

Can, A., Gümüş, B. (2024). Toplumsal cinsiyet rollerinin medyadaki sembolik şiddeti: Gelin Evi örneği, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 29-50.

# TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİNİN MEDYADAKİ SEMBOLİK ŞİDDETİ: GELİN EVİ ÖRNEĞİ

*Symbolic Violence of Gender Roles In The Media: The Example Of Bride's House*

Ali CAN<sup>a</sup>

Burcu GÜMÜŞ<sup>b</sup>

Doi: 10.53281/kritik.1355291

<sup>a</sup>Lisans Öğrencisi, Doğuş Üniversitesi, İletişim Bilimleri, 0009-0001-9099-6256,

<sup>b</sup>Doç. Dr. Burcu Gümüş, Doğuş Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 0000-0003-2643-2744

## MAKALE BİLGİLERİ

### Makale:

Gönderim Tarihi :05.09.2023

Ön Değerlendirme : 09.09.2023

Kabul Tarihi : 27.06.2024

### Anahtar Kelimeler:

Gelin Evi, Gündüz Kuşağı, Toplumsal Cinsiyet, Gösterişçi Tüketim, Sembolik Şiddet

### Key Words:

Bride's House, Daytime Slot, Gender, Conspicuous Consumption, Symbolic Violence

## ÖZET

Bu çalışma, 2015'ten bu yana gündüz kuşağında gösterimde olan Gelin Evi programının Türkiye'deki gelin/kadın kimliğini nasıl yansıttığını araştırmaktadır. Programın ilk yayımlandığı tarihten bugüne kadar toplam 87 bölüm dikkate alınmıştır. Seneler içerisinde bu program özelinde sunulan gelin / kadın kimliğinin sunulmasında değişiklik olup olmadığı, yarışmaya katılan kadınların başta toplumsal cinsiyet rolleri olmak üzere aile ve iş hayatı içerisindeki yerlerine ilişkin bakış açılarının değişip değişmediği incelenmiştir. Seçili program değerlendirmelerinde tarafsız olabilmek için tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan söylem ve içerik analizi ile elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirmelerin sonunda 2015'ten bu yana gelinin / kadının ev içerisindeki rolleri ya da toplumsal cinsiyet rolleri ile ilgili herhangi bir değişik bakış açısının gelişmediği görülmüştür. Programa katılan yarışmacıların Türk örf ve adetlerine belli sınırlar içerisinde ve çoğunlukla göstermelik şekilde hayatlarında yer verdikleri görülmüştür. Ayrıca özellikle kına, söz, düğün gibi seremonilerin Avrupalı geleneklerle harmanlanarak renkli bir senteze dönüştüğü anlaşılmıştır.

## ABSTRACT

This study investigates how the Gelin Evi program, which has been on air during daytime hours in Turkey since 2015, reflects the bride/woman identity in the country. A total of 87 episodes from the program's first broadcast date until the present have been considered. Changes in the presentation of the bride/woman identity specific to this program over the years and whether the perspectives of women participating in the competition have changed in terms of gender roles and their positions in family and work life, among other aspects, have been examined. A random sampling method was used to maintain impartiality in the selected program evaluations. Data obtained through discourse and content analysis, among qualitative research methods, were analysed. At the end of the evaluations, it was observed that there has been no significant change in the perspectives on the roles of the bride/woman within the household or gender roles since 2015. Participants in the program were found to incorporate Turkish customs and traditions into their lives within certain limits and mostly in a symbolic manner. Additionally, it was noted that ceremonies such as henna, engagement, and weddings are transformed into a colorful synthesis by blending with European traditions.

© 2021- e-ISSN 2667-6850

## GİRİŞ

Türkiye'deki gündüz kuşağında yayınlanan televizyon programları cinsiyet ikliminin popüler kültürde nasıl yansıtıldığını, teşvik edildiğini ve yeniden üretildiğini gözlemlemek ve tartışmak için verimli bir platform sağlamaktadır. Ayrıca, bu bağlamda kadın özneliğinin nasıl hayal edildiği de incelenebilmektedir. Gündüz televizyon yayın kültüründe özne olarak kadına uygulanan disiplinlerin ve belirli anlatıların, yaşam tarzlarının ve öznelliklerin televizyon ekranında benimsetildiği ya da dışlandığını görmek mümkündür.

Bu amaçla bu çalışma kapsamında Türk televizyon kanallarında 2015 ve 2019 seneleri arasında yayımlanan ve 2022 senesinden itibaren tekrar hafta içi her gün yayınlanmaya başlayan "Gelin Evi" adlı gündüz TV programına odaklanılmıştır. Bu programda, kadınlar ev içi konulara odaklanan özneler olarak sıkı bir şekilde evlilik çerçevesine yerleştirilmiştir. Yarışmaya katılan yeni evli kadınlar evlilik becerilerini, özellikle "zevкли" bir evin nasıl idare edileceğini ve sunulacağını kanıtlamak için yarışmaktadır. Programda, yeni evlenen kadınlar birbirlerinin evlerini ziyaret etmekte ve evlerini nasıl dekore ettiklerine, nasıl giyindiklerine ve nasıl yemek pişirdiklerine göre diğer bir ifadeyle nasıl bir ev kadını olduklarını gösteren unsurlara göre birbirlerini değerlendirmektedirler. Gelin Evi programında, evli kadınların eşleri için ideal bir evin devamlılığını sağlama ve sürdürme yeteneklerini ve evliliklerini hem ev işlerinde özen göstererek hem de tüketim etiğini yönetme kabiliyetleriyle sürekli olarak düzenleme ve sorumluluk alanı olarak öne çıkmaktadır. Söz konusu programda, kadınlar en zevкли yuvayı kurdukları ve kendilerini ve evlerini mükemmel bir şekilde yönetebilen ideal "gelinler" olduklarını kanıtlamak için yarışmaktadır. Programın genel temasının yarışmacıların arasındaki gerginlik ve kaygı atmosferine dayandığı her bölümde görülmektedir. Özellikle gündüz kuşağında yer alan kadın programları, gündelik yaşamın yönetimini artırmak ve sıradan insanların davranışlarını değerlendirmek ve yönlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca bu programlar hegemonik söylemleri daha da normalleştirme etkisine sahiptir. Gelin Evi adlı program, yeni evlenen kadınlar arasında "ideal kadınlığı" sergilemek için bir yarışmaya dayanmaktadır. Program, "zevke" dayalı gösterişçi tüketimi ideal kadınlığın işaretleri arasında öne çıkarırken, mükemmel bir evi sürdüren ve yöneten ideal bir eş olmanın ayrılmaz bir parçası olarak sunmaktadır. Dünya genelinde yayınlanan diğer kadın programlarına benzer şekilde, Gelin Evi de ideal kadın öznelliklerinin oluşturulmasının merkezi bir unsur olarak gösterişçi tüketim pratikleri etrafında hiyerarşiler ve yarışmalar oluşturulmaktadır. Diğer bir ifadeyle, zevкли tüketim, kadınların birbirleriyle rekabet etmeleri ve ideal kadınlık kavramlarına uyumlarını kanıtlamaları beklenen başka bir alan olarak temsil edilir. Ancak, bu bağlamda kadın özneliğinin düzenlenme şekilleri normalleştirilmiş cinsiyet eşitsizliğini ve kadınların eş ve anne olarak varsayılan rollerini "ideal kadın öznelliği" için temel unsurlar olarak ele almaktadır. Gösterişçi

tüketimin yanı sıra kadın temsillerindeki simgesel şiddetin işleyişi, Gelin Evi programında da görülmektedir. Gelin Evi'nin formatı, yeni evlenmiş kadınların nasıl davrandıklarını, evlerini nasıl yönettiklerini ve dekore ettiklerini eleştiren yarışmacıların yer aldığı dönüşüm programlarına benzerlik göstermektedir. Bu çalışma kapsamında da Gelin Evi özelinde sergilenen “doğru türden kadınlık” performansları ve cinsiyet politikaları bağlamında “ideal kadın özelliklerinin” yapılandırılmaları incelenmiştir.

Gelin Evi’nde ideal kadın olmanın nasıl gösterildiği, program kapsamında gösterişçi tüketimin nasıl tetiklendiği ve sembolik şiddetin nasıl gösterildiği daha önce de çalışılmıştır (Aydın, 2019; Akdemir ve Ünan Gökten, 2016; Çopuroğlu, 2022; Iğın & Kardaş, 2023; Kebel& Inan, 2020; Sayan – Cengiz, 2020). Bu çalışma kapsamında ise özellikle televizyonda gündüz kuşağında yayınlanan kadın programlarında çağdaş Türkiye'nin cinsiyet ikliminin nasıl üretildiği ve yansıtıldığı, özellikle kadın olmaya dair kemikleşmiş etiketlerin gündüz televizyon programlarında nasıl gösterildiği ve en önemlisi de bu etiketlerin 2015’ten bu yana bir değişiklik gösterip göstermediği incelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca gündelik yaşam içerisinde özellikle yeni evli genç kadınlar arasında Türk gelenek ve göreneklerine ilişkin herhangi bir değişimin olup olmadığı gene çalışmanın değerlendirme konuları içerisinde yer almaktadır. Bu noktalar çalışmanın diğer çalışmalardan ayrıştığı kısımları oluşturmaktadır. Buradan hareketle, bu çalışma kapsamında amaç 2015-2023 seneleri arasında programda kullanılan dile dayalı ortaya çıkan sembolik şiddetin, gösterişçi tüketim politikalarının, yeni gelin olan kadınların toplumdaki gösterimlerinde bir değişikliğin ortaya çıkıp çıkmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla 2015-2023 seneleri içerisinde yayınlanan programlardan rastgele seçilerek nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan içerik ve söylem analizleri yapılmıştır. Ayrıca Gelin Evi’nin program formatının hangi anlatı ve söylem biçimlerinin oluşmasına katkıda bulunduğu ve 2015’ten bu yana türsel ve formatsal özelliklerinin değişip değişmediği incelenmiştir. Bu amaçla öncelikle Türkiye’deki kadın programlarının değişiminin nasıl gerçekleştiği açıklanmıştır. Ardından gösterişçi tüketim ve sembolik şiddetin tanımları yapılmıştır. Söz konusu bu kavramların Gelin Evi’nde nasıl yer aldığı ve yıllar içerisinde nasıl değiştiğini gösterebilmek için seçilen bölümlerden elde edilen içerik ve söylem analizleri doğrultusunda değerlendirmelere yer verilmiştir. Böylece gündüz kuşağında yer alan programlarda kadın kimliğine ilişkin benimsenen bir değişimin olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## **1. Türkiye’deki kadın programlarındaki değişim ve kitle kültürünün yaygınlaşması**

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de radyo ve televizyon, tıpkı yazılı basının ilk ortaya çıktığı dönemdeki işlevlerine benzer şekilde, ulusu kültürel olarak birleştirmek işlevine sahiptir. Özellikle devletin ana yayın organı olan TRT’nin temel görevi halkı eğitmektir (Akbulut ve Baştürk Akça, 2005,

s. 44). 1990'larda Türkiye'de özel televizyon kanallarının yayına başlaması yayıncılık anlayışının da değişmesine neden olmuştur. TRT'nin halkı eğitim misyonunu üstlenmesi popüler kültürü dışarıda bırakmasına neden olmuştur.

Türkiye'de 1990'lar, özel televizyon kanallarının kurulması ve medyanın ticarileşmesinin başladığı dönem olarak bilinir. Bu süreç, yayıncılık alanında devletin tekeline kırmış ve medya sektöründe önemli değişimlere yol açmıştır. Bu dönemde yeni televizyon formatları ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu formatların en temel özelliği eğlenceyi ön plana çıkarmasıdır (Çaplı ve Dündar, 1996, s.1377). Türkiye'de ticari televizyon kanallarında ortaya çıkan formatlardan biri de kadın programlarıdır (Akbulut ve Baştürk Akça, 2005, s. 45). Pedagojik kaygılarla hazırlanan televizyon programları, reality şovlar ve eğlence odaklı talk şovlar gibi yeni formatlarla değiştirilmiştir. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren ticari televizyon kanallarında, Oprah tarzı kadınların söyleşi programları (talk şovları) popülerlik kazanmıştır. Yeni ortaya çıkan talk şov formatı, dezavantajlı, kırsal ve/veya düşük sosyoekonomik sınıfa mensup kadınlar için görünürlük sağlamıştır. Ayrıca, devlet televizyonu TRT'nin denetlenen ve kontrollü olarak temsil ettiği gerçeklikle karşılaştırıldığında, özel televizyon kanallarındaki kadınların talk şovları, özel alanda karşılaşılan sorunları, ev içi şiddet, cinsel istismar ve evlilik sorunları gibi konuları ele almak konusunda etkili olmuştur. Ancak, bu sorunlar daha çok bireysel hikayeler üzerinden ele alınmış ve sosyal ve yapısal yönleri ihmal edilmiştir. Televizyonlarda artık evi idare etmeyi, çocuk bakmayı ya da yemek yapmanın püf noktalarını öğreten programların yerini kadınların sorunlarını doğrudan ve sansasyonel biçimde gözler önüne seren televizyonculuk anlayışı almıştır. Kadınların talk şovlarının yanı sıra evlilik ve eş bulma şovları 2000'lerin ikinci yarısında popüler hale gelmiştir (Sayan – Cengiz, 2020, s. 231). Gündüz kuşağında yayınlanan talk şovlardaki evliliklerin ve aile yaşamının karanlık yönlerini ortaya koyan kadınların aksine, izdivaç programları daha güvenli olarak değerlendirilmiştir. 2017'de izdivaç programlarının yasaklanmasının ardından Türkiye'nin gündüz televizyon kuşağında çağdaş Türkiye'de ideal kadın özelliklerinin nasıl olması gerektiğini gösteren programların (Gelin Evi, En Hamarat Benim, Gelinim Mutfakta gibi) yayınlanmasına tanıklık edilmiştir.

Kadın programlarının genellikle sabah saat 10:00 ile öğleden sonra 18:00'e kadar olan zaman dilimine yerleştirilmesi, kadınların ağırlıklı olarak profesyonel iş yaşamında değil de evin içinde konumlandığı kabulüne dayanmaktadır. Program saatlerinin bu şekildeki düzenlenmesinin mantığı ise dikkatleri televizyon programlarının cinsiyetlendirilmiş doğasına çekmektedir. 1990'lardaki TRT programları ile karşılaştırıldığında daha dinamik bir yapıya sahip olan yeni kadın programları çok kısa sürede geniş bir izleyici kitlesine ulaşmıştır. 2000'lerde ise artık tüm özel kanalların sabah saatlerinde

birbirinin muadili niteliğindeki kadın programları yayınladığına tanıklık edilmiştir (Akbulut ve Baştürk Akça,2005, s. 50).

Kitle iletişim aracı olan televizyon bir yandan kitle kültürünün taşıyıcısı ve yayılmasına neden olan aracı olarak değerlendirilirken öte yandan kitle kültürünü üretmek için kullanılan bir araç olarak da ifade edilmektedir (Meder ve Çiçek, 2011, s.72; Şahin, 2011, s. 250). Ev dekorasyonu, çocuk bakımı, moda, yemek pişirmek gibi konu başlıkları kadınların ilgi alanları olarak değerlendirilirken aslında bu alanlar tüketimin en yoğun olduğu alanlardır. Dolayısıyla kadına özgü olarak değerlendirilen ilgi alanlarının tüketerek gerçekleşebileceği düşüncesi öne çıkmaktadır. Bu düşünce kadın programları ile de pekiştirilmektedir. Kitle kültürü ticari kaygılar güden kültür endüstrisi tarafından üretilmektedir. Söz konusu bu kültür eğitici değildir ancak öğreticidir. Asıl kültürden farklı olan kitle kültürü, tekdüze yapısı ile temelde bireyleri kişiliksizleştirirken insan özgürlüklerini de sınırlamaktadır (Aydın, 2019, s. 134).

Gelin Evi programında temelde yeni gelinler ve evleri tanıtılırken aslında gelin/kadın olmaya ilişkin belli karakteristiklerin de öne çıkarılmaya çalışıldığı ve toplumda yeni gelin/kadın ile ilgili yaratılmaya çalışılan bir imaj olduğu iddia edilmektedir. Programda öne çıkarılmaya çalışılan toplumsal cinsiyet rollerinin ötesinde var olan Türk gelenek ve göreneklerinin de aslında özellikle kitle iletişim araçları ile nasıl birer simülasyon haline geldiği ve hibrit bir yapıya dönüştüğü bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde anlatılmaya çalışılmıştır.

## 2. Televizyonun sembolik şiddet yaratmadaki etkisi

Fransız sosyolog Pierre Bourdieu (2014), toplumda hâkim olan bir kültürel sınıfın fikir ve değerlerinin, hâkim olunan bir sosyal gruba kasıtlı olarak (genellikle bilinçaltı yollarla) nasıl dayatıldığını açıklamak için “sembolik şiddet” terimini kullanmıştır. Diğer bir ifadeyle kültür, güç ilişkilerinin devamlılığını sağlama rolü oynamaktadır. Bourdieu, kültürün sembolik şiddetin sistematik olarak yeniden üretilmesine katkıda bulunduğunu iddia etmiştir. Bourdieu’a göre bu durum "yanlış algılama, “yanlış tanıma” süreciyle gerçekleştirilir (Bourdieu, 2014, s. 86). Bourdieu (2014) yanlış tanımayı, insanların, eğitimin insan yaşam koşullarını iyileştireceğine inandıkları bir süreç olarak tanımlamıştır. Eğitim, toplumsal sınıfın devamını sağlamak için bir makinedir. Gerçek bağlamda, eğitim sadece resmi eğitimi değil, diğer öğrenme kanallarını da içerir. Televizyon da bir eğitim alanı olabilir. Çocuklar televizyon programlarından birçok şey öğrenmektedirler. Programı içselleştirir, nesneleştirir ve günlük yaşamlarında dışa vururlar. Belli bir davranışın nasıl üretildiğini öğrenir ve yeni ancak benzer bir davranışı yeniden üretmeden önce tüketirler (Bandura, 1977, s. 123). Yetişkinler de televizyondan öğrenir. İzledikleri televizyon programlarının günlük tekrarları, bilişlerini ve anlayışlarını şekillendirir.

Cinsiyetle ilgili olarak, televizyonda uygulanan sembolik şiddetin çeşitli mekanizmaları bulunmaktadır: İlk olarak, televizyonda gösterilen sembolik şiddetin cinsiyet özneliğini ve nesneliğini şekillendiren normal ve doğal olduğu kabul edilir (Bourdieu, 2014, s. 145). Kimin özne veya nesne olduğu, günlük yapılandırmanın bir meselesidir. İkincisi, cinsiyetin konum ve mizacına göre farklı şekillerde resmedilen işaret, sembol ve anlamlarda görülür. Kadın ve erkeklerin nasıl resmedildiği sürekli olarak işaret, sembol ve anlam kullanılarak gösterilir. Kadınların çiçek, erkeklerin kaplan/aslan olarak tasvir edilmesi, birçok farklı toplumda televizyonda birçok farklı programda sıklıkla görülebilmektedir. Üçüncü olarak, televizyon sembolik hiyerarşiyi yeniden üretir ve ayrımcılık, marjinalleştirme, egemenlik kavramlarını yaratır. Sembolik şiddet, cinsiyet, sosyal sınıf gibi günlük paradigma ve medya televizyon sistemi tarafından nasıl kullanıldığı gibi faktörlerle etkileşime girerek, bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde başkalarının egemenliğini öne çıkarır.

Medya, temsil yoluyla bir şey hakkında anlam inşa etme gücüne sahiptir (Pusposari, 2021, s.55). Benzer şekilde, cinsiyet temsili açısından, medya kadınlar için özellikle cinsiyet rollerini tanımlama yetkisine sahiptir. Kadınların medyada nasıl tasvir edildiği genellikle kadınlar hakkındaki olumsuz önyargıları pekiştirir. Olumsuz kalıplar, kadınlara karşı uygulanan bir tür baskı ve sembolik şiddettir. Sembolik şiddet, yanlış ve önyargılı anlamlar, mantık ve fikirlerdir ve sessizce ve belirsiz bir şekilde başkalarına doğruymuş gibi dayatılır (Pusposari, 2021, s.59). Bu durumda kitle iletişim araçlarının sembolik şiddeti kadınlara karşı yeniden üretmekte olduğunu ve sunulan metinler aracılığıyla ataerkil ideolojiyi sürdürdüğünü söylemek yanlış değildir. Medyadaki kadınların toplumsal ilişkilerdeki tasvirleri, medyadaki kadınlara yönelik sembolik şiddetin bir örneğidir. Bourdieu'ye göre sembolik şiddet, sembol ve anlam sistemlerinin (örneğin kültür) bir grup veya sınıfa dayatılması ve ardından bu dayatmanın haklı görüldüğü şekilde değerlendirilmesidir. Görünmez, nazik, tanınmayan, yükümlülükler, bağlılık, dostluk, hediye, minnet borcu, bilgelik gibi etik değerler tarafından saygı gören tüm erdemler aracılığıyla işler (Mourkabel, 2009, s.118) Bourdieu'nün söylediğiyle uyumlu olarak, sembolik şiddetin “gerçek”e karşı “sembolik” olarak ifade edilmesi, sembolik şiddetin saf bir ruhsal şiddet biçimi olarak algılanmasını ve gerçek bir etkisi olduğunu düşündürebilir. Sembolik şiddet, fiziksel şiddet kadar doğrudan görülemez de son derece tehlikelidir. Gerçekte, psikolojik ve fiziksel istismar gibi daha büyük “gerçek” şiddete yol açar ve bireylerin onurunu, kimliklerini ve özgüvenlerini zedeler. Bu da uzun vadeli etkileri olan, travmatik deneyimler ve daha fazla şiddetin ortaya çıkmasına katkıda bulunan bir döngüyü tetikleyebilir. Sembolik şiddetin görünmez olduğu gerçeği, bu zararlı etkilerin tanınmasını ve mücadele edilmesini zorlaştırabilir.

Gelin evi, Türkiye'nin gündüz televizyonda yayınlanan popüler yarışma programlarına bir örnektir ve kadınları ev içi becerilerde üstün olma isteği ve “doğru tür” feminenliği gösterme

zorunluluğu altında homojenleştirmektedir. Ancak programın katılımcılar arasındaki ilişkilerin dinamiklerini oluşturma şekli, kadınların ortak deneyimleri paylaşma olasılığını önlemekte ve onları programın formatıyla birbirlerinden izole ederek yabancılaştırmaktadır. Ortak deneyimler yerine ayrımlar öne çıkarılmaktadır. Söz konusu bu durum yarışma formatında olduğu için sıradan bir durum olarak değerlendirilebilirse de bu formatta işleyen sembolik şiddet sürecinin varlığını göstermesi açısından çarpıcıdır. Öncelikle bu formatta etkili olan iki sembolik şiddet sürecini görmek önemlidir. İlk süreç, cinsiyete dayalı güç ilişkilerinin nasıl normalleştirildiğiyle ilgilidir. Katılımcılar “gelinler” olarak homojenleştirilir ve bu nedenle cinsiyete dayalı toplumsal düzende ortak bağlara sahip özneler olarak tanımlanmaktadır. Bu sosyal düzenin keyfiyetini sorgulayabilecek veya “mükemmel gelin” olmak için çabanın neden gerektiğini sorgulayabilecek değişimlere yer verilmemektedir. Sembolik şiddetin ikinci süreci, kadınlar arasındaki ittifakların engellenmesi ve hiyerarşilerin teşvik edilmesiyle ilgilidir. Katılımcılar, geleneksel cinsiyet düzeninde ortak bir konumda olsalar da ortak deneyimleri keşfetmek için bir an bile ayrılmamaktadırlar. Bunun yerine, rekabet eden özneler olarak birbirleriyle karşı karşıya getirilmektedirler. Gelin Evi’nde, kadın yarışmacılar kendilerini diğer kadınlardan uzaklaştırmak ve farklılaşmak için çaba sarf ederken zevk ve tüketim kavramlarının merkezi bir rol oynadığına tanıklık edilmektedir.

Gelin Evi’nin her gün izlenmesi inşa edilen anlamın, anlama desenini şekillendirmektedir. Yaklaşık dört yıldır her gün yayınlanan Gelin Evi, Türk televizyon kanallarında 1114 bölüme (bu çalışmanın kaleme alındığı zaman zarfında) ulaşmıştır. Gelinlerin arasındaki ilişkilerin sosyal dinamiklerinde tasvir edilen sembolik şiddet, kadınların sürekli olarak birbirleriyle rekabet halinde olduğu bir sistemdir (Macdonald, 1995, s. 58). Bu rekabette, iki tür kadın yapısı bulunmaktadır: Birincisi zayıf, yumuşak olarak tasvir edilen kadındır. Diğeri ise nispeten güçlü görünen, manipülatif ve maddi durumu diğer yarışmacılara göre biraz daha iyi olan kadındır. Bu iki kategori dışında başka bir kadın yoktur. Bu da Gelin Evi’ndeki kadınların portresinin siyah ve beyaz mekanizmasına dayandığını göstermektedir.

Bu çalışmada sembolik şiddetin temsili, Gelin Evi’ndeki kadın yarışmacıların arasındaki ilişkiler, iletişim biçimleri, diyalog ve işaretler aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Program akışı, mekanlar, karakterizasyonlar, diyaloglar, jestler gibi veriler anlam oluşturan faktörler olarak dikkate alınmıştır. Bu çalışma kapsamında görsel- işitsel metnin düz anlamı ve anlam üreten faktörleri göz önüne alınarak incelenen bölümlerin dizimsel analizleri değerlendirilmiştir. Bu çalışma kapsamında, Türk televizyon programlarında kullanılan işaretlerin ve kodların kullanımı konusunda ilgili alan dizine mütevazı bir kaynak olarak hizmet etmesi umulmaktadır.

### 3. Gösterişçi tüketim

İnsanlar temel fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetleri tüketirler. Ancak toplumdaki kimi kişiler temel ihtiyaçlarının dışında toplumdaki diğer kişileri etkilemek amacıyla tüketimde bulunabilmektedir. Karşı tarafı etkilemek amacıyla yapılan mal ve hizmet alışverişleri bazı kişiler için çok daha önemli olabilmektedir (Güleç, 2015, s.71). Bu tür psikolojik tatmin sağlayan mal ve hizmet tüketimine dayalı harcamalara “Gösterişçi Tüketim” adı verilmektedir. Gösterişe dayalı tüketimin de yapılabileceği iddiası ilk defa Veblen tarafından Aylak Sınıfın Teorisi (2015) adlı kitapta yer almıştır. Veblen, toplum ve ekonomi arasındaki ilişkinin sınıfsal farklılıklara dayalı olduğunu belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle Veblen gösterişçi tüketimi çalışan sınıfta yer alan kişilerin üst sosyal sınıflarda yer alan kişilere benzemek için harcama yaptıklarını iddia etmiştir. Küreselleşmeye bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimler uzun vadede tün insanlığı ilgilendiren bir sürecin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu süreçte bireyler artık sadece ürünlerle değil, ürünlerin cezbedici imajlarıyla ilgilenmeye başlamışlardır. Satın alınan mal ve hizmetler kişinin çevresine sahip olduğu statü ya da prestij bir sağlamasıdır (Güllülü, Ünal ve Bilgili, 2010, s.122).

Gelin Evi katılımcıları arasındaki rekabetin önemli kısmının, evin dekorasyonuna dayalı tüketime dayalı olduğuna tanıklık edilmektedir. Yarışma kapsamından evin kadınlara ait bir yaşam alanı olarak inşa edildiğini görmekle birlikte yeni evli bir kadının söz konusu evini dekore ederken yeterince süslü ve zevkli şekilde evini dekore edip etmediği de değerlendirmelerde bulunulduğuna tanıklık edilmektedir.

Yarışmanın kapsamında evini yeterince zevkli ve süslü döşemediği düşünülen gelinlerin diğer yarışmacılar tarafından “burası yeni gelin evi” dolayısıyla daha fazla ilgi ve özen gösterilmesi gerekirdi şeklinde uyarılar aldıklarına yarışmanın birçok bölümünde tanıklık edilmektedir. Bu noktada da aslında evin güvenli bir sığınak ya da yeni evli kadının seçimlerinin, konforunun öne çıktığı bir yer olmasından ziyade zevk ve gösterişin sergilendiği bir rekabet alanına dönüştüğüne tanıklık edilmektedir. Dolayısıyla Gelin Evi katılımcılarının arasındaki etkileşimin katılımcıların yeni gelin evine yakışacak nitelikteki gösterişçi tüketime dayalı eşyaların yarışına dönüştüğü, gelinlerin de kendilerini bu eşyalar ile kanıtlama mücadelesi içine girdikleri bir yapıya dayanmaktadır.

Yarışma kapsamında yarışmacıların her bir katılımcının ev dekorasyonunu titizlikle incelediklerine tanıklık edilmektedir. Salon özellikle misafirlerin ağırlandığı ana mekân olduğu için gelinlerin zevklerinin sergilendiği bir vitrin konumundadır. Bu sebeple de odanın her ayrıntısına detaylı şekilde yorumların yapıldığına tanıklık edilmektedir. Yapılan yorumlar doğrultusunda özellikle modanın yakından takip edilmesi ve kullanılan renklerin, aksesuarların uyum içerisinde olmasının diğer gelinler



tarafından beklendiği anlaşılmaktadır. Yapılan yorumlar her zaman belli bir nezaket seviyesinde ilerlememekte olup çoğu zaman incitici bir hal aldığı da görülmektedir.

Yarışmacıların tüketime dair rekabetleri sadece dekorasyonla sınırlı değildir. Söz, nişan, kına gecesi düğün, düğün hediyeleri, gelinlik, damatlık, düğün albümleri gibi bütün detaylar katılımcılar tarafından tek tek değerlendirilmektedir. Uygun bir kına, nişan ya da düğünün nasıl olması gerektiği ise asla üzerinde anlaşmaya varılamayan bir konu olarak izleyicilerin karşısına çıkmaktadır. Özellikle düzenlenen eğlencelerin ve törenlerin gösterişli, abartılı olması görgü kurallarından yoksunluk olarak değerlendirilirken fazla sade olanların da katılımcılar tarafından makbul olarak değerlendirilmediği anlaşılmaktadır.

Gelin evi programında kadınlar dış görünüşleri, ev işlerindeki yetkinlikleri, ikram ve sunum becerileri, dekorasyondan giyim tarzlarına kadar sahip oldukları zevkleri ve alışveriş yapmadaki tutumlulukları ile ilgili değerlendirilirken, gelinin merkezde olduğu ve sadece gelinin kurduğu ev sonu mutlu biten bir hikâye şeklinde tanıtılmaktadır. Gelinlerin dekorasyon ve tasarımdaki zevkleri gösterişçi tüketim unsurlarını ön plana çıkarmaktadır. Mobilya ve dekorasyona ilişkin yeni trendlerin yarışmacılar tarafından takip edilmesi gerektiğine ilişkin vurgular ya da sadece yarışma programı için alınmış olan ev ve mutfak aksesuarları yeni gelinlerin tüketim dünyasındaki varlıklarını ispat için bir gösterge haline gelirken değişen gelin tipine ilişkin dinamikleri de gözler önüne sermektedir. Program formatında yeni evlenen kadınların evlilik süreçleri, yaşam tarzları ve gelin olarak üstlendikleri roller hakkında birçok detay gözler önüne serilmektedir.

#### 4. Yöntem

Çalışmanın araştırma kısmını tamamlamak için Gelin Evi'nin ilk yayınlandığı sezon olan 2015 ile bu çalışmanın yazıldığı 2023 seneleri arasında yayınlanan programlar tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Toplamda 87 program incelenmiştir. 2023 yılında bu çalışma yazılırken Gelin Evi'nin 7 programı yayınlanmıştır. Dolayısıyla 2023'e gelene kadar her sene 10 program dikkate alınmışken 2023'te yayınlanmış olan 7 program dikkate alınabilmiştir. Dikkate alınan programlar nitel araştırma yöntemleri içinde yer alan içerik ve söylem analizleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

İçerik analizi, yazılı, işitsel veya görsel gibi farklı formatlarda oluşturulmuş metinlerden anlamlar çıkarmak için analiz etmek için kullanılan bir yöntemdir. İçerik analizi yönteminden, özellikle, iletişimde öne çıkan kalıpları nesnel, sistematik, tümdengelim dayalı bir şekilde önceden belirlenen kriterler dikkate alınarak değerlendirmek için faydalanılır (Metin ve Ünal, 2022, s.285). Söz konusu bu yöntemdeki temel amaç elde edilen veri setindeki bilgiyi sistematik olarak azaltmaktır (Tavşancıl ve Aslan, 2001, s.185). Bu yöntemde bilginin içeriğine odaklanılır (Gül ve Nizam, 2021, Ö188).

Önceden belirlenen içerik analizi ilkelerinin takip edilmesiyle incelenen veri, metnin altında yatan gizli ya da ikincil anlamlar belirlenerek var olan sosyal gerçeklik hakkında çıkarımlara ulaşılabilmektedir (Metin ve Ünal, 2022, s. 275). Yapılan bu çalışma kapsamında belirlenen temel sorular ve kavramsal çerçeve dikkate alınarak, araştırmacılar elde edilen veri setini ayrı ayrı değerlendirmiş ve ortaya çıkardıkları kodları karşılaştırmışlardır. Böylece kategoriler net bir şekilde belirlenmiştir. Elde edilen kategoriler bu konuyla ilgili yapılan diğer çalışmalarla kıyaslandığında benzer başlıkların elde edildiği görülmüştür. Bu da aslında çalışmanın güvenilirliği ve geçerliliğinin sınanmasını sağlamıştır. İçerik analizlerinde veri setinin içerisinde belirlenen önemli temalardan kategoriler oluşturularak toplumsal gerçeklere ilişkin çeşitli betimlemeler yapılabilmektedir. Nitel içerik analizi çalışmalarında yer alan betimleyici ve açıklayıcı sorular sayesinde elde edilen içeriğin görülen boyutlarının yanı sıra gizil mesaj ve iletilerine de ulaşılabilmektedir (Metin ve Ünal, 2022, s. 275).

Çalışma kapsamında yapılan içerik analizi ile belirlenen sorunsallar toplumsal cinsiyet, tüketime dayalı teoriler ve sembolik şiddet kavramlarının yardımıyla değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında spesifik örneklere yer vermek yerine genel değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu çalışma kapsamında söz konusu değerlendirmeleri desteklemek için gerekli görülen noktalarda spesifik örneklere yer verilmiştir. Programın web sitesinde 2015'ten itibaren yer alan program kayıtları dikkate alınarak 2015'ten bu yana Gelin Evi'ndeki değişen konseptler, trendler ve söylemler incelenmiştir. Yapılan analizden elde edilen sonuçların, gelecekte yapılacak çalışmalara yön göstermesi hedeflenmektedir.

Çalışma kapsamında sembolik şiddeti değerlendirebilmek ikinci yöntem olarak söylem analizi kullanılmıştır. Söylem analizi, bağlamını dikkate alan bir yöntemdir (Gül ve Nizam, 2021, Ö186). Çalışma, toplam 1114 bölüm arasından tesadüfi örneklem yöntemi ile rastgele seçilen Gelin Evi bölümlerinin söylem analizine dayanmaktadır. Söylem analizi, hâkimiyete dayalı ilişkilerinde gömülü olan ve hiçbir şekilde hâkimiyet gibi görünmeyen, rıza gösterilerek kabul edilebilen sembolik şiddeti ortaya çıkarmak için kullanışlı bir araç seti sağlamaktadır (Sayan – Cengiz, 2020, s.239 -240). Ayrıca, söz konusu yöntem söylemle ilişkili olarak öznenin inşa süreçlerini anlama konusunda da yardımcı olmaktadır (Sayan – Cengiz, 2020, s.240). Bu nedenle söylem analizinin Gelin Evi'nde teşvik edilen "ideal kadının" Türkiye'nin cinsiyet iklimini saran yapısında nasıl inşa edildiğini analiz etmek için özellikle uygun bir yöntem olduğu düşünülmektedir. Çalışma kapsamında rekabetçi, gergin ve kısıtlayıcı bir atmosfer yaratan program formatında, katılımcıların birbirlerine yönelik yaralayıcı yorumlarda bulunduğu ve birbirlerini kınayarak kendilerini ayırt etme çabası içinde açıkça ortaya çıkan daha sembolik şiddet biçimleri de tartışılmıştır.

## 5. Bulgular

Show TV'nin Gelin Evi program sayfasında program tanıtımı "Birbirinden hamarat ve iddialı gelinlerin kıyasıya yarıştığı, çekişmenin ve kahkahanın eksik olmadığı, ekranların en renkli ve eğlenceli yarışma programı" olarak tanımlanan Gelin Evi aynı zamanda "Her gün birbirlerinin evlerine konuk olan gelinler sunumları, misafirperverlikleri ve ev dekorasyonları ile her hafta tam 50 bin lira kazanma şansı yakalıyor" şeklinde yer almaktadır. Programın Youtube sayfasında yer alan içerik tanıtımı "Şahane gelinlerin buluşma noktası Gelin Evi... Nasıl bir gelinsiniz? Bir kadın olarak yeterince bakımlı mısınız? Saç ve makyajdan, kıyafetinize ne kadar iddialısınız? Peki ya ikramlarınız, konuk ağırlamanız? Ne kadar hamaratsınız? Mutfaktaki hünelerinizden ev dekorunuza, moda anlayışınızdan gelenek göreneklerimize kadar yeni gelin olarak her konuda yarışacaksınız. Ve bir ilk... Bu yarışmada çeyiziniz de düğün fotoğraflarınız ve videolarınızda görücüye çıkacak" şeklindedir. Bu açıklama Gelin Evi'nin yarışmacı özelliklerini ve yarışmacılardan beklenenlerin ne olduğunu ortaya koymaktadır.

Programın Youtube hesabın 256.000 takipçisi bulunmaktadır. Söz konusu platformdan paylaşılan vidoların 349,065,070 defa izlendiği görülmektedir. Instagram'daki takipçi sayısı 305.000 ve 13.470 paylaşım sayısının olduğu görülmektedir. Söz konusu bu detayların belirtilme sebebi ise programın sosyal medya mecralarında da yüksek takipçiye sahip olduğudur. Bu hesaplardan yapılan fragman ve video paylaşımlarının yorum ve beğeni sayılarının da yüksek olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle söz konusu program sosyal medyada da yüksek bir etkileşime sahiptir.

Program geleneksel Türk örf ve adetlerine uygun olarak yeni evlenen kişiye hediye götürülmesi ile başlamaktadır. Her ev hediyesini program sunucusu götürmektedir. Götürülen hediyeler her zaman bir evde ihtiyaç duyulacak türden nevresim takımı, bornoz seti vb. şeklindedir. Yarışmacıların da kimi zaman gelen misafirlere ufak tefek hediyeler verdiği görülmektedir. Ev hediyesinin açılması ritüelinden sonra kahve ya da mevsime göre soğuk içecek ikramına geçilmektedir. Özellikle ikram aşamasında, sunulan içeceğin neden ikram edildiğinden öte nasıl sunulduğunun öne çıktığı görülmektedir. Altın, gümüş yaldızlı bardak ya da fincanlarda genellikle danteller, kurdeleler, ikramlık küçük atıştırmalıklar eşliğinde yapılan içecek servisinde misafirler ilk dakikalardan itibaren acımasız değerlendirmelerde bulunmaktadırlar. Söz konusu bu durumun seneler içerisinde hiç değişmediği görülmektedir. Bu aşamadaki çarpıcı nokta, süslü ya da fark yaratmak amaçlı yapılan sunumların misafirler tarafından abartılı bulunmasının yanında görece sade yapılan sunumların özensiz olarak değerlendirilmesidir.

Sunum aşamadan sonra salon, mutfak ve yatak odası teker teker gezilerek misafirler tarafından değerlendirilmektedir. Değerlendirmeye ilk olarak içecek ikramının yapıldığı salondan başlanmaktadır. Söz konusu programın yarışma olması ve herkesin büyük ödülü istemesi tutarsız eleştirileri ve acımasız

yorumları beraberinde getirmektedir. Ancak ev dekorasyonları özelinde ilk programdan bugüne kadar değişmeyen bazı ortak yorumlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki sade, pratik ve gündelik yaşama uygun döşenmiş evlerin ne bu yarışmaya ne de yeni gelin bir kadına yakışmadığıdır. İkinci olarak, yarışmacılar birbirlerinden sahip oldukları yaratıcılık ve dekorasyon becerilerini gösterebilmeleri için farklı mobilyaları bir araya getirerek salon ya da yatak odalarında zevklerini sergilemelerini beklemektedir. Bu sebeple takım olarak alınan mobilyalar yaratıcılığın ya da zevk sahibi olmanın önündeki ciddi bir engel olarak değerlendirilmekte, emek harcanmadığının bir göstergesi olarak düşünülmektedir. Çarpıcı noktalardan bir diğeri ise koltukların küçük olması ya da yemek masasının küçük olmasının misafirler tarafından, programın ilk yayınlandığı 2015'ten bu yana, öğrenci evi yorumunu almasıdır. Yapılan bu yorumlarda evin metre karesinin küçük olmasından ötürü mobilyaların ufak seçilmesi, geçerli bir açıklama olarak kabul edilmemektedir. Evdeki mobilyaların son moda olması ve ev sahibinin en son ev ve mobilya trendlerini takip edebilmesi ise yarışmacıların dikkat ettiği ve önemseydiği unsurlardır. Bununla birlikte izlenen bölümlerdeki evlerin neredeyse hiç birisinde yöresel ya da ev sahibinin kültürünü yansıtan aksesuarlara rastlanmamaktadır. İzlenen seçili bölümlerde dikkat çeken diğer bir nokta ise erkeklerin dekorasyonda yer almasına yapılan eleştirilerdir. Evin tasarımından kadının sorumlu olmasına ilişkin bakış açısı seneler içerisinde değişime uğramayan bir kanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu bu noktalar yani gelinin içecek ikramı, evini dekore etme şekli, yeni trendlerin takip edilmesi, mobilyaların büyük olması bir statü, başarı sembolü olarak öne çıkmaktadır (Kebeli ve İnan, 2020, s.117).

Salondan sonra gelinler ev sahibinin mutfağına gitmektedirler. Genel olarak seneler içerisindeki yorumlara bakıldığında, gelinlerin değişmeyen hayalinin geniş mutfak olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte her bölümde neredeyse istisnasız şekilde program sunucusu mutfağı evin kalbi olarak değerlendirmektedir. Gelinlerin zevklerini, temizliklerini, düzenlerini ve hamaratlıklarını mutfakta da göstermeleri beklenmektedir. Mutfakta market poşetinin görünür olması, kombinin mutfakta dolap içinde olmadan görünür olması, su sebilinin görünmesi ya da meyvelerin açıkta olması yarışmacılar tarafından olmaması gereken rezaletler olarak değerlendirilmektedir. Mutfaklar da aynı salonlar gibi süslü ya da sade olduğunda eleştirilmektedir. İzlenen bölümlerde gelinlerin evin hiçbir yerinde halının olmamasına tahammül edemedikleri görülmüştür. Ama özellikle mutfakta mutlaka kilim ya da benzeri bir yer sergisinin olmazsa olmaz olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır.

Temizlik ve düzen vurgusu puan alabilmek adına yarışmaya katılan kadınların birbirlerini en sert eleştirdiği noktalardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Yeterince temiz ve düzenli olmadığı düşünülen yarışmacılar kadınlık görevlerini yerine getirmediği için ekran başında utandırılmaktadır. Kadın dediğin temiz, titiz ve düzenli olur açıklamalarının gene programın ilk bölümlerinden beri öne çıkartılan

bir unsur olduğu görülmektedir. Kadınların temizlik ya da düzen konusunda utandırılmalarının ya da kınanmalarının televizyonlarda gösterilmesi, toplumdaki diğer kadınların temizlikleri konusunda takıntı geliştirmelerine neden olacağı ya da kadını disipline etmede bir yöntem olacağı düşünülmektedir.

Mutfaktan sonra ise yatak odasına geçilmektedir. Yatak odasının da evin genelindeki gibi mobilyalarının en son moda olması, komodin, makyaj masası gibi tüm detayları içermesi yarışmacılar tarafından beklenilmektedir. Ayrıca makyaj masasının üzerinde dekoratif amaçlı objeler dışında gündelik olarak kullanılan makyaj malzemelerine ya da takı aksesuarlarına yarışmacıların tahammüllerinin düşük olduğu görülmektedir. Yatak odasındaki süs objeler dışında gündelik hayatta kullanılan objelerin mutlaka göz önünden kaldırılmasının gerekliliği birçok bölümde öne çıkmaktadır. Bu da aslında yaşam alanlarının kadınlığın sergilendiği birer vitrin imajını desteklemektedir. Yatak odalarında yarışmacıların en dikkat ettiği ve seneler boyunca değişmeyen bir diğer unsurun yatak örtüsü olduğu görülmüştür. Hemen hemen bütün katılımcılar gelin yatak örtüsünün beyaz ya da bej tonlarda olması gerektiği fikrine sahiptir. Desenli yatak örtüleri gündelik ve özensiz olarak değerlendirilirken yarışmaya katılan hemen hemen tüm gelinler kendinden desenli, tüllü, dantelli, saten gibi gösterişli yatak örtüleri ile yarışmaktadır. Ayrıca yatak örtüsünün mutlaka ütülü olması yönünde bir yaygın kabulün de senelerdir dile getirildiği görülmektedir. Ütünün de temizlik kadar kadını kadın yapan bir unsur olarak öne çıktığı vurgusu senelerdir tekrar edilmektedir. Yatak örtüsünden sonra yarışmacıların evin perdelerinin de mutlaka ütülü olmasına dair beklentileri de gene yıllarca değişmeyen bir söylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Ütünün bir evi gösteren ve kadının titizliğini işaret eden önemli unsurlardan olduğu program sunucusu tarafından da yıllarca tekrar edilerek perçinlenmektedir. Yatak odalarına ilişkin yarışmacıların yaptığı çarpıcı açıklamalardan bir diğeri ise erkeklerin giyinmeyi sevmeyişi ya da alışveriş yapmayı sevmemelerinden ötürü eşyaları için daha az yer ayrılması konusunda genel bir kanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Yatak odası değerlendirmesinden sonra gelinlerin çeyizlerinin incelenmesine geçilir. Yarışmacıların nesilden nesle aktarılan çeyiz parçalarını, örneğin, babaanneden kalan bir seccade, daha değerli buldukları belirlenmiştir. Bununla birlikte makbul olan çeyizin gelin tarafından hazırlanması gerektiği kanısının yıllar içinde hiç değişmediği görülmektedir. Hazır alınan ürünlerin çeyizde bulunmaması ya da başkaları tarafından dikilen ürünlerin çeyiz içerisinde hoş karşılanmadığı anlaşılmaktadır. Söz konusu bu durum hem sunucudan hem de dış ses tarafından da sürekli şekilde vurgulanmaktadır. Bununla birlikte çalıştığı için çeyizini hazırlayamamış olan kadınlar hem diğer yarışmacılar hem de sunucu tarafından eleştirilmektedir. 1104. Bölümde 18 yaşından beri çalıştığı için ev hanımlığını öğrenemediğini belirten bir yarışmacıya sunucu “hem çalışıp hem bunları yapanlar var. Sen onlardan değilsin” şeklindeki yorumundan aslında bir kadının çalışsa bile mutlaka çeyizini

hazırlayabilmesi yönünde bir eleştiri gelmektedir. Bununla birlikte yarışmaya katılan kadınların çok büyük kısmı henüz yeni evli ve genç kadınlardan oluşmaktadır. İzlenen bölümler içerisinde ikinci evliliğini yapmış hiç kimsenin olmaması ya da varsa bile buna değinilmemesi gene şaşırtıcı bir noktadır. İzlenen bölümlerde bütün gelinlerin çeyizinin olmasının yanı sıra aslında bu çeyizleri kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Çeyizde yer alan eşyaların eski moda olduğu ya da evlerinin dekorasyonu ile uymadığı için genellikle baza altlarında tutuldukları anlaşılmaktadır. Ancak gene de gelinler sosyal statülerini, kadınlıklarını belki de gelenek ve göreneklerini, sözde de olsa, devam ettirdiklerini göstermek için hiç kullanmayacakları bir sürü havlu, seccade, oyalı baş örtüleri, masa örtüleri vb. sahiptir ve hepsini itinayla saklamaya devam etmektedirler. Türk gelenekleri içerisinde çeyizin miktarının ve maddi değerinin fazlalığı kız tarafının saygınlığı ile ilişkilendirilmektedir (Usal, 2010; s.161). Dolayısıyla yarışmacılar da kendi statülerini, kadınlıklarını ispatlamak için çeyizlerini saklamaya, yeri geldikçe de sergilemeye devam ettikleri anlaşılmaktadır. Program sunucusu Aslı Hünel'in yıllar boyu çeyizlerin mutlaka değerlendirilmesine ilişkin telkinlerine gelinlerin kulak asmadığı anlaşılmaktadır. Damat için çeyiz içerisinde herhangi bir eşyanın yer almasına gerek olmadığı gene seneler içerisinde değişmeden devam eden bir düşüncedir.

Program formatında yatak odasından sonra tekrar salona gelinmektedir. Bu aşamada ev sahibi gelin tüm hünelerini göstererek misafirleri için zengin bir sofraya hazırlamaktadır. Gelinlerin yörelerine ilişkin yiyecekleri de tanıttıkları bu aşamada masadaki tüm ürünlerin gelinler tarafından hazırlanılması beklenilmektedir. Anne ya da eş dost tarafından hazırlanan yiyecekler makbul olarak değerlendirilmediği gibi yarışmacının hamarat bir kadın olduğuna ilişkin soru işaretlerine neden olmaktadır. Bu aşamada özellikle yabancı gelinlerin kendi ülkelerine özgü yaptıkları yemeklerin çeşitli jest ve mimiklerle beğenilmediği ya da şüphe ile karşılandığı görülmektedir. Yemek masasında da kullanılan tabak çanaklardan hazırlanan yemeklere kadar yapılan eleştiriler acımasızlıklarını korumaktadır. Yarışmacıların neredeyse hiçbirisi ev sahibi olan yarışmacıya emeğinden ötürü teşekkürlerini sunmamaktadır. Yemek aşamasında gene senelerden beri kabul görmeyen bir durum ise erkeklerin yemek yapmasıdır. Eşi aşçı olan yarışmacılar bile evde kesinlikle eşlerine yemek yaptırmadıklarını, erkeğin evde yemek yapamayacağı/ yapmaması gerektiği söylemlerinin sürekliliğini koruduğu görülmektedir.

Yemekten sonra ise gelinlerin evlilik teklifini nasıl aldıkları, söz, kına, bekarlığa veda, nişan ve düğünlerine ilişkin fotoğraflar ve videolar seyredilmektedir. Yarışmacıların hemen hemen hepsinin evlilik yolundaki aşamaları atlamadan tek tek yerine getirdikleri gösterilen video ve fotoğraflardan anlaşılmaktadır. İlk önce evlilik teklifi ile başlanmaktadır. Genel olarak anlatılan hikayeler değerlendirildiğinde tüm damatların evlilik teklifi için ciddi ciddi düşündükleri hatta birçoğunun arkadaş

ya da eş dost yardımıyla prodüksiyon hazırladığı anlaşılmaktadır. Bu da aslında Türk erkeklerinin şaşılacak derecede romantik olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Tabi ki söz konusu prodüksiyon için gene ciddi harcamaların yapıldığı incelenen her programda fark edilen önemli bir detay olarak karşımıza çıkmaktadır.

İsteme ya da söz görüntülerine bakıldığında ise damatların artık sadece çikolatasını çiçeğini ve ailesini de alarak kız istemeye gelmediğini istemenin de kişilerin bütçeleri doğrultusunda dekorasyon ve süslemelerle birer etkinliğe dönüştürüldüğü görülmektedir. Seyredilen özellikle kına eğlencelerinin geleneksel anlayıştan farklılaşarak yurt dışında yapılan bekarlığa veda partilerinin alaturka bir formuna büründüğü görülmektedir. Gelinlerin hemen hemen hepsinin bir organizasyon şirketinden destek alarak kına gecelerini çok daha renkli bir hale getirdikleri anlaşılmaktadır. Söz konusu süreçlerin 2015'ten bu yana nasıl farklılaştığını görmek şaşırtıcı olmakla birlikte kadınların bunu sorgulamadan gene hayatlarına adapte etmeleri de şaşırtıcılığını korumaktadır. Gelin adayının Bindallı giymesi ve kına yakılması adetinin devam ettirildiği hala görülmektedir. Ancak genel olarak bu eğlenceler için uzun uğraşların verildiği yarışmacılar tarafından belirtilmektedir.

Ayrıca bu etkinliklerde kaç kıyafet değiştirildiği de gelinlerin birbirlerine en sık sorduğu soru olarak öne çıkmaktadır. Kınada takı takılıp takılmadığı ya da sonrasındaki nişan, düğün sürecinde ne kadar takı takıldığı ise senelerden beri uzun uzun konuşulan konulardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Davetli sayısına bağlı olarak takılan ziynet ve paraların az ya da çokluğu üzerinde değerlendirmelerin yapıldığı uzun tartışmalara tanıklık edilmektedir. Çok sık rastlanmamakla birlikte kimi evlenen çiftler düğünde topladıkları ziynetleri ailelerine verdiklerini dile getirmiştir. Bu durum genel olarak kabul edilemez bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte kimi çiftlere aileleri tarafından tapu ya da araba anahtarının takılması görgüsüzlük olarak değerlendirilmektedir. Gelinlerin takılan ziynet miktarı ile misafir sayısını karşılaştırması ya da sonrasında elde ettikleri bu ziynetleri nasıl değerlendirdiklerine ilişkin yapılan yorumlar görgüsüzlük olarak değerlendirilmezken düğün hediyesi olarak ev ya da arabanın verilmesinin görgüsüzlük olarak değerlendirilmesinin ayrı bir ironi yarattığı düşünülmektedir. Balayı görsellerinden sonra ise bu süreç tamamlanmaktadır. Tabi ki balayında nereye gidildiği ne kadar kalındığı ne kadar ödendiği, hangi otelde kalındığı şeklindeki tüm detaylarda tek tek sorulmaktadır.

Yarışmacıların salona girdikleri andan itibaren her ürünün tek tek fiyatını sormaları ve alınan bu ürünlerin verilen fiyata değip değmeyeceği ya da kendilerinin benzer bir ürüne ne kadar verdiğine dair tartışmalar 2015'ten beri yapılagelmektedir. Yarışmaya katılan kadınların her ne kadar tutumluluklarına, ev ekonomisine katkıda bulduklarına dair konuşmalar ürünlerin fiyatları değerlendirilirken gündeme gelse de aslında genel olarak tüm katılımcıların yarışma özelinde ne denli masraf yaptıklarını laf

aralarında bahsettikleri belirlenmiştir. Program için yapılan harcamalar özellikle 2023 Ağustos ayında yayına başlayan yeni dönemde daha da göze batmaktadır. Kimi yarışmacılar misafirlerini limuzinle karşılarken kimileri ise buldukları ilin tarihi ya da turistik yerlerini gösterebilmek adı altında bu alanların çevresine misafir masalarını kurmuşlardır. Bütün bunlarla birlikte program özelinde zaman zaman gelinlerin zaman zaman da program sunucusunun kaynaklarımızı dikkatli kullanalım, odadan çıkarken lambaları kapatalım, yemeklerimizi çöpe atmayalım ya da suları dikkatli kullanalım gibi verilen mesajların aslında program formatı içerisinde laftan ibaret olan açıklamalar olarak kaldığını göstermektedir.

Programın 2015'ten 2023 yılına kadar olan genel formatında büyük değişiklikler olmadığı görülmekle birlikte 2023'e kadar, daha önceki çalışmalarda da birçok kez değinildiği (Kebeli & İnan, 2020; Sayan- Cengiz, 2020) üzere, yarışmacılar kadınlıklarını ya da kendilerinden beklenenin ne olduğunu gösterebilmek için birbirlerine verdikleri puanları iğne ile işlerlerken 2023'ten itibaren bunu değiştirdiği görülmektedir. Gene 2023 itibarıyla yarışmanın içerisinde gelinlere bonus hediyeler kazanmalarını sağlayan küçük oyunlarda yer almaktadır. Hafta başında sunucu içinde bir kadının maharetini ve kadınlığını gösterebileceği oyunların olduğu bir cam fanustan o haftanın oyununu seçmektedir. Çorap eşleştirme, pirinçten taş ayıklama söz konusu oyunlara örnek niteliktedir. Formatın yanında kadınların güzellik, kadınlık, eş algılarının değişip değişmediğini anlamakta bu çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır. Yapılan söylem analizleri sonucunda seneler içerisinde yarışmaya katılan kadınların ailenin ve evin kutsallığı konusundaki değer ve düşüncelerinin değişmediği anlaşılmaktadır. Ev ile ilgili her şeyden kadının sorumlu olmasına ilişkin bakış açısının çok değişmediği görülmektedir. Dolayısıyla da toplumsal cinsiyet rollerinin çok değişikliğe uğramadığı görülmektedir. Yarışmaya katılan kadınların hala bakımlı, temiz, titiz, düzenli, iyi yemek yapan, elinden iş gelen, tutumlu kadınlar olması beklenirken çalıştığı için bu maddeleri yerine getiremeyen kadınların başta program sunucusu Aslı Hünel olmak üzere yarışmacılar tarafından mazur görülmediği anlaşılmaktadır. Ancak burada enteresan olan nokta Aslı Hünel'in de aslında çalışan bir kadın olmasıdır. 1000. Program haftası şerefine Aslı Hünel, birincinin ödülünü kendi evinde gelinleri ağırlayarak vermiştir. Bu "jest" sırasında program sunucu Aslı Hünel'in hem yaşam şekli hem de her programda dem vurduğu gelenek ve göreneklere bağlılığa ilişkin açıklamalarını izleyicilerin görme fırsatı olmuştur. 300 metre kare bir evde yaşayan Aslı Hanım'ın evinde halı olmadığı, evin mobilyalarının birbirinden çok farklı tarzlara sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte düğünün yapılacağı otele tek başına gittiği ve hazırlıkları sırasında bile sadece çalışma arkadaşlarının yanında olduğu görülmektedir. Aslı Hünel bu durumu davullu zurnalı evden çıkmadım bu sebeple sizin davullu zurnalı çıkmanız beni çok mutlu ediyor olarak değerlendirmektedir. Ayrıca Aslı Hünel, kınasının Seda Sayan tarafından ve Sayan'ın o dönem yaptığı gündüz televizyon programında yapıldığını belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle program sunucusunun evlilik



seremonisi ve önceki süreçleri programında takip edilmesi gerektiğini her fırsatta vurguladığı geleneksel süreçler ile uyuşmamaktadır. Misafir ettiği yarışmacılar için hazırlanan yemek masasında sadece pilavı kendisinin bir noktaya kadar katkı sağladığını belirten Aslı Hanım'ın, konukları için bahçesinde hazırladığı mangal partisinde de ikramlıklarını önceden ayarlanmış iki kebab ustasının hazırladığı görülmektedir. Hemen her programda halı kullanımının gerekliliğinin ve hatta hangi odaya nasıl bir halı kullanılmasının uygun olacağına dair açıklamaların dile getirildiği Gelin Evi'nde, Aslı Hünel'in kendi evinde halı kullanmayı tercih etmemesi yarışmacılar tarafından sorgulanan tek unsur olarak öne çıkmaktadır. Aslı Hünel, bu durumun alerjisinden kaynaklı olduğunu dile getirmiştir. Yarışmacıların bu bölümde, evin büyüklüğünden, masada hazırlanan lezzetlerden ve masadaki tabak çanakların şekil ve tarzlarından “çok” etkilendikleri için birbirleri için yaptıkları zevksiz, gereksiz pahalı, tutumlu olmayı bilmeyen, elinin lezzeti yok, yemekler kötü, hepsini siz mi yaptınız vs. tarzdaki yıpratıcı söylemlerde bulunmadıkları görülmektedir. 2015'ten bu yana izlenen programlar dahilinde Aslı Hünel'in her ne kadar kadınların mesleklerinin altın bilezikleri olduğu vurgusunu yapsa da, bu durumun kadının ev içindeki işlerini aksatmaması ve her ikisinin de el ele gitmesi gerektiğini belirttiği bir çok programa rastlanmaktadır. Ancak Aslı Hünel 300 metrekarelik evinin temizliğini gerçekten kendisi mi yapmaktadır, geçmişten bugüne hemen hemen her programda dem vurduğu geleneklerine bağlı bir kadın olduğuna dair açıklamaları neden mutfakta, evlilik seremonisinde ya da kız isteme aşamalarında, programlarında vurguladığı şekilde, uygulanmamıştır? Daha da önemlisi yarışmacılar neden bu noktaları sorgulamamaktadır? Seneler içerisinde farklı zevk ve hobilere sahip kadınların örneğin, elektro gitar çalan, tiyatro ile ilgilenen kadınların yeteneklerini programda misafirlerine göstermeleri ya da evlerinde hobilerine ilişkin aksesuarlara yer vermeleri diğer yarışmacılar tarafından gereksiz bir gösteriş olarak değerlendirilmeye devam etmektedir. Ancak Aslı Hünel'in evinde sahne aldığı dönemlerdeki tuvaletlerini göstermesi gene yarışmacılar tarafından eleştirilmemiştir. Bu durum sunucunun işinin bir uzantısı olarak değerlendirilmiş hatta tuvaletler hayranlıkla incelenmiştir. Çalışan kadınların yarışma esnasında “bununla öne çıkmak istemiyorum ama mesleğimi seviyorum” şeklindeki açıklamalarına çok defa tanıklık edilmektedir. Ancak bu durum başta program sunucusu olmak üzere yarışmacılar tarafından da “ev işlerini de çalışma hayatını da birlikte götürmelisin” mesajını içerirken aynı değerlendirmenin neden toplumdaki tüm kadınlar için yapılmadığının sorgulanması gerektiğine inanılmaktadır. Her ne kadar Aslı Hünel yarışmacı olmadığı için düşük puan vermek amacıyla yersiz yorumların yerini hayranlık ifadelerinin alması anlaşılır bir durum olsa da burada anlatılmak istenilen, kadın ya da yeni gelin olmaya ilişkin çok daha başka bir resmin halka gösterilebileceğidir. Kadının gerektiğinde ailesinden veya üçüncü kişilerden ev temizliği, dekorasyon, yemek yapılması konusunda destek almasının bu denli yanlış olmadığı vurgusunun da yapılabileceğidir. Kadının ne olduğu ya da ne olması gerektiğine dair çerçevenin dört yıl boyunca kesin sınırlarla, esnemenen gösterilmesi sonucunda

bunun tam zıddı bir hayat süren sunucunun da eleştirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Neden çalışan bir kadın olan Aslı Hünel'e karşı gösterilen esneklik tüm çalışan kadınlara gösterilmemektedir? Aynı şekilde kültürel değerlerin korunmasında ailenin, çeyiz geleneğinin ya da seremonilerin önemi her programda vurgulanırken ve bu acımasız eleştirilere katkı sunan program sunucusunun aslında bu adımların hiç birini uygulamamasının hayatın Gelin Evi'ndeki kadar katı olmaması gerektiği, kadından talep edilenler konusunda zamana uygun bir şekilde esnekliklerin sağlanabileceği ve belki de farklı değer yargılarını öne çıkarmanın artık zamanı geldiğinin gündeme getirmelidir.

## SONUÇ

Programın yapısı gereği, kadın yarışmacıların sosyal sınıfları, hayata ve ilişkilere bakış açısı ile çalışma hayatı içerisindeki yerlerinden bağımsız olarak, Türk toplumuna estetik bir şekilde kendini ve evlerini tanıtmaları beklenmektedir. Aynı zamanda yemek pişirme, ev dekorasyonu, çeyizin hazırlanmasındaki katkı, temizlik, ikramların sunum şekli, misafir ağırlama gibi başlıklar programda “en iyi gelin” unvanını alabilmenin şartları arasında yer almaktadır. Yarışmacılar bu başlıkları gelinin görevleri olarak değerlendirmekte ve en iyi gelin olduklarını ispat etmek için yarışmaktadırlar. Program kapsamında öne çıkarılan bu başlıklar modern dünyadaki cinsiyetler arası eşitliği ve iş bölümünün göz ardı edilerek, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin desteklenmesine neden olmaktadır.

Bu çalışma temelde Bourdieu'nün televizyonun toplum üzerindeki etkilerini eleştiren bir bakış açısını yansıtmaktadır. Bourdieu, televizyonun simgesel bir şiddet biçimi uyguladığını iddia ederken televizyonda yansıtılan içeriklerin insanların düşünce tarzlarını, değerlerini ve davranışlarını etkileyebileceği anlamına gelmektedir. Böylece televizyon programları aracılığıyla izleyicilere belirli bir dünya görüşü, sosyal normlar ve ilişki dinamikleri aktarabilmektedir. Gelin Evi programı özelinde yapılan açıklamalar ve yaratılan imajın kadına yönelik sembolik şiddetin inşasına katkıda bulunan tüm anlatıları içerdiği görülmektedir. Televizyonda yayınlanan birçok programdan biri olan Gelin Evi, izleyicilerin hemen kavrayabileceği ve özümseyebileceği bir felsefeyi aktarmaktadır. Gelin Evi'nin, kadınların rollerini ve statülerini ataerkil bir zihniyeti teşvik eder şekilde sunduğuna tanıklık edilmektedir. Söz konusu bu durum gizli bir şekilde de gerçekleşmediği gibi yarışmacıların üzerindeki psikolojik etkisini fark etmemek mümkün değildir. Dolayısıyla, televizyon programları tarafından sunulan çeşitli ideolojileri kabul etmek konusunda izleyicilerin daha dikkatli olmaları gerektiğine inanılmaktadır. Hatta temel eğitim seviyesinden başlayarak medya okuryazarlığının ne olduğu ve toplumu nasıl etkilediği ders müfredatlarına eklenmelidir. Zira bugün Türk televizyonlarında verilen mesajların izleyiciler tarafından doğru değerlendirilebilmesi ve eleştirilebilmesi için başlangıç seviyesinden itibaren eğitim müfredatlarında yer almasının önemli olduğuna inanılmaktadır.

Türkiye'de 1980'lerde başlayan neoliberal düzenin etkilerinin devamı 2000'lerde ekonominin hızlı bir büyüme göstermesi, özellikle çevrimiçi alışveriş sitelerinin ve AVM'lerin sayılarının büyük bir hızla artmasına bağlı gelişen alışveriş kültürü, sosyal hayatta özellikle de tüketim alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Burada değişimden kastedilen artık birçok markanın birçok kesim için ulaşılabilir hale gelmesi ya da popüler olan tüketim tarzlarının ve trendlerin alternatif fiyatlarla birçok yerden kolayca edinilmesidir. Başta televizyon reklamları ve programları aracılığıyla ya da sosyal medya uygulamaları ve fenomenleri sayesinde tüketim kültürünün her geçen gün daha da teşvik edildiğini ve bireyleri sürekli olarak daha fazla şey satın alma eğilimi içerisine girdiğine tanıklık etmekteyiz. Neoliberalizm genellikle gelir eşitsizliğini artırmaktadır. Ancak bir program, zenginlik ve lüks yaşam tarzlarını vurgulayarak belirli bir sınıfın gösterişli yaşam tarzlarını romantize ediyorsa, bu durumun neoliberal düzenin yarattığı sosyoekonomik dinamikleri yansıttığını söylemek yanlış değildir. Söz konusu bu açıklamalar özellikle Gelin Evi adlı program için geçerli unsurlar olup yarışmacıların bireysel başarıları evlerine ne kadar harcama yaptıkları ile daha da önemlisi trendleri ne kadar takip ettikleri ile doğru orantılı olarak gösterilmektedir. Bununla birlikte Gelin Evi'nde sürekli olarak vurgulanan geleneksel Türk toplum yapısı ve aile değerleri temelde neoliberal düzene uygun şekilde yeniden şekillendirilmektedir.

Gelin Evi her ne kadar Türk gelenek ve adetlerini ekranda gösteriyor gibi görünse de aslında bir taraftan temel geleneksel değerlere yeterince riayet edilmediğini de göstermektedir. Diğer bir ifadeyle program, izleyicilere Türk kültüründeki kahve ikramı, çeyiz sergileme, kız isteme merasimi ve kına gecesi gibi geleneksel adetleri göstererek izleyicilere bu gelenekleri ve ritüelleri tanıtmaktadır. Ancak, Türk kültürünün içerisindeki daha da önemli adetlerden olan nezaket, misafirperverlik ve mütevazilik gibi diğer geleneksel değerlere yeterince riayet edilmemektedir. Söz konusu bu durum programın ilk yayına girdiği 2015'ten bu yana değişmez şekilde varlığını sürdürmektedir. Gelin Evi temelde bir yarışma programı olmasından ötürü izleyicinin dikkatini çekmek ama bir taraftan da eğlenmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu sebeple program esnasında dramatik anların, çekişmelerin ve rekabetin vurgulanması programın reyting kaygısı göz önüne alındığında normal bir durum olarak değerlendirilse de bu ikircikli durumdan ötürü programların içeriğinin geleneksel değerlerle ne kadar uyumlu olduğu ve izleyicilere hangi mesajları iletmediği dikkatle incelenmelidir.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, H. Ve Baştürk Akça, E. (2005). *Kadın programlarına bir bakış: Kadının sesi ve sizin sesiniz'de tür, anlatı ve format*. İletişim Araştırmaları, (3), 41-73.
- Akdemir A. ve Ünan Gökten, D. (2016). *Ben Stor Perde Sevmiyorum: Gelin Evi ve Düşündürdükleri*. Birikim Sayı, (324), 65-70.
- Aydın, G. (2019). *Kitle Kültürü ve Televizyon: "Gelin Evi" Örneği*. Toplum Bilimleri Dergisi. Özel Sayı, (26), 129 – 151.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Stanford: General Learning Press

- Bourdieu, P. (2014). *Eril Tahakküm*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık
- Çaplı, B. ve Dündar, C. (1996). *80'den 2000'lere Televizyon*. Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi -Yüzyıl Biterken, Cilt:15, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çopuroğlu, M. (2022). *Gündüz Kuşağı Programları Bağlamında Kadın Güçlenmesini Yeniden Düşünmek: Gelin Evi Örneği*. Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi 4 (2), 70 – 85.
- Güleç, C. (2015). *Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1 (38), 62-82.
- Güllülü, U., Ünal, S. ve Bilgili, B. (2010). Kendini Gösterim ve Kişilerarası Etkileşimin Gösterişçi Tüketim Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28 (1), 105-139.
- Ilgın, H. Ö., & Kardaş, M. (2023). *Women's Programs From The Perspective Of Conspicuous Consumption: A study on Gelin Evi (Bridal House) Audiences*. Akdeniz İletişim, (40), 74-92.
- Kebeli, S. & Inan, M. U. (2020). *Gelin Evi'nin Kadınları: Türkiye'deki Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Medyadaki Temsili*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (2), 104-121.
- Macdonald, M. (1995). *Representing Women: Myth of Femininity İn The Popular Media*. London: Arnold.
- Meder, M. ve Çiçek, Z. (2011). *Özel Hayatın Kamusal Alanda Tartışılması: Kadın Programları Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (9), 69-80.
- Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). *İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, AÜSBD Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Özel sayısı, 273-294.
- Mourkabel, N. (2009). *Sri Lankan Housemaids in Lebanon: A Case of "Symbolic Violence" and "Everyday Forms of Resistance"*, Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Pusposari, D. (2021). *The Representation Of Symbolic Violence Endured By The Female Characters in Korean Drama Strong Woman Do Bong*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, (612), 57- 64.
- Sallan Gül, S. ve Kâhya Nizam, Ö. (2021). *Sosyal Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel sayı, (42),1, Ö181-Ö198.
- Sayan Cengiz, F. (2020). *Bridal Anxieties: Politics of Gender, Neoconservatism and Daytime TV in Turkey*. (s. 229- 248). Female Agencies and Subjectivities in Film and Television. Edited by Diğdem Sezen, Feride Çiçekoğlu, Aslı Tunç, Ebru Thwaites Diken. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Şahin, K. (2011). *Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon*. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.1 S.1. 243-277.
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. A. (2001). *Sözel, Yazılı Ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi Ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon.
- Usal, Y. (2010). *Türklerde Çeyiz Sandığının Kullanımı ve Geleneksel Süslemeleri*. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, (1), 157-167.
- Veblen, T. (2015). *Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelemesi*. Ankara: Heretik Yayıncılık.

## EXTENDED ABSTRACT

Daytime television programs in Turkey primarily target a female audience, and it is believed that these programs follow a path that should be associated with transformations in the country's gender climate along with changes in the media field. To observe this change, the program Gelin Evi was examined. "Gelin Evi" has been broadcast on Show TV every weekday since 2015 and has aired over 1000 episodes. Within the scope of this study, 87 episodes have been examined, selected using a random sampling method, from among the 1114 episodes aired from 2015 until today. The program focuses on the real-life stories of individuals, newlywed brides' homes are visited to depict the "new bride" experience from a sociological perspective. Contestants from different regions of Turkey share their

experiences of traditional ceremonies such as marriage proposal, engagement, henna night, wedding, bride's house visit, and showcasing the dowry. The examination of the program aims to investigate how daytime television in contemporary Turkey reproduces and normalizes gender stereotypes specific to the country's gender climate. Furthermore, the study also discusses the significance of the differences created among women through consumption. In this context, the structure of women's programs in Turkey is initially addressed in the scope of the study. Subsequently, the format of the "Gelin Evi" program and the representation of newlywed women in this program are evaluated using insights from studies conducted in the fields of gender, consumption, and symbolic violence. Thus, an attempt has been made to illustrate how traditional rituals from various regions of Turkey are conveyed to the modern world and, particularly, how the relationship between contemporary "brides" and traditions is portrayed. For this purpose, 87 programs aired between 2015 and 2023 were randomly selected, and a discourse and content analysis were conducted on these chosen programs. Within the scope of this study, it has been observed that the contestants' perspectives on traditional gender roles have not changed in programs aired since 2015. Women participating in the competition view domestic consumption as an area where they can exercise autonomy by making their own decisions. They also perceive it as a source of power that they can use "safely" in line with traditional gender roles. The broadcasting of this on television actually perpetuates symbolic violence. Symbolic violence is related to the domination of third parties, whether conscious or unconscious. This domination is also related to how daily paradigms such as gender and social class are used by the media television system and can be employed to influence individuals' thoughts and preferences. Gelin Evi is a television program that is believed to influence its viewers through the messages it conveys within the program and the characteristics it attributes to the contestants who are newlywed brides. Therefore, the program's content, by promoting conspicuous consumption, can lead to changes in Turkish customs and traditions, both in terms of fundamental ceremonies such as marriage proposals, henna nights, weddings, and in terms of basic principles like hospitality, courtesy, and respect for labor. One of the significant findings identified within the episodes watched and considered as irony is Aslı Hünel, who has been the host of "Gelin Evi" for a long time, repeatedly emphasizing in nearly every episode that she is a traditional person who values Turkish customs and traditions. This contradicts her everyday lifestyle. However, contestants appear to overlook this dilemma regarding Aslı Hünel's statements conflicting with her lifestyle. While it is understandable that irrelevant comments aimed at giving low scores are replaced by expressions of admiration, given that Aslı Hünel is not a contestant, what is intended to be conveyed here is that a very different picture of being a woman or a new bride could be presented to the public. It could be emphasized that it is not so wrong for a woman to seek support from her family or third parties when it comes to household cleaning, decoration, and cooking when necessary. Criticism of the host, who leads a life completely

opposite to the rigid framework shown for four years regarding what a woman is or should be, is considered important. Why is flexibility shown towards Aslı Hünel, a working woman, not extended to all working women? Similarly, while the importance of preserving cultural values, family traditions, or ceremonies is emphasized in every program, and the program host contributes to these harsh criticisms, it should be highlighted that the life outside 'Gelin Evi' does not need to be as rigid. It should be brought to attention that flexibility in line with the times can be provided regarding what is demanded from women, and perhaps it is time to highlight different values.

Although 'Gelin Evi' may seem to showcase Turkish customs and traditions on screen, it actually reveals, on the one hand, that there is not sufficient adherence to fundamental traditional values. In other words, the program introduces viewers to traditional customs and rituals such as serving coffee, showcasing dowries, engagement ceremonies, and henna nights within Turkish culture. However, it does not adequately adhere to other important traditional values within Turkish culture, such as courtesy, hospitality, and modesty. This situation has consistently persisted since the program first aired in 2015. Due to its nature as a competition program, 'Gelin Evi' aims to capture the audience's attention while providing entertainment. Therefore, although highlighting dramatic moments, conflicts, and competition during the program can be considered normal given the concern for ratings, the compatibility of the content of the programs with traditional values and the messages conveyed to the audience should be carefully examined due to this ambivalent situation.