



Volume 10, Special Issue, October 2023, p. 113-130
Turkey's 100th Anniversary (29 October 2023)

ArticleHistory:

Received
25/08/2023
Accept
24/10/2023
**Available
online**
25/10/2023

Article Information

Article Type: Research Article

This article was checked by iThenticate.

Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17121/ressjournal.3455>

GOOD LUCK OBJECTS IN THE DIGITAL CULTURE

DİJİTAL KÜLTÜR ORTAMINDA UĞURLU NESNELER

Pınar Karataş¹

Abstract

Technology, which has been constantly developing since the beginning of human history, shows its effects in various areas and transforms the existing life into a new way of life. One of the main areas affected by technology is culture. Computer and internet technology, which developed especially at the end of the 20th century, opened an irreversible breakthrough in culture. In this alternative environment to face-to-face communication, there is digitalization of culture. While existing local cultural elements are taking their place and spreading in the digital cultural environment, new cultural elements are also being created in this environment. Digital culture has been addressed by many disciplines dealing with people and culture. Folklore, one of these disciplines, carries on studies on the structure, functions, meaning, and new and transformative effects of folklore elements in the digital environment. One of the topics that folklore deals with is good luck objects. People, who have always had a need to believe as long as they exist, attribute meaning to objects and try to satisfy their need to believe through them. Lucky objects are objects whose origins are based on fetishes and totems and whose positive qualities and power are desired to be used. In this paper, the contents, sources, and the new functions gained by globalization of lucky objects in the digital cultural environment will be discussed and cultural analyzes will be made through lucky objects in the digital cultural environment

Keywords: Good luck objects, folk believes, dijital culture, dijital folklore, social media

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Türk Halkbilimi Bölümü, pmaden@hacettepe.edu.tr ORCID: 0000-0002-4609-8993

Özet

İnsanlık tarihinin başlangıcından beri sürekli gelişen teknoloji etkilerini çeşitli alanlarda göstermekte ve mevcut yaşamı yeni bir yaşam biçimine dönüştürmektedir. Teknolojinin etkilediği temel alanlardan biri de kültürdür. Özellikle 20. Yüzyılın sonunda gelişen bilgisayar ve internet teknolojisi kültür üzerinde de geri dönülmez bir çığır açmıştır. Yüz yüze iletişim ortamına alternatif olan bu ortamda kültürün dijitalleşmesi söz konusudur. Dijital kültür ortamında bir yandan mevcut yerel kültür unsurlar yerini almakta ve yayılmaktayken bir yandan da bu ortamda yeni kültür unsurları yaratılmaktadır. Dijital kültür insanı ve kültürü konu alan pek çok disiplin tarafından ele alınmıştır. Bu disiplinlerden biri olan folklor da dijital ortamdaki folklor unsurlarının yapısını, işlevlerini, anlamını, yeni ve dönüştürücü etkisini ele alan çalışmalar yapmaktadır. Folklorun ele aldığı konulardan biri uğurlu nesnelere dir. Var olduğu sürece daima bir inanma ihtiyacı içinde olan insanlar, nesnelere anlamlar yüklemekte, içlerindeki inanma ihtiyaçlarını onlar aracılığıyla da gidermeye çalışmaktadırlar. Uğurlu nesnelere, kökeni fetiş ve totemlere dayanan ve olumlu niteliği ve gücünden yararlanılmak istenen nesnelere dir. Bu bildiride dijital kültür ortamında uğurlu nesnelere in içerikleri, kaynakları, küreselleşmesi ile kazanmış olduğu yeni işlevler ele alınacak ve dijital kültür ortamında uğurlu nesnelere üzerinden kültürel çözümlenelerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital kültür, dijital folklor, uğurlu nesnelere, halk inançları, sosyal medya

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin başlangıcından beri sürekli gelişen teknoloji etkilerini çeşitli alanlarda göstermekte ve mevcut yaşamı yeni bir yaşam biçimine dönüştürmektedir. Kültür açısından bakıldığında ise teknoloji, kültür değişimlerine neden olan dış dinamiklerinin başında gelmektedir. Sürekli yeni etkileşim biçimleri ve bağlamları sunarak dünyayı algılama ve yorumlama biçimlerini değiştirmekte olan teknolojinin böylelikle toplumsal yaşamı ve kültürü dönüştürdüğü görülmektedir (Özdemir, 2018: 207). Günümüzde internet teknolojisinin hayatımıza girmesiyle birlikte ise yaşamın her alanında ve kültürdeki değişim ve dönüşümün hızı önceki dönemlerden çok daha hızlı ve geniş ölçekte gerçekleşmektedir.

20. yüzyılın sonunda gündeme gelen ve 21. yüzyılın ilk yarısındaki etkileri üzerine tartışılan internet; siyaset, ekonomi, kültür ve kimlik aracı/alanı olarak değerlendirilmektedir (Cogito, 2002: 5). Dünya tarihinde tarım devriminin birinci dalgasından ve sanayi devriminin ikinci dalgasından geçmiş olan insanlığın bugün ileri bilgisayar ve tele-iletişimin yarattığı üçüncü bir dalga olan kargaşalı ortamında yaşadığı belirtilmektedir. Bu dönem bilginin, daha önceleri toprağa fiziksel kaynaklara ve ağır makinelere yaslanan hayat tarzları üzerinde egemenlik kurduğu dönemdir. Bu dalga her organizma ve aile, komşuluk, dini gruplar, şirket ve uluslar gibi her kurumu harekete geçiren davranış kodları oluşturduğu ifade edilmektedir (Winner, 2002:146). Bu bağlamda internetin kaçınılmaz olarak tüm alanlarda milat oluşturucu bir faktör olduğu görülmektedir.

2021 yılı verilerine göre dünya nüfusunun %66'sını oluşturan 5.22 milyar insan cep telefonu kullanırken nüfusun %59,5'ine tekabül eden 4,66 milyar insan internet kullanmaktadır. Her geçen sürede artan bu sayıların içinde 4,20 milyar insan da sosyal medya kullanıcısı olarak yer almaktadır. Böylelikle sosyal medya kullanıcılarının sayısı artık toplam dünya nüfusunun yüzde 53'ünden fazlasına denk gelmektedir (URL-1). Bu veriler bu yeni internet ortamının en azından dünyanın yarısı için yüz yüze iletişim ortamına karşı çok güçlü bir alternatif olduğunu göstermektedir. Başlangıçta insanların bilgiyi paylaşma, üretme,

saklama ve ona kolayca ulaşma istekleri sonucunda ortaya çıkan yeni ortamda gazeteleri okuma, çeşitli yemek tariflerine ulaşma, yükselen burcu hesaplama, çeşitli videoları izleme gibi bireysel faaliyetlerin yanı sıra arkadaşlarıyla ve hiç tanımadıkları kişi ve gruplarla iletişim geliştirme olanağını bulur. Ardılı olduğu televizyonun tek yönlü iletiminin yerine internet ortamı çift yönlü ve “interaktif” bir iletişim biçimi oluşturduğundan kültür kavramını da doğrudan etkileyen bir durum yaratmıştır.

Sanal ortamındaki kültürü ele alan çalışmalar “dijital kültür”, “internet kültürü”, “ara yüz kültürü”, “bilgisayar kültürü”, “e-kültür”, “siber kültür”, “sanal kültür”, “enformasyon kültürü” gibi farklı isimlerle anılmakla birlikte, her bir adlandırma özünde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeye ve internetin bireylerin hayatına girmesiyle değişen kültürel ve toplumsal yapıya gönderme yapmaktadır (Koç, 2020: 508). Son yıllarda ise, iletişim biçimlerine köklü bir değişik getiren internet ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin kültür üzerinde yarattığı değişim (Koç 2022: 502) olarak tanımlanan dijital kültürün her türlü dijital teknolojiyi de içine alır şekilde daha kapsayıcı bir kavram olarak öne çıktığı görülmektedir.

Bu çalışmada uğurlu nesnelere konu edildiği çeşitli forumlardaki sohbetler ile yine bu konuyu ele alan bilgi içerikli yazılar incelenmiştir. Ayrıca Facebook, Instagram ve Twitter’da uğurlu nesnelere hakkında yapılan paylaşımlar değerlendirilmiş, Youtube üzerinden de uğurlu nesnelere ilgili bilgi veren videolar ve bu videolara yapılan yorumlar dikkate alınarak veriler elde edilmiştir. Bu verilerden hareketle, dijital ortamdaki uğurlu nesnelere kaynakları, bu nesnelere gücüne inan kişiler için anlamı ve uğurlu nesnelere kazanmış oldukları yeni işlevler tespit edilerek konu hakkında kültürel çözümlenmelerde bulunulmuştur.

Dijital Kültür Çalışmaları ve Folklor

Kültürün dijital platformda yeniden yapılanmasıyla kültür üzerine çalışan antropoloji, sosyoloji ve iletişim araştırmaları disiplinleri internetin çeşitli sosyokültürel boyutlarına dikkat çekmeye başlamıştır ve çeşitli yayınlar üretmiştir. Kültür ve internet üzerine yazılan ilk dönem yazıları arasında az sayıda folklor içerikli makale yer almaktadır. Birkaç istisna dışında, internetin otağa çıkışından sonraki yaklaşık yirmi yıl boyunca folklorcular interneti akademik araştırmaların yapıldığı bir yer olarak ihmal etmiş ve folklor ve internet hakkındaki mevcut literatürün büyük bir kısmı, folklor literatürüne hâkim olmayan ve metodolojiler konusunda eğitimsiz olan "koltuk folklorcuları" tarafından kaleme alınması bakımından eleştirilmiştir (Blank, 2009: 2). Bununla birlikte Kirshenblatt-Gimblett ve Dundes gibi alanın önemli isimleri internet folkloruna dikkat çekmiş ve internetin alanımız için bir tehdit değil açılım olduğu fikrini ortaya atmışlardır. Dundes “Teknoloji folkloru yok etmiyor; daha ziyade folklorun aktarımında hayati bir faktör haline geliyor ve yeni folklor nesli için heyecan verici bir ilham kaynağı sağlıyor” (1980:17) ifadeleriyle araştırmacılar alan üzerine çalışmalara teşvik edilmiştir.

Folklor alanının başlangıçta konuya mesafeli yaklaşması gelenek ve folklor kavramlarının internet teknolojisi karşısındaki varlığı tartışmaları ile Ben-Amos’un alanda kabul görmüş yüz yüze iletişimi esas alan folklor modeline göre siber ortamın bundan yoksun oluşunun yarattığı çelişki olmuştur (Blank, 2009). Ancak folklorun varlığı ve geleceğiyle ilgili bu tartışmalar Dorson’dan bu yana ve televizyon, medya gibi kitle iletişim araçları için de söz konusu olmuş ve folklorun bunlar karşısında yok olmadığı ve kitle iletişim araçlarının daha "otantik" geleneklerden daha homojen ve geniş bir alana yayılmış yeni folklor biçimleri

yaratıldığını ortaya konulmuştur (Howard, 2008: 200). Benzer bir durumun dijital ortam için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür.

İnternet “var olması” nedeniyle hala gerçek dünyada doğal bir temele sahiptir ve çevrimiçi ortamda gerçekleşen her şeyin arkasında bir insan vardır. Bu nedenle burası folklorcunun İnternet üzerindeki saha çalışmasının başlaması gereken yerdir. Ayrıca internetin “alanının” folklorcuların alışık olduğu geleneksel alandan ayrılamayacağı öne sürülmektedir. İkisi arasında temel fark ilkinin sanal, ikincisinin fiziksel olması olsa da her ikisi de ortak temalarla birbirine bağlıdır. İkisinin de halk grupları, gelenekleri, dili ve lehçeleri, mahalleleri, suçları, ilişkileri, oyunları, tartışmaları grupları, duygu gösterileri, bankacılık, ticaret ve diğer çeşitli iletişim ve eğitim biçimleri vardır (Blank, 2009: 11). Bu nedenle internet halkbilimciler için ikincil alan değil, bir diğer araştırma alanıdır.

Dijital ortamın, bir dizi sosyal ve yerleşmiş yapılanmayla sınırlandırılmış kendiliğinden bir aktarım sunarak folkloru bünyesinde barındırdığına ve görsel imgelerle ve anlık iletişimlerle sözlü iletişimin yaratıcı, üretken ve çoğu zaman ihlal edici kapasitesini genişlettiği için folklorik çerçeveyi genişlettiğine dikkat çekilmiştir (Bronner, 2009: 34). Ayrıca folklorik ifadeyle ilgili esas olanın “geleneksel” bir köken olmadığı, bunun yerine, “süreklilikler ve tutarlılıkların” belirli bir topluluğun bu tür ifadeleri geleneksel, yerel veya topluluk tarafından üretilmiş olarak algılanmasına olanak tanıdığı ileri sürülmüştür. Bu bağlamda gelenek yerine, halkbilimcilerin üzerinde çalışma yapabilecek donanımına sahip olduğu sosyal davranışın önemli bir yönü olarak paylaşılan tutarlılık kalıpları vurgulanmıştır (Howard, 2008: 201). Bu bağlamda internet ortamında gelenekselin yanı sıra grupların kendine ait olarak algıladığı tutarlılık kalıplarının var olduğu bir ortam olarak değerlendirilmesi halkbilimi çalışmalarına olanak sağlamaktadır.

Dijital ortamın folklor üzerindeki olumsuz etkilerinden de söz edilmektedir. Buna göre sosyal medyanın ekonomi-politik altyapısı buradaki folklorik üretimi ve tüketimi tehdit etmekte ve hâkim kültürle eşit olmayan bir rekabet ortamına sokmaktadır. Söz konusu rekabetin folklorik içerikleri görünürlük ve dikkat çekicilik açısından arka plana ittiği ve bunun sonucunda da sanal ortamdaki folklor biçimlerinin aşınmasına ve yitirilmesine sebep olduğu belirtilmektedir (Evren ve Kanlı, 2022: 132). Bu yaklaşımdaki aşınma ve yitirme öngörüsünü doğrulamak zordur. Ayrıca folklorun “üretimi ve tüketimi” yaklaşımı süreklilik ve tutarlılık sergileyen kalıpların folklor kapsamına değerlendirilmeyip sadece klasik bir “geleneksel” yaklaşımı ile folklorun ele alındığını göstermektedir.

Dijital bağlamda folklorun nelerden oluştuğunu tanımlamanın önemi vurgulanmıştır. Elektronik iletişimi içeren her konunun mutlaka bir folklor meselesi olmadığı ve internet bağlamında “folklor” şemsiyesi altına giren terimleri de aynı şekilde incelememiz gerektiği belirtilmektedir. Bu ortamda yerel ifade nelerden oluşur? İnternet bağlamında gelenek, inanç, efsane, performans ve anlatı ne anlama gelir? İnternet halk grubu, izleyici ve performansın dinamik, dönüşlü karakterine ilişkin kavramları nasıl karmaşık hale getirir? Aracı bir araç olarak internet, ifadeyi nasıl etkiler, eşsiz folklorik malzemeyi nasıl üretir ve dolayısıyla kendisi de ayırt edici bir halk ürünü haline gelir ve de bir kültürel koruma ve tanımlama biçimi olarak iletişimin doğasını nasıl yeniden şekillendirir? (Blank, 2009: 5) gibi sorularla alana yaklaşılması önerilmektedir. Bu çalışmada da benzer sorular doğrultusunda dijital ortamdaki uğurlu nesnelere ele alınacaktır.

Yukarıda sayılanlara ek olarak pek çok farklı bakış açısı ile folklor çalışmalarında dijital kültür gün geçtikçe üzerine daha çok çalışma yapılan bir alan olarak

karşımıza çıkmaktadır. Türk folklor çalışmaları içerisinde de dikkat çekici pek çok çalışma yapılmakta ve sayıları her geçen gün artmaktadır. Bununla birlikte mevcut Türk Halkbilimi lisans programlarında Dijital folklorla ilgili bir ders olmaması dikkat çekmekte ve kültürün ve folklorun şekillendiği bu mecraya daha çok eğilmemiz gerektiği gerçeği öne çıkmaktadır.

Dijital Ortamın Özellikleri ve Cazibesi

Başta kültürü, ekonomiyi, politikaları olmak üzere hayatın pek çok alanını dönüştüren dijital ortam, pek çok özelliğiyle insanlar için fiziksel ortamdan daha cazip görünen bir ortam olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak bu ortam, dünya çapında iletişim kurma ve işlem yapma imkanı sunması, tüketiciler ve işletmenlerin bilgiyi hızlı ve ucuz bir şekilde elde etmesine olanak sağlaması, geleneksel pazarlamada bilgi almayı kısıtlayan zaman, coğrafi koşul ve diğer fiziksel engelleri ortadan kaldırması, faaliyet alanının dünyanın tamamı olması, telefondaki birebir, radyo ve televizyondaki bire çoklu iletişime karşın internette çoktan çoğa iletişim sağlanması, 7 gün 24 saat hizmet veren bir iletişim ağı olması (Aksoy, 2006: 16-17) gibi pek çok özellik taşımaktadır.

Bireylerin bu ortama büyük bir rağbet göstermesinin altında ise sanal olmayan, psikolojik faktörlerin yattığı görülmektedir. İnternet ortamının insanlara kendilerini her şeyi yapabilecek güçte hissettirdiği, kimse birbirini ciddiye almazken söyleyemeyecek şeyleri söyleme cesareti verdiği belirtilmektedir. İnternette bir yandan eğlenirken bir yandan da organize olan insanların yeni konuşma biçimleri, yeni çalışma biçimleri ve eğlence biçimleri oluşturdukları ve bütün bunları belli bir kurala bağlı kalmadan, kendi başlarına, onları yöneten birileri olmaksızın tümüyle kendiliğinden gelişen bir örgütlenme ile gerçekleştirdikleri vurgulanmaktadır. Milyonlarca insanın nasıl karşılıklı iletişim kuracağını, iş birliği yapacağını deneyerek bulduğu bu ortamda da yaratmayı, keşfetmeyi ve eğlenmeyi öğrendiği (Levine vd., 2000: 148) bu nedenle de internetin insanlar için cazip geldiği görülmektedir.

Görüldüğü gibi internet mekanik bir sistem olmanın yanı sıra kullanıcılar üzerindeki etkileriyle insani boyutları olan da bir sistemdir. Ayrıca bu ortama yönelmemizi sağlayan temel neden, “bize kendi sesimizi duyurma” olanağı sağlamasıdır. İnsanları web’e çeken şey bilgiye erişim olanağı, başka insanlarla iletişim kurmak, topluluklara girmek, düşünceleri yayma olanağı ile sınırlı olmayıp bunların özesinde ve özünde insanın kendi sesini yani kendi kimliğini duyurabilmesidir (Levine vd., 2000: 37). Bu çalışmanın verileri de yukarıdaki görüşün tezini desteklemektedir. Dijital ortamın bu özelliği insanlara, uğuruna inandıkları nesnelere başkalarıyla paylaşma imkânı sağlamaktadır. Uğuruna inandığı nesneyi başkalarıyla paylaşmasıyla kişi, nelere değer verdiğini, nelerden çekindiğini yani kendi kimliğini ortaya koymaktadır.

Uğurlu Nesne ve Kaynağı

Var olduğu sürece daima bir inanma ihtiyacı içinde olan insanlar, nesnelere anlamlar yüklemekte, inanma ihtiyaçlarını onlar aracılığıyla da gidermeye çalışmaktadırlar. Uğurlu nesnelere de insanların inanma, güvenme, kendini güçlü hissetme gibi ihtiyaçlarını karşılayan nesnelere karşımıza çıkmaktadır.

“Uğur bir nesnenin bir kişinin, bir hayvanın bir zamanın, bir yerin özündeki iyiliği, mutluluğu, bereketi, kolaylığı, kısacası olumlu niteliği ve gücü” (Boratav, 1999: 123) olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda olumlu niteliği ve gücünden yararlanılan her nesne uğurlu nesne olarak karşımıza çıkar.

Tılsımlı nesnelere ise kötü ruhlardan, düşmanlardan, hastalıktan korunmak ve şifa bulmak için kullanılan çeşitli yazı, sembol, şifre ve figürlerle bezenmiş olan, kutsallığına inanılan nesnelere (Çalışır, 1997: 112). Uğurlu nesnenin tılsımlı nesnelere farklı olduğunu belirtmektedir. Buna göre uğurluk muskadan farklıdır; çünkü onun gibi kötü etkilerden korumaz, etkin değil edilgendir, olumsuzluğu önlemez sadece olumlu yönde etkiler. Genellikle bir deneye dayalı olan uğurlu nesnenin herhangi bir rastlantıyla uğur getirdiği denenmiş ve buna inanılmıştır. Başlangıçta erkek ve kadınların kullandığı ne kadar süs eşyası varsa öncelikle uğurluk ve muska olduğu, sonradan bunların süs eşyasına dönüştüğünü belirtilmektedir (Hançerlioğlu, 2004: 526). Bu bağlamda uğurlu nesnelere, ona atfedilen anlama bağlı olarak bireysel ve toplumsal olarak değişime ve dönüşüme açık bir yapıya sahiptir.

Uğurlu nesnenin şans getirme ve mutluluk verme işlevini ön plandadır. Bu nesnelere başlanacak olan bir işte, aşılması zor görülen bir durumla karşılaşıldığında başarı kazanmayı sağlamakta ya da günlük yaşamda şanslı beraberinde getirmektedir. Yukarıdaki alıntıda süs eşyasının kökeninin uğurluk ve muska olduğu belirtilmiş ve bu ikisi bir arada anılmıştır. Bu bağlamda tılsım ve uğur kavramlarının birbiriyle sıkı bir bağı olduğu söylenebilir. Ayrıca eğer kişi olumlu bir etki düşleyerek uğurlu nesneyi yanında taşıyorsa bunu olumsuz bir etkiden çekindiği için yapmaktadır. Pek çok kişi uğurlu nesne yanında olmadığı ya da uğurlu aydığı bir eylemi gerçekleştirmediğinde gününün kötü geçeceğini, başına kötü bir şey geleceğini düşünmektedir (URL-37). Bu açıdan bakıldığında uğurlu nesnenin de dolaylı gibi de görünse tılsımın etkisine sahip olduğu söylenebilir. Bu bağlamda bu çalışmada tılsımlı ve uğurlu nesnelere bir arada değerlendirilmiştir. İki kavram ayrı olarak dahi ele alınsa bile tılsımlı olan bir nesnenin uğurlu olarak kabul edilmesi durumu (URL-38) da iki kavramı birlikte değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır.

Kişinin gücüne inandığı ve yanında taşıdığı ya da yaşadığı mekanlarda bulundurduğu zaman bu gücün ortaya çıkacağına inandığı uğurlu nesnelere kökenine dair iki temel kaynak akla gelmektedir. Bunlardan ilki uğurlu nesnelere fetiş ve totemlerin kalıntıları olabileceği ikincisi ise uğurlu nesnelere büyü ayinlerinde kullanılan tılsımların kalıntıları olabileceğidir. Aslında totemlerle büyüde kullanılan nesnelere arasında da bir bağlantı olabilir ancak bu ikisini ayrı ayrı değerlendirecek olursak uğurlu nesne kaynağını bunlardan alabilir.

Fetişizm ilkel toplumlarda bir nesnenin içerisinde büyüsel bir güç olduğuna ya da belli bir ruhun eşlik ettiğine inanarak çeşitli nesnelere yarar ummak ve onlara korkuyla karışık dinsel ve büyüsel bir saygı duyma (Örnek, 1973: 60) olarak tanımlanmaktadır. Gündelik hayattaki bütün zorlukları def etmeye yardım eden tabiat olayları ve eşyanın olağanüstü nitelikleri hakkındaki ilk insanın sadece düşünce biçimi olarak değerlendirilmektedir (Bayat, 2007: 54). İkel fetişler olarak beş, ayak, kemik ve belirli hayvanların kuş kanadı, derisi vb. uzuvlarının taşınması ya da boyuna asılması söz konusu olmuştur. Bu nesnelere taşıyanlar nesnenin gücünün etkisiyle belalardan korunacaklarına ve nesnelere uğurundan faydalanacaklarına inanmıştır (Bayat, 2007: 54; Adam, 2017: 296). Günümüzde nesnelere değişip çeşitlenmiş ancak nesnelere anlam atfederek güçlerinden yararlanma arzusu devam etmektedir.

Genellikle eti yenebilen, zararsız ya da tehlikeli ve korkulan bir hayvan, nadir olarak da bir bitki ya da yağmur, su gibi bütün klanla özel bir ilişki içinde bulunan bir doğa gücü olarak tanımlanan totem ise öncelikle soyun atası olup ayrıca koruyucu ruhu ya da yardımcısıdır (Freud, 2012: 22). Başka bir ifadeyle de totem

“bir insan ya da bir insan topluluğuyla dinsel-büyüsel ilişkisi olduğuna ve o insanı ya da topluluğu koruduğuna, kader birliği kurduğuna inanılan hayvan, bitki, cansız nesne yahut doğasal olay” (Yakar, 1998: 22) olarak tanımlanmaktadır. Bu totemlerin küçük heykelciklerinin yapıldığı ve bulunulan yere konulduğu da bilinmektedir. Türklerin töz, Moğolların da ongon dediği bu totemler ağaçtan, taştan, madenden ve çamurdan yapılabilmektedir. Bu heykelcikler, söz konusu kabilenin, soyun ya da ailenin koruyucuları olmuştur (Ögel, 2003: 32). Ögel, Oğuzların her birinin bir kuş ongunu bulunduğunu ve bu ongunların ilerleyen zamanlarda o kabilenin sembolü olan armalarda yer aldığını bildirmektedir. Kutsal sayılan bu ongun ya da totemlerin insanlara iyilik getirebilecekleri gibi kötülük de getirebileceğini bildirmekte, kötülüklerden kurtulmak için de şamanın karada, denizde ve havada yaşayan hayvanların şekillerini ve kemiklerini bir araya getirerek onlardan yardım istediğini belirtmektedir (2003: 36).

Türklerde totem olarak değerlendirilebilecek en gerçek nesneyse şamanın ayin sırasında kullandığı elbise ve eşyasıdır (Ögel, 2003: 36). Şaman elbisesi hayvan şekillidir. Bunu giyen şaman hem kendi atasını canlandırır hem de o hayvanın şekline bürünebileceğini göstermiş olur. Bu elbise ve eşyalar şamanın ruhani alemle irtibata geçmesini sağlar. Elbisenin üzerinde kötü ruhların saldırısına karşın kalkan işlevi gören demir parçacıkları, şamanın insanların canlarını görmesini sağlayan ayna, yer altına girerken kullandığı deliği algılamaya yarayan rozet ya da daire biçiminde nesnelere bulunur. Ayrıca ruhları yakalamak ve onlarla ilişkiye girmek için kullandığı davul da şamanın yardımcı nesnelereindir (Korkmaz, 2003:140).

Görüldüğü gibi ilkel zamanlarda insanlar fetişlerin ve totemlerin gücüne onların koruyuculuğuna ve kendilerine iyilik ihsan edeceklerine inanmaktadır. Günümüz insanının da uğurlu nesneye bakışı bundan çok da farklı değildir. İlkel insanın toteme bir dine bağlanır gibi bağlanması günümüz insanla farklı olan yönüdür. Bakış açısındaki benzerlik, uğurlu nesnelere totemlerin hafifletilmiş şekilleri olarak yorumlanmasını sağlamaktadır.

Toteme ait bir parça taşımak zamanla nazara karşı nazarlıkla korunmak şekline bürünmüştür (Çalışır, 1997: 113). Şamana ait olan nesnelere de zamanla başkaları tarafından da taşınarak şaman nesnesi olmaktan çıkmış, uğurlu nesneye dönüşmüştür (Özdemir, 2007). Bu durum da uğurlu nesnenin kaynağında totemlerin varlığına işaret etmektedir.

Uğurlu nesnelere büyü kavramıyla da ilişkilidir. Doğa üstü güçlerle doğanın etkilenebileceği inancına dayanan büyü, dinin ve sanatın kaynağı olarak da görülmektedir (Hançerlioğlu, 2004: 93). Büyü insanlarda manevi güçleri, mucizeye beslenen bilinçdışı umutları, insanın gizemli olanaklarına duyulan güveni uyandırdığı için de her zaman ilgi çekici olmuştur (Malinowski, 2000: 68). Büyü ilkel insanlardan bu yana başvurulan bir yöntemdir. Bilgisi tarafından yarı yolda bırakılmış, eski deneyimleri ve teknik becerileri yüzünden yanılığa düşerek acizliği yaşayan insan, korkusu ve endişesine son vermek ve böyle zor durumların üstesinden gelebilmek için doğayla manevi güçleri kullanarak başa çıkmaya çalışır (Malinowski, 2000: 79). Günümüz insanın durumu, ilkel dönemdekinden farklı değildir. İlkelerin büyüye başvurduğu pek çok durum bilimin gelişmesiyle artık çözümlenebilmektedir; ancak bilimle çözemediği sorunlar için de günümüz insanının yöneldiği yöntem de aynıdır.

Büyünün en önemli ögesi tılsımdır. Tılsım büyüünün gizli ve sadece büyücü tarafından bilinen bölümüdür. İlkel halklara göre büyüünün bilgisi tılsımın bilgisidir. Her türlü büyüünün çözümlenmesinde merkezde tılsım bulunmaktadır.

Bu tılsım her zaman büyüünün çekirdeğini oluşturur (Malinowski, 2000: 72). Bir kemik, bir bez bebek tılsım olarak büyüde kullanılabilir. Önemli olan bu nesnelere büyü objesi yapan onlara yüklenen anlamlardır. Sıradan bir nesne büyü için kullanılmakla beraber büyülenir, yani tılsım olarak kimlik kazanır. Bu noktada uğurlu nesnelere, büyüde kullanılan tılsımın bir kalıntısı olabilir. Bu büyüde kullanılan tılsımla uğurlu sayılan nesne arasında büyük benzerlikler dikkat çekmektedir.

Büyülü nesnelere de uğurlu nesnelere de insanların belirsizlik yaşadıkları ve çözüm bulamadıkları sorunlar karşısında ortaya çıkmaktadır. Kişi bu belirsizlik içerisinde kendisine güveninin sarsıldığını hisseder ve kendinde bulmakta zorlandığı güveni nesnelere arar. Bu nesnenin tamamladığı güven, kişiye psikolojik bir rahatlama yaşatır. Bu nesneyle zorlukların üstesinden geleceğini düşünür.

Nesneyi Büyülü Kılan Etkenler

Nesnelere yüklenen anlamlar onları sıradan nesnelere büyü nesnelere dönüştürür. Bu bağlamda uğurlu bir nesne, insanı ve olayları etkileme gücü olduğu varsayılan büyü bir nesne olarak karşımıza çıkar. Weber'e göre akılcılığı esas alan modern dünya gizemli güçlerin var olduğu geleneksel dünyadan farklıdır ve büyü bozulmuştur; ancak modern dünyada büyülenmenin yokluğu ve süregelen büyülenme ihtiyacı devam etmekte ve geleneksel toplumlardaki sihirli ve büyü dünyasının özlemine çekilmektedir. Bu nedenle dünya yeniden büyülenmelidir (Demir, 2011: 166; Ritzer, 2000: 102). Bu bağlamda büyü nesnelere modern dünyadaki büyü özlemine gidermenin bir yolu olarak görülebilir.

Büyülü olduğu düşünülen uğurlu nesnelere yerel özellik taşıyan büyü nesnelere, küreselleşen büyü nesnelere, mekânın etkisiyle büyülen nesnelere, bireyler ve deneyimler sonucunda büyülen nesnelere olarak ele alınmıştır. Yerel ve küresel özellik taşıyan nesnelere kaynağını totemlerden, fetişlerden veya büyü sırasında kullanılan tılsımlı nesnelere aldığı düşünülürken, mekân, birey ve deneyim etkisiyle büyülen nesnelere yine bunlara bağlı olmakla beraber daha çok kişisel yorumlamalar ve anlamlandırmalar sonucunda büyü/ uğurlu nesne olmaktadır. Özellikle de bu kişisel deneyimler sonucu büyülen nesnelere yeniden büyülenme bağlamında değerlendirilmesi mümkündür.

Yerel özellik taşıyan büyü nesnelere belli bir kültür için uğurlu sayılan ve koruyuculuğuna inanılan nesnelere. Belli bir bölgede ya da o toplumun yaşadığı bölgelerde nesne uğurlu sayılır. Nazar boncuğu, muska, üzerlik, koyun gözü gibi örnekler Türk kültürüne has olan, yerellik taşıyan nesnelere. Dijital ortamda da bunların uğuruna halen inanıldığı görülmektedir:

Başlık: Eşyaların uğur getirebileceğine inanır mısınız?

“Damla şeklinde camdan nazar boncuğu kolye yaptırıldı. İyi geldiğine inanıyorum” (URL-4)

Küreselleşen büyü nesnelere ise belli bir kültüre özgü unsurların farklı kültürler tarafından da öğrenilip o kültür için de anlamlı olabildiği nesnelere. Günümüz şartlarında bunun gerçekleşmesi hiç de zor değildir. Küreselleşme gerek turizm yoluyla gerekse gelişen teknoloji sayesinde gerçekleşmektedir. Radyo, televizyon, yayın organları ve internet küreselleşmeyi kolaylaştırmaktadır. İnternet sayesinde dünyanın bir ucundaki bilgiyi, kültür unsurunu öğrenmek çok kolaydır. Böylelikle yerelin büyü obje belleği küresele açılmaktadır (Özdemir, 2018). Daha önce bilinmeyen ve farklı kültürlerde uğurlu sayılan nesnelere ödünçlenerek uğurlu olarak kabul edilmektedir. Kültürümüzde olmayan ancak küreselleşmenin etkisiyle anlam kazanan yedi fil, dört yapraklı yonca ve kurbağa (URL-20)

figürlerini taşıyan nesnelere buna örnektir. Bu nesnelere artık pek çok kültürün ortak uğurlu nesnelere dönüşmektedir.

Yerel özellik taşıyan ve küreselleşen nesnelere uğurlu kılan ya yapılmış oldukları hammadde ya da tasvir ettikleri varlıklardır. Örneğin uğurlu olan 7 filin neden yapıldığının önemi yoktur. Fil tasviri uğuru beraberinde getirir. Kalsedon taşından yapılmış bir nesnenin de biçiminin önemi yoktur; çünkü kalsedon taşı hayal gücünü geliştirir, uğuru getiren hammadDEDİR.

Bazı nesnelere ise uğurlu kılan mekanlardır. Kabe'ye giderken yanında götürdüğü ya da oradan getirdiği bir nesneyi uğurlu sayılması ve zor bir dönemden geçerken onun gücüne inanılması buna örnektir. Yine kutsal sayılan yerlerden alınan her türlü eşyanın ulviyetine inanılması da aynı şekilde değerlendirilmektedir. Bu nesnelere büyüleyen mekanlar kutsal mekanlardır ve bu kutsiyetin orada bulundurulmuş nesneye geçtiği düşüncesi nesneyi uğurlu kılar. Nesnenin mekanla teması sonucu uğurlu sayılması Frazer'in (2004) bulaşıcı büyü kavramıyla bağlantılıdır.

Başlık: "Cüzdanınızda uğur getirsin diye ne taşırsınız?"

"Ananem umreye gittiğinde arabistanın parası olan bir riyali getirmisti onu hic çıkarmam ama hic bir yararını da gormedim sadece oranın parası olması yetiyo"

"hac dan getirilmis hurma cekirdegine rastladim bide su para, ask ,saglik gibi seyler cektigine inanilan taskar var ya heryerde satiliyo simdi.ona rastladim"

"genelde herkes hurma çekirdeği taşıyormuş cüzdanında bunu deniycem:))"
(URL- 21)

Görüldüğü gibi nesneyi uğurlu kılan kutsal topraklarla olan temasıdır. Ayrıca bu nesnenin cüzdana koyulması anlamlıdır. Uğurlu nesnenin büyüğü paraya bulaşacak ve paranın bereketlenmesi sağlanacaktır.

Nesneyi uğurlu kılan bir başka unsur ise kişiler ve deneyimler olduğu görülmektedir. Bir nesne kişinin sevdiği ve değer verdiği bir kişi tarafından hediye edilmişse, kişi nesnenin bu sebeple kendisine uğur getireceğini düşünmektedir. Tıpkı mekânın nesneyi büyülemesinde kutsal mekânın kutsiyetinin nesneye atfedilmesi gibi, sevilen bir kişinin değeri de aynı şekilde nesneye geçmiş gibi düşünülmektedir.

"babamın hediyesi bir bileklik.onu taktığımda kendimi daha iyi hissediyorum ama uğur diyemem yani" (URL-1)

"valla benim uğurum yüzüğüm umarım o yüzüğümü parmağımdan çıkarmam benim herşeyimin ifadesi" (URL 22)

Deneyimler sonucunda büyülenen nesnede de kişi faktörü ön plandadır. Yalnız burada bir ikinci kişi yoktur. Kişi bir nesnenin uğurlu olduğuna o nesne yanındayken hep güzel şeyler yaşamasına bağlamaktadır. Böylece kişisel deneyimleri nesneyi büyüler ve onun var olduğu zaman işlerin yolunda gideceği fikri oturur.

"Benim uğurum gençlik spor müdürlüğünün verdiği antreman forması. Çok dandik birşey, ama maçlarda giyince ballı oluyorum. Bazende atlet niyetine giyerim işe yarıyor bazen" (URL-22)

Bu nesnelere arasında en yaygın olanlarından biri kalemdir.

"Kardeşim bursluluk sınavına gircek uğurlu kalemimi almazlarsa girmem diyor ya havle bizim zamanımızda uğurlu kalem mi vardı."(URL-23)

“Bugün girişte görevliydim, İlahiyatçı bir adaya "uğurlu kalem"iyle giremeyeceğini söyleyince fenalaşıp sınava götürmek için direndi. Polis diyo ki sen verilen kaleme de dua et etkisi ona geçer merak etme” (URL-24)

Görüldüğü gibi nesnelere uğurlu kılan nedenler değişmekle birlikte kişi için önemi ve gücü aynıdır. İster bir mekanla bağlantılı olsun ister bir kişi tarafından uğurlu kılınsın daha fazla ya da daha az uğurlu ve değerli değil, kişinin yaşamında anlama ve sıradan nesnelere ayrılan bir yere sahiptir. Son örnekte uğurlu nesne sahibinin İlahiyatçı oluşu post sahibi için çelişki ve mizah yaratan bir durum olarak twitter kitlesi ile paylaşılmıştır. Uzmanlık alanı din bilimleri de olsa insanın geçmiş dönemlerden getirdiği inanma alışkanlıkları ve arzusu galip gelmektedir.

Dijital Ortamında Uğurlu Nesnelere

İnsandaki inanma arzusu mekân, zaman, ortam ayırt etmeksizin her daim var olmuştur. İnanma şekilleri zamanla farklı şekillerde karşımıza çıksa da değişmeyen tek şey inanma ihtiyacının varlığını her zaman korumuş olmasıdır. İnanç kültürünün unsurlarından biridir ve bu farklılaşma durumu, kültürün değişime açık olma özelliğini, işlevsel, dinamik ve kinetik oluşunu bir kez daha göstermektedir (Özkarslı, 2000: 48). Bu bağlamda dijital ortam hem yeni inanç türlerinin ortaya çıktığı hem de var olanların bu ortama taşındığı bir ortamdır. Ayrıca inançtaki farklılaşma durumunu gözlemleyenler için sağlamaktadır.

Günümüzde geleneksel kültürün kodları hızla dijital kodlara dönüşürken geleneksel bilgi, bilgisayar teknolojisinin yarattığı büyük veri belleği içinde belirsizleşmektedir (Özdemir, 2018: 209). Dijital ortamda halk inançları ve buna bağlı olarak uğurlu nesnelere, kimi zaman bir forumda ya da sosyal medya platformlarında tartışma konusu, kimi zaman çeşitli gazete ve bilgi sitelerinde yer alan yazılar ve kimi zaman da herhangi bir konu hakkında yazılan bir postun yorumsal çerçevesi olarak dijital bir koda dönüşmektedir. Uğurlu nesnelere ayrıca kültürel ekonomik bir nesne olarak da internet ortamında pazarlanan nesnelere olarak da diğer ürünlerin yanındaki yerlerini almaktadır.

Kültürel yaratım, paylaşım ve olgunlaştırma bağlamları olarak görülen dijital platformlarda geleneksel anonimlik yerine, dijital anonimlik belirginleşmektedir. Sanal toplulukların eseri ve temel ortaklığı olan dijital anonimlikte, anonimliği biçim ve içerik olarak elektronik kültür ortamına özgü olarak yeniden biçimlenmesi söz konusudur (Özdemir, 2018: 209). Söz konusu uğurlu nesnelere konusunda da bu tür bir anonimlikten söz etmek mümkündür. Hem bu nesnelere inanan/inanmayanların kimlikleri anonimdir hem de uğurlu olduğu ifade edilen nesnelere neden uğurlu olduğunu açıklayan bilgiler anonim olarak çeşitli platformlarda yerini bulmaktadır.

Sohbet Konusu Olarak Uğurlu Nesnelere

Dijital ortamında çeşitli web sitelerinde insanların çeşitli konularda sohbet edip, bilgilerini paylaştıkları forumlar bulunmaktadır. Yapılan araştırmada uğurlu nesnelere de sık sık konu olarak bu forumlarda ele alındığı görülmüştür.

Forumlarda kişiler kendilerine uğur getirdiğine inandıkları nesnelere olup olmadıklarını yazmaktadırlar. Hatta konuyla ilgili yapılan yorumlara göre anket bölümü de açılmış ve tablo şeklinde oylama sunulmuştur. Aşağıda bir forumdan alıntılar ve bu forumun konuyla ilgili anketinin sonucunda oluşan tablosu verilmiştir.

Size uğur getirdiğini düşündüğünüz herhangi bir şeyiniz var mı?

%45,0 ne uğuru, boş işler bunlar, safsata!

- %27,3** uğur diyemem belki ama şu eşya/rakam/harf/gün benim için özeldir
%15,0 evet, uğurlu sayım vardır(her lotoda oynarım)
%10,0 evet, uğurlu bir şeyim var önemli günlerde onu yanımdan eksik etmem
%2,7 evet uğurlu günüm var. bu günlerde Allah`ın rahmeti hep üzerimde olur

Ankete Katılım: 260 üye (URL-2)

Anketin altındaki yorum bölümünde kullanıcılar konu hakkında görüşlerini paylaşmaktadır. Anket olmaksızın da pek çok forumda uğurlu nesnelere hakkında iletişim kurulan konu başlıkları açılmıştır. Ayrıca gazete ve haber sitesi gibi bilgi içerikli yazılar paylaşan sitelerin benzer başlıklı yazılarının altındaki yorum bölümlerinde de okurlar konuyla ilgili görüşlerini paylaşmaktadır. Bu başlıklar altında inanç konusu tartışılmaktadır. Böylelikle gelenekselin dijitalde tartışılması ve söz konusudur. Bu tartışmalar yüz yüze iletişim ortamında yapılabilmekle birlikte dijital ortamın yarattığı anonim kimlikler kişilere çok daha rahat bir şekilde karşısındakini eleştirme ve yargılanma imkânı vermektedir.

“İlk doğan kız çocuklarını uğursuz sayarak diri diri toprağa gömen cahiliye toplumu ile aynı zihniyet. Kendileri uğursuz olanlar suçu başkasına atarlar. Uğurlu gün, uğurlu eşya gibi totemleri olanlar da benzer zihniyetler. Ya da falciya inanarak hayatına yön verenler.” (URL-3)

Başlık: *Eşyaların uğur getirebileceğine inanır mısınız?*

“Z.K.: Bu meditasyonculara ayar oluyorum ayar, Hep bunlar sokuyor bu saçma düşünceleri kafanıza” (URL-4)

Başlık: Evinize şans getirecek 9 obje

“Böyle batıl inaçlara inanmayın bunlar putpersetlik zamanından bizim inancımız kurana olsun herşeyin sahibi ALLAH ALLAH ol deyip öldürüveren rızgı veren allah allan allah” (URL-5)

Dijital ortamda yapılan benzer anketlerde uğura inanmayanların oranının fazla çıktığı görülmektedir. Ayrıca büyük bir kesim de kararsız olduğu görülmektedir. Aşağıda uğura inananların da paylaşımlarında da bu durum görülmektedir. Uğura inananlar deneyimleri sonucu etkisini gördükleri nesnelere söz etmektedir:

“-Başlık: Eşyaların uğur getirebileceğine inanır mısınız?

“Kesinlikle inanıyorum buna 5 yıldır bileyimden çıkarmadığım bir halhalım var ve kesinlikle şans getirdiğine inanıyorum” (URL-6)

“-uğur getirdiğine inanılan şeyler

uğur mu? hemen sırrımı açıklıyorum. en çok anahtar figürünün şans getirdiğine inanırım. fakat işimi şansa bırakmamak adına yonca yaprağı, göz, at nalı, baykuş, lucky penny, uğur böceği ve defne yaprağını da her ihtimale karşı üstümde taşıyorum. evet ben iflah olmaz bir manyağım.” (URL-7)

“Zaman zaman inandığım bir kavram uğur ve uğursuzluk. Aslında batıl inanç olarak düşünülür ama bazen gerçekten bazı şeylerin uğur getirdiğini, bazı şeylerin de uğursuzluk getirdiğini fark etmişim. Bunun aslında enerji ile alakalı olduğunu düşünüyorum. Mesela o uğur getirdiğine inandığımız şey bize pozitif bir enerji yayıyor olabilir. Böylece psikolojik olarak olumlu etkilendiğimizde sonucun da olumlu olduğunu bazen görebiliyoruz gerçekten. Uğursuzluk getirdiğine inandığımız şey ise bize negatif enerji yayıyorsa yine psikolojik olarak olumsuz etkilenecek sonucun da genelde olumsuzluk doğurduğunu görebiliriz. Yani biraz algı meselesi de olabilir. Algı, enerji, psikolojik olgular vs uğur-uğursuzluk konusunda etken olabilir.” (URL-8)

“Aslında sorulduğunsa hayır derim normalde ama içten içe de inanıyor gibiyim. Sürekli aksini kanıtlamaya çalışıyorum kendime. Mesela aynı kıyafetle üst üste kötü olaylar yaşarsam o kıyafeti birdaha giyesim gelmiyor:d saçma evet biliyorum ama istemsizce oluyor bu.” (URL-8)

Görüldüğü gibi bir yandan insanlardaki inanma ihtiyacı sürerken bir yandan da içinde yaşadığımız akılcılık çağıyla çelişik görülen inançlar ussallaştırılarak kişi yaşadığı çelişki karşısında kendisini ikna etmektedir. Uğurlu nesnenin pozitif enerji ve psikolojik faktörlerle açıklanması bu anlamda dikkat çekici bir örnektir.

Ayrıca bir diğer çelişki uğur kavramının İslam’a ters düşmesidir. Uğurlu nesnelere üzerine yapılan tartışmaların zeminini bu nesnelere inanmanın hurefe ya da Allah’a şirk koşmak olduğu oluşturur. Uğurlu nesnelere inananlar şirk koşmakla itham edilirken, buna inananlar gerek akılcılığa gerekse İslam’a ters olduğu düşünülen bu konuya kendilerince açıklamalar getirmektedir. Böylelikle dijital ortam kitlesel ve bireysel olarak inancın ve akılcılığın sorgulandığı bir mecra olarak da işlev görmektedir.

Bloglarda ve Çeşitli Web Sitelerindeki Uğurlu Nesnelere Başlıklı Yazılar

Sosyal medya yeni sosyo-kültürel ortam ve ürünlerin yaratılmasını ve küresel ölçekte paylaşılmasını sağlarken gelenek kültürünün yerleşik yaratım, aktarım ve deneyim aşamalarını değiştirmektedir (Özdemir, 2018: 210). Uğurlu nesnelere konu alan yazılardan oluşturulan içerikler de bu bağlamda değerlendirilebilir.

Uğurlu nesnelere dijital ortamda karşımıza çıktığı bir diğer örnek çeşitli blog yazıları ve popüler bilim içerikleri üreten web sitelerinin “Evlere Uğur Getirdiğine İnanılan 5 Nesne” (URL-9), “Uğur getirdiğine inanılan objeler!” (URL-10), “Uğur-Uğursuzluk İnanışları” (URL-11) gibi başlıklara sahip olan yazıdır. Ayrıca çiçek satışı yapan bir şirketin web sitesinde “Uğur Getiren Çiçekler” (URL-12), takı satan sitelerde “Uğur Getirdiğine İnanılan 8 Aksesuar Ve Takı”(URL-13), “Takılarda Şans ve Uğur Getirdiğine İnanılan Semboller” (URL-14) başlıklı yazılar bulunmaktadır. Bu yazılarda uğurlu çiçek ya da takılar hakkında bilgi verilmekte ve ayrıca yazıyı okuyan kişiye ya doğrudan hemen içeriğin altında ürüne ulaşma imkânı sağlanmakta [Uğur Getiren Menekşe Siparişi (URL-12)] ya da içerikteki ürünler satışıdaki ürünler arasına koyulup kişinin dikkatini çekerek dolaylı olarak ürüne yönelmesi sağlanmaktadır. Burada yazıların pazarlama tekniği olarak kullanıldığı görülmektedir.

Gündelik yaşamın mekânsallığı içinde birey internet aracılığıyla uzak deneyimlerin tanıdığı haline gelmektedir (Timisi, 2003: 172). Bu yazılarda da hakkında bilgi verilen uğurlu nesnelere yakından uzağa geniş bir deneyimin sonucu uğurlu kılınan çeşitli nesnelere söz etmektedir. Bunlar arasında Fatma Ana Eli, at nalı, nazar boncuğu, aynalı süpürge gibi gelenekte var olan uğurlu nesnelere yer alırken, dört yapraklı yonca, nar, gibi küreselleşen ve Jin chan: Bereket kurbağası, yedi fil, Element Pagoda, maneki neko gibi uzak doğu kültürlerine ait nesnelere de vardır (URL-9, 10,11,12,13,14).

Daha önce de belirtildiği gibi böylece dijital ortamda dijital olmayan inançlar hızlıca yayılmakta ve yerel bir unsurun küreselleşmesi gündeme gelmektedir. Aynı uğurlu nesnelere inanan ya da bunları tanıyan hale gelen gelenek çevresini milyonlarca insanın oluşturduğu bir kitle oluşturmaktadır.

Uğurlu nesnelere ilgili bilgileri içeren yazıların yanı sıra internet üzerinden okurlara ulaşan ve tılsımlı nesnelere konu alan haber siteleri de bulunmaktadır. “İstanbul’u bu tılsımlar koruyor: Yaklaşık 3 bin yıllık tarihinde birçok medeniyete ev sahipliği yapan İstanbul’un tılsımlı anıtları” başlıklı yazıda tılsımlı sayılan

yapıtlardan bahsedilirken (URL-15), “Serenay Sarıkaya’nın Bileğinden Hiç Çıkartmadığı Halhalın Sırrı Ortaya Çıktı!” (URL-16), “Birbirinden İlginç Batıl İnançlara Sahip 5 Ünlü” (URL-17) gibi başlıklara sahip ünlülerin uğurlu nesnelere konu alan magazin haberleri de dijital ortamdaki yerini almaktadır. Tüm bu haberlerin altına kullanıcılar yorum yapabilmekte, haberi paylaşabilmekte ve uğurlu nesne kavramına haberler aracılığıyla da maruz kalabilmektedirler.

Youtube Kanallarında Yayınlanan Videolarda ve Sosyal Medya Platformlarında Uğurlu Nesnelere

Dijital ortamda uğurlu nesnelere konu edildiği bir diğer platform da video sitesi Youtube’dur. Buradaki videolarda blog ve web sitelerindeki uğurlu nesnelere yazılarına benzer içerikteki bir metin yazılı ya da sesli olarak görseller eşliğinde videoya konulmaktadır. Hem yerel hem de farklı kültürlerde uğurlu sayılan nesnelere bir videoda derlenmekte ve haklarında bilgi verilmektedir. Youtube videolarında konu hakkında sohbet ve bilgi içerikli metin bir aradadır. İlgili video altına yapılan yorumlarda kullanıcılar benzer şekilde uğura inandıklarını ya da inanmadıklarını belirtmekte ve kendi hayatlarından örnekler vermektedirler (URL-25, URL-26, URL-27).

Uğurlu nesne konusundaki video yorumlarındaki tartışmaların temelini de “saçma” olarak değerlendirilerek akılcılığa ters, “günah” olarak değerlendirilerek İslam’a ters olması oluşturmaktadır. Ayrıca bazı İslami youtube kanalları “187-Fal, at nalı, boncuk, boynuz, kendisinden fayda/zarar umulan uğurlu/uğursuz nesnelere/sayılar..” (URL-28) “İslam’da uğur, uğursuzluk veya şans var mıdır? (Genç soruları 107)” (URL-29) gibi başlıklar taşıyan doğrudan uğur ve uğursuzluğa inanmanın hurafe ve şirk olduğunu anlatan videolar yayınlamaktadır.

Instagram ve Facebook gibi sosyal medya platformlarında da uğurlu nesnelere hakkında paylaşımlar yapılabilmektedir. Kısa video ve fotoğrafların paylaşıldığı Instagram’da kullanıcılar ünlülerin uğurlu nesnelere anlattığı bir akışta geçen bir videoya yorum yapabilmekte (URL-30) ya da kendi uğurlularının (URL-31) resmini paylaşabilmektedir. Facebook’ta da benzer içerikler mevcutken (URL-32), burada Nazar Boncuğu (URL-33), At Nalı (URL-34), Uğur Böceği (URL-35), Dört Yapraklı Yonca (URL-36) uğurlu kavram ve nesnelere grup adı olarak kullanılmakta ve uğurlu nesne imgesi sürdürülmektedir.

Dijital ortam popüler kültürün ürettiği yapılara olan eğilimi ön plana çıkarmakla birlikte aynı zamanda geçmişle bağları kuvvetli olan bireylerin yeni düzene de eski kültürel yapılarını taşıdıkları bir mecra olarak da görülmektedir (Durmaz, 2021: 160). Bu bağlamda kişilerin dijital ortamda sergiledikleri varlık ve kimliklerinin bir parçası olarak inançları ve bu inançları yansıtan uğurlu nesnelere de buraya taşıdıkları görülmektedir.

Burçlar ve Uğurlu Nesnelere

İnsanların her zaman ilgisini çekmiş olan Astroloji tüm dünyada bilinen, küresel olan uğurlu nesnelere oluşturmakta büyük bir etkiye sahiptir. Astroloji ve burçların hedef gösterdiği uğurlu nesnelere dünyadaki tüm insanlar için uğurlu olmaktadır. Çünkü burçlar dünyadaki insanların ortak buluşma noktasıdır.

Hangi millette ya da sosyal gruba bağlı olursa olsun 10 Ağustos’ta doğan bu kişilerin burcu Arslan’dır. Arslan burcunun uğurlu taşı olan elmas, sadece bu kişiler için değil dünyadaki tüm aslan burçları için uğurludur. İnternet ortamındaki birçok Astroloji sitesi, ziyaretçilere uğurlu sayı ve uğurlu nesnelere göstermekte ve bunların gücünün o burçtan olan insanlar üzerinde etkisi olduğunu

belirtilmektedir. Ayrıca gazetelerin Astroloji köşelerinde de “Burçların Uğurları” (URL-18, URL-40) başlıklı yazılar oluşturulmakta, bu yazılarda burçların uğurlu taşları, uğurlu günleri, uğurlu sayıları ve renkleri gibi konulardan bahsedilmektedir. Özellikle taştan takılar satan firmaların internet sitelerinde de “Burçlara Göre Taşlar” (URL-39) gibi başlıklarla burçların uğurlu taşlarından söz edilmektedir. Bu taşlardan yapılan takılara da bu sitelerden ulaşılabilmektedir. Burçlara inanan büyük bir çoğunluğun uğurlu nesne kavramının da doğrudan inananları oluşu ve uğurlu nesne kavramının da burçlar aracılığıyla geniş bir kuşaklar arası aktarım olanağına kavuştuğu görülmektedir.

Kültürel Ekonomik Bir Ürün Olarak Uğurlu Nesnelere

Kültür ekonomisi, çağdaş dünyanın temel sektörleri arasında sayılmaktadır. Bu kapsamda yerel çeşitlendirmeler ve doğal olarak bu çeşitlendirmelerin de bileşkesi olarak milli kültürlerden fazlasıyla yararlanılmaktadır (Özdemir, 2006: 35). Günümüzde dijital ortam da sadece bir bilgi ortamı olmanın çok ötesine geçmekte ve bir ticari pazar olma özelliği göstermektedir. Bu ticari pazarda ise kültürel ekonomik değeri olan ürünler de yerini almaktadır. Dijital ortamın ekonomik boyutu “dijital ekonomi” “e-ticaret”, dijital ticaret gibi kavramları gündeme getirmiştir. Dijital ticaret, dijital olarak veya fiziksel olarak sunulabilen ve tüketicileri, firmaları ve hükümetleri içeren mal ve hizmetlerde dijital olarak etkinleştirilmiş ticaret işlemlerini kapsamaktadır (Taşel, 2020:130). Araştırmanın konusu olan uğurlu nesnelere de, bu ortamda sadece hakkında bilgi paylaşımında ve tartışmada bulunulan bir nesne olarak değil, aynı zaman da bir ticari bir ürün karşımıza çıkmakta ve kültürel ekonomik bir ürüne dönüşmektedir.

Alışverişte ürünlerin fiziksel olarak gereksinimleri karşılamaının ya da ekonomik, teknolojik, işlevsel anlamda pratik olmasının yanı sıra oluşum ve kullanım süreçleri bazı kültürel, toplumsal ve simgesel anlamlarla örülüdür (Sağocak, 2003:101). Zaten pek çok üründe satışı sağlayan ürünün fiziksel yapısından ziyade anlamıdır. Anlam ürünü bir kimlik kazandırır. Böylelikle nesne sıradan olmaktan çıkar. Dijital ortamda uğurlu nesnelere de satışı anlamlarının satılması şeklinde gerçekleşmektedir. Özellikle hediyelik eşya satan sitelerde bu ürünlerin uğurlu olduğu, şans, bereket, umut, sağlık ve mutluluk getireceği (URL-19) özellikle belirtilmektedir.

Satış üzerine kurulu siteler uğurlu nesne hakkında detaylı bilgi verme konusunda yetersizdir. Ürünün sadece uğurlu olduğu söylenmekte ancak ne tür bir etkiye sahip olduğu ya da neden uğurlu olarak kabul edildiği konusunda alıcıya yeterli bilgi sunmamaktadır. Bu durum dijital anonimlik olarak değerlendirilebilir:

Dijitalde satışa sunulan uğurlu objeler aksesuar ya da takı olarak karşımıza çıkar. Bunların genellikle nazar boncuğu, dört yapraklı yonca, at nalı, köpek balığı dişi gibi kişinin yanında taşıyabileceği kolye, küpe, anahtarlık formlarında olduğu ayrıca mekânı büyülemek adına biblo versiyonlarının bulunduğu görülmektedir.

Dijital alışveriş ortamında bir yandan geleneksel kültürün uğurlu nesnelere pazarlanırken bir yandan da dijitalde tanışılan ve/veya yaratılan uğurlu nesnelere satıldığı görülmektedir. Örneğin Budizm’den Türk mitolojisine giren ve kimi tanrıların bineği olarak karşımıza çıkan göksel hayvan ve yersel kaynaklı olarak tasarımılanan taht, debdebe, ihtişam, güç ve yiğitlik simgesi hayvan olduğu bilinen fil (Korkmaz, 2003: 67; Ögel, 2002: 542), Eski Mısırların, diğer böceklerin aksine mahsullerine hiçbir zarar vermediği için saygı duydukları ve mutluluğun tilsimi olduğuna inandıkları ve zamanla ünü Mısır’ı aşan uğur böceği (Yund, 1965: 3555), bakışlarında zararlı güç bulunan bazı insanların bu özellikleriyle bir kişiye, bir

hayvana veya bir nesneye bakarak o canlı veya cansız nesne üzerinde olumsuz bir etki yapmasını (Boratav, 1999: 104) önlemek amacıyla kullanılan ve uğurlu obje olarak da kabul edilen nazar boncuğu, uğur kaynağını Hızır Aleyhisselam'dan alan, Hızır'ın (a.s.) atını nallamak üzere evlere geleceği ve lütufta bulunacağı inancına dayanan at nalı (Özkarlı, 2000:169) gelenekten taşınarak kültürel ekonomik ürüne dönüşürken, “uğurlu şans çiçeği”, “Küçük Prens Uğurlu Masa Üstü 3lü Hediye Seti” gibi neden uğurlu olduğuna dair gelenekte herhangi bir bilgi olmayan nesnelere de dijital ortamda yaratılan uğurlu nesnelere olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunların yanı sıra inci ve istiridye, köpekbalığı dişi, burç taşları, boynuz, zeytin dalı, yusufçuk, uğurlu nesnelere, tukan kuşu gibi çeşitli nesnelere uğurlu nesnelere olarak tespit edilmiştir.

Kimi zaman ise uğurlu olduğu düşünülen iki kavram birleştirilerek adeta nesnenin büyüsunün etkisinin artırılması hedeflenmiştir. Özellikle uğurlu olduğu kabul edilen fil, balık gibi unsurlar nazar boncuğu şeklinde tasarlanarak dijital ortamdaki yerini de almaktadır.

SONUÇ

İnanma duygusu insan var olduğu sürece varlığını sürdürmeye devam edecektir. Bu inanma duygusu da insanları çaresiz hissettikleri, hayatlarındaki belirsizlikler karşısında, kendilerine olan güven duygularını kaybettikleri gibi durumlarda uğurlu nesnelere yönelmektedir. Uğurlu olduğuna inanılan nesnelere zamanla değişip çeşitlenmektedir. Değişmeyen ise onlara anlam atfederek güçlerinden yararlanma arzusudur. Örneğin yazının icadı ile birlikte kalem uğurlu nesnelere dahil olmuştur. Dijital kültür ile de uğurlu klavyeler, bilgisayarlar ve nesneden bağımsız olarak uğurlu/uğursuz yazılımlar, kodlar, program kendilerine anlam atfedilerek ortaya çıkabilecektir.

Teknolojinin gelişmesiyle tanışılan yeni araçlar, özellikle de bilgisayar ve internet teknolojisinin hayatımıza girmesi, pek çok kültürel unsuru olduğu gibi uğurlu nesnelere de bu ortamlarda temsil edilmesini beraberinde getirmiştir. Geleneğin uğurlu nesnelere de böylelikle, bu yeni ortamda varlıklarını sürdürmektedir. Ayrıca daha önce geleneksel olarak görülmemiş yeni nesnelere dijital kültür ortamının uğurlu nesnelere olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum geleneğin dönüşerek varlığını sürdürmesi özelliğine örnektir.

Dijital ortamda uğurlu nesnelere kültürel ekonomik bir meta olarak da yer almaktadır. Bu ortamda “Uğur” kavramının pazarlaması söz konusudur. Çeşitli objeler uğurlu oldukları iddiasıyla varlıklarından ziyade anlamları sebebiyle cazip kılınmaya çalışılmakta ve müşterileri de bu sebeple ürüne yaklaşmaktadır. Bu bağlamda dijital ortam aynı zamanda gelenekselin metalaştığı ve pazarlandığı bir mecradır.

İnternet yerel bir öğenin küresele açılması için çok önemli bir araçtır. Çünkü internette bulunan bir bilgiye internet erişimi olan tüm dünyadaki insanlar ulaşabilmektedir. Bu durum uğurlu objeler açısından değerlendirildiğinde, kültürler arası uğurlu objelerin ödünçlenebildiği ve belirli bir kültür ya da bölgeye özgü ve değerli olan bir objenin, küreselleşerek dünyanın tümü için değer ve anlam kazanabileceği sonucuna ulaşılmaktadır.

Uğurlu nesnelere dijital ortama taşınması, geleneği yüz yüze iletişim ortamında hiç olmadığı kadar tartışmaya açmaktadır. Yüz yüze ortamda uğurlu nesnelere inandığını söyleyen bir kişi hakkında şiddetli bir şekilde eleştiride bulunmak, bunların “hurafe”, “şirk” ya da “saçmalık” olduğunu söylemek nezaket kuralları ve saygı gereği pek mümkün değildir. Ancak dijital kültürün anonim kişileri bu

ortamın verdiği rahatlıkla hem yüz yüze ortamda inandıklarını söylemekten çekindikleri uğurlu nesnelere hakkında rahatça konuşmakta hem de onları eleştirenler çekinmeden düşündüklerini ifade etmektedir. Bu durum dijital ortamın eleştiri kültüründe de doğrudan ve kimi zaman daha acımasız bir yönde değişikliklerin olduğunu göstermektedir. Dijital ortam ayrıca uğurlu nesnelere aracılığıyla halk inançlarının tartışılmasını beraberinde getirmekte uğurlu nesne bağlamında halk inancı semai din çatışması ortaya çıkmaktadır.

İnternet ortamında uğurlu nesnelere sadece adlarıyla değil görüntüleriyle de vardır. Bahsedilen uğurlu nesnenin görseli içeriklere eşlik ederken sadece sözlü olarak değil görsel olarak da imgenin beslendiği ve zihinlerde yer ettiği görülmektedir.

Hemen her türlü içeriğin altındaki yorum bölümlerinde yürütülen tartışmalarda “beğen” ve “paylaş” butonları bulunmaktadır. Bunlardan “beğen” butonu yapılan bir yorumun beğenilmesi yoluyla kişinin onaylanması anlamına gelmektedir. Olumlu veya olumsuz yorumu beğenilen ve kendisine benzer yorumları okuyan bir kullanıcı bu yolla kendisi onaylanmış ve “uğurlu nesneye inananlar” ya da “inanmayanlar” grubuna ait hisseder. Bu grup ve bir yere ait olma hissi kişilere kendilerini iyi hissettirirken kimi zaman yüz yüze iletişim ortamında bulamadıkları bu imkânı sağlaması açısından da dijital ortamı çekici kılmaktadır. “Paylaş” tuşu ile ise içeriklerin yayılmasının önü açılmaktadır.

Dijital kültür ortamında uğurlu nesnelere ayrıca konuyu ele alan akademik yayınlarda ve akademik bilgiye dayanan paylaşımlarla da yerini almaktadır. Dijital ortamdaki online dergi ve kitap platformunda konuyla ilgili sayısız yayına ve bilgiye ulaşmak mümkündür.

Gerek yöresel uğurlu nesnelere paylaşımı gerek farklı ülkelerin kültürlerindeki uğurlu nesnelere paylaşımı noktasında dijital ortamın yereli küresel bağlamda gelenekselleştirme, gelenek çevresini genişletme işlevi vardır. Böylelikle çeşitli kültürlerin mitolojileri ve halk inançları ile tanışılmaktadır. Kırşehir’in bir köyünde yaşayan bir birey pek ala, internette öğrenip uğur getirme ihtimalini denemek istediği Feng Shui nesnesinin siparişi verip şansını deneyebilmektedir. Bu durum halk inançlarını ve uğurlu nesnelere küresel anlamda bir dolaşıma çıkartmaktadır.

Dijital ortamda yapılan araştırmada uğurlu nesne konusunun popüler bir konu olduğu ortaya çıkmaktadır. Zaman zaman ünlülere yöneltilen bir soru ya da onların uğurlu nesnelere hakkında yapılan bir haber ile, çeşitli radyoların dinleyenlerine yönelttiği bir soruyla, geniş katılımlı sınavlar söz konusu olduğunda ve bunun gibi pek çok durumda uğurlu nesne konusu tekrar tekrar gündeme gelmektedir. Bu bakımdan dijital ortamda uğurlu nesnelere hakkında sürekli içerik üretildiği ve önceki içeriklerin de genellikle silinmediği için bu ortamın bir uğurlu nesnelere havuzu olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adam, B. (2017). *Dua, Rukye, Havas İlmi, Tılsım ve Büyü*. D. Arık, Ahmet H. Eroğlu (Ed.), Halk İnanışları içinde (ss. 00-00) Ankara: Grafiker Yayınları.
- Aksoy, R. (2006). *İnternet Ortamında Pazarlama*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Bayat, F. (2007). *Mitolojiye Giriş*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Blank, Trevor J. (2009). Introduction Toward a Conceptual Framework for the Study of Folklore and the Internet T. J. Blank (Ed.), In folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World (pp. 1-120), Utah: University Press of Colorado/ Utah State University Press.

- Boratav, P. N. (1999). *100 Soruda Türk Folkloru*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Bronner, S. J. (2009). Digitizing and Virtualizing Folklore. Trevor J. Blank (Ed.). In *folklore and the Internet: Vernacular Expression in a Digital World* (pp. 21-66), Logan/Utah: University Press of Colorado/ Utah State University Press.
- Cogito. (2002). Sanal Uzamı Ne Sanıyoruz?. *Cogito Dergisi*, 30 (İnternet: Üçüncü Devrim?) 5-10.
- Çalışır, D. (1997). Büyü- Tılsım- Tasarım. *Arredamento Dekorasyon*. (96), 112-116.
- Demir, T. (2014). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 5(14), 165-169.
- Dundes, A. (1980). *Interpreting Folklore*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Evren, F. B. ve İzlem K. (2022). Folklorun Dijitalleşmesine İlişkin Temel Sorunlar ve Sınırlılıklar. *Milli Folklor*, 17(136), 126-139.
- Frazer, J. G. (2004). *Altın Dal I*. M. H. Doğan (Çev.), İstanbul: Payel Yayınları.
- Freud, S. (2012). *Totem ve Tabu*. Ankara: Say Yayınları.
- Hançerlioğlu, O. (2004). *Dünya İnançları Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Howard, R. G. (2008). Electronic Hybridity: The Persistent Processes of the Vernacular Web. *The Journal of American Folklore*, 121 (480) , 192-218.
- Koç, R. (2022) Dijitalleşen Kültür ya da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı. *Motif Akademi Dergisi*, 15(38), 500-513.
- Korkmaz, E. (2003). *Eski Türk İnançları ve Şamanizm Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Levine, R.ve C.Locke, D. Searls, D.Weinber (2000). *İletişim ve İnternet Üzerine Fikirler*. (Çev. Şefika Komçez). İstanbul: Koç Sistem Yayınları.
- Malinowski, B. (2000). *Büyü, Bilim ve Din*, (Çev. Saadet Özkal). İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.
- Ögel, B. (2003). *Türk Mitolojisi II. Cilt*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Örnek, S. V. (1973). *Budunbilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Özdemir, N. (2007). *Türk El Sanatları Yüksek Lisans Ders Notları*, Ankara.
- Özdemir, N. (2006). Sanal Dünyanın Köy Monografileri. *Milli Folklor*, (72), 23-36.
- Özdemir, N. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi ve Gelenek Kültürü. 9. *Milletlerarası Türk Halk Kongresi* içinde (ss.207-24), Ankara.
- Özkarlı, Ş. (2000). *Türk Kültüründe Tılsımlı Objeler* (Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. Ş. Süer Kaya (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sağocak, M. (2003). *İnsanın nesnelere İlişkisi ve Tüketim Olgusu*. *Yapı Dergisi*, 39 (261), 101-104.
- Taşel, F. (2020). Dijitalleşmenin Ticarete ve Ekonomiye Etkisi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 8 (2), 127-137.

- Winner, Langdon (2002), Siberliberter Söylemler ve Cemaatin başarısı. *Cogito Dergisi*, (30), 144-164.
- Yakar, C. (1988). İnançlar ve Tutumlar Üzerine. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Yund, K. (1965). Uğur Böceği ve Folkloru. *Türk Folklor Araştırmaları*, 9(183), 3534-3535.

Elektronik Kaynaklar

- URL-1: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/> Erişim tarihi: 15.06.2023
- URL -2: <https://pollemik.com/ankete-yazilan-yorumlar/333936852978> Erişim Tarihi: 06.05.2023
- URL-3: <https://twitter.com/MasimoOz/status/1301219265199120385> Erişim Tarihi: 06.05.2023
- URL-4: <https://www.kizlarsoruyor.com/kisilik-karakter/q18201655-esyalarin-ugur-getirebilecegine-inanir-misiniz> Erişim Tarihi: 06.05.2023
- URL-5: <https://hthayat.haberturk.com/yasam/dekorasyon-onerileri/haber/1022928-evinize-sans-getirecek-9-obje> Erişim Tarihi: 06.05.2023
- URL-6: <https://www.kizlarsoruyor.com/kisilik-karakter/q18201655-esyalarin-ugur-getirebilecegine-inanir-misiniz> Erişim Tarihi: 06.05.2023
- URL-7: <https://eksisozluk1923.com/ugur-getirdigine-inanilan-seyler--290729?p=3>. Erişim Tarihi: 08.05.2023
- URL-8: <https://www.kizlarsoruyor.com/kisilik-karakter/q17952954-ugur-ya-da-ugursuzluga-inanir-misiniz> Erişim Tarihi: 08.05.2023
- URL-9: <https://migrosv.migros.com.tr/evlere-ugur-getirdigine-inanilan-5-nesne> Erişim Tarihi: 08.05.2023
- URL-10: <https://www.posta.com.tr/galeri/ugur-getirdigine-inanilan-objeler-1303877/3> Erişim Tarihi: 08.05.2023
- URL-11: <https://www.meleklermekani.com/threads/ugur-ugursuzluk-inanislari.121789/> Erişim Tarihi: 08.05.2023
- URL-12: <https://www.bleavesfloral.com/blog/ugur-getiren-cicekler> Erişim Tarihi: 09.05.2023
- URL-13: <https://blog.seninolsun.com/ugur-getirdigine-inanilan-aksesuarlar> Erişim Tarihi: 09.05.2023
- URL-14: <https://www.firuzeaksesuar.com/blog/icerik/takilarda-sans-ve-ugur-getirdigine-inanilan-semboller> Erişim Tarihi: 09.05.2023
- URL-15: http://www.internethaber.com/news_detail.php?id=50217) Erişim Tarihi: 09.05.2023
- URL-16: <https://www.tvgundemi.com/serenay-sarikayanin-bileginden-hic-cikartmadigi-halhalin-sirri-ortaya-cikti-h17868.html> Erişim Tarihi: 09.05.2023
- URL-17: <https://www.milliyet.com.tr/molatik/galeri/birbirinden-ilginc-batil-inanclara-sahip-5-unlu-80237/7> Erişim Tarihi: 10.05.2023
- URL-18: <https://www.sozcu.com.tr/2012/gunun-icinden/burclarin-ugurlari-113103/> Erişim Tarihi: 10.05.2023

- URL-19: <http://216.239.59.104/search?q=cache:Y5NWCDCouvcJ:urun.gittigidiyor.com> Erişim Tarihi: 10.05.2023
- URL-20: <https://www.neoldu.com/sembollerin-anlamlari-732h.htm> Erişim Tarihi: 10.05.2023
- URL-21: <https://www.kizlarsoruyor.com/ask-iliskileri/q232874-cuzdaninizda-ugur-getirsin-diye-ne-tasirsiniz> Erişim Tarihi: 10.05.2023
- URL-22: <http://www.yalemforum.com/ugurunuz-t14583.html>) Erişim Tarihi: 10.05.2023
- URL-23 <https://twitter.com/smarliynnn/status/1301911848707592194> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-24:<https://twitter.com/Mmarshha/status/1307616545254895618> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-25: <https://www.youtube.com/watch?v=1LjAA94ILH8&t=511s> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-26: <https://www.youtube.com/watch?v=1LjAA94ILH8> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-27: <https://www.youtube.com/watch?v=ipKY8iyc8BY> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-28: <https://www.youtube.com/watch?v=Anp8csA3jk&t=558s> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-29: <https://www.youtube.com/watch?v=prYvL5B1SQc> Erişim Tarihi: 12.05.2023
- URL-30: <https://www.instagram.com/p/Ct8pfqVNfCT/?ref=REBSLIFE> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-31: <https://www.instagram.com/p/Cd3s01mM8qY/> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-32: https://www.facebook.com/TRTFM/posts/2251921571572798/?locale=pt_BR Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-33: https://www.facebook.com/groups/177463566181699/?notif_id=1694964904548541¬if_t=group_r2j_approved&ref=notif Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-34: <https://www.facebook.com/groups/390544057709231> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-35: <https://www.facebook.com/groups/409055237089294> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-36: <https://www.facebook.com/groups/1609434152482791> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-37:<Http://www.greendayturkey.com/forum/arsiv-konu-1785.0-ugurlu-esyalariniz-var-mi.html> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-38: <http://nedir.antoloji.com/nazar-boncugu/> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-39: <https://tassandigi.com/burclara-gore-taslar> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- URL-40:<https://www.sozcu.com.tr/astroloji/astroloji-haberleri/burclar-ve-degerli-taslari/> Erişim Tarihi: 13.05.2023