” Sözü'nün Gücüyle Dönüşen/Genişleyen Bağlam: “Kahve Falı” Uygulamaları. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 1800-1809.

*Kahve fâlınden umarmış cümle nisvân her şeyi  
Aklı başında olanlar tutmaz aslâ niyyeti  
Neyse hâlin ol çıkar fâlin diyen şaşkın durur  
Hâle bak kim telve dürdîsinde arar kısmeti*  
(Açıkgöz, 1996: VII, VIII)

...

## GİRİŞ

Dijital kültürün modern dünyayı dönüştürüp yeniden inşa ettiği günümüzde, kültürel mirasa ait pek çok sözlü anlatı türü, uygulama ve etkinliğin de bağlam ve icrasında bir dönüşüm yaşanmaktadır. Radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarıyla başlayıp dijital iletişim araçlarındaki gelişmelerle yeni bir boyut kazanan bu dönüşüm, geleneğin/gelenekselin aktarımı, icrası ve yeniden üretimi hususunda folklor ürünlerinin icra bağlamlarını çevrimiçi bağlamları da kapsayacak şekilde genişletmiştir. Giderek yaygınlaşan internet kullanımı, dijital sahada yeni kültürel ürünlerin üretimine ve aktarımına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda halk kültürü, internet ortamına taşınmış ve birtakım dönüşümler/değişimler geçirmiştir.

Yirminci yüzyılda, kültür tarihi iletişim tarihi ile doğrudan ilişkili olduğundan ekonomik ve teknolojik değişimlerin bir araya getirilmesi gerekliliği genel bir kabul hâlini almıştır. 1960 sonrasında ise iş dünyası ve yönetim tarafından ikame ve idame edilen işlere olan göndermesinden dolayı kültür, kendi başına yönetimin bir sektörü olarak görülmeye, neticesinde de endüstri kelimesiyle birlikte kullanılmaya başlanmıştır (Briggs, 2009: 11-12). Nihayetinde de “gelenek” ve “yaratıcılığın” karışımından, harmonisinden çağdaş koşullara uyum sağlamış (Hirsch, 2014: 22) yeni bağlamlarda icra edilen geleneksel folklor ürünleri görülmektedir.

Gelenek “eskiden beri devam edip gelen, ancak birey ve toplum tarafından belli seviyede ve aslını kaybettirmeyecek şekilde çeşitli özelliklerinin değiştirilmesine izin veren, eski ve yeni unsurları birleştirerek her dönemde yeniden düzenlenerek yaratılan ve varlığını bu şekilde sürekli kılan yapılardır” (Ekici, 2008: 36). Gelenek, modern toplumlarda sürekli olarak güncellenerek, yeni bağlamlarda, yeniden yaratılmaktadır. Literatürde bu değişimler, geleneğin kentleşmeyle beraber kırsaldan kente taşınması neticesinde “folklorizm” kavramı ile teknolojik değişimlerle “ikincil sözlü kültür çağı” kavramları ile ifade edilmiştir. Günümüzde görülmektedir ki geleneğin sürekliliğinin sağlanması sürecinde geleneğin yeni ifadesine, yaşam alanı olarak dijital ortamlar da eklenmiştir. Bu genişlemeyle birlikte literatürde “sanal folklor”, “ağ folkloru”, “e-folklor”, “siber folklor”, “internet folkloru”, “dijital folklor”, “netlore” (Aleksyevski, 2015: 202-203’den akt.: Bars, 2018: 164-165) gibi farklı kavramlarla bu yeni bağlamlar ifade edilmeye başlanmıştır. Geleneğin bağlamındaki bu genişlemeyle beraber halk bilimi disiplininin de çalışma sahası genişlemiştir. Çevrim içi ortamları kapsayan “sanal saha”da yapılan etnografik çalışmalar “netrografi” olarak tanımlanmaktadır (Şafak, 2017: 157; Bars, 2018: 165). “Sanal etnografi, bilgisayar aracılı sosyal etkileşim yoluyla oluşturulan toplulukların ve kültürlerin çalışmasına uyum sağlayan bir dizi çevrim içi araştırma yöntemini ifade etmek için” (Bowler, 2018: 26; Özbölük ve Dursun, 2015: 236) kullanılmaktadır.

Umay Günay’ın da ifade ettiği gibi temelde sanayileşmenin başlamasıyla hızlanan kültür değişikliğinin dışladığı malzemeleri korumak ve sanayi için gerekli olan hammadde ve insan yönetimi için yola çıkan

folklor disiplini (2013: 215) günümüzde teknoloji ile gelen kültür değişikliğinin dışında kalmaması dolayısıyla sürdürülebilirliğine katkı sağlanan bir alana evrilme sürecine girmiştir. Bu bağlamda bu çalışmada sanayileşmeyle doğan halkbiliminin, sanayinin siber-teknolojiye dönüşmesiyle “sanallaşan bir gelenek” olarak ortaya çıkan kahve falı uygulamalarını incelemektedir. Netrografik bir çalışma olan bu araştırmada android telefonlarda yer alan indirilme sayısı 50 B+ üzerinde olan Kaave Falı – Falcı Bacı”, “Falaadin”, “Binnaz: Astroloji, Tarot, Kahve; Canlı Fal Yorumu”, “Telve- Kahve Falı”, “Bi Fal Baktır”, “Fal Diyarı Kahve Falı”, “Falcıhane”, “Faloğlan”, “FaldanAdam”, “Fallavi”, “Fal Perisi”, “Ben Demiştim Fal”, “FalveFal”, “Derya Abla –Kahve Falı”, “Efsun Abla Kahve Falı”, “Fal Evi”, “Müptela” adlı 18 uygulamadır. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi uygulanmış ve 50 B+ üzerinde kullanıcısı olan kahve falı uygulamalarına yapılan 1,367.317.731 yorumdan bir kısmı amaçsal örneklem yöntemi ile seçici okuma yapılarak incelenmiştir. Araştırmanın evrenini uygulamayı kullananlar, çalışmanın evrenini yorum yapan kullanıcılar, örneklemini ise analize dâhil edilen yorumlar oluşturmaktadır. Uygulamayı kullanan herkesin uygulamaya yorum yapmamış olma ihtimali de oldukça yüksektir. Ayrıca yapılan yorumların bir kısmının uygulamanın işleyişine ve performansına dair bir içeriğe sahip olması ve tüm yorumların sayısının çok fazla olması nedeniyle on sekiz aplikasyonun her birinden yapılan son elli yorum dikkate alınarak yaklaşık 900 yorum “işlev”, “kullanım amacı” ve “bağlam” üzerinde yoğunlaşarak netrografik analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir.

Bilindiği üzere kahve, rivayete göre bir Osmanlı kumandanı olan Özdemiş Paşa tarafından 1450 yılında Habeşistan’dan, Yemen’e getirilir 1450-1600 yılları arasında Yemen’de ekilmeye başlanır (Gürsoy, 2012: 22). Kanuni Sultan Süleyman devrinde Osmanlı topraklarına giren kahve o devirde, Mekke’de İslam bilginlerince yasaklanmış olmasına rağmen 1543 ve sonrasında halk arasında da rağbet görmeye başlamıştır (Küçüközümler ve Türkmen, 2007: 456-457). 17. yy. ortalarına gelindiğinde ise Türk kahvesi Osmanlı saraylarını da kapsayan mükellef kutlamaların ve törenlerin önemli bir parçası; nişan, düğün, evlilik gibi çok özel günlerin de belirleyici geleneği hâline gelmiştir. -Kahve, politik ve sosyal etkinliklerde, ibadette, misafirperverlikte, kısacası Türklerin yaşamında derin izler bırakmıştır (Desem, 2000: 23). Bu izler o kadar derindir ki pişirme şekli, telvesi ve ikram edilmesi gibi pek çok hususta incelikleri olan “Türk Kahvesi” ortaya çıkmıştır. Türk kahvesi özel bir yöntemle yapılır. İyice öğütülmüş kahve suya konur ve arzu edilirse şeker de eklenerek kaynatılır. Yüzeyinde “köpük” ya da “kaymak” denilen ince bir tabaka oluşan kahve yavaş yavaş yudumlanarak içilir (Desem, 2000: 49). Fincandaki kahve bittiğinde ise tabak fincanın üstüne kapatılarak bir dilek tutulur. Dilek dilendikten ve fincan biraz çalkalandıktan sonra fincanı tabakla beraber kendinize doğru bir defa takla attırarak “Neyse hâlim, çıksın falım” diyerek fincan soğumaya bırakılır (Gürsoy, 2012: 186-187). Soğuyan fincan içindeki telvenin oluşturduğu şekiller, semboller yorumlanarak fal bakılır. Bilindiği üzere fal, gelecekte haber almak beklentisiyle başvuru bir uygulamadır. Bu konuda Elif Arıca Akkök, fal kavramını anlatan kaynak alanları incelediği “Fala İnanma Falsız Da Kalma: Türkçede Fal Kavramına İlişkin Metaforların Görünümleri” adlı çalışmasında Türkçede falın nesne ya da somut bir varlık olarak somutlaştırılan bir kavram olarak görüldüğünü ve kaynak alanların pek çoğunda “dert ortağı”, “insana umut veren bir olgu” olarak yani olumlu bir şekilde kavramlaştırıldığını ifade eder. Olumsuz kavramlaştırmaların ise “kötü fal”, “kirli fal”, “fal pislği”, “şeytan işi fal” gibi ifadelerle, kültürel ve dini inançlar doğrultusunda uzak durulması gereken bir olgu olarak kavramlaştırıldığını; “yanlış inanç” temelinde ortaya konulduğunu; ama yine de falın bir bağımlılık, bir rehber, teselli eden bir arkadaş (fal alışkanlığı, fal tutkusu, fallı avunmak) olarak gösterildiği olumlu kavramlaştırmaların sayısının da göz ardı edilemeyecek kadar fazla olduğunu ve bu metaforların da “falın haberci olma” ve “bilgi verme” yönüne vurgu yaptığını söyler (2019: 35-37). Arıca Akkök, çalışmasında ayrıca “fal hurafesi” ile “okumuş”un da “cahil”in de meşgul olduğunu, dolayısıyla bunun eğitim düzeyi ile bir ilgisi olmadığını ve fal gerçekten boş bir inançsa, bunca rağbet niye” sorusuna “insanların duygusal yönden rahatlaması” mı, yoksa “insanların buna gerçekten inanıyor olmaları mı” soruları üzerinden yanıt arar ve bu yanıtın “Fala inanma, falsız kalma!” deyişinde olduğunu ifade eder (2019: 35-36).

“Fala inanma, falsız kalma!” deyişinin toplum üzerindeki etkisini ve gücünü bilen özel sektör ve müteşebbislerce kahve falı geleneği farklı bir mecraayı da kapsamıştır. Geleneksel kültür içinde önemli bir yere sahip olan “fal bakma/baktırma” geleneği dijital mecraada “sanal gelenek”/“sanallaşan gelenek” şeklinde pek çok uygulaması bulunan bir örnek teşkil etmektedir. Kahve içildikten sonra kapatılan

fincanın fotoğrafının çekilip yollanması neticesinde yorumlanması ya da canlı yapılan görüşmeler şeklinde hizmet veren mobil uygulamalardan, android telefonlarda yer alan indirilme sayısı 50 B+ üzerinde olan on sekiz uygulama ve bu on sekiz uygulamaya yapılan 1,367.317.731 yorum yer almaktadır; ki bu sayı aslında talebin yoğunluğu bakımından oldukça anlamlıdır.

**Tablo 1:** Kahve Falı Uygulamalarının İndirilme ve Yorum Yapılma Durumları

Uygulama Adı	Uygulamanın İndirilme Sayısı	Uygulamaya Yapılan Yorum Sayısı
Kaave Falı – Falcı Bacı	10 Mn+	1.079.431
Falaadin	10 Mn+	93.422
Derya Abla –Kahve Falı	10 Mn+	426.512
Binnaz: Astroloji	1 Mn+	54.616
Telve- Kahve Falı	1Mn+	148.021
Fal Diyarı Kahve Falı	1Mn+	55.676
Falcıhane	1Mn+	33.014
FaldanAdam	500 B+	9.883
Fallavi	500 B+	4.735
Efsun Abla Kahve Falı	500 B+	18.059
Sembol Kahve Falı	100 B+	13.181
Bi Fal Bakır	100 B+	2.675
Faloğlan	100 B+	2.167
Fal Evi	100 B+	1.561
Fal Perisi	100 B+	16.148
Müptela	100 B+	11.709
Ben Demiştım Fal	50 B+	532
FalveFal	50 B+	1.161

Endüstri devriminin getirdiği makineleşme, arkasından gelen dijitalleşme ile “Gönül ne kahve ister, ne kahvehane, gönül sohbet ister, kahve bahane” sözünden de anlaşıldığı üzere, sohbetlerin vazgeçilmezi olan kahve, içildikten sonra kapatılan fincanlar aracılığıyla bakılan fallar da sanallaşan bir gelenek olarak karşımıza çıkmaktadır. Dinamik bir yapıya sahip kültürün, çağın gereklerine göre değişime uğraması kaçınılmazdır; nihayetinde toplumsal değişimin eklettik kuramlarından olan Ogbum’un Kültürel Gecikme (Boşluk) kuramına göre; “toplumsal değişim, kültürel evrim sonucunda ortaya çıkar. Kültürel evrimi açıklayan öğeler ise; buluş, birikim, yayılma ve uyum sağlama olmak üzere dört basamağı işaret eder. Ogbum’a göre uyum sağlama, tüm toplumsal ve kültürel sistemin teknolojik veya toplumsal bir niteliğe

sahip olabilecek yeni bir buluşa göre kendini yeniden düzenlemesidir” (Doğan, 2000: 289-290’dan akt.: Koç ve Demirdizen, 2007: 444). Buna göre, herhangi bir toplumda meydana gelebilecek teknolojik gelişmenin kültürel değişimi de beraberinde getireceği muhakkaktır. Bu bağlamda kahve falı bakma geleneği de icra edildiği ortamın genişlemesiyle bir başka ifade ile sanallaşmasıyla güncellenmiştir. “Güncelleme; herhangi bir yaratmanın, içinde bulunulan zamana, dar veya geniş anlamda mekâna ve mevcut sosyo-ekonomik yapılara uygun hâle getirilmesidir” (Ekici, 2008: 36). Güncellemede bir yeniden yaratma yoktur, var olan bir şeyi değiştirme vardır. Güncelleme herhangi bir halk yaratmasının şekil, yapı, içerik, işlev ve yaratma-aktarma özelliklerinden biri veya birkaçında yapılan değişikliklerdir. Her güncelleme geleneğin değişimini meydana getirir (Bars, 2018: 172). Kahve falı uygulamalarıyla da geleneğin bağlamı değişmiştir/genişlemiştir. İnternet, kullanıcılara içerik üretme ve üretilen içeriğe müdahil olma fırsatı vererek halk kültürüne ait uygulamaların aktarıldığı, yeniden yaratıldığı ve üretim, dağıtım, aktarım gibi bütün süreçlerin, merkez olmadan gerçekleştiği kamusal bir mecra olmuştur (Gülüm, 2017: 27). Dolayısıyla kültür ürünlerinin değişen bağamlarından biri de sanal ortamlardır. Dan Ben Amos, folklor tanımında folklorun iletişim sırasında gerçekleşen bir eylem olduğunu; insanların birbirleriyle yüz yüze gelip doğrudan ilişki kurduğu bir durumda gerçekleşeceğini” (2003: 47) ifade eder. Ki, fal gelecekte haber almanın yanı sıra kişilerarası ilişki/iletişim kurmak gibi farklı bir işlev için kullanılan bir araçtır. Özellikle Türk kültüründe kahve falı kadınlar arasında kahve içme çerçevesi içerisinde yer alan toplumsal bir olay olarak öne çıkmaktadır (Alagözlü, 2007: 6). Kahve bir sohbet aracı olmuş; insanların düzenli sohbet etme isteğinden “kahvehane”ler meydana gelmiştir. İnsanlar kahveyi arkadaşlığın ve dostluğun ifadesi olarak kullanıp, ikram edilen “Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır.” (Gürsoy, 2012: 468) demişlerdir. Bu bağlamda düşünüldüğünde “yüz yüze gerçekleşme” ifadesi oldukça kafa karıştırıcıdır (Blank, 2009: 4). Ayrıca yüz yüze gerçekleşmeyen iletişimin çeşitli dijital folklor ürünlerini nasıl ortaya çıkardığı, internet aracılığıyla gerçekleşen her iletişimin folklor konusu olup olmadığı gibi pek çok sorunsalı da beraberinde getirmektedir. Bu noktada folklor ürünlerini yaratacak olan halkın “aralarında ortak payda bulunan ve en az iki kişiden oluşan insan topluluğu” (Dundes, 2003: 10) şeklinde yapılan tanımını hatırlamakta fayda vardır. Alan Dundes, endişelerin aksine teknolojik gelişmelerin folklorun aktarımında hayati bir rol oynadığını ve bu durumun yeni nesil için ilham verici olduğunu (Dundes, 2003: 26) ifade eder. Kahve falı uygulamaları özelinde değerlendirildiğinde etkileşim içinde olan bir sosyal grup olarak ele alabileceğimiz “uygulamayı indiren ve uygulamaya dair yorum yapan” milyonlarca kullanıcıdan bahsetmek mümkündür. Bu yorumlar içerisinde uygulamanın işleyişine ve performansına dair yorumlar yer alsa da bir dost sohbetinde olabilecek “...Kesinlikle yüzde yüz söylediği çıkıyor, siz söylemeden söylediklerinizi net şekilde biliyor, yaşadıklarınızı net şekilde biliyor. Ben okurken şok oldum. İnanın pişman olmazsınız...” (Sembol Kahve Falı, 05.05.2021, D. K.) şeklinde tavsiye niteliğinde ya da “...Arkadaşlar lütfen bu dolandırıcılara inanmayın. O kadar kolay kandırıyorlar ki sahtekârlar. 400 Kredi üstü falcılar burada çalışıyor ve ne hikmetse aynı biliyorlar anlattıklarımı. Oraya çok para yedirmedi ama hesabımdan yaklaşık 20 TL yandı... Bunun para tuzağından ibaret olduğunu anladım. Siz siz olun saflık yapıp insanlara asla güvenmeyin...” (Sembol Kahve Falı, 16.12.2021, H. N. B. S.) şeklinde uyarı niteliğinde yorumlar da yer almaktadır. Aynı zamanda “Her uygulamanın en iyileri vardır, ancak bu uygulamanın en iyileri ... ve .... Bu fal konusu, enerji ile doğru orantılıdır, bazısı çok iyi fal bakar, bazısı bakamaz...” (Fal evi, 20.08.2019, B. B) gibi canlı fal hususundaki tecrübeler neticesinde de öneriler sunulmaktadır. Bu anlamda internet, bireyi teknoloji ile tek başına bırakan bir yalnız-deneyim ortamı olmasının yanı sıra, aynı zamanda bir ortaklığın deneyimlendiği dünyadır (Holmes, 1997: 234’ten akt.: Timisi, 2005: 91), ve bu ortaklık geleneğin paylaşıldığı bir grup yaratmıştır. Bu sosyal grup “mekânsal ortaklığa bağlı olmayan”, “kişisel yoruma açık bir şekilde biçimlenen” ve kaynağını gelenekselden alıp varlığını ihtiyaç

üzerine kurgulayan bir yapıya sahiptir (Zöhre Eryılmaz, 2020: 113). Bu bağlamda internette uygulanan sanallaşan bir gelenek olarak kahve falı uygulamalarının hitap ettiği kitle tarafından kabul gördüğünü söylemek mümkündür. Tabii bu kabul edişle beraber güvenilirliğinin sorgulandığı yorumlar da yer almaktadır. Örneğin, “*Fal diye küçük yeğenimin fotosunu yükledim ve sanki kahve falıymış gibi yorumladı tamamıyla yalan bu uygulama, bilgisayar programlı, inanmayın lütfen.*” (Fal Diyarı Kahve Falı, 18.03.2021, M. K.) ifadelerinde yer alan “bilgisayar programlı” ifadesinin bunun bir uygulama olduğunun bilinmesine rağmen beklentiyi karşılamadığını ortaya koymaktadır. Bronner de internet üzerinden kurulan iletişimin gerçek iletişimden farklı olduğunu belirterek “internetin günlük hayatın bir vazgeçilmez hâline geldiğini, içinde geleneklerin oluştuğu farklı bir alan ya da mekân olduğunu” söyler (Bronner, 2018: 45-46; Bars, 2018: 173). Bu anlamda geleneğin güncellenmiş bir biçimi olarak modern/postmodern zeminde, sanal olarak sunulmasının ya da gelenekselin eksikliğinin hissi olarak değerlendirilebilir. Geleneğin güncellenmesi sürecinde bağlamla beraber kahve falı bakma/baktırma etrafında şekillenen birtakım inanış ve uygulamanın da değiştiği muhakkaktır. Örneğin fala bakıldıktan sonra fincan, tabağın üzerine baş aşağı bırakılmaz, o gün fal bakmak için kullanılan fincan ve tabak aynı gün içinde bir daha fal için kullanılmaz. Geceleri ve cuma günleri kahve falına bakılmaz (Gürsoy, 2012: 187) gibi gelenek etrafında şekillenen bir dizi inanç yer almaktadır ve sanal bağlamda bunların unutulmuş olma ihtimali kuvvetle muhtemeldir.

Benzer şekilde, geleneğin dönüşümünü, sanallaşmasını, dijital ortamda üretilen kurşun dökme uygulaması üzerinden inceleyen “Etnografi”den Netnografi’ye Sanal Ortamda Kurşun Dökme: “Sen Bi Kurşun Döktür” adlı çalışmada Şafak, uygulamanın geleneği devam ettirdiğinden ve özellikle büyük şehirlerde kurşun döktürecek birini bulamayanlar için önemli bir gereksinimi karşıladığından söz eder (Şafak, 2017: 167). Bronislaw Malinowski’ye göre “İşlev her zaman bir ihtiyacın giderilmesi anlamına gelir.” (1992: 28) ve “...kültür konusunda işlevselci görüş, her uygarlık türünde, her göreneğin, her maddi nesnenin, fikir ve inancın yaşamsal bir işlevi yerine getirdiği, işleyen bir bütün içinde vazgeçilmez bir bölümü temsil ettiği ilkesini savunur.” (Encyclopaedia Britannica, 1936: 132-133’den akt.: Cornelius, 2013: 202, 204, Malinowski, 1992: 19-39). Kahve falı uygulamalarının kullanıcıları için de aynı yorumu yapmak mümkündür. 7/24 hizmet vermesi hasebiyle erişilebilirliği kolay olan bu uygulamaların tercih edildiği söylenebilir. Bu bağlamda işlevsel kurama göre folklorun dört temel işlevinden olan kültürün gelecek kuşaklara aktarılması burada, dijital ortamlarda, gerçekleşmektedir. Dundes’in ifadesiyle teknoloji, özellikle de iletişim tekniklerini hızla geliştiren teknoloji, halk bilgisi ürünlerinin azalmasına ve yok olmasına neden olmadığı gibi, halk bilgisinin yayılmasında ve aktarılmasında hayati öneme sahip bir faktör hâline gelmekte ve yeni halk bilgisi oluşumuna da heyecan verici bir ilham kaynağı olmaktadır. Dahası teknolojinin kendisi halk bilgisinin konusu hâline gelmektedir (Dundes, 2003: 25-26). Ama kahve falı etrafında şekillenen “muhabbet” unsurunun ve birtakım inanışlarının da bu süreçte eksik kaldığı da başka bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak, folklorun belirli bir sosyal çevrede, nesilden nesile aktarılanları yaşama ve yaşatma unsuru olmasından dolayı, düzenli olarak yerine getirilen ya da getirilme gereksinimi duyulan her tür kültürel pratiğin tarihsel süreç içerisinde toplumun varlık nedeni olarak görülen birikimlerin nedenlerini ve nasıllıklarını içerisinde barındıran arkaik kodlar olduğu, bilinen bir gerçekliktir. Bu yönüyle folklorun doğurduğu grup bilinci, “kolektif bilinçaltı”ndan ve “kültürel bellek”ten getirilen niteliklerin bireyin doğumundan itibaren yakın çevresinden edindiği gözlem ve anlatılarla beslenerek şekillenmesiyle var olur. Alan Dundes tarafından yapılan “halk” tanımına göre de teknoloji alanındaki gelişmelerin bir neticesi olarak web tabanlı



çevrimiçi uygulamalar da halk bilgisinin yeni icra ve yaratım ortamlarından, yeni bağlamlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda fal bakma/baktırma geleneğinin icra ortamının web tabanlı uygulamaları da kapsayarak genişlediği, geleneksel fal baktırma sürecinde olduğu gibi “sanal gelenekte” de fal baktırma sürecindeki temel motivasyonun sözlü kültürün “fala inanma, falsız kalma” sözünden beslenen “eğlenme, hoş vakit geçirme” ve “gelecekte haber alma” isteği olduğu ve bu doğrultuda uygulamanın kullanıcıları arasında bir etkileşim olduğu ve birbirlerine tavsiyelerde buldukları dolayısıyla “sosyal bir grup” oluşturdukları görülmektedir.

### KAYNAKÇA

- Açıkgöz, N. (1999). *Kahvename (Klasik Türk Edebiyatında Kahve)*. Akçağ Yayınları.
- Alagözlü, N. (2007). Bir Söylem Türü Olarak Kahve Falına Yönelik Bir İnceleme: Kahve Falı Ve İdeoloji, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 24 (1), 1-22.
- Alekseyevskiy, M. D. (2015). “Folklorda İnternet mi, İnternet Folkloru mu? (Çağdaş Folkloristik ve Sanal Gerçeklik)” (Atilla Bağcı Çev.). *Uluslararası Türk Dünyası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 199-219.
- Arıca Akkök, E. (2019). Fala İnanma Falsız Da Kalma: Türkçede Fal Kavramına İlişkin Metaforların Görünümleri, *Dil Dergisi-Ocak* 27-39.
- Bars, M. E. (2018). İnternet Folkloru: Netlore. *TÜRÜK Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 15, 160-179.
- Bowler, G. M. (2018). Netrografi: Sanal Kültürleri ve Toplulukları İncelemek İçin Tasarlanmış Bir Yöntem”. (İlayda Tekirdağlı Korkmaz-Zeynep Safiye Baki Nalcıoğlu Çev.) (Yay. Hzl. M. Öcal Oğuz vd.). *İnternet folkloru: netlore ve netnografi* (1. Baskı: 25-31). Geleneksel Yayınları.
- Briggs, A. (2009). Kültür (Metin Ekici Çev.), (Yay. Hzl. M. Öcal Oğuz, Selca Gürçayır, Sunay Çalış). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar* 3 (1. Baskı: 9-15). Geleneksel Yayıncılık.
- Bronner, S. J. (2018). Halk Biliminin Dijitalleştirilmesi ve Sanallaştırılması. (Şafak Yılmaz-Zehra Bayır Çev.). (Yay. Hzl. M. Öcal Oğuz vd.). *İnternet Folkloru: Netlore ve Netnografi* (1. Baskı: 45-94). Geleneksel Yayınları.
- Cornelius (2013). *Toplum, İmgeleminde Kendini Nasıl Kurar?* (Hülya Uğur Tanrıöver Çev.). İletişim Yayınları.
- Desem, K. A. (2000). *Kahve. Şadi Kültür ve Sanat Yayınları*.
- Dundes, A. (2003). “Halk Kimdir”. (Metin Ekici Çev.), (Yay. Hzl. Gülin Öğüt Eker, Metin Ekici, M. Öcal Oğuz, Nebi Özdemir). *Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar* (1. Baskı: 1-30). Milli Folklor Yayınları.
- Ekici, Metin (2008). Geleneksel Kültürü Güncellemek Üzerine Bir Değerlendirme. *Milli Folklor*, 80, 33-38.
- Gülüm, E. (2017). *Gelenek Kültürü Kökenli Dijital Anlatım ve Gösterimler*. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürsoy, D. (2012). *Sohbetin Bahanesi Kahve*. Oğlak Yayıncılık.
- Hirsch, J. (2014). “Dönüşen Halk Bilimi: B. A. Botkin”. (Mehmet Emin Dede Çev.). (Yay. Hzl. M. Öcal Oğuz vd.) *Uygulamalı Halk Bilimi* (1. Baskı: 18-55). Geleneksel Yayınları.
- Koç, O. ve Demirdizen Çevik, D. (2007). Küresele Karşı Yerel: Gelenek Bir Tehdit Midir Yoksa Fırsat Mı?, *Halk Kültürünü Koruma-Yaşatma ve Geleceğe Aktarma Uluslararası Sempozyumu Bildirileri*. Kocaeli Üniversitesi Motif Vakfı Yayınları No: 6: 442-450.
- Küçükkömürler, S. ve Türkmen, N. (2007). Geçmişten Günümüze Kültürümüzde “Türk Kahvesi” Kavramının Oluşması. *Halk Kültürünü Koruma-Yaşatma ve Geleceğe Aktarma Uluslararası Sempozyumu Bildirileri*. Kocaeli Üniversitesi Motif Vakfı Yayınları No: 6, 451-486.
- Malinowski, B. (1936). “Anthropology”, *Encyclopaedia Britannica*.
- Malinowski, B. (1992). Bilimsel Bir Kültür Teorisi (Saadet Özkal Çev.) Kabalcı Yayınevi.

- Özbölük, T. ve Dursun, Y. (2015). Pazarlama Araştırmalarında Paradigmal Dönüşüm ve Etnografinin Dijitale Evrimi: Netnografi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 46, Temmuz-Aralık: 227-249.
- Şafak, D. (2017). Etnografi'den Netnografi'ye Sanal Ortamda Kurşun Dökme: 'Sen Bi Kurşun Döktür. *Millî Folklor*, 116, 156-168.
- Timisi, N. (2005). Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi. (Binark, Mutlu & Kılıçbay, Barış Der.). *İnternet, Toplum, Kültür* (1. Basım: 89-105). Epos Yayınları.
- Türkeş Günay, U. (2013). Folklor ve Siber Çağ. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, XIII/1 (Yaz 2013):213-221.
- Zöhre Eryılmaz, H. (2020). Dijital Folklor Bağlamında İnancın Değişim ve Dönüşümleri: Siber Cemaat Örnekleri. *Millî Folklor*, 126: 110-117.



## EXTENDED SUMMARY

### Purpose

Having an important place in traditional culture, the tradition of reading fortune telling / reading is an example that has many applications in the digital medium such as “virtual tradition”/“virtualized tradition”. In mobile applications that serve as the interpretation of the photo of the cup closed after coffee is taken and sent, “Kaave Falı - Falcı Bacı”, “Falaadin”, “Binnaz: Astrology, Tarot, Coffee; Live Fortune Interpretation”, “Telve- Coffee Fortune Telling”, “A Fortune Telling”, “Fortune Fortune”, “Fortune Telling”, “Fortune Teller”, “FaldanAdam”, “Fallavi”, “Fortune Fairy”, “I Said Fortune”, “FalveFal”, “Derya Bacı-Fortune Telling”, “Efsun Abla Fortune Telling”, “Fal Evi”, “Addict”. Drinking coffee and fortune telling are a social and cultural phenomenon in Turkish culture; it is an ancient tradition with rules and, as it seems, its social context has expanded. In this context, the change and transformation of the “fortune-telling” which evolved from traditional performance environments to web-based applications/expanded the performance environment, in the context of context, function and purpose of use, and the question of what variables and dynamics the “tradition” can be produced and experienced in the virtual culture environment.

Having an important place in traditional culture, the tradition of “fortune-telling” is an example that has many applications in the form of “virtual tradition” / “virtualized tradition” in the digital media. “Don't believe in fortune telling, don't be without fortune telling!” The tradition of coffee fortune-telling by the private sector and entrepreneurs, who know the effect and power of the saying on society, has also covered a different medium. Having an important place in traditional culture, the tradition of “fortune-telling” is an example that has many applications in the form of “virtual tradition” / “virtualized tradition” in the digital media. There are eighteen applications with more than 50 B+ downloads on android phones and 1,367,317,731 comments made on these eighteen applications, among the mobile applications that serve as a result of taking the picture of the closed cup after drinking coffee and sending it, or in the form of live interviews; which is actually quite significant in terms of the intensity of demand.

### Methodology

In this context, this study examines the coffee fortune-telling practices that emerged as a “virtualized tradition” with the transformation of the industry into cyber-technology. In this research, which is a netnographic study, “Kaave Falı - Falcı Bacı”, “Falaadin”, “Binnaz: Astrology, Tarot, Coffee; Live Fortune Interpretation”, “Telve-Coffee Fortune Telling”, “A Fortune Telling”, “Fortune Fortune”, “Fortune Telling”, “Fortune Teller”, “FaldanAdam”, “Fallavi”, “Fortune Fairy”, “I Said Fortune”, “FalveFal”, “Derya Bacı-Fortune Telling”, “Efsun Abla Fortune Telling”, “Fal Evi”, “Addict” are 18 applications. In the research, convenience sampling method was applied and some of 1,367,317,731 comments made on coffee fortune applications with more than 50 B+ users were examined by selective reading with the purposive sampling method. The population of the research consists of users who use the application, the users who comment on the universe of the study, and the comments included in the analysis constitute the sample. It is also quite possible that everyone who uses the application has not commented on the application. In addition, due to the fact that some of the comments have content about the operation and performance of the application and the number of all comments is very high, considering the last fifty comments from each of the eighteen applications, approximately 900 comments will be focused on “function”, “purpose of use” and “context”. evaluated by the method of netnographic analysis.

### Findings

The data discussed in the study were compiled from related applications and analyzed with the method of netnographic analysis. As a result of the study, the performance environment of the fortune-telling tradition has expanded to include web-based applications, and the main motivation in the “virtual tradition” as in the traditional fortune-telling process is “to have fun, to have a good time”, which is fed by the verbal culture's word “believing in fortune telling, staying without fortune telling”. It is seen that

there is a desire to “get news from the future” and that there is an interaction between the users of the application in this direction and they give advice to each other, therefore they form a “social group”.

### **Conclusion and Discussion**

Today, when digital culture transforms and reconstructs the modern world, there is a transformation in the context and performance of many oral narrative types, practices and activities belonging to cultural heritage. This transformation, which started with traditional media tools such as radio and television and gained a new dimension with the developments in digital communication tools, has expanded the performance contexts of folklore products to include online contexts in terms of the transmission, performance and reproduction of tradition/traditional. The increasingly widespread use of the internet has paved the way for the production and transfer of new cultural products in the digital field. In this context, folk culture has been moved to the internet environment and has undergone some transformations/changes.

In the twentieth century, as the history of culture is directly related to the history of communication, the necessity of bringing together economic and technological changes has become a general acceptance. After 1960, culture began to be seen as a sector of management on its own due to its reference to substitute and maintained jobs by the business world and management, and as a result, it began to be used with the word industry (Briggs, 2009: 11-12). Finally, traditional folklore products performed in new contexts, adapted to contemporary conditions from the blend and harmony of “tradition” and “creativity”, are seen.