



KÜRESELLEŞME BAĞLAMINDA TÜRK HALK KÜLTÜRÜNÜN TİCARETE DÖNÜŞMESİ: GÖBEKBOX, KIRKLAMA SETLERİ VE FAL UYGULAMALARI

The Commercialization of Turkish Folk Culture in the Context of Globalization: Gobekbox, Kirklama Sets and Fortune-telling Practices

Gizem ÇELİK*

ÖZ

Türk halk kültüründe “göbek bağı kesme ve gömme”, “kırklama” ve “fal bakma/kurşun dökme” gibi geleceği tayin etme ve sağaltmaya yönelik önemli ritüeller bulunmaktadır. Geçmişten günümüze uygulanmakta olan bu ritüeller, küreselleşme bağlamında halk kültürünün ticarileşmesiyle farklı bir boyuta geçmiştir. Yeni doğan bebeklerin isteğe bağlı olarak göbek bağlarını alıp ücreti mukabilinde ailenin istediği yere gömülmesi üzerine bir oluşum olan “Göbekbox” firması, kırklama ritüelinin gerçekleşebilmesi için hazırlanan malzemelerin “kırklama seti” adı altında satılması ve geleceği tayin etme ve nazarı defetmeye yönelik bir girişim olan “fal ve kurşun dökme” uygulamaları, halk kültürünün ticarileşmesini ortaya koyma açısından önemli örneklerdir. Bu bağlamda çalışmada göbek bağı kesme ve gömme, kırklama ve fal ve kurşun dökme ritüelleri tanıtıldıktan sonra bu ritüellerin günümüzde nasıl ticari bir metaya dönüştüğü ele alınıp incelenecektir. Çalışmayla amacımız halk kültürüne yeni bir boyut kazandıran girişimlerin ortaya çıkması ve kültürün nasıl bir ticari metaya dönüştüğünü ortaya koymaktır. Halk kültürü ürünleri, her çağın gereği olan değişim ve dönüşümleri geçirerek karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde ise ticari bir metaya dönüşmüş ve tüketiciye sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: küreselleşme, ticarileşme, halk kültürü, ritüel, gelenek.

ABSTRACT

In Turkish folk culture, there are important rituals such as “cutting and burying the umbilical cord”, “fortying” and “fortune telling/casting lead” to determine the future and healing. These rituals, which have been practiced from past to present, have taken on a different dimension with the commercialization of folk culture in the context of globalization. The “Göbekbox” company, which is a company that takes the umbilical cords of newborn babies and buries them wherever the family wants for a fee, the sale of the materials prepared for the shearing ritual under the

* Yüksek Lisans Öğrencisi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Mersin/Türkiye. E-posta: gizemc12@hotmail.com. ORCID: 0000-0002-5133-2334.

name of “shearing set” and the “fortune telling and lead pouring” practices, which are an attempt to determine the future and ward off the evil eye, are important examples in terms of revealing the commercialization of folk culture. In this context, after introducing the rituals of umbilical cord cutting and burial, fortying, fortune telling and lead pouring, the study will examine how these rituals have turned into a commercial commodity today. Our aim with the study is to reveal the emergence of initiatives that bring a new dimension to folk culture and how culture has turned into a commercial commodity. Folk culture products appear before us by undergoing the changes and transformations required by each age. Today, it has turned into a commercial commodity and is offered to consumers.

Keywords: globalization, commercialization, folk culture, ritual, tradition.

Giriş

Kültür, geçmişten bugüne değin insan topluluğunun yaşayıp-deneyerek duyup görerek ürettiği maddi veya manevi bilgilere verilen addır. Halk denilen insan grubunun maddi ve manevi ortak kültür öğelerine sahip olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda halk ve kültür birbirinden ayrılmazdır. Aynı coğrafyada yaşayan insanlar, kendilerine özgü kültür kalıpları oluştururlar.

Kadim dönemden bu zamana birikerek oluşan halk kültürü, teknolojik gelişmelerle birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Teknolojik gelişmeler; bireysel ve toplumsal yaşamı, ilişkileri, iletişimi ve etkileşimi değiştirmektedir. Dolayısıyla bu sayılan etmenlerin değişmesine bağlı olarak kültür ve gelenekler de değişmektedir. Medya baskın hâle gelmiştir ve geleneksel kodlar hızlı bir şekilde dijital kodlara dönüşmektedir. Medya yeni sosyokültürel ortamların oluşmasını sağlamakla birlikte geleneğin ve kültürün yerleşik yaratım, aktarım ve deneyim aşamalarını da değiştirmektedir (Özdemir, 2021a: 31).

Halk kültürüne ait efsane, halk hikâyesi, fıkra, gelenek, görenek, ritüel, yemek vb. motiflerin sıklıkla dijital ortamda bir gönderinin, dizinin, filmin, çizgi filmin, reklamın, karikatürün konusu olduğunu görmek mümkündür. Bununla birlikte kültürel öğeler günümüzde ticari bir alan hâline de dönüşmüştür. Bunun başlıca sebeplerinde biri küreselleşmedir. Küreselleşme, bir şeyi dünya çapında kılma, dünyaya mal etme anlamına gelmektedir (Oğuz, 2019: 13). Küreselleşme kavramı ile ilgili iki zıt görüş ortaya çıkmıştır. İlki, küreselleşmeyi kapitalizmin gelişim süreci içerisinde varılan ve Batılı ülkelerin temsil ettiği noktanın, insanlığın erişebileceği en üst siyasal ve ekonomik aşama kabul edip bu kavrama olumlu yaklaşımlardır. İkincisi ise küresel-

leşmenin emperyalizmin günümüzde almış olduğu yeni bir biçime işaret ettiğini, Batı'nın/kapitalizmin çıkarları doğrultusunda ekonomik, siyasal ve kültürel “tektipleştirme” olduğunu öne sürerek meseleye olumsuz yaklaşanlardır (Çıblak Coşkun ve Zöhre, 2014: 499).

Küreselleşmeyi ve ticarileşmeyi, bir fast food zinciri üzerinden açıklama gayretine girişen George Ritzer, *Toplumun McDonadllaştırılması* adlı kitabında, fast food restoranlarının temel ilkelerinin Amerika ve dünyanın geri kalanına git gide hâkim olma sürecine değinmektedir. McDonadllaştırma sadece yemek kültüründe değil, iş, sağlık, seyahat, zevk, aile ve toplumun diğer özelliklerinde de geçerlidir (1998: 23-25). Küreselleşmenin bir sonucu olarak çeşitli mutfak kültürleri ülkemizde de hızla yayılmaktadır. Bu fast food zincirlerinin ülkelerde çeşitli pazarlama stratejileri izlediklerini söylemek mümkündür. Ülkemizdeki bu pazarlama stratejilerinden biri de kültürel mutfağın fast fooda uyarlanmasıdır. Örneğin bazı hamburger zincirlerinin dürüm şeklinde hamburger satmaları veya Türk girişimcilerin pizzaya pide şeklini vererek satma çabalarıdır. Türk kültürüne ait olan dürerek yeme şeklinin ve bir yemek olan pidenin, fast food ürünlerinin satışını attırmak için kullanılması dikkat çekicidir.

Kültürün ticari bir duruma gelmesi “kültür endüstrisi” kavramıyla açıklanabilir. Theodor Adorno ve Max Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserlerinde “kültür endüstrisi” terimini ilk kez kullanmışlardır. Onlara göre kültür endüstrisi; kültürün metalaştırılarak ve tektürleştirilerek yönetilmesiyle ortaya çıkan şeyleştirimin temel sorumlusudur. Kültüre tekellerin hâkim olmuş ve bu da kültürü tek tipleştirmiştir. Kültür ve endüstri teknolojik gelişmelerin sonucunda iç içe geçmiş bu da kültürün bozulmasına neden olmuştur. Halkta algı oluşturma ve yönlendirmede reklamcılık, kültürün ve endüstrinin vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiştir (Özdemir, 2021b: 8; Adorno ve Horkheimer, 2014; Yaylagül, 2014: 89).

Aslen halk kültürü, ticari bir amacın nesnesi olamaz. Halk kültürü, kapitalizmle birlikte endüstrileşmiş ve ticarileşmiştir. Halkın yaratımları olan gelenek, görenek, sanat, geleneksel oyunlar, anlatı türleri, kılık-kıyafet vb. kuşaktan kuşağa aktarılarak yaşatılır. Popüler kültür de halk kültürünü kapitalizmin etkisiyle kullanır ve satılmak üzere metalaştırır (Soygüder Baturlar ve Yaylagül, 2019: 668). Küreselleşmenin bir sonucu olarak kapitalizm ve popüler kültür dayatmaları, çeşitli kültürlerin dünya çapında yayılıp tanıtılmasından ziyade ticari bir unsur olmuştur. Bu durum da halk kültürünün yıllarca birikerek bugüne gelip ait olduğu toplumu ayrıcalıklı kılmasına sekte vurmaktadır. Reklamın da bir parçası olduğu bu ticarileşme serüveninde

toplumların değer yargılarından, inançlarından hareketle duygu sömürüsü yapıp satış sağlanmaktadır.

Küreselleşme, her ne kadar kültürün yozlaşmasına yol açsa da günümüzde teknolojinin egemen olduğu dünyada kaçınılmazdır. Bununla birlikte yereli küresele kazandırmak, halk kültürünün yaşamasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına vesile olabilir. Çünkü kültür, doğası gereği değişim ve dönüşümlerin oluşturduğu canlı bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla kültürler iç ve dış dinamiklerin etkisiyle değişim ve dönüşüm geçirerek geçmişten bugüne ve geleceğe aktarılır (Özdemir, 2021a: 63). Bu bağlamda kültürün küreselleşme serüveninden etkileneneği ortadadır. Öcal Oğuz'un deyişiyle "kültürünüzün kendi öz çocuklarınız tarafından sürdürülmesini istiyorsanız, onun küre etrafında benimsenebilir ve uygulanabilir yorumlarına ulaşmanız gerekmektedir" (2019: 39). Bu bağlamda özünden kopmadan, metalaştırılmadan kültürler küresele kazandırılabilir.

Halk kültürünün gerek maddi gerek sözlü alanlarının ticarete dönüşen örneklerine yıllardır rastlanmaktadır. Göbekbox firması, kırklama setleri, fal ve kurşun dökme uygulamaları gibi girişimler, Türk halk kültürüne özgü olan bu ritüelleri girişimcisi tarafından ticarete dönüştürerek gelir kapısına dönüştürmüştür. Bu bağlamda öncelikle göbek kesme ve gömme, kırklama ve fal/kurşun dökme ritüellerinin geleneksel yapısı tanıtılacak ardından kültürün devinimi sonucunda ticari bir unsur şeklinde karşımıza nasıl çıktığı ortaya konulacaktır.

1. Türk Halk Kültüründe Göbek Bağı ve Buna Bağlı İnanışlar

Yaşam döngüsünün doğum, evlenme ve ölüm olmak üzere başlıca üç evresi vardır. Yaşam döngüsünün ilk evresi doğumdur. Doğum geçiş dönemi birçok inanış ve ritüeli de beraberinde getirmektedir. Doğum geçiş dönemine ait her bir uygulama çocuğun ve annenin refahını sağlamak, hastalıklardan korumak ve geleceğine yönelik birtakım temennilerde bulunmayı hedeflemektedir.

Mircea Eliade'a göre geçiş dönemlerinden en dikkat çekici olanı şüphesiz yeni doğanın topluma dâhil edilmesidir. Çünkü çocuk doğduğunda yalnızca fiziksel bir varoluşa sahiptir, henüz ailesi ve akrabaları tarafından kabul edilmemiştir. Yeni doğana canlı statüsünü ancak doğumdan sonra gerçekleştirilen ritüeller kazandırmaktadır (1991: 161). Yeni doğan bebeğin çevresinde geliştirilen inanış ve ritüeller bütünü, onu topluma kazandırma adına yapılan dinsel büyüsel birtakım durumları ifade etmektedir. Doğum geçiş döneminde bebeğin sağlıklı doğmasını sağladıktan sonra yapılan ilk

işlem göbek bağı kesmektir. Göbeğin bağı kesilmesi anne ile çocuk arasındaki fiziksel bağı bitirmektedir (Örnek, 2000: 142). Göbek bağı çocuktan bir parça ve büyüsel etkilere açık olmasından ötürü özenle kesilip kimşenin ulaşamayacağı ve ailenin istediği bir yere gömülür.

Türk halk kültüründe göbek bağı bu kadar önemli olmasının sebebi; göbek bağı bir ucunun göbeğe, diğer ucunun ise plasentaya bağlı olmasıdır. Placenta, “eş” olarak da bilinmekle beraber anne ile bebeği arasındaki kan alıp verme işini sağlayan organdır. Türk halk kültüründe çocuğun eşi Umay Ana ile ilişkilendirilmiştir. Nitekim *Divanü Lügati't Türk*'te; umay, kadının doğduktan sonra karnından çıkan, hokkaya benzeyen şey olarak tanımlanmıştır. Bu eşin çocuğun yoldaşı olduğu vurgulanmaktadır (2018: 61). Roxux'a göre placenta “ruhun özüdür”. Hatta Yakutlar zarar gelmesin diye plasentayı yemektir (1994: 141). Bu bilgiler ışığında, göbek bağı, placenta yani Umay Ana ile olan münasebeti doğrultusunda önem arz etmektedir. Umay Ana'ya bağlı olması ve ondan bir parça olması sebebiyle özenli muameleye layık görülmektedir. Umay Ana, çocuklarını koruyan bir varlık olarak “parça bütüne aittir” ilkesiyle gömüldükten sonra da çocuklarını koruyacaktır inancı hâkimdir.

Göbek bağı kesimi ve gömülmesi yörelere göre ufak farklılıklar içermekle birlikte temelde aynıdır. Göbek bağı usulüne uygun kesilir ve geleceğine etki edeceği düşüncesiyle uygun bir yere gömülür. Nitekim Mersin yöresinden alınan örnek bu durumu özetlemektedir; doğum olayı gerçekleşir gerçekleşmez çocuğun göbek kordonu kesilir. Bu işlemi doğumu yaptıran kişi gerçekleştirir. Göbek bağı kesecek aletin temiz olması gerekir. Doğumdan sonra göbek kordonu kesilirken doğumu yaptıran kişi çocuğa o anda bir isim verir ve “Peygambere salâvat” diyerek göbeği keser. Göbek bağı, çocuk okusun, iyi bir mesleği olsun diye okul bahçesine gömülür. Gözü dışarıda olmasın, evine bağlı olsun diye evde saklanır. Bahtı açık olsun, işleri su gibi aksın diye suya atılır. Büyüdüğü zaman dininden ayrılmasın diye camide duvar kenarına ya da avluya gömülür (Ağcalar, 2009: 50-51).

Türk dünyasından alınan örneklerde görüldüğü üzere çocuğun göbek bağı, anne ile bebek, bebek ile Umay Ana arasındaki bağ olması hasebiyle oldukça önemlidir. Nitekim çocuğun göbek bağı büyü unsuru olarak da önem arz etmektedir. Göbek bağı ve eşle ilgili uygulamaların tümü temas büyüünün ilkeleriyle açıklanabilir. Temas büyüüne göre “parça bütüne aittir”. Buna göre parçaya sahip olan bütüne de sahip olur. Bir varlığın saçı, tırnağı, kıyafeti büyü unsuru olabilir. Bir şeyin içindeki büyü gücü, ilgili şey uzakta olsa bile çoğu zaman o şeyin bütün kısımlarında da varmış gibi kabul

edilir (Örnek 2017: 55- 56). Temas büyüsunün göbek bağındaki etkisi söyle açıklanabilir: Kesilen göbek bağı, ileride çocuk nasıl bir meslek hayatı yaşaması veya mizaç özelliklerinin ne yönde olması isteniyorsa oraya gömülmeindedir. Örneğın, dinine bağılı olsun diye camiye, okusun diye okula, doktor olsun diye hastaneye, evine bağılı olsun diye evin yakınında herhangi bir yere gömülerek temas büyüsunün çalışması sağlanır. Göbeğın gömülü olduğı yer yani parça, ileri çocuğın yaşamını etkileyerek bütüne kavuşmasını sağlanacaktır.

2. Türk Halk Kültüründe Kırklama ve Buna Bağılı İnanışlar

Yeni doğum yapmış kadını ve bebeğini gerek fiziksel gerek psikolojik olarak yorgun bir dönem beklemektedir. Bu dönemde hastalanan, psikolojik olarak bunalım geçiren anne ve bebeğı birtakım inançların ve ritüellerin odak noktası oluştıur. Kırklama da bu şifalı olduğına inanılan ritüellerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Türk halk kültüründe kırklama ritüelinde yöreye bağılı değışiklik göstermekle birlikte genellikle kırk taş, kırk çiçek, altın, yumurta, demir, para gibi maddelerin temiz bir suya atılmasıyla hazırlanır. Bu maddelerle hazırlanan su ile bebek ve bazen de annesi yıkanır.

Türk halk kültüründe kırklama şekilleri farklılık göstermekle beraber su, taş gibi kırklama için gerekli temel maddeler aynıdır. Örneklendirmek gerekirse; Çukurova yöresinde, kırk taş, yedi tür çiçek ve yaprak kırk delikli kalbur ya da makarna süzgecinden geçirilmiş suyun içine atılır. Bu su ile anne ve bebeğı yıkanır. Kalan sudan birer tas evdeki diğeri kişilerin banyo suyuna konularak onların da banyo yapması sağlanır. Yine kırk suyundan alınan bir miktar su ev temizliğinde kullanılacak suya katılır, evin her yanına kırk suyundan serpilir ve “kış kış kırk” denir, böylece kırk evden defedilir. Kırk tası ile besmele çekilerek, dualar ve ayetler okunarak kırklama yapılır (Karakaş, 2014: 119). Kırklama, bebeğın doğumundan sonra geçen kırk günlük sürenin tamamlanmasıyla gerçekleştirilmekle birlikte, yöreye ve çocuk ile annenin sağlık durumuna bağılı olarak yedi kırkı, yirmi kırkı gibi zaman dilimlerinde de yapılmaktadır. Kırklamanın amacı, suyun ve suyun içine atılan maddelere atfedilen sağaltıcı ve büyülü gücün anne ve bebeğe temas etmek suretiyle geçmesini sağlamaktır. Göbek bağı gömmede olduğı gibi kırklamada da temas büyüsunün ilkelerini içermektedir.

3. Türk Halk Kültüründe Kurşun Dökme ve Fal

Kurşun dökme ritüeli, Şamanizm'den kalma eski ve köklü bir ritüeldir. Şamanistler buna “kut kuma” yani “kut dökme” derler. Kötü ruhların kutu çaldığına, bu yüzden talihin, saadetin yok olduğına inanırlar. Kurşun dökme-

rek kutun geri kazanılacağı düşünülmektedir (İnan, 1987: 477). Kurşun dökme işlemi yöreye göre farklılık göstermekle beraber şu şekildedir; kurşun, bir kepçenin ya da küçük bir tavanın içine konup ateşte eritilir. Diğer taraftan hasta dizüstü oturtulur ve başına bir tülbent örtülür. Eritilen kurşun, birtakım dualar ya da çeşitli sözler eşliğinde, hastanın başının üstünde tutulan içi su dolu kaba boşaltılır. Kurşunun suyun içinde aldığı şekillere bakılarak nazarı değdirenin cinsiyeti, fiziksel özellikleri vb. hakkında yorumlarda bulunulur. Kurşunun ateşte eritilip suya dökülmesi işi, üç kez tekrarlanır. Daha sonra kaptaki suyla hastanın yüzü üç kez yıkanır ve bu su ayak basılmayan bir yere dökülür. Nazar ocağına, emeğinin karşılığı olarak bir miktar para verilir (Çıblak, 2014: 117). Kurşun değerli madenlerden biri olmakla birlikte, koruyucu ve kutsayıcı bir role de sahiptir. Türk halk kültüründe nazar değdiği düşünülen kişiye, kısmeti kapalı olan kişiye, hasta olan kişiye kurşun dökülerek sağaltım ve baht açma işlemi gerçekleştirilir.

Türkçe Sözlük'te fal; geleceği öğrenmek, şans ve kısmeti anlamak amacıyla oyun kâğıdı, kahve telvesi, el ayası vb. bakarak anlam çıkarma olarak ifade edilmiştir (2005: 677). Fal bakma da eski Türklerde yaygın görülen ritüellerden biridir. Türklerde şamanlar fala bakar, özellikle kayıp hayvanları bulmak için ok ile fal bakılmaktadır. Okun hareket ettiği yön hayvanın bulunduğu konumun bilgisini verir. Tokmağın şamanın hangi yanına düştüğü de falın anlamını oluşturur. Tokmağın düşme yönüne göre iyi veya kötü olarak yorumlanır (Hoppal, 2019: 43). Fal bakmanın birçok yöntemi ve nesnesi mevcuttur. Bunlardan en bilineni kahve falıdır. Kahve falında tabağına ters çevrilen kahve fincanının bir süre süzülmesi ve şekillerin oluşması beklenir. Ardından fincan açılır ve şekiller falcılar tarafından yorumlanır.

Geleneksel halk kültürü, göbek kesme ve gömme, kırklama, fal bakma ve kurşun dökme gibi çeşitli inançlar ve ritüeller dizisini içermektedir. Bu ritüeller günümüz çağında da uygulanmakta olup kişide rahatlama duygusunu oluşturmaktadır. Tıbbi veya teknolojik gelişmelerden yararlanmakla birlikte Türk insanının bilinçaltına yerleşmiş geleneksel büyü işlemlerle de çocuk, anne veya şifaya ihtiyaç duyan herhangi bir kimse manevi olarak da bu uygulamaları gerçekleştirerek rahatlamaktadır. Geleneksel olana duyulan inanç ve güven küreselleşme bağlamında ticarileşmiş ve çeşitli telefon, tablet, bilgisayar uygulamalarının, alışveriş sitelerinin ve kişilerin metası olmuştur. Bu bağlamda çalışmanın geri kalan bölümünde göbekbox, kırklama setleri ve fal/kurşun dökme uygulamaları ticari bağlamıyla birlikte incelenecektir.

4. Geleneğin Ticarî Anlamda Dönüşümü: Göbekbox, Kırklama Setleri ve Fal Uygulamaları

Küreselleşmenin bir sonucu olarak halk kültürünün ticari bir hâle gelmesi hem iyi hem de kötü yönleriyle ele alınabilir. Kültürü tanıtmak ve yaşatmak bağlamında olumlu; duygu ve inanç sömürüsü, kişilerin kültürü tekelinde tutmaları bağlamında ise olumsuz etkilere sahiptir.

Türk halk kültürünün pazarlanması ve ticarete dönüştürülmesi reklam filmlerinde hâlihazırda geçmişten günümüze değin sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. “Her gelin kızın rüyası, Zetina dikiş makinası” sloganıyla yürütülen reklam, Eti firmasının “Bir bilmecem var çocuklar.” dediğinde çocuklar, koro halinde tıpkı günlük hayatta olduğu gibi büyük bir merakla kapılarak; “Haydi sor sor.” ifadesini kullanarak bilmecelerin kullanıldığı reklam, Danone firmasının yoğurt reklamında Nasrettin Hoca’yı kullandığı reklam (Boyras, 2001: 95-96) vb. Türk halk kültürünün reklamlar aracılığıyla pazarlanıp ticari hale gelmesine örnek verilebilir. Türk halk kültürünün ticari hâle dönüşmesinin diğer bir boyutu türkü barlarıdır. Gece kulüpleri, barlar ve diskoların yerini dolduramadığı ve geleneksel öğelerin daha ağır bastığı türkü barlar, müziği, ikramları, mekânın adı, fiziki ve yapısal özellikleri bağlamında kültürün ve gelenekselin pazarlandığı ortamlardan biridir (Öğüt Eker, 2019: 489). Ramazan ayında reklamların büyük ve tüm ailenin bir araya toplandığı masalarda ezanı beklemeleri, Türk ailesinin ve sofrada adabının ticari alanda kullanılışı, yine Ramazan ayında geleneksel Türk tiyatrosunun önemli bir etkinliği olan Hacivat ve Karagöz’ün, mekânlarla sergilenerek, gelir kapısı oluşturması gelenekselin ticarete dönüşmesine örnek verilebilir.

Maddi beklentiyle yola koyulan girişimcilerin, modern olanın yanında sıklıkla geleneksel olanı da kullandığı görülmektedir. Âşıkların türkülerinin yeni şarkıcılar tarafından seslendirilmesi, bilmecelerin veya Nasrettin Hoca’nın reklamlarda kullanılması, eğlence mekânı olarak türkü barlar ve alışveriş sitelerinde satılan kırklama setleri gibi örneklerden hareketle söylenebilir ki; halk kültürünün gerek sözlü gerek maddi bütün alanları ticarileşmeye açıktır.

Metin Ekici’ye göre; çağdaş halk kültürü ticari alanda da etkili olmalıdır. Halk bilimi ürünlerinin maddi alana ait olan ürünleri ticari amaçlar için zaten kullanılmaktadır. Bununla birlikte halk kültürünün sözlü, görsel ve işitsel alanı da ticari amaçların nesnesi olmaktadır. Buradaki sorun, insanların çıkarları doğrultusunda halk kültürü ürünlerini kendilerine zimmetleştirmeleridir. Ayrıca halk kültüründen alınan geleneksel bilginin şeklinin bozulacak

şekilde ticarileştirmesi de sorun yaratabilir (2008: 20). Halk kültürünün ticarileşmesinin usulü önem arz etmektedir, tek kişinin tekelinde bulunması sorun yaratmaktadır, kültürün ticareti dünya çapında tanınmaya vesile olacaksa kabul edilmektedir.

Türk halk kültürünün ticari hâle gelmesine örnek verilebilecek girişimlerden biri, “Göbekbox” firmasıdır. “Çocuğunuz için bir hayal kurun” sloganıyla yola çıkan Göbekbox firmasının kurucusu olan Nezh Üzümcü, Boston’da yaşamaktadır. Yakınlarının çocuklarının göbek bağlarını bulunduğu yerdeki üniversitenin bahçesine gömmek üzere vermesiyle “Göbekbox” firmasının düşünsel temellerinin atıldığını söylemektedir. Türkiye’den gönderilen bebeklerin göbek bağlarını dünyanın en prestijli üniversiteleri Harvard, MIT bahçelerine, istenilmesi durumunda göbek bağı atmosfer balonuyla uzay boşluğuna da gönderebildiklerini garanti etmektedirler. Göbekbox kurucusu Nezh Üzümcüoğlu, Türkiye’deki mekânlar için 100 TL, yurt dışındaki içinse 200-350 TL aldıklarını belirterek, Everest ve uzay gibi ilginç yerler için ise farklı bir fiyat politikası uyguladıklarını söylemektedir. Amerika’da ölen kişilerin vasiyeti ya da ailelerinin isteği üzerine küllerini uzaya gönderen firmalar olduğunu ve bu uygulamanın göbek bağı için de yapılabileceğini düşünmeleri üzerine Göbekbox’u kurmuşlardır (URL-1).



Görsel 1-2. Göbekbox (URL-2; URL-3).

Göbekbox firmasına çocuğun göbek bağını ücreti mukabilinde istedikleri yere gömdürmek isteyen aile, öncelikli olarak ilgili firmaya ait bu kutulara çocuğun göbek bağını koyarak kargoya vermektedir. Firma müşteri memnuniyetini ve güvenini sağlamak için göbek bağı gömüldükten sonra “Buraya göbekten bağıyım” yazılı bir kartla göbeğin bulunduğu yer işaretlenmekte ve ilgili aileye bir fotoğraf göndermektedir. Türkiye’yi her ziyaret dönüşlerinde ailelerin ellerine 2-3 adet göbek bağı tutuşturduklarını söyleyen firma sahibi şu Türkiye ve dünyanın en prestijli üniversiteleri, futbol takımla-

rının stadyumları hayalleri süsleyen uluslararası bazı şirketlerin genel merkezlerine göbek bağlarını gömdüklerini söylemektedir (URL-1).

Halk kültürünün ticarileşmesi adına önemli bir örnek olan Göbekbox firması, geleneksel bir öge olan göbek bağı kesme ve gömme ritüelinin bağlamından kopmayarak bu işi gerçekleştirmektedir. Göbek bağının gömülmesindeki amaç; çocuğun ilerideki yaşamında nasıl bir meslek seçeceğini, mizacını, kaderini büyüsel bir etkiyle tayin etmektir. İlgili firma da bu inancı yararlanarak ailelerin heves ettiği lakin ulaşamadığı yerlere göbek bağını götürüp gömerek yüzyıllardır var olan göbek kesme ve gömme ritüelini ticarileştirmişlerdir. Bebeği ve annesini koruma ve kutsamaya yönelik bir işlem olan kırklama ritüeli de kişilere ticari bir kapı açmıştır. Kırklama ritüelinde kullanılması elzem olan malzemelerinin de satışı yapılarak kırklama ritüeli ticari hâle dönüşmüştür. Örneğin bebek kırklamak için suyun içine atılan 40 taş, çiçek, yumurta vb. malzemeler, eskiden yeni doğan bebeğin ailesi tarafından imkânları dâhilinde çevreden toplanırken artık “kırklama seti” adı altında herhangi bir alışveriş sitesinde bu malzemeleri bulabilmek mümkündür.



Görsel 3. Kırklama Seti (URL-4).

Kırklama setleri süslenerek ve özenle hazırlanarak tüketiciye sunulmaktadır. Bu setler, hem çocuğunu kırklama ritüelinin geleneksel havasından mahrum etmek istemeyen hem de küreselleşme bağlamında para harcamak veya modern görünmek isteyen kişiler tarafından alınmaktadır. Bahsi geçen kırkla setlerinin Çiçeksepeti, Trendyol, MiaMano gibi alışveriş sitelerinde satıldığı dikkat çekmektedir. Trendyol alışveriş sitesindeki kırklama seti alan müşterilerin 4.5 puan verdikleri ve müşterilerin bir kısmının “paket sağlam geldi, özenliydi” gibi olumlu yorumlar yaparken bir kısmı ise “kırklama setinin içindeki ürünler küçüktü, kırık geldi” gibi olumsuz yorum yaptıkları görülmektedir. Kültürün değişim dönüşümüne bağlı olarak kırklama ritüel-

lerin günümüzde birçok kere “kırk uçurma partisi” olarak anıldığını görmek mümkündür. Nitekim kırk uçurma partisi için de gerekli malzemelerin alış-veriş sitelerinde satıldığı görülmektedir.



Görsel 4. Kırk Uçurma Partisinde Kullanılacak Pipetler (URL-5).

Alışveriş sitelerinde kırk uçurtma partisi için bebeğin cinsiyeti ebeveyn tarafından belirtilip ve parti malzemelerine bebeğin görselini basmak için fotoğraf gönderildikten sonra parti için istenen ürünler hazırlanmaktadır.

Kurşun dökme ve kahve falı, geleceği tayin etme yöntemlerinden olarak sıklıkla başvurulan ritüellerdir. Özellikle kahve falı bakmak, sohbetlerin ve buluşmaların vazgeçilmez bir parçası olarak sosyalleşme aracıdır. Kahve falı bakmak başlı başına bir gelir kapısı oluşturmaktadır. Gelecekle ilgili yorum yapma ve bilme kabiliyeti olduğunu söyleyen falcıların önemli miktarda para karşılığında kişilere yüz yüze fal baktığı bilinmektedir. Fakat falcılara her daim gerek zaman gerek maddi olarak ulaşma imkânı bulamayan insanların fal uygulamalarına müracaat ettiği dikkat çekmektedir.

İmran Gündüz Alptürker, kahve uygulamalarını değerlendirdiği makalesinde on sekiz uygulamayı incelemiş ve uygulamaların sayısal olarak gördüğü rağbeti ortaya koymuştur. Kahve içildikten sonra kapatılan 1803 fincanın fotoğrafının çekilip yollanması neticesinde yorumlanması ya da canlı yapılan görüşmeler şeklinde hizmet veren mobil uygulamalardan, android telefonlarda yer alan indirme sayısı 50 B+ üzerinde olan on sekiz uygulama ve bu on sekiz uygulamaya yapılan 1,367.317.731 yorum yer almaktadır (2021: 1802-1803). Bu sayısal veriler ışığında görülüyor ki; fal uygulamalarına yoğun talep gösterilmektedir.

Güncel olarak fal uygulamalarının indirme sayılarına bakacak olursak; Faladdin 10+ Mn indirme, Derya Abla-Kahve Falı 10 Mn+ indirme, Sembol Kahve Falı 500 B+ indirme, Fal Sepeti 100 B+ indirmeye sahip olduğu görül-

mektedir. Kullanıcıların yorumları ikiye bölünmüş durumdadır. Kimi kullanıcılar “çok güzel bir uygulama, herkese tavsiye ederim, iyi analiz yapıyor, dedikleri çıkıyor” derken kimisi de “çok fazla reklam çıkıyor, hata veriyor, berbat bir uygulama, geleceği sadece Allah bilir” gibi yorumlar yapmaktadır. Kurşun dökme ritüeli, fiziksel olarak bir arada olmayı gerektiren ritüellerden biri olarak sanala taşınmış ve kurşun dökmenin de kahve falı gibi uygulaması oluşturulmuştur. “Sen Bir Kurşun Döktür” uygulaması sanal olarak kurşun dökmekte ve çıkan şekli yorumlamaktadır.



Görsel 4. Sanal Kurşun Dökme (URL-6).

“Sen Bir Kurşun Döktür” uygulaması şu şekilde çalışmaktadır; programın akıllı cep telefonlarına indirilmesi ve çalıştırılması gerekmektedir. Uygulamayı gerçekleştirmek için telefonu kurşun dökülecek kişinin başının üstünde, telefonun ekranı aşağı bakacak şekilde tutmak yeterlidir. “Cosss” sesi duyulduğunda ekranda erimiş kurşunun suya döküldüğünde ortaya çıkan şekiller gibi bir görüntü belirir (Şafak, 2017: 160). Bu şekiller uygulama tarafından yorumlanır. Sen Bir Kurşun Döktür uygulaması güncel olarak 100 B+ indirme oranına sahiptir. Kullanıcıların “çok güzel uygulama doğru çıkıyor, on numara beş yıldız çok güzel icat yapmışlar, harika bir uygulama dedikleri çıkıyor” gibi olumlu yorumlar yaptıkları, aynı zamanda “çok fazla reklam çıkıyor, uygulama çalışmıyor” gibi yorumların da yapıldığı görülmektedir. Verilen uygulamaların tümü ücretsiz gibi görünse de aslında reklamlarla para kazanılmaktadır. Çoğu zaman reklamların belli bir kısmını izlemek kullanıcılara mecburi tutulmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının bileşkesi olan internet, geleneksel ürünlerin yaşadığı kültürel bir bağlamdır (Özdemir 2012: 389). Dolayısıyla bahsi geçen ve geleneksel ortamda önemli bir yere sahip olan göbek bağı kesme ve gömme, kırklama, fal ve kurşun dökme gibi ritüellerin dijitalde yaşatıldığını söylemek mümkündür. Bu ritüeller dijitalde yaşatılmakla beraber küreselleşmenin getirdiği birtakım olumsuzlukları da içermektedir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak halk kültürünün inanış ve ritüellerinin ticarileştiği görülmektedir. Halk kültürünün genellikle maddi alanlarının ticari bir getiri olarak kullanıldığını sürekli olarak görmekle birlikte sözlü/manevi alanın da ticarileştiği dikkat çekmektedir. Özellikle fal ve kurşun dökme uygulamalarının gerçek kişiler tarafından teknolojik ürünler vasıtasıyla şekillerin yorumlanmadığı, bir algoritma tarafından rastgele yorumların yapıldığı bilinmektedir. Aslında eğlenceli gibi görünen bu girişimler, insanların inanışlarını zedelemeye oldukça müsaittir. Çünkü algoritma tarafından atılan rastgele yorumlamalara insanların bel bağladığı, üzüldüğü uygulamalara gelen kullanıcı yorumlarında görülmektedir. Ayrıca bu uygulamalar ve göbek bağı gömme girişimi bir ücret mukabilinde yapılan, uygulamaların ücretsiz olduğu görünse de reklamlardan kâr güdüldüğü olduğu dikkat çekmektedir.

Sonuç

Ortak gelenek, görenek, inanış ve ritüeller etrafında birleşen halkın yarattığı bilgiler ve görgüler olan halk kültürü, bulunduğu çağın gerekli değişim ve dönüşümünü yaşayarak ilgili zamana uyum sağlamaktadır. Halk kültürünün gerek maddi gerekse de sözlü ürünlerinin kürselleşme bağlamında ticari bir alana dönüştüğü görülmektedir. Halk kültürünün maddi alanlarının yüzyıllardır kültürün ticarileşmesinde kullanılmasının yanında sözlü ürünlerinin de artık ticari bir alana hizmet ettiği dikkat çekmektedir. Geleneksel sözün ve ritüelin dijitalde dönüştüğü göze çarpmaktadır.

Halk kültürünün küreselleşme bağlamında ticari bir alana dönüşmesindeki önemli örneklerden birinin Göbekbox firması olduğu göze çarpmaktadır. İlgili firma ücreti mukabilinde ailelerinden çocuğun göbek bağını alıp önemli üniversitelerin veya kuruluşların bahçelerine gömerek para kazanmaktadır. Çocuğun geleceğini tayin etmeye yönelik bir ritüel olan göbek bağı kesme ve gömme ritüelinin dijitalde pazarlandığı dikkat çekmektedir. Kırklama setleri de ücreti mukabilinde satılmakta olup aslında bu parayı vermeye gerek olmadan uygulanacak ritüellerden biriyken ticarileşmiştir ve hazırlanan kırklama setleri çeşitli alışveriş sitelerinde satışa sunulduğu göze çarpmaktadır. Fal ve kurşun dökme uygulamaları ise ücretsiz indirilen fakat

reklam izleme veya para karşılığında fal/kurşun dökme hakkına sahip olarak kullanılan bir işleyişe sahip olduğu görülmektedir.

Göbekbox, kırklama setleri, fal ve kurşun dökme uygulamaları geleneğin dijitalle taşınmasına verilebilecek önemli örneklerdendir. İlgili ritüellerin bağlamından kopmadan dijitalle taşındığı fakat bu taşınmanın masumane olmadığı görülmektedir. Çünkü bu ritüeller çoğunlukla maddi bir beklenti olmaksızın yapılmaktadır lakin dijitalde ticari meta hâline gelmiştir. Bu ticari girişimler yereli küresele kazandırmaktan ziyade geleneği tabiri mümkünse satış ürünü hâline getirmiştir. Göbekbox, kırklama setleri, fal ve kurşun dökme uygulamalarının dijitalde de rağbet görmesi insanların kültürel motiflerinden vazgeçmediğini göstermekle birlikte insanların geleneklerine bağlı olduğunu bilen kişiler tarafından bir sömürü aracı olarak kullanıldığı açıkça görülmektedir.

Kaynaklar

- Adorno, Theodor ve Horkheimer, Max (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Çev. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Ağcalar, Aslı (2009). *Silifke Halk Kültürü Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boyras, Şeref (2001). “Halk Kültürü Unsurlarının Televizyon Reklamlarında Kullanılması”. *Milli Folklor*, 49: 93-108.
- Çıblak Coşkun, Nilgün ve Zöhre, Harika (2014). “Küreselleşme ve Tüketim Kültürünün Yaygınlaşması Bağlamında Türkiye’de Cadılar Bayramı”. *Turkish Studies*, 9(3): 497-506.
- Çıblak, Nilgün (2014). “Halk Kültüründe Nazar, Nazarlık İnanç ve Bunlara Bağlı Uygulamalar”. *TÜBAR*, 15: 103-125.
- Ekici, Metin (2008). “Türk Halk Kültürü Araştırmalarında Dün, Bugün ve Yarın”. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 1(1): 11-26.
- Eliade, Mircea (1991), *Kutsal ve Dindışı*. Çev. Mehmet Ali Kılıçbay. İstanbul: Gece Yayınları.
- Ercilasun, Ahmet Bican ve Akkoyunlu, Ziyat (haz.) (2018). *Kaşgarlı Mahmud, Dîvânü Lugâtî’t- Türk: Giriş-Metin-Çeviri-Notlar-Dizin*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Gündüz Alptürker, İmran (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.

- Hoppal, Mihail (2019). *Avrasya'da Şamanlar*. Çev. Bülent Bayram ve H. Şevket Çağatay Çapraz. İstanbul: YKY.
- İnan, Abdülkadir (1987). *Makaleler ve İncelemeler*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Karakaş, Ayhan (2014), "Çukurova Yöresi Geçiş Törenlerinde Su Odaklı Uygulamalar Üzerine Bir Değerlendirme". *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3): 115-12.
- Oğuz, Öcal (2019). *Küreselleşme ve Uygulamalı Halk Bilimi*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Öğüt Eker, Gülin (2019). "Türk Kültürel Belleğinin Oluşumunda Gelenekten Geleceğe Halk Edebiyatı". *Türk Halk Edebiyatı El Kitabı*. Ed. M. Öcal Oğuz. Ankara: Grafiker Yayınları, 557-576.
- Örnek, Sedat Veyis (2000). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Örnek, Sedat Veyis (2017). *Sivas ve Çevresinde Hayatın Çeşitli Safhalarıyla İlgili Batıl İnançların ve Büyüsel İşlemelerin Etnolojik Tetkiki*. İstanbul: Bilgesu Yayıncılık.
- Özdemir, Nebi (2012). *Medya, Kültür ve Edebiyat*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Özdemir, Nebi (2021a). *Kültür Bilimi Araştırmaları*. Ankara: Akademi Kültür Yayınları.
- Özdemir, Nebi (2021b). *Kültür Ekonomisi ve Yönetimi*. Ankara: Akademi Kültür Yayınları.
- Ritzer, George (1998). *Toplumun McDonalddlaşırılması*. Çev. Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Roux, Jean Paul (1994). *Türklerin ve Moğolların Eski Dini*. Çev. Aykut Kazancıgil. İstanbul: İşaret Yayınları.
- Soygüder Baturlar, Şebnem ve Yaylağül, Levent (2019). "Kültürel Süreklilik Bağlamında Türk Halk Kültüründe Mavi/Turkuaz Mavisi ve Nazar Boncuğu". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 31: 665-688.
- Şafak, Demet (2017). "Etnografi'den Netnografi'ye Sanal Ortamda Kurşun Dökme: Sen Bi Kurşun Döktür". *Milli Folklor*, 116: 156- 168.
- TDK (2005). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dili Kurumu.
- URL-1: <https://www.sozcu.com.tr/2017/ekonomi/gobekbagini-harvardin-bahcesine-gomuyorlar-1987467/> (Erişim: 23.03.2023).
- URL-2: <https://twitter.com/gobekbox> (Erişim: 23.03.2023).

URL-3: <https://t24.com.tr/haber/gobek-baglarini-harvard-bahcesine-gomuyorlar,425107> (Erişim: 23.03.2023).

URL-4: <https://miamano.com/products/kirk-ucurma-sepeti> (Erişim: 23.03.2023).

URL-5: <https://static.ticimax.cloud/49868/uploads/urunresimleri/kisiye-ozel-40-ucurma-erkek-pipet-6-ad-8a802a.jpg> (Erişim:01. 06. 2023).

URL-6: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bobolabs.bikursundoktur> (Erişim: 01. 06. 2023).

Yaylagül, Levent (2014). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

“COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

Etik Kurul Belgesi: Bu çalışma için etik kurul belgesi gerekmemektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarın potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.

The following statements are made in the framework of “COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors”:

Ethics Committee Approval: *Ethics committee approval is not required for this study.*

Declaration of Conflicting Interests: *The author has no potential conflict of interest regarding research, authorship or publication of this article.*