

## Geleneksel Gelin Algısının Medyadaki Temsili ve Dönüşümü: “Gelin Evi” Örneği

### ÖZET

Toplumun temelini oluşturan aile kurumunun nasıl olması gerektiği konusunda belli kültürel kabuller vardır. Evlilikle oluşan aile kurumunda herkesin rolü bellidir ve herkesten beklentiler vardır. Bu beklentilerin çoğu yıllardır aynıdır ancak son dönemde medya ile beraber değişen beklentiler araştırmamızın konusunu oluşturmaktadır. Medya toplumu her açıdan yönlendirmektedir. İletişim araçlarının en önemlilerinden televizyon ise hayatımıza girdiği andan itibaren kendi toplumunu oluşturmuştur. Bugün değişen çağa, ilerleyen medya sektörüne ve değişen medya araçlarına rağmen televizyon hala toplumun hemen her kesimine ulaşan bir aktör olma görevini sürdürmektedir. Çalışmada televizyonun en önemli üretimlerinden olan gündüz kuşağı kadın programları değerlendirilecek ve kadın programları başlığı altında değerlendirilebilecek olan Gelin Evi programı incelenecektir. Çalışmada geleneksel değerlerin medya ile geçirdiği dönüşüm analiz edilmeye çalışılmıştır. Gelin Evi dört yıl süren ve en iyi gelinin kendisi olduğu iddia eden kadınların katıldığı bir yarışmadır. Yarışmada gelinler çeyiz, yemek, dekorasyon gibi konularda yarışır ve yarışma formatı gereği gelin olma ölçütlerini sergiler ve değerlendirirler. Haftanın her günü bir başka yarışmacının evinde yapılan çekimler televizyonun gündüz kuşağında yayınlanmakta ve evde daha fazla vakit geçiren kadın izleyici grubuna hitap etmektedir. Yarışma geleneksel değer yargılarını kullanarak medya ürünleri oluşturmakta ve oluşan bu ürünler geleneksel algıları da etkilemektedir. Yapımcıların gelenekten beslenerek geleneği dönüştürdüğü tezi çalışmamızın temel dayanağıdır. Makale bu kültürel değişimi Gelin Evi yarışma programından hareketle tespit etmeye çalışmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Gelin Evi, geleneksel gelin, televizyon, geleneğin dönüşümü, kadın programları

## Representation and Transformation of Traditional Bridal Perception in the Media: “Gelin Evi” Example

### ABSTRACT

There are certain cultural assumptions about how the family institution, which forms the basis of society, should be. Everyone has a certain role in the family institution formed by marriage and has expectations from everyone. Most of these expectations have been the same for years, but the expectations that have changed with the media recently have been the subject of research. The media directs society in every aspect. Television, one of the most important means of communication, has formed its own society from the moment it enters our lives. Today, despite the changing

age, the advancing media sector and the changing media, television is still an actor that reaches almost all segments of the society. In this study, daytime women's programs, one of the most important productions of television, will be evaluated and the Gelin Evi program which can be evaluated under the title of women's programs will be examined. The study will attempt to analyze the transformation of traditional values with the media. Gelin Evi is a competition that has been going on for four years, with women claiming to be the best bride. In the competition, brides compete on subjects such as dowry, food and decoration, and exhibit and evaluate the criteria of being a bride due to the format of the competition. Every day of the week, shots taken at another competitor's house are broadcast on the television's daytime zone and appeal to a group of female viewers who spend more time at home. The competition creates media products using traditional value judgments and these products affect traditional perceptions. The thesis that the producers transform tradition by nurturing tradition is the main basis of our study. The article tries to identify this cultural change from the Gelin Evi competition program.

**Key Words:** Gelin Evi, traditional bride, television, transformation of tradition, women programs

## GİRİŞ

Aile toplumun temelini oluşturan bir kurum olarak kabul edilmektedir. Aileyi oluşturan her birey kendi özünde değerli ve önemlidir. Her birine ayrı bir görev biçilir. Aile oluştururken gelin ve damadın bir araya gelerek başladıkları düğün süreci öncesi ve sonrasında birçok sorumluluğu beraberinde getirir. Aile kurma yalnızca gelin ve damadı değil, çok daha fazla kişiyi etkileyecek bir karardır. Düğündeki her iki taraf aile de kurulacak olan yeni ailenin en iyi şekilde olması için özenir ve çaba sarf eder.

Evlilik ve evlilikten beklentilerin çağlar boyu değişiklik göstermiş olmasının farklı sebepleri vardır. Çağın şartları, savaşlar, göç, değişen dünya düzeni, ailelerin küçülmesi, dinî faktörler gibi sebepler beklentileri değiştirir. “İyi aile” kavramını her dönem kendine özgü şekillendirir. Dolayısıyla “iyi gelin” ve “iyi eş” kavramları da değişmektedir. Çağımızda bu değişimin en önemli faktörlerinden biri medyadır. Medya sektörü bugün her şeyi olduğu gibi aileleri de etkilemekte, gelinlerden beklentileri değiştirmekte, gelin- kaynana ilişkilerini dönüştürmekte ve “iyi gelin” algısını yönlendirmektedir.

İki binli yılların vazgeçilmez araçlarından olan televizyon, kabul edilebilir ki evlerin baş aktörü olmuştur. Televizyonun en önemli içeriklerini de “gündüz kuşağı programları” olarak adlandırılan, daha çok çalışmayan ve gününü evde geçiren kesime hitap eden kadın programları oluşturmaktadır. Reality şov<sup>1</sup> ların bir alt türü olarak ortaya çıkan bu kadın programları son zamanlarda giyimden makyaja, ev dekorasyonundan yemek çeşitlerine kadar kadınların bütün dünyasına yön verir duruma gelmiştir. Bu yön verme sonucunda kadın algısı değişmiş, kadınların birbirlerinden beklentileri dönüşmüştür. “İyi kadın” ya da “hamarat gelinler” artık medyada gösterildiği şekle göre tasavvur edilmektedir. Artık bir kültür taşıyıcısı olarak medyanın ulaştığı insanlara bir yaşam biçimi sunmakla birlikte onlara kimi doğruları iletmekte ve var olan doğruları değiştirmekte ya da dönüştürmekte olduğu kabul edilmektedir. Morse’un dikkat çektiği gibi tarihin ilk dönemlerinden bu yana siyaseti ve toplumu yönlendirme gücüne sahip olan medya bir yandan toplumdaki beslenir-

<sup>1</sup> Türkiye’de ilk yarışma içerikli Reality TV programı 120 milyon adlı programdır. Bu program ilk döneminde iki kişi, ikinci döneminde ise iki evli çiftin farklı apartman dairelerinde bir aylarını, yapımcı şirketin ayarladığı bir işte çalışarak ve hükümet tarafından belirlenmiş asgari ücret olan 120 milyon lira maaş ile bir ay geçirme zorunluluğu kuralları etrafında geçmektedir. Yarışmanın birincisi o ay en az harcama yapan kişi olmaktadır. (Yıldırım Kaya 2011: 120)

ken, bir yandan da onu beslemiş, yeni ürün ve yaklaşımlarla yeni biçimler oluşturmuştur (Morse'dan aktaran Cereci ve Özdemir, 2015: 6). Bu çalışmada incelenecek yapımlar olan Gelin Evi programı geleneksel kavramlardan yola çıkıp kendi kavramlarını üretmiştir. Son dönemde kadın kuşağının Türkiye'de en popüler örneklerinden Gelin Evi programı özelinde medya araçlarında geleneksel gelin algısının dönüşümü tartışılacaktır. Programda örneklenen gelin modelinin ne kadar geleneksel olduğu örnek bölümler üzerinden tartışılacak ve geleneksel gelin ile medyanın sunduğu gelin algısı karşılaştırılacaktır.

Televizyon programlarının anlatılarının özünde kadınlar vardır. Üstelik belki de kadınların oranı bu dünyada hiç olmadıkları kadar dizilerde ve bazı programlarda erkeklere üstündür. Birçok yarışma ve dizide “erkeğin kadınsız bir hiç olduğu” vurgusu yapılır ve bu sayede kadının daha çok programlara müptela olması sağlanır (Geçer, 2015: 164). Buradan bakıldığında reality şovların alt formatı olan gündüz kuşağı kadın programlarının da bu duruma hizmet için kurgulandığı açık olarak görülecektir. Çünkü genel kabulde kadın evdedir ve potansiyel izleyici ve dolayısıyla tüketicidir. Zamanının büyük kısmını evde geçiren bu kadınlar yapımcılar tarafından “tavlanabildiği” sürece ekranın başındadır ve kanal için reyting demektir. Kadınların genellikle evde olma durumu hemen her ülkede böyledir. “Evdeki kadınlar” Ekmel Geçer'den hareketle söyleyecek olursak radyo ve televizyonu sadece bir “boş vakit” uğraşısı olarak değil aynı zamanda günlük hayatlarının büyük bir bölümünü beraber geçirdikleri bir arkadaş olarak görürler. Onların, erkek izleyicilere oranla televizyon seyretme oranları belki de toplumsal kültürden ve evde harcadıkları vakitten olsa gerek daha yüksektir (2016: 163). Dolayısıyla işi ürettiği malı satmak olan yapımcıların ve yayıncı kuruluşların kadın izleyiciye hitap eden programlara özellikle gündüz kuşağında ağırlık vermeleri normaldir.

Türkiye'de son yıllarda kitle iletişim araçlarında kadınlar üzerine yapılan programların artması ile medya aracılığıyla kadınlar üzerine söz söylemek de sıklıkla karşılaşılan bir durum haline gelmiştir. Televizyon ve kadın ilişkisinin bu denli sıkı olmasının sebebi Geçer'in aktardığına göre popüler kültürün, özellikle televizyon aracılığıyla “kadın”ı en önemli hedef kitlesi olarak seçmesi ve verilmesi gereken mesajları ile sunulması gereken hayat tarzıyla tüketim ürünlerini de kadınlar üzerinden topluma aktarmaya çalışılması sebebiyledir. Televizyonda “kadın” eksenli programların bu denli yoğun olmasında kadının bu açıdan daha çabuk ikna edilebileceği kanaatinden ve kadınların televizyona olan ilgisinden yola çıkılmaktadır (2015: 162- 163). Gelin ve gelin olmak, ev düzenlemek, düğün sürecinin nasıl olması gerektiğini tartışmak, kaynana ile ilişkilerinin paylaşılması ve benzeri konuların konuşulduğu “iyi gelin olma” iddiasındaki kadınların yarıştığı gündüz kuşağı programı olan Gelin Evi son dönemin en popüler yayınlarından biridir. Programda beş kadın katılımcı haftanın birer günü hünerlerini sergileyerek “en iyi gelin” olduğunu kanıtlamak için yarışır. Gelin Evi programı 7 Aralık 2015 tarihinde Show TV kanalında yayın hayatına başlamıştır ve 31 Mayıs 2019 tarihinde yayınlanmış olan 754. bölümü ile ekranlara veda etmiştir. Her hafta beş gelinin yarıştığı yarışma her gün bir gelinin evine konuk olarak değerlendirme ve haftanın son gününde herkesin puanlarının toplanması sonucu birincinin belli olması şeklinde devam etmektedir. Çalışmamızda ise programın formatındaki değişiklikleri de görebilmek için belli sezonların başından ve ortasından iki hafta seçilmiş ve bu bölümlere yoğunlaşmıştır.<sup>2</sup>

Kadın programları TRT'nin tek kanal olduğu dönemden özel kanalların yayın hayatına başladığı günlere kadar varlıklarını artarak sürdürmüşlerdir. Ancak Ayşe Saktanber'in tespiti ile söyleyecek olursak Türkiye'de devlet tekelinde olan radyo ve televizyonun kadınlara yönelik olarak hazırladığı programlar kadınlara “nazik hanımlar”, “saygıdeğer ev hanımları”, “kutsal anneler” muame-

<sup>2</sup> Programın incelenen bölümleri şunlardır: 1.-2.-3.-4.-5., 131.- 132.- 133.-134.-135., 246.-247.-248.-249.-250., 356.-357.-358.-359.-360., 460.-461.-462.-463.-464., 570.-571.-572.-573.-574., 650.-651.-652.-653.-654. bölümler. Söz konusu bölümlere kanalın kendi sayfasından ve youtube üzerinden ulaşılmıştır.

lesi yapılan bir alan olmuştur (2010: 192). Medyanın kadınlara nasıl olmaları gerektiğini gösterdiği kadın programları her dönem özellikle ev hanımlarını ekranlara bağlamıştır. Ancak ilk zamanlarda uzmanların çıkıp stüdyoda konuşarak yaptığı bu programların yerini son dönem medya ürünlerinde Mustafa Hatipler'in tespitiyle "yaşam tarzı" sunumları almıştır (2016: 92). Ele aldığımız program da son yılların ses getiren yarışmalarından biridir. Gelin olmanın önemini gösteren, iyi gelin olmanın ölçütlerinin sergilendiği ve tartışıldığı Gelin Evi bir televizyon programıdır. Televizyonda reyting çekmek için üretilen bu programın ne kadarının gerçek ne kadarının kurmaca olduğu bir tartışma konusudur. Televizyon Lundby ve Ronning'e göre gerçek kültürün çeşitli yönlerini yeniden yaratarak, değiştirerek ve şekillendirerek kullanır (2002: 12- 13). Ele alınan programda da değiştirilen kavram "iyi gelin olmak"tır. Yarışmacılar her gün maharetlerini sergiler, evlerini görücüye çıkarır, düğün videolarını ve gelinliklerini misafirleri ile paylaşır ve "en iyi gelin" olduklarını kanıtlamak için uğraşırlar. Ancak bu "iyi gelin" kavramı geleneksel gelin imgesinin medyatik hâle dönüştürülmüştür. Vahit İlhan ve Derya Usta'nın ifadesi ile genelde televizyonun, özelde ise gündüz kuşağı programlarının toplum üzerindeki etkisi büyüktür. Bu tür programlar aracılığıyla yalnızca geleneksel ve yerleşik değerlerin pekiştirilmesi değil, aynı zamanda bu değerlerin değiştirilmesi, yeni düşünce ve davranışların geliştirilmesi, yeni yaşam biçimlerinin sergilenmesi anlamında da araçsal bir işleve sahiptirler (2018: 573). Ele aldığımız program da yerleşik değerlerden hareketle yeni kabuller oluşturmaktadır. Kağıtçıbaşı bu durumu televizyonun bir rutini olarak değerlendirir ve artık günlük yaşamın bir parçası olduğunu söyler. Televizyonun çağdaş dönemde kültür üretme makinesi olarak izleyicilerde "yeni tutum geliştirme, var olan tutumun şiddetini artırmak ve değiştirmek" gibi etkileri kaçınılmaz bir gerçektir (Kağıtçıbaşı, 1982: 165). İzleyici artık ekranın büyümesine kapılarak yeni değer yargıları üretmektedir.

Reality şovlar ve alt türleri olan gündüz kuşağı kadın programları tüm dünyada hatırı sayılır izleyici kitlesine sahip formatlardır ve bu yapımların çoğu birebir şekilde Türkiye'de yayımlanmaktadır. Kimi programlar ise Türkiye sosyokültürel yapısına uygun şekilde düzenlenmekte ve "Türkleştirilmektedirler". Çoğu program birbirinin benzeridir ve izleyiciler hemen hepsinde aynı duyguları ararlar. Tek-tipleşen programlar bir süre sonra kendi içinden yeni melez formatlar üretmektedirler. Örneğin Orhan Tekelioğlu küresel reality tv programlarının yerelleşmesinin yani, uygulanan topluma uyarlanmasının beklenen bir şey olduğunu belirtmektedir ancak Türk televizyonlarında yerelleşmenin çok daha geniş bir çerçevede gerçekleştiğini ve formatların neredeyse tamamen dönüşüme uğradığını söylemektedir (Tekelioğlu, 2006: 159- 161). Televizyonda yabancı orijinli programların dönüşerek kendinden tamamen bağımsız, özgün formlar üretmesine kadar giden bu süreç reality tv programlarında da yaşanmıştır (Yıldırım Kaya, 2011: 129). Ele alınan Gelin Evi de bu şekilde üretilen formatlardandır. Programın yapımcısı Cem Semercioğlu ile gerçekleştirilen görüşmede Gelin Evi'nin sosyolojik bir okumanın sonucu olarak yaratıldığını belirtilmiştir. Yapımcı programın tamamen yerli bir üretim olduğunu söylemekte ve Türk izleyicisinin buna ihtiyacı olduğunun tespitinin ardından formatın yazıldığını belirtmektedir. Ayrıca yapımcı güncel gündüz kuşağı kadın programlarının birçoğunun Gelin Evi'nden hareketle üretildiğini öne sürmektedir.<sup>4</sup> Gelin Evi hafta içi her gün gündüz kuşağında yayımlanmıştır. Yarışmada beş yeni gelin bir hafta boyunca çeyiz, ev gezmesi, sunum, temizlik, dekorasyon, düğün videosu, evlenme teklifi gibi başlıklarda gelinliklerini kanıtlamaya çalışırlar.

<sup>3</sup> Televizyonda 1968 yılından beri aileye ve aile içinde kadınlara yer verilmiş olsa da ilk kez 1984 yılında halen "Hanımlar Sizin İçin" adı altında her gün TRT1'de yayımlanan kadınlar için özel olarak hazırlanmış bir program devreye girer. Bu program ilk kez yayına girdiğinde ancak haftada iki kez yayımlanırken daha sonra yayın saatlerindeki artışla birlikte TV programlarının sabah yayın kuşağının vazgeçilmez bir parçası hâline gelir. (Saktanber 2010: 193)

<sup>4</sup> Programın format yaratıcısı ve yapımcı firma olan Joker Yapım'ın sahibi Cem SEMERCİOĞLU ile görüşme yapılmıştır. Görüşme 2020 yılı öncesinde gerçekleştirildiği için etik kurul onayı alınmamıştır.

Haftanın sonunda birinciye beşi bir yerde ve beş bilezik takılır. Kazanamayanlar da birer altınla ödüllendirilir. Ödülün altın, bilezik gibi kadınların güç sembolü olan bir değer olması dikkate değer bir konudur. Yarışmanın halk bilimi bakış açısı ile ele alınma sebebi ise programda “geleneksel değer” adı altında yansıtılan “medyatik değer”lerdir.

Program adının seçimi ile ilgili yapımcı ile görüşüldüğünde Cem Semercioğlu o dönem internette fırtına gibi esen gelin evi sayfalarından etkilendiklerini ve direkt ismi TV programı yapmayı düşündüklerini belirtmiştir. Seçeneklerin Yeni Gelin Evi, Gelin Evleri, Gelin Evi Bizimkisi gibi adlar olduğunu söyleyen yapımcı kısa ve öz bir tercih olarak Gelin Evi'nin seçildiğini söylemektedir (16.08.2019). Anlaşılacağı üzere program adı gelenekte var olan gelin odalarına bir göndermeden çok medyatik bir çıkar gözetilerek seçilmiştir. Programın amacının “iyi gelin” örneği sergilemek olduğu jeneriğinden itibaren anlaşılmaktadır; “Nasıl olur gelin evi döşemesi, temizliği” diyerek iyi gelinin evinin döşenmesinden ve temizliğinden anlaşılacağı, bunların iyi gelin olmanın şartlarından olduğu izleyiciye hissettirilir. Her bölümün başında ve sonunda ekrana gelen şarkı “iyi gelin” kavramının ölçütlerinin neler olduğunu aktarır. Bu özelliklerden bazıları çeyiz, ikram, misafirperverlik gibi faktörlerdir. Ayrıca “Gelini gelin yapandır eve getirdiği çeyizi.” denilerek gelin olmanın baş şartlarından çeyizin önemine dikkat çekilmiştir. Kabul edilir bir gerçektir ki Vargel Pehlivan'ın da belirttiği gibi günümüzde kitle iletişim araçları toplumsal hayatı önemli ölçüde etkilemekte, bireylerin duygu ve davranışlarının değiştirilmesinde, yönlendirilmesinde, yeni alışkanlıklar edinilmesinde güçlü bir araçtır. Kitle iletişim araçları ilettikleri mesajlarla bireylerin nasıl olacağına dair örnekler sunar (Vargel Pehlivan, 2016: 1). Gelin Evi de bu durumu en fazla kullanan programlardan biridir. Öyle ki henüz ilk haftada “Bu program gelin programı. Amaç bir Türk gelinin nasıl olacağını göstermek. Saçı başı, makyajı, evinin düzeni, çeyiz...” (5. Bölüm, Nurdan Gelin) ifadesi ile programın amacının bu olduğu yarışmacı tarafından dile getirilmiştir. Yarışma hemen hepsinin birbirine benzediği birçok eve konuk olur ve beklenenden farklı davranan, evini değişik dekore eden ya da düğün sürecinde herhangi bir geleneği pas geçen bütün gelinler iyi gelin olmamakla itham edilirler.

## KÜLTÜREL MİSAFİRPERVERLİK ANLAYIŞINDAN MEDYA MİSAFİRPERVERLİĞİNE <sup>5</sup>

Programın çekimleri diğer gündüz kuşağı yapımlarından farklı olarak her gelinin kendi evinde gerçekleşmektedir. Bu durum doğal olarak diğer yarışmacıları (ve seyircileri) o günün gelininin evinin misafiri yapmaktadır çünkü program format gereği misafirperverliği de iyi gelin olma ölçütü olarak görür. Hemen her gelin misafirperverliği noktasında da değerlendirilir. “Misafir ağırlamayı bilmiyor.” (5. Bölüm, Filiz Gelin), “Misafirperverliğini beğendim.” (460. Bölüm, Mihrican Gelin) gibi yorumlar günün yarışmacısının puanına olumlu ya da olumsuz olarak yansır. Misafir ağırlama, misafire hizmet etme, konuğa karşı güler yüzlü olma, geleni aç bırakmama gibi konular geleneksel Türk evinin en önemli özellikleri olarak kabul edilir ve bu durumun ev sahibi hangi şartta olursa olsun böyle olmak zorunda olduğu kabul edilir. Hele ki ev sahibi yeni bir gelinse evine gelenleri baş üstünde taşıması beklenir. Bu bağlamda programdaki gelinlerin de değerlendirildikleri yönlerden biri misafirperverlikleridir.

Misafir ağırlamanın önemi, eve ziyarete gelene hürmet ve hizmet gibi konular yarışmanın en başından beri dikkatle incelenen ve yorumlanan konulardır. İncelenen bölümlerle hemen her gelinin yarışmada dahi olsalar konuklarına saygıda kusur etmemeye çalıştıkları görülür.

<sup>5</sup> Bu iki kavram yapılan okumalar göz önünde bulundurularak tarafımda tercih edilmiştir.

Bu konukseverliğin bir gereği olduğu kadar puan toplamak için de sergilenen bir tutumdur. 249. Bölümde bu durum dış ses tarafından da dile getirilmiştir. “Bizler misafirperver bir milletiz. Evimizde en iyi köşe misafirlere ayrılır. Yemeğin en iyisi, döşeğin en rahatı misafirlere verilir.” (249. Bölüm, Dış Ses) diyerek programın temelini Türk örf ve âdetlerine dayandığına dikkat çekmiştir. Programdaki gelinler de buna sık sık değinir. “Yarışma bir yana onlar misafir. Onları en iyi şekilde ağırlayacağım.” (249. Bölüm, Duygu Gelin) diyerek misafir ağırlamanın yarışmaktan da önce geldiğini söylese de gelinlerin birbirini acımasızca eleştirmesi ve hakkında konuşulan kişi ortamda değilken onun arkasından konuşulması programın geleneğe dayandığını söylese de aslında popülere hizmet ettiğini düşündürmektedir. Çünkü bu bir medya ürünüdür ve izlenebilmesi için bir çatışmaya ihtiyaç vardır. Bu yüzden ev sahibi gelin ne kadar iyi olursa olsun misafirler onun bir kusurunu bulup eleştirmenin peşindedirler. Bunu puanlarına da yansıtarak bir rakibini elemek için uğraşırlar. Henüz 3. bölümde yarışan yabancı bir geline “Kendi çayımızı kendimiz alıyoruz. Türk örf ve âdetlerinde böyle bir şey yok. Evinizde misafir var.” (3. Bölüm, Nurdan Gelin) şeklinde söylemlerde bulunarak geleneği hatırlatan Nurdan gelin kendisinin ev sahibi olduğu bölümde “Misafirperverliği sıfır.” (5. Bölüm, Dilek Gelin) denilerek eleştirilebilmiştir. “Kültürümüzde misafir ağırlamak var.” (570. Bölüm, Nur Gelin), “İyi bir gelin kendini misafirperverliği ile gösterir. Örf ve âdetlere uygun olarak misafir ağırlar.” (357. Bölüm, Melek Gelin) gibi yorumlarla kültürde misafir ağırlamanın önemine dikkat çekilse de programdaki gelinlerin asıl amacının puan toplamak olduğu unutulmamalıdır. Nitekim ev sahibi gelinlerden misafirlerine hediye verenlerin bu jesti puanlamada her zaman artı olarak dönmüştür. Kültürde eve gelene hediye vermek olsa bile burada gelinler o hediyeleri gönüllerinden koptuğu için değil diğerlerinden farklı olmak ve puanlarına eklemek için vermektedirler. Ayrıca kültürde misafir ağırlamak kadar misafiri üzmemek de önemliken programda ev sahiplerinin konuklarla çekinmeden münakaşaya girdikleri görülmektedir. Bu durum da misafir gelinler tarafından “Gülümsemedi bile.” (248. Bölüm, Büşra Gelin), “Çok soğuktu.” (358. Bölüm, Melek Gelin), “Ev sahibi olarak alttan almalıydı.” (359. Bölüm, Zehra Gelin), “Karşılama soğuktu.” (357. Bölüm, Zehra Gelin) gibi eleştiriler almıştır.

## EL EMEĞİ GÖZ NURU/ MU?

“O gelin benim diyenlerin yarışması Gelin Evi” sloganıyla başlayan program yıllar içinde az da olsa değişiklikler geçirmiştir. Süresi uzamış, konuklar almaya başlamış ve zaman zaman ufak format değişiklikleri olmuştur ancak ilk bölümden beri değişmeyen yarış en iyi gelin olduğunu ispat etme yarışıdır. Gelin olmanın en büyük kanıtı da “gelini gelin yapan” çeyizidir. Bu sebeple programda çeyize özel bir önem verilir ve ayrı bir bölümde ele alınır. Bu bölümün adı “Çeyiz görme”dir. Çeyiz programın başından beri gelinlerin en çok yarıştığı konudur. Öyle ki en sert eleştiriler çeyiz eksik olduğundan gelir ya da gelinler en çok çeyizlerinin hemen her parçasını göstermek için uğraşır. Program jeneriğinden, açıklamasına kadar çeyizin kıymetine dikkat çekilmektedir.

Türklerde evlenme kolay bir iş olarak görülmemiştir (Yüksekkaya, 2007: 396). Bu zorluk ailelerin tanışmasından düğüne ve hatta düğün sonrası uygulamalara kadar kendini göstermektedir. Bir evlilik ne kadar çok emek harcanarak gerçekleşirse o kadar değerli sayılmaktadır. Çeyiz ise çocuklar dünyaya geldiği andan beri biriktirmeye başlanan bir öğedir. Çeyiz kadının en önemli iktidar nesnelere biri olarak kabul edilmektedir. Geleneksel kültüre baktığımızda kız çocuklarının doğdukları andan itibaren annelerinin onlara çeyiz düzmeye başladıkları görülmektedir. Öyle ki bu durum “Kız beşikte çeyiz sandıkta.” denilerek atasözlerine dahi yansıtılmıştır. Kız çocuklar anneleri ile daha çok zaman geçirerek büyüdükleri için el işleri ile erken yaşta tanışır ve

ardından kendi de çeyizine malzemeler yapmaya başlar. Çeyiz gelin için hazırlanan her türlü eşyayı ifade etmektedir. Kullansın ya da kullanmasın her gelinin çeyizi olmalı ve o çeyiz mutlaka kendi el emeğinden oluşmalıdır. Programda da aynı şekilde çeyiz odası gelinlerin kendilerini ispat ettikleri bir alandır. Hangi gelin çeyizine güveniyorsa bunu sık sık belirtir. Yine aynı şekilde en çok eleştiri de çeyizin eksikliği açısından gelmektedir. “Çeyizi olmayan geline gelin demem.” (3. Bölüm, Nurdan Gelin) söylemleri yarışmada dikkat çeker. Gelinler sık sık birbirlerini çeyizleri üzerinden eleştirmeye çalışırlar ve puanlamada da en önemli kriterlerden biri çeyizdir. Yarışmada çeyiz bölümüne özel bir önem verilmektedir ve çeyiz görme başlığı ayrıca ele alınır. Ev gezmesinden sonra gelinler “çeyiz odası”na giderler ve serilmiş olan çeyizi yorumlarlar.

Programın çeyiz görme bölümünde misafir olunan evin bir odasına serilmiş çeyizler, misafirler tarafından değerlendirilir. Sık sık çeyizlerin kullanılmadığından yakınılsa da çeyizi az olan ya da çeyiz sevmediğini belirten gelinler acımasızca eleştirilir. Özellikle kendi el emeği içermeyen çeyizlere sahip olan gelinler misafirler tarafından çokça eleştirilmektedir. “El emeği yoksa benim çeyizim demesin.” (4. Bölüm, Dilek Gelin), “Çeyiz dediğin el emeğidir. El emeği yok gibi.” (135. Bölüm), “Hem kendi yapmamış hem kuzenlerine laf attı. Sen de yapsaydın keşke Büşracım.” (247. Bölüm, Derya Gelin) şeklinde yorumlarla çeyizinde el emeği olmayan gelinler iyi gelin olmamakla, çeyize gereken önemi vermemekle itham edilir. “Sizin yaptığınız var mı?” “Maalesef çünkü hiç anlamam.” (246. Bölüm, Sinem Gelin) şeklinde cevapların sıklığı programda dikkat çeker ancak kendi el emekleri olmasa da her gelinin çeyize sahip olması beklenir. O kadar ki çeyizi kullanmayanların bile çeyizlerinin olması gerekmektedir. “Gelenek olduğu için sürdürüyoruz. Evimde tutmak istemiyorum. (356. Bölüm, Seçil Gelin) gibi örnekler çeyizin aslında başkaları için de saklandığını bize göstermektedir. Benzer bir şekilde çeyiz modern gelinlere bir “gelenek ve aidiyet” hissi vermektedir. “Çeyiz aslında kullanılmıyor ama ailelerimiz sağ olsun yapıyor. Kullanılmasa da önemsenmesi ve âdetlerimizin devam etmesi adına devam etmesi gerekiyor.” (356. Bölüm, Zehra Gelin) yorumları çeyizin artık işlevinden ziyade anlamı için yapıldığı ve saklandığı belirtmektedir. Gelinlerden çeyizinde kendi emeği olanlar takdir edilirken olmayanlar yerilir çünkü çeyiz gelinlerin en büyük “iyi gelin” olma kanıtıdır. Geçmişte çeyizleri kızlar annelerinden öğrenir ve yapmaya başlardı. Bugün ise programdaki gelinlerinin çoğunun çeyizlerinde ya hiç emeği yok da ya yalnızca bir iki parça emeğinin olduğu görülmektedir. “El işinden anlamam.” (360. Bölüm, Rümeyza Gelin), “Hiç ilgimi çekmedi ve hiç vaktim olmadı çeyize.” (461. Bölüm, Ömür Gelin), “Çeyizde hiçbir şeyde emeğim yok. Hiçbir şey yapmayı bilmem.” (462. Bölüm, Mihrican Gelin) gibi söylemler programdaki gelinlerin kendi emeklerini içermeyen çeyizleri bile gösterişli bir şekilde sunduklarını ve statü göstergesi olarak kabul ettiklerini gösterir. Türk örf ve âdetinde çeyizin önemli olduğu, gelinin çeyiz ile var olduğu programda sık sık dile getirilir. Programdaki gelinlerin çoğu başörtüsü, seccade, patik gibi çeşitleri kullanmasalar dahi çeyizlerinde bunların olması beklenir, aksi takdirde çeyizin eksik olacağı düşünülür.

Programın gelenek ile bağlantısı adeta bu bölümle kurulmaktadır. Bekir Şişman'ın çalışmasında belirttiği üzere geleneksel anlamda çeyiz serme daha çok kızın getirdiği, kısmen de erkek tarafın desteğiyle üretilmiş olan el işi ve el işlemesi eşyaların gelinin yeni evinde, özellikle de gelinin yatak odasında sergilenmesidir (Şişman, 2017: 155). Programda gelinlerin yöresel ürünleri en çok bu bölümde göze çarpmaktadır. Salonunda ya da yatak odasında hemen hepsi birbirinin aynı olan gelinlerin farkları çeyizlerinde görülmektedir. “Çorumlu çeyizi görmek istiyorum.” (246. Bölüm), “Adıyamanlı Büşra hanımın çeyizi.” (247. Bölüm, Dış Ses) gibi ifadelerle çeyizlerin yörelere ile ilişkisine dikkat çekilir. Gelinler çeyizlerindeki yöresel parçaları tek tek anlatır. Çeyizinde kendi yöresinden eşyalar bulunan gelinler takdir edilir. “Sinem'in yöresel ürünlerini çeyizinde görmek hoştu. Çünkü görmediğim şeyler de vardı. Bence yeterliydi ama mesela işleme seccade görmedim. Başka eksik yoktu.” (246. Bölüm, Duygu Gelin) ve benzeri ifadeler gelinlerin kendine has oldukları kısmın çeyiz bölümü olduğunu göstermektedir. Çünkü salon, yatak odası, mutfak, sunum gibi başlıkların altındaki değerlendirmelerde hemen herkesin beklentisi aynıdır. Biraz

farklı bir sunum yapan ya da salonunu kendine has döşeyen gelinler eleştirilmekteyken çeyiz bölümü gelinlerin biraz daha serbest, kendine özgü olabildikleri bir alandır. Çeyiz görme bölümü ile ilgili dikkat çeken bir diğer özellikle bu bölüme geçildiğinde fonda çalmaya başlayan halk müziği ve dış sesin söylediği manilerdir. Bu maniler gelenekteki çeyiz serme günü yapılan mani atışmalarını anımsatması açısından önem taşımaktadır.<sup>6</sup> Her ne kadar geleneksel ortamda kız tarafı ile erkek tarafı arasında ya da gelin kaynana arasında yapılıyor olsa da programda dış ses tarafından söylenen maniler programdaki nadir geleneksel bir unsurlardandır.

Yarışmada gelinlerin hiç kullanmadıkları ve hatta emeklerinin dahi olmadığı çeyizlere sahip oldukları görülmektedir. Kendilerini bu çeyizlere sahip olmak zorunda hissetmeleri veya toplumun onlardan bir çeyize sahip olmalarının beklemesi çeyizin gelinler arasında bir kabul edilme aracı olduğunu göstermektedir. Geleneksel toplumda çeyiz bir evi kurmak için gereklidir ancak bugün çiftler alışverişlerini kolayca yapabilmekte ve evlerini kendi zevklerine göre döşeyebilmektedirler. Dolayısıyla kız çocuk doğduğunda çeyiz düzmeye başlamak aslında modern çağda çok da gerekli değildir. Yine de çeyiz beklentisi herkeste vardır. Gelinler istemese de anneler kızları doğdukları andan beri bin bir emekle yaptıkları çeyizleri sergilemek istemektedirler. Programda çeyizin ve çeyizi sergilemenin çokça önemsendiği daha başvuru formunda karşımıza çıkmaktadır. “Sergilenecek bir çeyiziniz var mı?” sorusu katılımcı olmanın ön şartlarından kabul edilmektedir. Çeyiz sergileme/ çeyiz serme programda gelenekseline benzetilerek gerçekleştirilmektedir. Kültürdeki çeyiz serme geleneği programda çeyiz odasında çeyiz görme şeklinde temsil edilmektedir. Hatta düğün sürecinde çeyizini sergilemeyen bazı gelinler programın bu bölümünü bir fırsat olarak görürler. “Nişan ve düğün arası cenaze sebebiyle çeyiz serilemeyince annem çok üzüldü. Programın bu kısmını çok sevdi.” (460. Bölüm, Melek Gelin) ifadesi ve aynı şekilde Seçil Gelin’in annesinin “Çalıştığım için yardımcı olamadım ama çeyizi açmak istedim. Bizde âdetler, serilir. Yapamamıştım. Sayenizde çeyizi açtık.” (356. Bölüm, Leyla Hanım) ifadeleri bize çeyiz sermenin gelinlerden çok annelerin önemsediği bir gelenek olduğunu göstermektedir. Gelin Evi programının kurgusunda çeyize bu kadar önem verilmesi yapımcıların reyting kaygıları sebebiyle gelenekle bağ kurup seyirciyi program ait hissettirmek ve bağlamak olarak düşünülebilir.

## GELİN KİMLİĞİ İLE VAR OLMAK

Yarışmacıların gelin vasıfları dışındaki özellikleri programda çok fazla dillendirilmez. Saktanber’in de değindiği gibi televizyonun kadın programları kadınları cinsellikleri güzellik, zarafet ve bakımlılıklarının dışında çağrıştırmayan “iyi” anneler, “uyumlu” eşler ve kadınlıkları her şeyin önünde tutulan meslek sahibi kadınlar olarak kurgular (2010: 194). Eğitim durumları ya da mesleklerine yalnızca bölüm başlangıçlarında değinilir. Sohbet esnasında da eğer bir destek olacaksa gelinler mesleklerine de değinir. Onun dışında yalnızca “iyi gelin” olma kriterleri konuşulur ve yarıştırlır. Bu kriterlerden en önemlilerinden biri de temizliktir. Program ilk bölümlerinde daha yoğun olarak temizlik konusuna eğilmiştir. Zamanla temizlik değerlendirilen bir ölçüt olmaktan çıkmıştır. Hâlbuki toplumda genel bir kabuldür ki iyi gelin olmanın yolu temiz olmaktan geçer. Program başlangıçta bu durumu kullansa da medyatik kaygılarından olsa gerek bu tutumundan vazgeçmiştir. 1. Bölümde misafir gelinler temizlik açısından kontrol edecekleri yerleri bile bölüşmüşlerdir. Ev gezmesine geçildiğinde her biri ayrı bir yüzeye parmak sürerek temizlik kontrolü yapar ve ev sahibi gelini eleştirirler. İlk haftalarda temizlik üzerinden eleştirmek o kadar yoğundur ki yabancı gelin katılımcı “Gelin temizlikle olur, Maldivler’e gitmekle değil.” (3. Bölüm, Nurdan Gelin) şeklinde iyi gelin olmamakla itham edilmiştir. Aynı şekilde evi pis bulunan bir diğer

<sup>6</sup> Bu konuda daha fazla bilgi için Bekir Şişman’ın Türk Kültüründe Evlilik adlı çalışmasına bakılabilir



gelin “Pis değilim. Çalışan bir kadınıam.” (4. Bölüm, Filiz Gelin) şeklinde kendini savunsa da “Ev hanımı olamazsın sen çalış.” (4. Bölüm, Dilek Gelin) yargılamasından kurtulamaz. Çünkü bu program kariyerlerin değil gelin olmanın yarıştığı bir programdır ve profesyonel anlamda en iyi dahi olsan bu iyi gelin olduğun anlamına gelmemektedir. Zaten Geçer’in de belirttiği gibi kadına yönelik neredeyse bütün basın- yayın gruplarındaki reklam, moda, ev dekorasyonu, mutfak ve makyaj bölümlerinde pazarlanan asıl konu, başarılı, hayatından zevk almayı bilen; alımlı ve cazibeli bir kadınlık konusudur (2015: 163). Ayrıca programda gelinlerin kendilerini tanıtırken dahi mesleklerine çok değinmedikleri, bir cümle ile geçiştirdikleri ancak evlilik hikâyeleri, nasıl hamarat ve iyi gelin oldukları ile ilgili dakikalarca konuştukları gözlenmektedir. Bu programın beklentisidir ancak yine de yapım kadını yalnızca “gelin” olarak yansıttığı için eleştirilmektedir. Programda yarışmacıların kariyerlerine dair pek bir şey göremiyoruz çünkü format bunu beklememektedir. Çalışan kadına değil ev hanımına odaklanılmıştır. Dolayısıyla yarışmacılardan beklenen de evdeki “maharet”lerinin sergilenmesidir.

## GÖSTERİŞ TOPLUMU<sup>7</sup>

Gelin Evi başlangıcından bugüne gelinlerin gösterişlerini yarıştırdıkları bir program olmuştur. Gelinlerin en büyük savaşı en çok harcama yapmak, en çok altına sahip olmak, en gösterişli düğünü organize etmek, en unutulmaz evlenme teklifini almış olmak gibi konularda olmaktadır. Geleneksel Türk kültüründe “ayıp” kabul edilen birçok şey programda alenen söylenmekte ve sergilenmektedir. Örneğin yarışmacılar misafirlğe gittikleri evlerde her şeyin fiyatını sormakta ve ev sahibi teker teker bu fiyatları söylemektedir. Toplumda kabul görmeyecek bu davranış programda normalleştirilmektedir. Sosyal hayatta “ayıp” sayılabilecek bir şeylerin fiyatını sorma ya da aynı şekilde sahip olunan eşyanın fiyatını söyleme Gelin Evi formatında sıradanlaştırılmış gelinlerin kendini ispat etme alanı hâline gelmiştir. Gelinler düğünde yaptıkları masraflarla, evlenme teklifinin şaşaalı olmasıyla, en çok altına sahip olmakla yarışır duruma gelmişlerdir. Örneğin 4. bölümde “Gelin dediğin altın olur.” (4. Bölüm) kabulü dillendirilmiş ve diğer gelinlerden onay görmüştür.

Bu durumun toplumda da kabul edildiği düşünülebilir ancak yine de program altınları takmaya gelinleri daha fazla teşvik etmektedir. “Normalde takmam.” (134. Bölüm, Özge Gelin) denilerek düğün altınlarını yarışmak için takan birçok gelin programda görülmüştür. Programdaki “yeni gelinler gösterişli olur” algısı yalnızca altınlar ile de sınırlı kalmamış ayrıca gelinlerin dekorasyonlarının da olabildiğince abartılı olması beklenmiştir. Eğer değilse “Gelin evi salonu gibi değil.” (246. Bölüm, Derya Gelin) gibi eleştiriler almıştır. Benzer bir şekilde “Kaftan olsaydı daha gösterişli olurdu.” (356. Bölüm, Rümeyza Gelin), “Gösterişli diye tercih ettim.” (650. Bölüm, Arzu Gelin), “Bindallı düz olsun istemedim. Bir kere evleniyorum ya abartayım istedim.” (247. Bölüm, Büşra Gelin) gibi ifadeler bize gelinlerin gösterişe düşkün olduğunu göstermektedir. Bu durum her ne kadar gerçekte yeni gelinlerin marifetlerini sergilemek istemeleri ya da Türk kültüründe misafire hep en iyinin, en güzelin kullanılmasını işaret etse de bir o kadar da medyanın istekleri doğrultusunda gelin algısının şekillendiği de düşünülebilir. Aynı şekilde toplumda olumsuz kabul-lerden olan “israf” programda adeta olumlanmakta ve hatta özendirilmektedir. Oysaki israf hem Türk kültüründe hem de dinen yanlıştır. Geleneksel ailelerde gelinler kayınvalideler tarafından tutumlu oldukları kadar sevilir ve takdir edilirlerken Gelin Evi programındaki gelinler harcamaları ile ön plana çıkmaktadırlar. O kadar ki diğer gelinler tarafından “saçıp savurmuş” şeklinde eleştirilen

<sup>7</sup> Kavram Guy Debord'un Gösteri Toplumu kavramından bağımsız olarak kullanılmıştır. Yapılan okumalar çerçevesinde tarafımda özgün olarak tercih edilmiştir.

bir gelin bile programa katılan kayınvalidesi tarafından “Gelinim tasarrufludur.” (653. Bölüm, Elif Gelinin kayınvalidesi) denilerek savunulmuştur. Zaman zaman az harcama yapan gelinler takdir edilse de programda asıl beklenen fiyatı ne olursa olsun fazlaca gösteriş yapılmasıdır. Yapılan harcamaların gerekliliği ise tartışmaya açıktır.

Reality şov programlarının hemen hepsinde görülen ve Gelin Evi’nde had safhaya ulaşan teşhircilik “geleneksel” değerleri yansıtmak amacıyla yola çıkan programın en çok eleştirilen yanısıdır. Gelenekteki “ayıp” kabulünün yok sayıldığı ve herkesin en özeline kadar ekrana taşıdığı program geleneği gelenekten yola çıkarak bozmakla, yanlış temsil etmekle eleştirilmektedir. Yıldırım Kaya’nın en geniş izleyici kitlesine ulaşmak için, yaşam kesitlerinin, hiç saklısız gösterildiği, çoğunlukla aşırılıklar içeren, bir çeşit röntgencilik ve teşhirciliğin tatmine yarayan bu tarz programların başarısı yeni yüzyılın medya hikâyeleri olmalarından kaynaklanmaktadır. Yazar Salman Rushdie reality tv programlarının izlenme nedenini, bireylerin, kendilerinden olan hakkında bir şeyler söyleyebilmesi olarak göstermektedir. Rushdie, reality tv programlarının bayağı bir narsizm olduğunu; yarım meşhur, yarım çekici, yarım insanlar olarak tanımladığı, bu tür programlardaki karakterlerin tuhaf durumlar karşısında sıradan yaşamı oynadıklarını söylemektedir (2011: 131) şeklinde aktardığı bu durum izleyicilerin ekranlarda kendilerini görmek istediği için yayınların her türlü gösterime hakkı olduğunu savunsa da yayınların içerikleri her topluma göre farklılık gösterir. Birçok dizi farklı toplumlarda izlense de reality şovlar her topluma kendilerine özgü içeriklerle sunulurlar. Gelin Evi de Türk toplumuna hitap eden bir yayındır ancak fazla “gösteri” yapması eleştirilmektedir. “Mutaassıp Türk halkının zarif gelinlerinin yatak odalarını kamuya açtıkları program” (haciz mahallinde tango, ekşi sözlük) şeklinde yapılan yorum programın aslında çok da “iyi gelin” temsili olmadığını, normalde özel hayatın herkese gösterilmeyeceğini ve bu durumdan şikayetçi olan kişilerin olduğunu göstermektedir. Sonuçta Mutz ve Martin’in deyişiyle geleneksel yaşamın egemen olduğu dönemlerde insanların geleneksel biçimde giderdiği sayısız alışkanlığın yerine modern biçimler gösteren medya, bu yolla toplumsal yapıları ve örüntüleri değiştirmekte, bazı grupların hoşlanmayacağı veya onaylamayacağı sonuçlara yol açabilir (Mutz ve Martinden aktaran Cereci ve Özdemir, 2015: 7). Programdaki kişilerin her şeyini çekinmeden göstermesi gündemi meşgul etmiş, çeşitli mecralarda son dönem “gösteri çağı” insanları sık sık eleştirilmiştir. Nurdan Akıner ve Şükriye Eren’in evlilik programları ile ilgili çalışmasından hareketle bu program türlerinde, mahremiyet kavramı bir kenara bırakılır ve insanların özel hayatları bir tüketim malzemesi haline dönüştürülür. Televizyon ve özellikle bu programlar bu açıdan birçok kitle iletişim aracından farklıdır. Programda birden fazla kişiye, birden fazla hayata ve birden fazla hikâyeye yer verilir. Bu kişiler halkın içinden gelerek özel hayatlarını anlatırlar ve böylelikle aslında geçici birer stara dönüşürler (2012: 19). İzleyici de ekrandaki “geçici starlar” ile kendini bağdaştırarak bilinçli ya da bilinçsiz onlar gibi olmaya başlar. Program ayrıca kadını düşkün göstermek, ataerki düzeni devam ettirmek, israfa özendirmek gibi yönlerden de çokça eleştiri almaktadır. Bu durum son dönem medya okumalarında sıkça dikkat çekilen bir noktadır. Geçer’in aktardığına göre Türkiye’de 90’lı yıllardan sonra kadının medyadaki ele alınışı ile ilgili araştırmalar hız kazanmış, medyadaki cinsiyetçilik kodları analiz edilmeye çalışılmıştır. Medyada kadın ile ilgili araştırmaların sonuçlarının da kadının toplumdaki yerinin bir yansıması olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar kadın ve erkeğin toplumsal cinsiyetçiliğine dayalı olarak geliştirilen kalıp yargıları içermektedir. Bu da kadına yönelik cinsel ayrımcılığın göstergesidir (2015: 162). Gelin Evi de kadının toplumdaki konumunun sergileyen bir programdır. Yapımcı ile yapılan görüşmede de yapımcı “evde, aile içi yaşamda klasik, cinsiyetçi rol dağılımının sürdürüldüğü bir program” olarak tanımlanmıştır. Geçer, günümüzde bireysel ve sosyal anlamda kadın “sorunsal”ını tartışırken; medyanın kadın hareketlerinin gelişimi süresince sürekli tepkilerin hedefi olduğunu belirtmektedir. Medyanın kadına daha çok özgürleştirici rol sunması ve “kadının toplumdaki yerine” dair tartışmalara olumlu katkıda bulunması beklenirken; toplumda var olan kadın anlayışını perçinleştirdiği, bazen pozitif katkıları görülse de kadının bir şekilde istismar edil-

mesine tümüyle karşı çıkmadığı için eleştirilmiştir (2015: 162). Kadının yerini olumsuzlama durumunun kendini en çok gösterdiği içeriklerden biri televizyon dizileridir. Fidan Uğur Çerikan'ın ilgili makalesindeki örneklerde de görüldüğü gibi bu yapımlarda genellikle zengin adam- fakir kız aşkı görülmekte, yalıt zenginlerinin yaşamlarından kesitler sunulmakta ve izleyicilere sosyoekonomik konular düşündürülmekten ziyade gösterilen hayatların ulaşılması gereken hayatlar olduğuna inanmaları amacı güdülmektedir. Topluma yüklenmeye çalışılan lüks tutkusu dizilerin kapitalizme hizmet eden, tek tip bir toplum yaratma çabasının bir ürünü olarak da kendini göstermektedir (2020: 2090- 1091). Gelin Evi de benzer bir şekilde kadının konumunu eleştirerek değil bu konumdan faydalanarak reyting kazanma amacına ulaşan bir programdır ve bunu geleneksel değer yargıları üzerinden yapmakta olduğu iddiasındadır. Thompson Medya ve Modernite adlı çalışmasında bu durumu “geleneğin yok edilmesi” olarak tanımlar ve medyanın gelişmesinin geleneğin çöküşüne öncülük yapmamışsa bile köklü bir şekilde dönüştürdüğünü söyler. Thompson'a göre medya ve gelenek ilişkisinin artması sonucunda gelenek ritüelsizleştirilmiş, kişiliksizleştirilmiş ve yersizleştirilmiştir (Thompson 2019: 241- 243). Gelin Evi de kültürden faydalanan bir program olmakla beraber kültürü dönüştürmüştür.

Programdaki fazla gösteriş durumu kendini aile ilişkilerinde de gösterir. Örneğin gelin ve kayınvalidesi arasındaki ilişki yıllardır tartışılmaktadır. Genel görüş olumsuz olsa da kayınvalidesi ile iyi geçinen gelinler de vardır. Gelin Evi programında da kayınvalideler sık sık programa bağlanıp fikir beyan ederler. Bu yorumlar daha çok gelini seçmek ve yemek konusundadır. Gelinler ve anneler arasında hiçbir sorun görülmezken benzer bir şekilde damatlar ve kız anneleri arasında da hiçbir sorun görülmez. Muhtemeldir ki bu durum yine gelinlerin “iyi gelin” olmalarından kaynaklanmaktadır. Hatta bazı gelinleri yarışmaya kayınvalideleri yönlendirmiştir. Gelinler ve kayınvalideler arasında mobilya seçimi, yemek yapmak, saygı gibi hiçbir konuda sorun yoktur. “Gelinim eyeye de gelir semere de.” (651. Bölüm, Asiye Gelinin kayınvalidesi) gibi ifadelerle gelinlerin hem köy işinden hem şehir işinden anlaması konusu gurur kaynağı yapılabilmektedir. Çünkü netice itibarıyla Vargel Pehlivan'dan aktaracak olursak televizyon geleneksel cinsiyet kalıplarının devam etmelerini sağlamaktadır zira başat toplumsal değerleri yansıtmaktadır. Bu değerleri yansıtırken, onları “doğal” olarak sunarak aynı zamanda onları pekiştirmektedir (2016: 48). Ancak unutulmamalıdır ki medya bir gösteri aracıdır ve bu programlar her ne kadar gerçek hayatı temsil ettiğini “iddia” eden reality şovlar olsalar da bir kurgunun ürünüdürler. Bu anlamda Yıldırım Kaya'nın deyişiyle reality tv gerçek hayattan kesitler sunarken bir yandan bu gerçekliği yok ederken, bir yandan da yeni bir gerçeklik üretmektedir (2011: 134). Gelin Evi de gerçek değerler olan düğün, çeyiz, gelin gibi kavramlardan yola çıkarak kendi gerçekliğini yaratmış ve “medyatik gelinler” denilebilecek, bugün algı kısmen değişse de geleneksel toplumda çok da kabul görmeyecek kendi gelinlerini üretmiştir. Benzer durumlar eşler arası diyaloglarda da görülmektedir. Belki de hiç romantik olmayan bir koca romantik hareketleri ile ön plana çıkarılmakta ya da aslında çok da sevilmeyen görünmeden arkadaş gibi bahsedilmektedir.

## SONUÇ

İncelenen Gelin Evi programında “iyi gelin” olma ölçütlerinden en çok çeyizin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Ancak gelinler çeyize sahip olsalar bile çeyize ya hiç emek vermemiş ya da çok az katkı sağlamışlardır. Bu da kültürel anlamda “hamarat” olması beklenen gelinin artık yalnızca “sahip” olmakla övündüğünün bir göstergesidir. Ancak yine de çeyize romantik bir anlam, nostaljik bir değer verildiği tespit edilmiştir. Çeyiz adeta “modern” gelinlerin kökleri ile kurduğu bir bağ görevini üstlenmiştir. Aynı şekilde sunum bölümünde yeni gelinlerin çoğunun yalnızca sofraya düzeni ile övüldüğü ancak yapılan yemeklerde emeğinin çok az olduğu görülmektedir. Program-

da öne çıkan bir diğer unsur “gösteriş” konusudur. Bütün gelinler en çok parayı harcamakla, en şatafatlı düğünü yapmakla, en çok altını toplamakla iyi gelinliklerini ispat yarışına girişmişlerdir. Bu da aslında gelenekte olumsuzlanan israfın Gelin Evi’nde teşvik edildiğini göstermektedir. Bu durum “geleneksel” değerlerden yola çıkan medya ürünlerinin aslında kendi değer yargılarını oluşturduğunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gelenekte olumlu değer atfedilen hamaratlık, iyi gelin olmak, sevilen gelin olmak, tutumlu gelin olmak gibi olgular programda dönüştürülerek sergilenmektedir. Geleneksel toplumda gelinin tutumlu olması, hamarat olması, doğurgan olması gibi özellikleri ön plana çıkarılırken programda tam tersi gelinler boy göstermektedir. Artık programın yayın içinde kendi doğrularını oluşturmakta olduğu tespit edilmiştir. Bunlar bol altınlı olmak, en şaşaalı düğünü yapmak, eşi ve kaynanası tarafından ne kadar çok sevildiğini göstermek gibi durumlardır. Gelinler bu olguları adeta birer iktidar sembolü olarak görürler ve bunlara sahip olmakla “iyi gelin” olma meşruiyetlerinin kanıtladıklarını düşünürler. Yarışma format gereği bu ve benzer değerleri yarıştırdığı için her şey ekranlar önünde paylaşılır. Programın bu yönü fazlasıyla eleştiri almaktadır çünkü kültürdeki mahrem ve ayıp algılarını yok ettiği göze çarpmaktadır. Gelin Evi programı gelinlerin “görgü”lerini yarıştıracakları iddiası ile yayınlanan ancak “görgüsüzlük”te yarışılan bir program durumundadır.

Sonuç olarak yukarıda sözü edilen tüm bu durumlar televizyon özelinde kitle iletişim araçlarının son derece güçlü bir dönüştürme aracı olduğu, başta kadınlar olmak üzere izleyicilerin algılarını etkilediği görülmektedir. Bu durum insanların var olan değer yargılarını ve geleneksel olguları daha da içselleştirirken bir yandan da yeni kabuller ve değerleri benimsemelerini sağlamakta/sebepl olmaktadır. Böylelikle televizyonun geleneksel kalıpların devam ettirilmesine etkisi yadsınamaz bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktayken aynı zamanda yeni değerleri de topluma benimsettiği kabul edilebilir bir durumdur. Bu bağlamda denilebilir ki Gelin Evi özelinde gündüz kuşağı kadın programları televizyon aracılığı ile kadınların geleneksel değer yargılarında dönüştürücü bir işleve sahiptir.

## KAYNAKÇA

Akiner, N. ve Eren, Ş. (2012). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Evlilik Programları. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 5-6, 1- 20.

Cerenci, S. ve Özdemir H. (2015). Medyanın Toplumsal Gelişimi: Medya Toplumlari. The Journal of Scademic Social Science Studies, 33, 1- 10.

Geçer, E. (2015). Medya ve Popüler Kültür Diziler, Televizyon ve Toplum. İstanbul: Okur Kitaplığı.  
Hatipler, M. (2016). Ekonomik Boyutuyla Görsel Kültür ve Kültür Endüstrisi. İstanbul: Değişim Yayınları.

İlhan, V. ve Usta, D. (2018). Televizyonda Gündüz Kuşağı Programlarında Dönüşüm: Esra Erol’da Orneği”. Erciyes İletişim Dergisi, 4, 571- 598.

Kağıtçıbaşı, Ç. (1982). İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş. İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık.

Lundby, K. ve Ronning, H. (2002). Medya-Kültür-İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması. S. İrvan (Der.), Medya Kültür Siyaset Kitabı İçinde (S. 5-27). Ankara: Alp Yayınevi.

Sağol Yüksekaya, G. (2007). Kalın ve Çeyiz. E. Gürsoy Naskali, A. Koç (Der.) Hediye Kitabı İçinde (S. 396- 406). İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Saktanber, A. (2010). Türkiye’de Medyada Kadın: Serbest, Müsait Kadın veya İyi Eş, Fedakâr Anne. Ş. Tekeli (Yay. HZR.) 1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar Kitabı İçinde (S. 187- 207). İstanbul: İletişim Yayınları.

Şişman, B. (2017). Türk Kültüründe Evlilik. Ankara: Kurgan Edebiyat.

Tekelioğlu, O. (2006). Pop Yazılar: Varoştan Merkeze Yürüyen ‘Halk Zevki’. İstanbul: Telos Yayıncılık.

Thompson, J. B. (2019). Medya ve Modernite. (S. Öztürk, Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Uğur, Çerikan, F. (2020). Televizyon Dizilerinden Örneklerle “Kıskançlığa Dayalı Kötülük” Temsili. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 31, 1088- 1100.

Vargel Pehlivan, P. (2016). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Türkiye’de Gündüz Kuşağı Programlarında Kadın Temsili (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yıldırım Kaya, S. (2011). Reality Tv Programları Gerçekten Gerçek. A. Kotoman, A. Samav Uğursoy, A. Avcı (Der.) Dizim Başladı! Kapat, Sonra Anlatırım Televizyonda Hikâye Anlatıcılığı Kitabı İçinde (s. 115- 142). İstanbul: h2o Yayıncılık.

