



**YÜZYÜZE İLETİŞİMDEN KİTLESEL İLETİŞİME
GEÇİŞ SÜRECİNDE BİR İLETİŞİM FORMU
OLARAK KIZ İSTEME GELENEĞİ:
“GÖZÜM SENDE” PROGRAMI ÖRNEĞİ**

Zuhal ERGÜN

**Yüksek Lisans Tezi
Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı
Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL
2019
Her Hakkı Saklıdır**

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

Zuhal ERGÜN

**YÜZYÜZE İLETİŞİMDEN KİTLESEL İLETİŞİME GEÇİŞ
SÜRECİNDE BİR İLETİŞİM FORMU OLARAK KIZ İSTEME
GELENEĞİ: “GÖZÜM SENDE” PROGRAMI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL

ERZURUM- 2019



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ BEYAN FORMU



27/08/2019

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum "Yüz Yüze İletişimden Kitleli İletişime Geçiş Sürecinde Bir İletişim Formu Olarak Kız İsteme Geleneği Gözüm Sende Programı Örneği" adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim *.

☒ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

[27/08/2019]

ZUHAL ERGÜN

* LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

F-83/00/22.12.2016



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL danışmanlığında, Zuhale ERGÜN tarafından hazırlanan bu çalışma 27/08/2019 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL

İmza:

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Naci İSPİR

İmza:

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin AYDOĞDU

İmza:

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ	VI
TABLolar DİZİNİ	VII
ŞEKİLLER DİZİNİ	VIII
RESİMLER DİZİNİ	VIII
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM İLETİŞİM KAVRAMI

1.1. İLETİŞİMİN AMACI VE ÖNEMİ	4
1.2. İLETİŞİM SÜRECİ VE ÖĞELERİ.....	5
1.2.1. Kaynak.....	6
1.2.2. Mesaj (İleti)	7
1.2.3. Kanal	8
1.2.4. Hedef	9
1.2.5. Geri Bildirim (Dönüt).....	9
1.3. İLETİŞİM SÜRECİNİN İŞLEYİŞİ	10
1.3.1. Tek Yönlü İletişim Süreci	10
1.3.2. İki Yönlü İletişim Süreci	11
1.4. İLETİŞİM TÜRLERİ.....	11
1.4.1. Bireysel İletişim	11
1.4.2. Yüz yüze İletişim.....	17
1.4.3. Kitle İletişimi.....	18
1.4.4. Bilimsel Araştırma ve Kitle İletişim Kuramları	25
1.4.4.1. İletişim Kavramı ve Anlamı	27
1.4.4.2. İletişim Tarihi	29
1.4.4.3. İletişim Araştırmaları Tarihi	30

1.4.4.4. İletişim Araştırmalarının Sınıflandırılması.....	31
1.4.4.5. Bilginin İletilmesi ve Alınması Tanımına Giren Etki-Süreç Odaklı Çalışmaların Temelleri	32
1.4.4.6. Etki-Süreç Odaklı Çalışmaların Temel Kavramları	33
1.4.4.7. Etki Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi	34
1.4.4.8. Anlamanın Üretilmesi Tanımına Giren Anlam-Niyet Odaklı Çalışmaların Temelleri.....	36
1.4.4.9. Anlam-Niyet Odaklı Çalışmaların Temel Kavramları.....	37
1.4.4.10. Anlam-Niyet Odaklı Çalışmaların Sınıflandırılması	38
1.4.4.11. Yakın Dönemde Dikkati Çeken Gelişmeler	39
1.5. BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYON	40

İKİNCİ BÖLÜM

KIZ İSTEME GELENEĞİ

2.1. EVLİLİK.....	43
2.2. EVLİLİK TÜRLERİ	45
2.3. EVLİLİKTE EŞ SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER	51
2.4. EVLİLİKTE EŞ SEÇME SÜRECİ	51
2.5. EVLİLİKTE EŞ SEÇME KURAMLARI.....	53
2.5.1. Ortak Özellikler Kuramı.....	53
2.5.2. Zıt Özellikler Kuramı	53
2.5.3. Uyarıcı-Değer-Rol Kuramı.....	54
2.5.4. Psikanalitik Kuram	54
2.5.5. Birbirini Tamamlayan Gereksinimler Kuramı	55
2.6. BİR EŞ SEÇME BİÇİMİ OLARAK KIZ İSTEME GELENEĞİ.....	55
2.6.1. Geleneksel Olarak Kız İsteme	61
2.6.2. Dini Olarak Kız İsteme.....	63
2.6.3. Ekonomik Olarak Kız İsteme	64
2.6.4. Ritüel Olarak Kız İsteme	66

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖZÜM SENDE PROGRAMININ KIZ İSTEME GELENEĞİ BAĞLAMINDA İÇERİK ANALİZİ YOLUYLA İNCELENMESİ

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	68
3.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	76
3.3. VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ	76
3.3.1. Çözümleme Kategorileri	76
3.3.1.1. İletişim Türü	76
3.3.1.2. Gelenek ve Ritüeller	77
3.3.1.3. Karakterler, Ebeveynlerin Rolü ve Aile Kavramı	79
3.3.1.4. Dünür-Dünürcülük-Görücü Kavramları	80
3.3.1.5. Damat Adayının Özellikleri (İş, Ahlak, Alışkanlıklar)	81
3.3.1.6. Mekânsal ve Zamansal	82
3.3.1.7. Hediye (Takı).....	82
3.4. BULGULAR VE YORUM.....	84
3.4.1. Gözüm Sende Programının 3. Bölüm (10 Eylül 2016) İncelemesi	85
3.4.2. Gözüm Sende Programının 9. Bölüm (8 Ekim 2016) İncelemesi	91
3.4.3. Gözüm Sende Programının 13. Bölüm (22 Ekim 2016) İncelemesi	97
3.4.4. Gözüm Sende Programının 14. Bölüm (23 Ekim 2016) İncelemesi	102
3.4.5. Gözüm Sende Programının 24. Bölüm (1 Ocak 2017) İncelemesi	104
SONUÇ.....	114
KAYNAKÇA	121
ÖZGEÇMİŞ.....	134

ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****YÜZYÜZE İLETİŞİMDEN KİTLESEL İLETİŞİME GEÇİŞ SÜRECİNDE BİR
İLETİŞİM FORMU OLARAK KIZ İSTEME GELENEĞİ:
“GÖZÜM SENDE” PROGRAMI ÖRNEĞİ****Zuhal ERGÜN****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL****2019, 134 sayfa****Jüri: Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL****Prof. Dr. Naci İSPİR****Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin AYDOĞDU**

1990’lı yıllarda özel radyo ve televizyonların ortaya çıkmasıyla temeli atılan, 2000’li yılların başından 2017 yılına kadar yayında kalmış, farklı kanallarda, farklı sunucuların sunumuyla, izleyici reyting oranlarında da üst sıralarda yer almış birçok evlilik programı yayınlanmıştır. Toplumun en temel ve önemli birimlerinden biri olan aile kurmak ve evlilik kurumu televizyonlarda günlük takip edilen bir seyir oyununa dönüşmüştür. Televizyonlarda yayın yasağı gelene kadar ki dönemde hızla artan evlendirme programları hakkında genç ve yaşlı tüm bireylerin evlenme süreçlerine yardımcı olduğu düşünülmekte ancak aile değerlerini zedelediği, kişilerin özel hayatlarını kitlesel bir formda paylaştıkları için ciddi eleştirilere de neden olmaktadır.

Bu çalışma günümüzün değişen şartları ile birlikte yuva kurma kavramının televizyon programları aracılığıyla geleneksel boyuttan çıkıp nasıl bir metamorfoza uğradığını incelemektedir. Geleneksel yöntemlerle televizyon programları arasındaki farklar, olumlu ve olumsuz yönler değerlendirilmiştir. Bu bağlamda örneklem olarak ATV kanalında yayınlanan Gözüm Sende programı seçilmiştir. Programda yüz yüze iletişimden kitlesel iletişime geçiş sürecinde bir iletişim formu olarak kız isteme geleneği ve bunun yanı sıra bu gelenek ve ritüellerin nasıl bir değişime uğradıkları incelenmiştir. Bu inceleme içerik analizi yöntemi ile belirlenen kategoriler kapsamında yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Evlilik, Evlilik Programları, Kız İsteme, Gelenek ve Ritüeller.

ABSTRACT**MASTER THESIS****THE TRADITION ASKING FOR THE GIRL’S HAND AS A
COMMUNICATION FORM ON THE PROCESS OF TRANSITION FROM
FACE TO FACE COMMUNICATION TO MASS COMMUNICATION SAMPLE
OF THE “GÖZÜM SENDE” PROGRAM****Zuhal ERGÜN****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL****2019, Page: 134****Jury: Assoc. Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL****Prof. Dr. Naci İSPİR****Assist. Prof. Dr. Hüseyin AYDOĞDU**

Many marriage programs were featured on which founded in 1990s with the emergence of private radio and television, were on the air from the beginning of 2000s until 2017, with the presentation of different servers on different channels, and even placed in the top positions on tv audience measurement. Founding a family and the institution of marriage which one of the most basic and important units of society has become adaily watching game on television. It is thought that the marriage programs that increased rapidly until the broadcast ban on television to help the marriage process of all young and old individuals, however, that programs causes serious criticism for damaging family values and sharing the privatelives of people in a mass form.

This study examines how the concept of nesting has been metamorphosed breking from the traditional dimension through television programs with today’s changing conditions. Differences between traditional methods and television programs, and positive and negative aspects are evaluated. In this context, the program of “Gözüm Sende” broadcasted on ATV channel is chosen as the sample. The tradition of asking for the girl's hand in marriage as a communication form in the transition from face to face communication to mass communication in the program and how these traditions and rituals have changed are examined. This review is interpreted with in the categories determined by content analysis method.

KeyWords: Communication, Marriage, Marriage Programs, Asking For The Girl's Hand in Marriage, Traditions and Rituals.

KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ

ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
ARPA	: Advanced Research Projects Agency Network (Gelişmiş Savunma Araştırmaları Projeleri Birimi)
ARPANET	: The Advanced Research Projects Agency Network (Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı)
Çev.	: Çeviren
ED	: Editör
IBM	: International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri-Elektronik Şirketi)
KİA	: Kitle İletişim Araçları
S.	: Sayfa
SS.	: Sayfalar
S.	: Sayı
TDK	: Türk Dil Kurumu
Vb.	: ve benzeri

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 3.1. Gözüm Sende Programı İncelenen Bölümler.....	84
--	----



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Etki ve Anlam Odaklı Çalışmaların Bazı Kavramları	33
Şekil 1.2. Kitle İletişim Araçlarının Etkilerinin Büyüklüğüne Yönelik Başlıca Araştırmalar ve Araştırma Yaklaşımları	35



RESİMLER DİZİNİ

Resim 3.1. 3. Bölüm Seçici Aday Yağmur Yasemin Sarı	85
Resim 3.2. 3. Bölüm Stüdyo Görüntüsü	85
Resim 3.3. 3. Bölüm Final Sahnesinde Talip Adayların Görüntüsü	89
Resim 3.4. 9. Bölüm Seçici Aday Şehmus Yücel'in Tanıtım Anı	91
Resim 3.5. 9. Bölüm Stüdyo Görüntüsü	92
Resim 3.6. 9. Bölüm Adaylardan Gülistan'a Bağlantı Görüntüsü	93
Resim 3.7. Emine Hanım'ın Tanıtım Görüntüsü.....	97
Resim 3.8. 13. Bölüm Adaylara Bağlantı Görüntüsü	99
Resim 3.9. 13. Bölüm Adaylardan Derya'nın İş Yeri Görüntüsü	100
Resim 3.10. 14. Bölüm Final Sahnesi	103
Resim 3.11. 24. Bölüm Seçici Adayın Tanıtım Görüntüsü	104
Resim 3.12. 24. Bölüm Talip Aday Özge'nin Ev Bağlantısı	105
Resim 3.13. 24. Bölüm Talip Adaylardan Neslihan'ın Annesi ile Tanışma	107
Resim 3.14. 24. Bölüm Talip Adaylardan Selin'in Ev Görüntüsü	108
Resim 3.15. 24. Bölüm Final Sahnesi	109

ÖNSÖZ

“Yüz Yüze İletişimden Kitleli İletişime Geçiş Sürecinde Bir İletişim Formu Olarak Kız İsteme Geleneği: Gözüm Sende Programı Örneği” başlıklı bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Bu çalışmanın konusunu, televizyonda yer alan evlendirme programları ile birlikte evlilik gelenek ve ritüellerinin değişimini ya da nasıl değiştiğini ele almaktadır. Çalışmanın ilk iki bölümünde, iletişim ve evlenme ile ilgili literatür tarama yöntemi ile kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde, örneklem olarak belirlediğimiz Gözüm Sende programının seçilen beş bölümü içerik analizi yöntemi kullanılarak oluşturulan kategoriler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Çalışmanın hazırlanmasında tecrübesini, bilgisini ve yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyen ve beni en iyi şekilde yönlendiren tez danışmanım ve değerli hocam Doç. Dr. Yusuf YURDİGÜL’e teşekkür ediyorum.

Tez yazım sürecinde verdiği destek için fakülte dekanımız ve kıymetli hocam Prof. Dr. Naci İSPİR hocam’a teşekkür ederim.

Yokluğunu her an hissettiğim rahmetli babam Sebahattin FURUNCU’ya, bugünlere gelmemde büyük emeği olan annem Döndüye FURUNCU, abim Serhat FURUNCU ve ablam Hilal FURUNCU’ya teşekkür ederim.

Her zaman, her konuda bana sonsuz destek olan değerli eşim Ercüment ERGÜN’e, desteklerinden dolayı Aslı KÖSEOĞLU ve Işıl Nihan KORKMAZ’a teşekkürü bir borç bilirim.

Kızım Eylül Duru Ergün’e

GİRİŞ

Evlilik topluluklar arasında düzen sağlayan sistematik bir yapıdır. Sosyal bir kurumdur ve birbirinden değişik toplumlarda farklı zamanlardan bu yana değişik biçimlere bürünmüştür. Hukuksal bağlamda evliliğe baktığımızda bir erkek veya kadın tarafından gerçekleştirilen fakat toplum yerine devlet tarafından ilgilenilen bir ilişki sistemidir. Genç yetişkinlik döneminin esas görevlerinden biri olan evlilikte kişilerin eşlerini seçip, beraber yaşamaya karar vermeleri esastır. Evlilik toplum, birey, zamanlama, coğrafi bölge vb. özelliklere göre gerek süreç gerek geleneksel olarak farklılık arz etmektedir. Bundan 30 yıl öncesine kadar görücü usulü evlilikler toplum olarak kabul görürken şuanda gençlerin birbirleri ile konuşarak ve birbirlerini tanıyarak evlilik kararı almalarına normal bakılmaktadır. Bu bağlamda daha önceleri öncelik ailelerin yani dünür olacak kişilerin birbirlerine uyumlu olup olmadıklarıyken şuanda bu daha öznel bir boyuta taşınarak evlenecek olan adayların birbirlerine uyum gösterip göstermediklerine indirgenmiştir. Evliliğin meydana gelebilmesi için belirli bir süreç ve bu süreçte gerçekleştirilmesi gereken gelenek ve ritüeller bulunmaktadır. Bu gelenek ve ritüeller göç, iletişim araçlarının farklılaşması, toplumdaki değer yargılarının değişmesi gibi sebeplerle değişikliğe uğramıştır. Bir yandan böyle büyük değişiklikler yaşanırken diğer yandan yüzyıllardır varlığını sürdüren evlilik öncesi ve evliliğe dair gelenek ve ritüeller bulunmaktadır. Evlilik ritüelleri değişen kitle iletişim araçlarından etkilenerek farklılaşma göstermiştir.

Sanayileşme, göç, sosyo-ekonomik durum gibi faktörler insanların evlenmek için farklı arayışlar içerisine girmesine sebep olmuştur. Özellikle ticari kaygının da artması sebebiyle özel evlendirme kurumları ve televizyon programları baş göstermektedir. Kitle iletişim araçları içerisinde en geniş kitleye sahip olan televizyon, bu amaca yönelik çok sayıda evlilik formatında programa öncülük etmiştir.

Televizyonun hemen hemen her eve girmesi ile birlikte kitlesel iletişim hızı büyük bir atış göstermiştir. İnsanlar kendi yaşantılarından, gelenek ve göreneklerinden çok daha farklı yapılara sahip olan yeni bireyler tanımışlardır. Bu farklılıklar bazen olumsuz bazen de olumlu etkiler yaratabilmektedir. Televizyon programlarının sürekli izlenmesi ile birlikte bireylere yabancı gelen hayatlar yavaş yavaş normalleşmeye başlamıştır. Bu normalleşmeyle birlikte şahıslar daha dar bir çevre olan aile ya da akraba eşrafından

evlenilecek birey seçmektense, seçim şanslarını arttırabilmek adına daha yoğun kitlelere hitap eden televizyon programlarına yönelmektedirler. İnsanların bu talepleri karşılık bularak evliliğin televizyon formatına dönüştürülerek ekranlarda yer alması bir döneme damgasını vurmuştur. Stüdyo ortamında gerçekleştirilen evlilik programlarında görücü usulü evliliklerde yer alan başlıca karakterler farklı ara yüzlerle karşımıza çıkmaktadır.

Televizyonun temel işlevi haber verme, eğitime, eğlendirme olmasına rağmen, günümüzde bu işlevlerden eğlendirme işlevine diğerlerinden fazla yönelim göstermektedir. Bunun temel sebebinin kar etme amacıyla reyting ve share değerlerini yükseltmektir. Reyting kaygısı yaşayan TV yapımcıları değişik türlerde program oluşturma ihtiyaçlarının çözümünü yabancı temelli programları ithal etmekte bulmuşlardır. Ve evlendirme programları bu ihtiyaçlarla meydana gelmiş, yıllardır çok sayıda evlendirme programı yapılmıştır. Türkiye özelinde evlendirme programları birbirinden farklı format şekilleriyle izleyiciye ulaşılar bile en nihai olarak sonucu evliliğe ulaşması beklenen kadın ve erkek ilişkilerini aşk konusu üzerinden kurgulayan ve evlilikle ilgili ritüelleri işleyen programlardır.

1990'lı yıllardaki evlilik programlarının temelini oluşturan örnek programlarda evlendirme maksadı çok ön planda değilken, bu programlarda yaygın olarak flört etme amacı vardı. Ancak 2000'li yıllarda doğrudan evlenme temalı programlar yaygınlaşmıştır. Aynı formata sahip programlar birbiri ardına devam ederken kadın ve erkek yarışmacıların yanına damat adaylarının anneleri de katılmaya başlamış ve gelin adayları, damat adayları ve kayınvalide adayının dâhil olduğu programlar yayına girmiştir.

En son 2007 yılında yayınlanan gelin kaynana formatlı programlara bu kez 27 Ağustos 2016 tarihinde bir yenisi daha eklenmiştir. Gelin adayı, damat adayı ile birlikte kayın valide adayının da yer aldığı programın ismi "Gözüm Sende" olmuştur. Program 2016 senesinde ATV ekranlarında yayına girmiştir. Bu tez çalışmasında örnek inceleme olacak bu programın içerik analizi yapılmıştır.

Programda yüz yüze iletişimden kitlesel iletişime geçiş sürecinde bir iletişim formu olarak kız isteme geleneği ve bunun yanı sıra bu gelenek ve ritüellerin nasıl bir değişime uğradıkları incelenmiştir. Bu inceleme içerik analizi yöntemi ile belirlenen kategoriler kapsamında yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim hakkında genel anlamda yapılan tanımlar birçok yazarın eserlerinden faydalanarak aşağıda verilmiştir.

Literatürde iletişim kelimesinin Latincedeki "*communis*" kelimesinden türetildiği görülmektedir. "*Communication*" kelimesi bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği ifade eder. (Gürgen, 1997: 9).

İletişim, anlamak amacıyla yapılan ifadelerin paylaşımıdır. Buna bilgi alışverişi, duygu ve fikirlerin paylaşımı da girer. İletişimin temel amacı karşılıklı anlaşmadır. Kodlarla benzer biçimde meydana getirilen sinyaller iletici işaretlerini mesaj şeklinde değiştirir ve bunu sinyallerle ya da medya vasıtasıyla (kitap, gazete, radyo ve televizyon) alıcıya iletir (Gökçe, Fidan, Summak, 2001: 5).

Kelime olarak dilimize yeni giren ancak kavram olarak eskiden beri kullanılan "iletişim" farklı etkileşimleri, anlamları karşılamak için kullanılır. Karşılıklı ileti alışverişi manasında iletişim, tüm canlıların yaşamında görülebilir; fakat sadece insanların kendi içerisinde simgeler vasıtasıyla duygu, düşünce ve bilginin toplanıp iletilmesi söz konusudur. İletişim, insan hayatının bütün faaliyetleri ile ilgilidir, bu sebeple her yerde vardır. (Zıllıoğlu, 2014: 21).

İletişim insanla başlar. Toplumun kültürün var olmasının koşulu olarak doğmuş ve gelişmiştir. İletişimin olmadığı bir hayatta insanlar sosyalleşme sürecini meydana getiremeyecektir. İletişim, teorik düzeyde bir konu olmaktan çok bir pratik konudur. İletişim hayatımız boyunca etrafımızdaki iletileri alıp vermemiz durumudur. Günlük hayatımıza baktığımızda, yaşantımızın büyük kısmı iletişim temelinde geçmektedir (Özkök, 1985: 10).

İletişim, canlıların dış dünyayı anlatım yoluyla tefsir etmesi ve ifadelendirmesidir. İletişim içten gelen hislerinin ve fikirlerinin ifade edilmesidir. Başka bir deyişle anlam çıkartmak ve onu diğerleriyle paylaşmaktır (Kılıç, 2002: 16).

İletişimin temelinde ileti alıp vermektен ziyade, sosyal nitelikli karşılıklı etkileme ve paylaşma söz konusudur. Genel olarak iletişim, bütün canlı ve cansız düzenlerdeki

değişim ve etki tepki süreçlerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Ancak çoğunlukla akla gelen ilk şey, şahıslar arasındaki iletişim ve bu maksatla kullanılan araçlardır. Bu yönden iletişim, simgelerle duygu düşünce ve bilgilerin değişik zaman ve değişik yerlerde toplanılarak iletilmesi sürecinin ortaya konulmasıdır (Erken, 2008: 29).

Bütün bu tanımlarda görüldüğü gibi iletişim yaşamımızda önemli bir yer almaktadır ve yaşamımızın akışını etkilemektedir.

1.1. İLETİŞİMİN AMACI VE ÖNEMİ

İletişim insanın varoluşuyla birlikte var olmuştur. İnsanlar ihtiyaçlarını belirtmek, kendilerini toplumda kabul ettirmek gibi çeşitli sebeplerle iletişim kurarlar.(Gökçe ve diğ., 2001: 58).

Kağıtçıbaşı'na göre iletişimin amacı;

- Dinleyicide yeni bir tutum geliştirebilmeli,
- Dinleyicide var olan tutumun şiddetini artırabilmeli,
- Dinleyicinin var olan tutumunu değiştirmeyi amaçlamalıdır" (Kağıtçıbaşı, 1999: 180).

İletişim kişileri birleştiren, sosyal bir grubun uyum ve denge içinde bütünleşmesini sağlayan bir kavramdır. Bireylerin amaçsız olarak etkileşim halinde olmalarını değil, hayata dair işe yarayan bir fikir, bir olgu ve bir düşünce geliştirilmesini amaçlamaktadır. Bireylerin belirli bir amacı olmadan etkileşimde olmalarının aksine, toplumsal hayatta karşılık bulan bir düşünce, bir olgu oluşturmalarını hedeflemektedir. İletişim kurmanın birey açısından amacı ve hedefi ne olursa olsun esas amacı toplum üzerinde etkin olmak, diğer bireylerin tavır ve tutumlarını geliştirip ileriye taşımaktır. İletişim toplumsal hayatı mümkün kılan şeydir. Bu sebeple iletişim, toplumsal yaşamın vazgeçilemeyen ögesidir. İletişimin olmadığı yerde insanlar yaşayamazlar (Gürgen, 1997: 32).

Etkili bir iletişimin amaçları şu şekilde aktarılmaktadır.

- Kişinin kendiyle ve diğer bireylerle barışık olmasını sağlamak,
- Kişilerin, kendilerinin ve başkalarının yanlışlarını görme, düzeltme ve kontrol etme imkânı sağlamak,

- Kişisel anlamda önce kendini tanımayı sağlamak,
- Kişilerin, çeşitli eylem kalıplarını geliştirmeyi sağlamak,
- Mesleki anlamda kendini ifade etmeyi ve geliştirmeyi sağlamak,
- Bilgilerin elde edilmesini, üretilip tasnif edilmesini sağlamak,
- İnsanın kendisini; bireysel, toplumsal ve kültürel seviyede ortaya koymasını sağlamak,
- Bilgi ve bilgi teknolojilerinin üretim, dağıtım, denetim, sevk ve idaresini elde etmek ve bunu sürekli kılmayı sağlamak, olarak ifade edilmektedir (Şahin, 2010: 14).

Sosyal bir varlık olan insanoğlu, dayanışma içinde hayatını devam ettirebilir. Dayanışmayı sağlamak için aktif bir iletişim gerekir. Bu noktada iletişimin ana hedefi ilişki oluşturmak ve ilerletmek, iş yapmak, uyum içinde çalışarak sorun çözmektir (Kırmızı, 2003: 7). Bireylerin iletişimin gereklerini bilmesi, başarılı bir iletişim sağlar (Gökçe ve diğ., 2001: 6). Bireylerin sosyal olmak için birbirleri ile etkileşim halinde olmaları ve devamlı iletişim becerilerini ilerletmeleri gerekir. (Gökçe, 1998: 131).

İletişimin önemi,

- Var olmak
- Haberleşmek
- Paylaşmak
- Etkilemek ve yönlendirmek,
- Eğlenmek ve mutlu olmak, şeklindedir (Bıçakçı, 1998: 22).

1.2. İLETİŞİM SÜRECİ VE ÖĞELERİ

İletişim kaynak ve hedef arasında geçer. İleti kodlanır ve bir kanal aracılığı ile gönderilir. Hedef yani alıcı kaynak tarafından gönderilen iletiyi çözmeye çalışır ona anlam yükler. Sonuç olarak anlamlar bir bireyden diğer bireye nakledilmiştir. İletişim sürecinde çevre koşulları göndericiden hedefe doğru giden iletiyi etkileyen durumları ortaya koymaktadır (Paksoy, Acar, Özalp, 2002: 4).

İletişim, iletiyi gönderen ile iletiyi kabul eden arasındaki karşılıklı etkileşimin ortaya çıktığı devimsel yapıya sahiptir. İletişim süreci de iletiyi gönderen ve alan

arasında ileri ve geri giderek iletinin göndericisini alan kişi ile bağlayan döngüsel bir aşama olarak kabul edilmektedir.

Kodlanan mesaj araç vasıtasıyla gönderilir, alıcı bu iletiye bir anlam yükler ve bu anlamlar bir şahıstan başka bir şahısa iletilmektedir. Bu mesajın iki taraftaki şahıslar tarafından bütün olarak anlaşılması sonucu iletişim süreci tamamlanmaktadır. Süreç bakımından iletişim bilgi, duygu, düşünce ve davranışların müşterek semboller vasıtasıyla şahıs ya da gruplar bakımından değiştirildiği bir aşamadır.

Bir süreç, bir eylem olan iletişimde, eylemin ortaya çıkabilmesini sağlayan unsurların ve bu eylemin gerçekleşmesinde kullanılan araç ve tekniklerin olması gereklidir (Düşükcan, 2003: 54).

İletişimin öğeleri, gönderen, kodlayıcı ya da iletişimci, genel şekilde kabul gören sembollerden meydana gelen mesaj, hava dalgaları ya da kâğıt benzeri bir kanal, belirli sayıda hedef, iletiye verilen karşılık geribildirim, iletişimi aksatan öğeler örneğin gürültü olarak açıklanabilir (Peltekoğlu, 2001: 178). Bireysel, sosyal, örgütsel hayatın gerekli aracı olan iletişim konuşmak, dinlemek, yazmak anlamlarına gelir tüm bu sebeplerle hayati bir mecburiyettir (Erdoğan, 2002: 18). Çift taraflı olduğu görülen iletişim, mesajı herhangi bir kanal aracılığıyla açık, anlaşılır biçimde gönderen kaynak ya da gönderici, mesajı alan hedef ya da alıcı bulunmaktadır (Tutar, Yılmaz, Erdönmez, 2003: 47).

Kaynağın meydana getirdiği herhangi bir mesajın uygun bir vasıtayla bir şahıs ya da gruba gönderilmesi işlemi iletişim sürecidir. İletişim süreci birbirini etkileyen bir takım ana öğeleri kapsamaktadır. İletişimin ana unsurları ile ilgili açıklanan tanımlara bakıldığında ana unsurlar; kaynak, mesaj, kanal, hedef, geribildirim ve gürültüdür.

1.2.1. Kaynak

İletişimin ana unsurlarından olan kaynak iletişim sürecini başlatandır. Kaynak bir şahıs olabileceği gibi bir kurum veya kuruluş ya da topluluk olabilir. Kaynak iletişimi başlatan olduğu gibi iletişim sürecine yön verende olduğu için iletişim sürecinde önem taşır (Gökçe ve diğ., 2001: 62).

Kaynak, diğ er bir alıcıya araç ve kanallar vasıtasıyla mesaj iletmek isteyen ve bu şekilde iletişim sürecini başlatan bir birey anlamında da kullanılmaktadır (G  k e, 1998: 21).

İletişim sürecindeki bireylerden, iletişimi ilk adımı atan kişi verici olarak adlandırılır. Verici baş a kişilere fikirlerini ve hislerini iletme çabasında olan kişidir. Bu sebeple verici kendisine ait olan hisleri ve yaşantısını hedef pozisyonunda olan şahısların tüm duyularına erişebilecek hale getirmeye çaba gösterir. Vericinin aktif olarak iletişim kurabilmesi hedefteki kişinin birden fazla duyusuna erişmesiyle gerçekleşir (Baltaş ve Baltaş, 2001: 29).

1.2.2. Mesaj (İleti)

İletişim sürecinin ana unsurlarından bir diğ eri mesaj yani iletidir. İletişimin  eşidi nasıl olursa olsun iletinin sahip olması gereken özellikler vardır. Bu  zellikler iletilen mesajın net olması, anlaşılabilir olmasıdır. Fikirlerin, duyguların veya bilginin kaynak aracılığı ile kodlanmış şekli olarak betimlenen ileti, bir şeyi aktarmayı hedefleyen kaynağın, ortaya çıkarttığı sözel, görsel veya görsel işitsel sembollerden oluşan somut bir çıktıdır (G r en, 1997: 16).

Kaynak ile hedefin veya konuşmacı ile dinleyicinin arasında ilişki sağlayan ana unsur, iletidir.  oğ nlukla ileti yani mesaj sözcüğü yerine içerik ve ifade sözcükleri de kullanılabilmektedir. Ancak bu iki terimde yeterli değildir. Çünkü mesaj, alıcıya yönelik iletilmek istenen her türlü i eriğ n oluşturulması ve sunulması sürecini de kapsamaktadır. Bu bağlamda i eriğ n sunulduğu aracın yada sunuluş biçiminin de iletişimsel bir anlamı vardır. Bu sebeplerden ötürü içerik veya ifade sözcükleri uygun olmamaktadır (Gökçe, 1998: 21).

İleti, alıcının duyularına ne kadar çok etki ederse o kadar verimli olmaktadır. Bu sebeple dinleme, görme, hissetme, koklama bile iletişimde yer alırsa iletinin etkisini daha da arttırmaktadır (Baltaş ve Baltaş, 2001: 30).

İletilerin oluşturulmasının bir hedefi vardır. İnsanları bilgilendirmek, görüş sahibi yapmak, eğlendirmek, mutlu etmek maksadıyla iletiler meydana getirilmektedir.

Mesajda bazı kurallara uyulması gerekmektedir:

- Mesaj, hedefin dikkatini çekecek biçimde oluşturulmalı ve sunulup dağıtılmalıdır
- Mesajın anlamını ve hedefini etkilemeden aktarılabilir biçimde hem kaynağın hem de alıcının ortaklaşa deneyimleri içeren şekillerle iletilmelidir.
- Mesaj, hedefte kişilik ihtiyaçlarını uyandırmalı ve bu ihtiyaçların karşılanması için tavsiye vermeli veya yol gösterici olmalıdır.
- Mesaj, bu gereksinimlerin giderilmesinde öyle bir yol önermeli ki; bu yol, bireyde bulunması istenen tepki için birey harekete geçtiği zaman, içinde bulunduğu grubun durumuna uygun düşmelidir (Oskay, 1985: 113).

1.2.3. Kanal

Kaynak ve hedef birimler arasında yer alan ve işaret haline dönüşmüş mesajın gitmesine olanak sağlayan yola, geçide ise kanal adı verilir (Cüceloğlu, 2002: 73).

Etkileyici bir mesaj vermede nasıl bir aracın kullanılması gerektiği çeşitli durumlara göre farklılıklar gösterir. Bunlar; zaman, mekân ve toplulukların psikolojik durumlarının değişimidir (Kalender, 2001: 62). İletişim iletinin gönderilmesine ve hedef tarafından karşılanmasına bağlı olarak ortaya çıkar (Gürgen, 1997: 19).

Kanal verilerin, hislerin, düşüncelerin kaynak ve hedef tarafınca paylaşılması aşamasında, mesajlar üzerine yüklenen araç olarak açıklanır (Tuna, Birsen, Erzurum, Küçük, Çolak ve Özkoçak, 2012: 23). Son zamanlarda kanalın vazifesini çoğunlukla kitle iletişim araçları ortaya koymaktadır (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 5). Kitle iletişimde iletilere şekil verileceği durumlarda kanala ait özelliklere dikkat edilmelidir. Dikkat edilmediği takdirde kanalın yapı ve kapasite durumu aktif rol oynar ve mesaj üretimi noktasında etkilemektedir (Işık ve Biber, 2006: 20).

Devamlı gelişmekte olan iletişim kanalları, birbirlerini tamamlar ancak birbirlerinin yerine geçemezler. Gelişerek ortaya çıkan yeni teknolojiler karşısında iletişimin en sade, en eski vasıtaları olan işaret ve sözcükler günümüzde halen daha kullanılmaktadır (Gökçe vd., 2011: 65).

1.2.4. Hedef

İletişimin ana unsurlarından hedef ise kaynaktan ulaşan mesajları kabul edip, değerlendiren ve bu mesajlara sözel olarak veya vücut diliyle tepki veren şahıs veya topluluklardır. Alıcı iletiyi alan bireydir. İletişim sürecinin aktif ve etkili biçimde ortaya çıkıp sürdürülmesinde kaynak olan şahsın iletinin içeriğiyle ilgili bilgili olmasına ilaveten hedef durumunda olan şahıs ya da topluluğun da bazı yükümlülükleri bulunmaktadır. Hedefin kaynaktan ortaya çıkan iletiyi doğru biçimde idrak edip anlamlandırması iletişim sürecini pozitif biçimde etkileyecektir. İletişim sürecinde hedefin (alıcının) iletiyi yanlış algılamadan yorum yapabilmesi için bulundurması gerekli olan özellikler mevcuttur (Sağbaş, 2013: 20). Bunlar; algılama gücü yani iletiyi alma; hedefin iletiyi doğru biçimde idrak etmesi ve ifadelendirmesi için dikkatli dinleme yetisine sahip olmasıdır. Seçicilik: alıcılar, kaynaktan gelen mesajı kişisel gelişimine, psiko-sosyal yapısına, değer ve inanç sistemine uygun olanları seçer ve kullanır. Mesajı onaylama: hedefin iletiyi kabul etmesi, anlaması iletiyi tasdik edeceği anlamına gelmez. (Kırmızı, 2003: 17).

İletişimin etkinliğini artıracak bir faktörde hedefteki kişinin etkin bir dinleyici olmasıdır. Alıcının kaynaktan ulaşan iletiyi çözümleyerek dönütte bulunması ancak aktif bir dinleme sayesinde gerçekleşir. İletiyi tam olarak algılayan alıcı bilgi sahibi olduğu kadar dinleme becerisine de sahiptir. Eğer alıcı dinleyici durumunda ise dinleme süresi boyunca sessiz olur, önyargıdan uzak durur, empati yapar ve dönütler vererek karşı tarafa dinlediğini hissettirirse iletişim sürecine katkıda bulunmuş olacaktır.

1.2.5. Geri Bildirim (Dönüt)

İletişim sürecinin son aşaması olan geri bildirim veya dönüt iletişim sürecinde kaynaktan alıcıya ulaşan iletinin alıcıda meydana çıkardığı tepkinin yeniden kaynağa gönderilmesidir. Geri bildirim, iletinin içeriğini alıcının anlayıp anlamadığını ortaya çıkarmaktadır (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 6).

Alıcının mesajı çözüp değerlendirmesinden sonra yeni bir mesaj kodlaması ve geri bildirim yapması önemlidir. Bu anlamda geri bildirim; alıcının almış olduğu mesajı cevaplandırmak üzere gönderici olarak yeni bir mesaj hazırlayıp bunu bir kanal

vasıtasıyla eski göndericiye tekrar iletmesidir. Kaynaktan gelen mesajın alıcı tarafından nasıl anlaşıldığı ancak geribildirim mekanizmasıyla öğrenilir (Eren, 2001: 284).

Geri bildirim sayesinde kaynak anlaşıldığı durumla alakalı, hedef de anladığı durumla alakalı olarak iletişimi sürdürme gayreti içerisinde bulunabilirler. Geri bildirim iletinin içeriğine göre ikiye ayrılır. Bunlar; olumlu geri bildirim, kaynağın hedef üzerinde bırakmak istediği etkiyi kaynağa bildirir. Hedef yani alıcı iletiyi eksiksiz bir şekilde algılar ve bunu kaynağa noksansız şekilde iletirse, kaynağın iletiyi göndermede başarılı olduğunu meydana çıkartır. Olumsuz geri bildirim, iletinin içeriğinin hedef üzerinde umulan etkiyi meydana getirmediği şeklinde veri ortaya sunar ve kaynak durumdaki şahıs iletinin içeriğini tekrardan düzeltme isteği duyar (Tutar vd., 2003: 54) .

1.3. İLETİŞİM SÜRECİNİN İŞLEYİŞİ

İletişim daha önce belirttiğimiz açıklamalarda da görüldüğü üzere, gönderici ile alıcı arasında anlamlı mesajların ortaya çıkarılıp, aktarıldığı bir süreçtir. Anlamlar bireyler tarafından ve yine bireyler arasında ortaya çıkarılır. Bu açıdan iletişim göndericinin anlam ortaya çıkarttığı ve alıcının da aynı anlamı ortaya çıkaracağı (üretim tüketeciğine) inanılan bir aşamadır (Zıllıoğlu, 2014: 223).

İletişim süreci iletinin tek yönlü ya da çift yönlü gönderilme şekline göre iki farklı şekilde açıklanabilir.

1.3.1. Tek Yönlü İletişim Süreci

İletişimin tek yönlü işleyişi bir gönderici, bir hedef veya bir gönderici çok hedef biçiminde olabilir. Karşı tarafın iletiyi ne düzeyde algıladığı veya ne kadar etkilendiği incelenmez. İletinin gönderilmesi ile birlikte ortaya çıkacak verilerin hızla denetlenmesi gerçekleşmemektedir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996: 27).

Tek yönlü iletişimde geribildirim bulunmamaktadır. Gönderici mesajı hedefe ulaştırır ve dönüt beklemez. Genel itibariyle alıcı birden fazla şahıstan oluşan bir topluluktur. Tek yönlü iletişimde kaynak, iletiyi alıcıdan dönüt beklemeden gönderir, bu noktada esas amaç iletiyi alıcıya gönderebilmektir (Tutar, 2002: 44).

1.3.2. İki Yönlü İletişim Süreci

Geri bildirim olduğu için en aktif iletişim sürecidir. Ulaşılan ileti pozitif ya da negatif cevap şeklinde göndericiye geri döner (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1996: 27). İki yönlü iletişim her zaman tercih edilmektedir. Çünkü mesajın algılandığını anlamak için geribildirim gerekmektedir. İki yönlü iletişimde yansıtıcı (reflektif) dinleme mevcuttur. Reflektif dinlemede bireyler kendilerine iletilen iletileri anlama gayretindedirler. İki yönlü iletişim neticesinde sorun çözme, veri edinme, fikir değişiminde bulunma gibi pozitif öğeler meydana çıkmaktadır (Tutar, 2002: 57).

Tek yönlü iletişim ile çift yönlü iletişim arasında farklılıklar:

- Tek yönlü iletişim, çift yönlü iletişime göre hızlıdır.
- Çift yönlü iletişimde, daha doğru iletişim kurulabilir.
- Çift yönlü iletişimde hedef güven duygusu içindedir.
- Çift yönlü iletişim, tek yönlü iletişime göre gürültü ve diğer dış faktörlerin etkisindedir.
- Çift yönlü iletişim daha demokratik bir iletişim biçimidir (Mısırlı, 2010: 10).

1.4. İLETİŞİM TÜRLERİ

1.4.1. Bireysel İletişim

İnsan sosyal bir varlık olduğu için, hayatının tüm dönemlerinde iletişim süreçlerine ihtiyaç duymaktadır. Kişinin çevresiyle iletişim kurabilmesinin önkoşulu etkileşimdir. Varoluşunu sürdürmek için etkileşim olmak zorundadır. Bireyler arasında yüz yüze ya da araç kullanmak koşuluyla kurulan her türlü iletişim sürecinde, kişinin düşünmesi, algılaması, yorumlaması gibi süreçlerde meydana getirdiği iletileri sosyal veya psikolojik süreçlerden alıp yorumlayan ve bunlara sözlü veya sözsüz tepkide bulunan davranışlar ile iletişim sürdürülmektedir. Sözsüz iletişim davranışlarını vücut hali, yüz ifadeleri, jest ve mimikleri, kullanmakta olduğu ses tınısı ya da bazen sessiz oluşu, dokunma hissetme algıları, mekân ve renk algısı gibi pek çok unsur oluşturmaktadır. Sözsüz iletişim esnasında kullanılmakta olan unsurlar literatürde dört ana gruptan oluşmaktadır (DeVito, Clark, Shimoni, 2001:56).

Bunlardan ilki beden dilidir. "*Kinesiks*, "*hareket*" anlamına gelen Yunanca "*kinein*" kelimesinden türemiştir. Vücut hareketleri, *posture*, duruş, göz kontağı ve mimikler "*kinesiks*" içerisinde değerlendirilir" (Gass ve Seister,2003:56). Vücut hareketleri olarak tanımlanan kinesiks, sözsüz iletişimin sürecinin esasını oluşturur. Kişilerarası etkileşim söz konusu olduğunda göz kontağı, kafa hareketleri, el sıkma, gülümseme derin ve etkili iletişim sinyallerindendir (Webster ve Sundaram,2009: 13).

Bir diğer unsur mimiklerdir ve beden dili, içerisinde önemli bir yeri vardır. İletişim süreci sırasında yalnızca mimikleri kullanma vasıtasıyla hoş gitme, anlaşma ve sempati seviyelerini kişilere ulaştırmak gibi kazanımı vardır. Ancak gereken durumlarda duygusal iletiler ve duygunun seviyesini artırmak için yüz hareketleri ile beden hareketlerinin de beraber kullanılması gerekir (DeVito, Clark, Shimon,2001:56).

İletişimde algıyı etkileyen faktörlerden bir diğeri ise fiziksel görünüştür. Fiziksel estetiğe sahip bireylerin daha sıcak, samimi ve çekici algılandıkları düşünülmektedir. Sosyal psikoloji literatüründe fiziksel çekicilik ve algı konusunda kişilerin çoğunlukla "güzel olan aynı zamanda iyidir" önyargısına sahip oldukları belirtilmektedir (Chaney ve Green,2002:17-19) . Son faktör uzaklık ve duruştur.

Bireysel iletişimde sözlü iletişim duygu ve düşüncelerin sözler aracılığıyla iletildiği geçmişi en eskiye dayanan ve en etkili iletişim türüdür. İletişimde bulunan şahısların karşılıklı olarak birbirlerini anlayacakları dil ile yapılır. Dil, sembollerle aktarılır (Güngör, 2011: 39). Konuşma dili olarak da kullanılan sözlü iletişim, toplumlar arasında kullanılan en yaygın iletişim türüdür (Gürgen,1997: 83). Konuşma iletişimin ana özelliklerinden en temelidir. Konuşma, belli başlı manalar yüklenmiş sembollerden meydana gelmektedir. Dil, bu sembollerin birleşmesi sonucu ortaya çıkan bir sistemdir (Zıllıoğlu, 2014: 145). Sözlü iletişimde her şahsın kullandığı dil, o şahsın hayatına bağlı, kişiye mahsus bir nitelik kazanmıştır. Bu sebeple kullanılan dilin bazen subjektif olduğu ve gerçeklerin doğru algılanmamasına sebep olduğu söylenebilir (Gürgen, 1997: 83).

Sözlü iletişimin etkisini artırmak için dikkat edilmesi gereken bazı unsurlar vardır. Bunlar;

Fikir, iletmek istenilen şeyin ne olduğuna net olarak karar vermek gerekir.

Sonuç, gerçekleştirilmek istenen etki hakkında açık bir dşüne olmalı ve kullanılan ifadeler gerçekleştirilmesi istenilen etkiyi yapacak planda olmalıdır. İfade, fikir ve sonuç hakkında açıklık kazanıldıktan sonra bunu ifade edecek en uygun sözcükler kullanılmalıdır. Geribildirim, dinleyicilerin tepkileri izlenmelidir (Sillars,1997: 74).

Sözlü iletişimde verilen mesajların algılanma süreleri ve değerlendirilmelerinin hızlı olması, konuların anlaşılmadığı durumlarda açıklık getirebilme durumu olması, eğer hata varsa karşılıklı iletilerle anında düzeltilebilir olması, geri bildirimlerde bulunulabilir olması ve geri bildirimlerin zaman kaybetmeden kontrol edilebilir olması sözlü iletişimin avantajlarıdır.

Bireysel iletişim başlığı altında bahsetmemiz gereken bir diğer konu da yazılı iletişimdir. Mesajın kalıcı olması gerekli durumlarda iletilecek verinin geçerlilik süresi ve doğruluğu hakkında bir değişiklik olmadan ulaştırılmasını sağlayabilmek için yazılı iletişim araçları kullanılmaktadır. Yazılı iletişim, yazılı raporlar, makaleler, kitaplar, notlar ve tutanaklar, basın bildirileri, mektuplar, bültenler, dergiler, gazete, el ilanları, billboardlar ile el yazısı, bilgisayar ve diğer iletişim ağları gibi elektronik ve yazılı ortamla gönderilen her türlü yazılı iletiler şeklinde sıralanmaktadır (Akbaş, 2008: 18).

Bir takım mesajların sonradan kontrol edilebilmesi ya da bilgi edinilmek üzere geçici olmayan bir şekilde düzenlenmeleri gerekir. Yazıların kanuni olarak belge niteliği taşıması sebebiyle yazılı iletişime başvurulur. Örgütlerde politika ve prosedürler yazılı şekilde hazırlanır (Tutar vd., 2003: 151).

Yazılı iletişimin bir belge ya da bir metin üzerinde yapılması onun en temel ve önemli özelliğidir. Ulaştırılmak istenilen bilginin niteliksel olarak ve içeriksel olarak herhangi bir değişime uğramadan iletilebilmesi, birden çok sayıda insana ulaşabilmesi için zamandan tasarruf etmesi, legal ve güvenilebilir olmasıdır (Yatkin ve Yatkin, 2006: 56).

Sözlü iletişime ve sözsüz iletişime bakarak daha kalıcı bir iletişim türü olan yazılı iletişim haberleşmede kullanılır. Bunun temel sebebinin kalıcı olmasının yanında kanıtlanabilir ve somut olmasıdır. Yazılı iletişimi diğer iletişim şekillerinde ayıran temel farklılık kalıcı olması üstünlüğüdür. Yazılı iletişimin, ileriki dönemlerde başvurulmak

maksadıyla kalıcı şekilde kaydedilmesi, iletinin değiştirilmesi riskini düşürmesi, verilerin olduğu şekliyle aktarılması, açık anlaşılır ve kapsamlı olarak iletişim kurulması ve aynı anda çok sayıda insana ulaştırılması gibi özellikleri bulunmaktadır.

Yazılı iletişimin alıcıyı etkileyebilmesi için; iletideki kelimelerin anlamları iyi saptanmalı ve doğru yerde kullanılmalıdır. İletilmek istenilen mesajın her bir paragrafında bir konu anlatılmaya çalışılmalıdır. Anlatılmak istenilen konu kısa cümlelerle, olumlu ifadelerle anlatılmaya çalışılmalıdır. Vurgulanmak istenilen bilgi varsa altını çizerek ya da kalın yazarak belirgin hale getirilmelidir. Cümlede öğeler arası uyuma, özne yüklem uyumuna dikkat edilmelidir. Çok sık tekrara düşülmemeli, çoğunluk tarafından bilinmeyen eski deyimlerden kaçınılmalıdır. Abartı ve fazla kelime kullanımından uzak durulmalıdır.

Yazılı iletişimde kullanılan araçların başında el kitapları gelmektedir. Çok sık başvurulmuş kaynak olarak el kitapları kurumu tanıtmaya maksadı güder. Mümkün olduğu kadar sade bir dille oluşturulur, tanıtıcı bilgiler toplu bir şekilde ve dikkat çekici olarak sunulur. El kitapları, örgütün uğraştıkları alanla ilgili olarak çeşitli konular, yeni oluşturulmuş projeler ve ortaya çıkan sorunlar üzerine oluşturulan, içinde resimden çok bilgilerin bulunduğu düzende yazılır (Gürgen, 1997: 100).

El kitaplarından sonra yazılı iletişimde en sık başvurulmuş araç bültenlerdir. Resmi, özel kurum ve kuruluşlar ya da yetkililer tarafından herhangi bir konu hakkında süreli ya da süresiz olarak yayınlanan yayınlara bülten denir. Bu yayınlar örgütlerin gerçekleştirmiş bulundukları faaliyetleri, iş görenleri bilgilendirmek maksadıyla belirli aralıklarla yayınlanırlar. Yine bu yayınlar kurum içi ve kurum dışı çevreyle iletişimi sağlayan yazılı iletişim araçlarıdır. Bültenlerde dergilere oranla daha fazla sayıda haber ve fotoğraf kullanılırken dergiler konuların bilimsel açıdan incelendiği yazı ağırlıklı araçlardır. Bültenlerin esas hedefi örgüt içidir (Tutar vd., 2003: 136). Basın bültenleri, örgütlerin belirli periyotlarda basına gönderdikleri bilgi içeren duyurulardır (Oktay, 1996: 79).

Yazılı iletişim araçlarından bir diğeri ise kamu veya özel sektörlerde genel olarak ya da özel olarak yayınlanan dergilerdir. Sanat, siyaset, edebiyat, yönetim, ekonomi vb. bilim dallarıyla ilgili çıkan ve ele aldığı konuları ayrıntılı bir şekilde inceleyen süreli yayınlardır. Kurum ve kuruluşlar herhangi bir konunun bilimsel açıdan incelenmesi ve o

konu hakkında kamuoyu oluşturmak amacı ile bu isteklerine dergi çıkararak ulaşabilirler (Tutar vd., 2003: 150). Dergiler genel konularda ya da özel konularda yayınlanan ve konu olarak çok sayıda değişik içeriklere, alıcılara ve ilgi alanlarına göre birbirinden ayrılmış yayınlardır. Dergiler gazetelere oranla daha uzun zamanda yayınlanan haftalık, aylık olabileceği gibi iki, üç, altı aylık ya da yıllık olarak çıkarılabilirler. Satış yönüyle pazarlanabildiği gibi abonelik sistemi ile de pazarlanabilen dergiler, genel okuyucu kitlesine hitap ederler (Oktay, 1996: 73).

Çalışan şahısların çalıştıkları kurumdaki gelişmeleri öğrenmeleri ve kendileri için önemli olan haberleri okumaları maksadıyla çıkarılan yazılı iletişim araçlarından bir başkası örgüt gazeteleridir. Örgüt gazetesinin hazırlık aşamasında örgüt çalışanlarının ilgilerini uyandırabilecek nitelikte verilere yer verilmesine ve dilin anlaşılır olmasına dikkat edilir. Örgüt gazetesinde içerik olarak çalışanların çalışma şartları, aile hayatları, terfi vb. sosyal ve özlük haklarına yönelik konular bulunmalıdır (Tutar vd., 2003:150). Halkla İlişkilerin bir aracı olarak gazetelerden faydalanırken haber özelliği bulunan iletilerin zamanlamasına dikkat edilmesi gerekir (Kazancı,1997:260). İşletme gazetesi, özellikle kurum çalışanları için çıkarılan ve kurum yaşantısı ile personeli ilgilendiren, yapılan işlerden kurum çalışanlarını bilgilendirmek amacına hizmet eden bir gazetedir (Tortop,1993: 86).

İş görenin bir konu hakkında ilgisini çekmesi için oluşturulan bir başka iletişim şekli duyuru panolarıdır. Duyuru ve pano ile iletişim biçimi hızlı bir örgüt içi iletişim sağlamanın yanı sıra çok az masraflıdır. Örgüte bağlı tüm bireylerin kolay görebileceği bir alana yerleştirilen bu panoları güncel olması önemlidir (Gürgen, 1997: 102). Kurumların duyurmak istediği formel ilanlar için kullanılan duyuru panoları, hem iş görenlerin kendilerine ait duyuruları asabileceği, hem de kurum çalışanlarına resmi iletişim hakkında veri sağlayabileceği alanlardır (Düşükcan, 2003: 88).

Yazılı iletişimde kullanılan araçlardan tanıtım broşürü, kurum ve kuruluşların ürün özelliklerinin tanıtımı maksadıyla ürünlerin marka, model, fiyat, üretim yeri, basım yeri, basım tarihi gibi verilerin bulunduğu dokümanlardır. Görselliği ön planda tutarak hazırlanan broşürler, küçük dergi ebatlarında fazla sayıda resme yer verirken daha az sayfalı tasarlanmaktadır. Tanıtım broşürleri genel ya da özel olarak hazırlanabilirler. Genel amaçlı broşürlerde örgüt içi pozitif imaj oluşturmak için, örgütün tarihsel şeridi,

uğraşı, konusu vb. konularını etkili bir biçimde işleyecek şekilde hazırlanır. Özel amaçlı broşürlerde belirlenmiş bir hedef kitle vardır ve bu kitleye yönelik örgütün ihracat hacmi, üretim teknolojisi, yeni ürün yelpazesi gibi spesifik konularla ilgili olarak bilgi vermeyi amaçlar (Tutar vd., 2003: 150). Kurumların hazırladığı broşürlerin içeriklerinin kontrolü tamamen hazırlayan kuruluşa aittir. Az sayfadan ve bol resimden oluşan tanıtım broşürleri hedef kitlenin kurumu tanınması amacıyla 8 ila 16 sayfa arasında basılır.

Kurum ve kuruluşların bir yıl içerisinde sürdürmüş olduğu faaliyetlerin anlatıldığı yayın şekline yıllık denilmektedir. Örgütün açıklık politikasına bağlı olarak bilançosu, kar ve zarar tablosu gibi muhasebe kayıtlarının yanı sıra, tarihçesi, yöneticileri, üretim teknolojisi gibi kurumu ilgilendiren ansiklopedik veriler bulunmaktadır. Basın kuruluşlarının değerli bir haber kaynağı olan yıllıklar ve raporlar örgütün ilişkide bulunduğu şahıslara ve kurumlara ücretsiz olarak gönderilir (Tutar ve diğ., 2003: 151). Her kuruluş yıllık faaliyet bilgilerini kamuoyuna ve ilgili kişilere duyurur. Rapor taslağının halkla ilişkiler departmanı ya da direkt halkla ilişkiler sorumlusu tarafından hazırlandığı bu raporlar halkla ilişkilerden sorumlu şahısların ve ilgili departmanın onayından geçer. Yıllık raporların temel amaçları hedef kitleye örgütün geçen bir sene içerisinde yapmış olduğu çalışmaları anlatmak ve gelecekte gerçekleştirmek istediği projeleri duyurmaktır (Oktay, 1996: 167).

İnsanların ilk bakışta görebilecekleri ve verilmek istenilen mesajı alıp etkilenecekleri için hazırlanan yazılı iletişim araçlarından afişler, resimli olurlar ve konuyla ilgili olan ya da olmayan herkesin ilgisini çekerler. Afişlerde yazıya az yer verilirken resim ve diğer görsel öğelere daha fazla yer verilir. Afişte bulunan konuya uygun görsel öğeler seçilmeli ve görsel öğeler ile kelimeler birbirini desteklemelidir (Tutar ve diğ., 2003: 151). Kurumsal iletişimde önemli bir yere sahip posterler, mektuplar ve dilek kutuları da yazılı iletişim araçlarındandır. İş görenlerin, yöneticilere düşüncelerini iletmelerini sağlayan dilek kutuları önemli bir yere sahiptir.

Posterler ise, alıcı kitlenin ya da toplumun geniş bir bölümünü içeren geniş kitlelerin belirlenmesi durumunda çok etkili bir araçtır. Çok sayıda insanın görebileceği kamuya ait ortamlarda, uzun zaman dilimlerinde, devamlılık gösteren iletiler aktif bir duyuru ve tanıtım faaliyetini yerine getirirler (Oktay, 1996: 83). Kurum idarecilerinin iş

görenlerine yazdıkları mektuplar önemli bir kurumsal iletişim aracıdır. Bu mektuplar diğer araçlardan çok daha fazla samimi bir özelliğe sahiptir (Gürgen, 1997: 100).

1.4.2. Yüz yüze İletişim

Yüz yüze iletişim iki bireyin karşılıklı bir şekilde bilgi alışverişinde bulunması olarak tanımlanır. Yüz yüze iletişimin en önemli özellikleri bilgi değişiminin hızlı bir şekilde yapılabilmesi, vücut işaretlerinin ve kafa hareketlerinin kullanılabilmesidir (Hallowell, 1999: 60).

İnsanoğlu tarafından sesin kelimelere dönüştürülmediği, yazının icat edilmediği, mimikler, jestler gibi vücut hareketlerine simgesel olarak bir anlam yüklenilmediği zamanlarda bile aynı mekânlarda beraber olan insanlar arasında dokunarak, bakışarak gülerek ya da ağlayarak değişik şekillerde yüz yüze iletişim ortaya çıkıyor olmalıydı (Güngör, 2011: 42).

İleti aktarımını amaçlayan telekomünikasyonlar günümüz koşullarında giderek artan sosyal ve teknik gereksinimlerle kişilerarası iletişimde sözlü veri aktarımının yanında uzaktan ve aracılı yüz yüze iletişim hizmetini de bizlere sunmaktadır (Demir, 2013: 4).

Yüz yüze iletişim en yüksek bilgi akışını sağlamaktadır. Sözel olan iletinin yanı sıra dış görünüş, kıyafetler, beden dili, kişinin tutum ve davranışlarını da yansıtarak bireyle ilgili veriler sunmaktadır. Yüz yüze iletişim kişilerin dinleme becerisine de olumlu katkı sunmaktadır (Lerbinger, 2006: 61).

Yüz yüze iletişim ikna etmede de en başarılı tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iletişim türü kullanıldığı konuşmada davranışları kuvvetlendirdiği için, şahsi düşüncelerini savunan taraflarını daha güçlü kılmaktadır (Anık, 2000: 245).

Yüz yüze iletişim türü kişilerarası iletişim kavramının açıklanmasında da belirleyicidir. Kişilerarası iletişimi kavramsal olarak tanımlarsak aşağıdaki üç niteliğin olması gereklidir.

- Bir kişiden başka bir kişiye olan iletişim,
- Yüz yüze olan iletişim,

- İletişim yapı ve içerik olarak katılan kişilerin kişisel özelliklerini, toplumsal rol ve bağlantılarını yansıtır (Hartley, 2002: 20).

1.4.3. Kitle İletişimi

Kitle iletişimi kavramının açıklamasına başlamadan önce kitle kavramını tanımlamak doğru olacaktır. "Kalabalık", "yığın", "çokluk" gibi anlamlarda kullanılan kitle kavramı sosyalist toplumlarda bir araya gelen işçi kesiminin dayanışması ve gücünü de yansıtan anlamda da kullanılabilir (Mutlu, 2008: 177).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde yer aldığı şekliyle; kitle kelimesi, dilimize Arapçadan "Kutle"den dönüşerek geçmiştir ve "bir yerde toplanmış, bir araya gelmiş insan topluluğu" anlamına gelmektedir. İletişim kelimesi ise TDK sözlüğünde "Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim ve haberleşme" olarak ifade edilmektedir.

Çok fazla sayıda insanın bir araya gelerek oluşturduğu toplumsal kümelere, insan topluluklarına kitle adı verilir. Kitle kavramı bireyleri temsil edeceği gibi farklı sosyal kesimleri de temsil eder. Herhangi bir sınıfsal fark, cinsiyet ya da ırk gibi şahıslara özgü bir ayırım yapılmaksızın amaçlarını gerçekleştirebilmek adına toplanmış geniş insan gruplarıdır.

Toplumun bir bölümünün ya da tamamının alıcı durumunda bulunduğu yani kitlelere yönelik iletişim, kitle iletişim olarak adlandırılır. Gazete, kitap, radyo, TV, sinema, dergiler, afişler önemli bazı kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar vasıtasıyla bir enformasyon çok kısa bir süre içerisinde geniş insan topluluklarına dağıtılabilmektedir ve bu sebepten ötürü günlük yaşamımızda çok aktif olmaktadır. (Turam, 1994: 45).

İngilizcede "mass communication" sözcüklerinin yerine Türkçede kitle iletişimi sözcüğü kullanılmaktadır. Kitle iletişimi sınırsız sayıda kişiye erişmeyi amaçlayan iletişim biçimidir. Kitle iletişimde söz edilen kitle kavramı bir hedef birlikteliği olmaksızın farklı kişileri belirtmektedir. Bu bağlamda kitle iletişiminde elde edilmek istenen birey ya da amaçların kim olduğu tamamıyla bilinmez. Bundan dolayıdır ki bu iletişim şeklinin hedefi kitle yani gönderilen iletilere açık durumda bulunan dağınık okuyucu seyirci ya da izleyicileri anlatmaktadır (Bal, 2004: 66). Kitle iletişimin erişmek istediği alıcı yani hedef seyirci, okuyucu, izleyici gibi isimlendirilen kişilerdir.

Bu kişiler kuramsal açıdan birbirleriyle örgütsüz ve kopuk, kim ya da ne olduğu belli olmayan kişiler olarak ortaya çıkar (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 20).

Kitle iletişim araçları vasıtasıyla (radyo, televizyon, sinema, gazete, internet, afiş) sağlanan iletişim şekline kitle iletişimi adı verilir. Mesajların topluluklara ulaştırılmasını sağlayan teknolojik gelişmelerin varlığıyla kitlesel kullanım mecralarına kavuşan kitle iletişimi, vericinin kitle halindeki hedefine ulaşması nedeniyle bu isimle adlandırılmıştır (İlhan, 2012: 443).

Kitle iletişimi uzmanlaşmış toplulukların geniş, farklı yani heterojen seyircilere sembolik olarak içerik ulaştırmak amacıyla teknolojik araçları kullandığı kurum ve tekniklerden oluşmaktadır. Bu yüzden kitle iletişimi radyo, sinema, televizyon gibi araçlar yoluyla gerçekleşir (Windahl ve McQuail, 1993: 19).

Kitle iletişimin özellikleri şu şekildedir (Kayapınar, 2011: 67);

- İzleyici kitle sadece belli başlı gruplara değil, mahalli, bölgesel ulusal veya uluslararası kitlelere hitap eder.
- İzleyici kitle farklı toplumsal gruplardan ve farklı özelliklere sahip bireylerden oluşur.
- İzleyici kitle cemiyet, iş, okul gibi toplumsal kimliklerin bütünleştirici nitelikleri içermeyen kimliksiz bir topluluktur.
- Kitle iletişimi üyelik gerektirmez, herkese açıktır ve kamusaldır.
- Kitle iletişim araçları coğrafi sınırları aşan aynı andalık özelliği ile vericiden uzakta, birbirinden farklı alanlarda bulunan çok fazla sayıda bireyle aynı anda iletişim kurabilir.
- İzleyici kitle ile iletişimcinin herhangi bir tanışıklığının bulunmadığı, bu ilişkide iletişim profesyonel kişiler tarafından kurulur. Reklamcı, yapımcı, editör gibi yayının arkasında bulunan, iletişim verilerini ileten ya da iletiye dönüştüren karar vericiler izleyiciler tarafından tanınmazlar.
- Kitle iletişimde iletişim tek yönlü olarak sağlanır, izleyicilerin hemen cevap verme imkânını sunmamaktadır.
- Kitle iletişim araçlarını sunduğu ürünler hem fiziksel hem de maddi anlamda insanların büyük bir bölümü için basit bir şekilde ulaşılabilir.

Teknolojik gelişmelerle iletişim kavramı kitle iletişimi kavramına dönüşmüştür. Sınırlı sayıda insanla kısa mesafelerde kurulan iletişim teknolojinin desteğiyle kitle iletişimi olarak daha çok insana ve uzak mesafelere ulaşmıştır. Kitleyi oluşturan insanlar zamanla kendi hislerini ve düşüncelerini bırakarak kitleye ait duyguları ve düşünceleri kabul etmektedirler. Kişiler kitleye ait duygu ve düşünceleri savunarak kitlenin kabul ettiği müşterek hedefleri kabul ederler (Sarı, 2006: 75).

İletişim sağlayabilmek için insanoğlu varoluşundan günümüze gelinceye kadar çeşitli iletişim araçları geliştirmiştir. İnsanoğlu kendi gelişim ile aynı doğrultuda iletişim araçları geliştirmeyi sürdürmüştür. Gelişen ve gelişmekte olan iletişim araçları her biri diğerini tamamlar nitelikte olmuştur fakat birbirlerinin yerini alamamışlardır. Gelişen bu teknoloji ile birlikte iletişim araçları iletişime hız kazandırmanın yanı sıra aynı zamanda da iletişim şeklini kitle iletişimi şekline çevirmiştir.

19. yüzyılın başlarında basının gelişmesiyle başlayan telgraf ve telefonun icadıyla, sinema ve fotoğrafçılığın ortaya çıkmasıyla 20. yüzyıl 1920'lerde radyonun bulunmasıyla, 1940'larda televizyonun bulunmasıyla, 20. yüzyılın sonlarında ise bilgisayarın gelişmesi ve gün geçtikçe yaygınlaşmasıyla kitle iletişimin gelişim süreci özetlenebilir (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 24).

İnsanların birçoğu tarafından büyük ve etkili bir güç olması nedeniyle kabul gören kitle iletişim araçları, haberleşme ve kitle iletişimi için geliştirildiğinden dolayı uzak sözcüğünü bertaraf etmiş, verici aracılığıyla ulaştırılmak istenen iletilerin, birbirine yakın ya da uzak birçok kişiye iletilmesi ise kitlesellik kavramını ortaya çıkartmıştır. Bu araçların yaygın bir şekilde kullanılmasıyla yüzyıllardır devam eden iletişimin etki ve kapsamı genişlemiştir (Tokgöz, 2003: 100).

Kitle iletişim araçları en fazla sayıda hedefe ulaşmayı amaçlamaktadır. Diğer bir ifadeyle kitle iletişimi sadece modern araçlar vasıtasıyla gerçekleştirilmesiyle değil, ulaşım mecrası ve hedef kitlesinin geniş olması sebebiyle alakalıdır (Oktay, 1996: 222). Kitle kültürünü meydana çıkaran bu durumda kitle iletişim araçları, insanları bir kalıba soktuğu ve tüketici bir kültür meydana çıkardığı iddia edilerek eleştirilere maruz kalmaktadır (Kaya, 1999: 26).

Kitle iletişim araçlarının özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Kitle iletişim araçları insanların sosyal statüsü ne olursa olsun bir ayırım gözetmeksizin aynı iletiyi, aynı anda ulaştırmaktadır.
- Kitle iletişim araçları yayın periyodu olarak sürekli ve düzenlidir.
- Kitle iletişim araçlarının sürekli ve düzenli periyotlarda yayınlaması sonucu toplumda talep oluşturur, kitlelerde oluşan bu talep belli bir zaman sonra alışkanlığa ve ihtiyaca dönüşmektedir.
- Kitle iletişim araçları vasıtasıyla aktarılan iletiler belge niteliğindedirler. Bu sebeple toplumu inandırıcılık ve ikna etme özelliği bulunmaktadır.
- Radyo, televizyon, internet gibi iletişim araçları vasıtasıyla ileti anında aktarılabilen, hatta olay anında bunu gerçekleştirebilmektedir.
- Kitle iletişim araçları aracılığıyla ortaya çıkan iletişim sürecinde alıcının tepkisi anında ölçülemediği için tek yönlü bir iletişimdir ancak internet aracılığıyla aktarılan iletilerde bu özellik aynı değildir (Türkoğlu, 2004: 67).

Kitle iletişim araçların işlevlerinden de kısaca bahsedilecek olursa, konu üzerinde ilk çalışmayı gerçekleştiren Laswell (1960) kitle iletişim araçlarının bilgi verme, ikna etme ve toplumsallaştırma işlevleri üzerinde durmuştur (Aziz, 1982: 1-4).

Kitle iletişimin işlevleri konusunda farklı bölümlendirmeler gerçekleştirilmiş olmasına rağmen en bilindik olan Unesco komisyonu tarafından hazırlanan ve Mc Bride raporu olarak adlandırılan çalışmadır. Bu çalışma raporunda kitle iletişimin işlevleri 8 bölüme ayrılmıştır. Bunlar; haber ve bilgi sağlama işlevi, toplumsallaştırma işlevi, güdüleme işlevi, tartışma ortamı hazırlama işlevi, eğitim işlevi, kültürün gelişmesine katkı işlevi, eğlendirme işlevi, bütünleştirme işlevidir (Yüksel, 2001: 6).

Kitle iletişim araçlarının 4 temel etki alanı bulunmaktadır. Bunlar;kişi veya grup olarak insanları etkilemek, kurum veya kuruluşları etkilemek, kitleleri etkilemek, kültür düzeyinde kişi veya kitleleri etkilemektir (Usluata, 1994: 84).

Başlıca kitle iletişim araçlarından olan gazete ve gazetecilikle alakalı çalışmalar yazın tarihinin en önemli gelişmesi Johannes Gutenberg'in 15.yy'da matbaayı kurması sonrası ilerleme göstermiştir (Özgen, 2002: 13). Dünya basın tarihinde tam olarak ilk gazetenin nerede basıldığı bilinmemesine rağmen, Çin'de 3500 yıl evvel, Mısır'da 4000 yıl evvel gazete olarak adlandırabileceğimiz belgelerle karşılaşmıştır (Bozdağ, 2006:

21). Tüm bunlara ek olarak Fransa'da La Gazette ismiyle yayınlanan gazetenin, dünyada ilk gazete olduğu kabul edilmiştir. Ancak Fransa'da ilk gazete, 16 Ocak 1631'de Les Nouvelles Ordinaires de Divers Endroits” ismiyle Louis Vendosme adında bir kitapçı tarafından çıkarılmıştır (Yüksel, 2009: 30).

Basın, fikirleri, haberleri bir araya getirerek değerlendiren, bunları diğeri insanlara ulaştırarak kamuoyu oluşturan etkisi oldukça yüksek iletişim, haberleşme aracıdır (Yatkın, 2003: 90). Belirli bir ücretle sahip olduğumuz, yazılı ve yazılı bir araç olan gazete okuma ve yazma becerisine sahip olan bireylere seslenmektedir. Haberde ve yorumlar kısmında olayları ayrıntılı inceleyen gazetede birey, radyo veya televizyonda duyduğu ve gördüğü haberlerin ayrıntılarını ve arka planlarını bulabilmektedir. Gazetenin özellikleri şu şekilde sıralanmıştır. Kulağa hitap eden iletişim araçlarına oranla göze hitap eden bir iletişim aracı olduğu için daha etkilidir. Ucuz olması sebebiyle kişilerin her gün alabilmeleri mümkündür. Göze hitap ettiği için okuma yazma bilmeyenleri öğrenmeye teşvik etmektedir. Kalıcı olduğu için kişiler aynı haberi uzun zaman sonra bile okuyabilirler. Hatta tarihi olayları inceleyen ve araştıran bilim insanları için başvuru bilgi kaynaklarından biridir (Işık, 2000: 69).

Kitle iletişim araçlarından radyonun icadı ise telgraf ve telefonun icadının önemli bir gelişme olmasına rağmen, araştırmacılara göre eksik bulunmasıyla başlamıştır. Çünkü telgraf veya telefonla yalnızca uzakta olan ama sınırlı sayıda kişi ile iletişime geçilebiliyordu. İnsanların daha geniş kapsamda kitlelere ulaşması devrim olarak adlandırabilen radyonun icadı ile başladı. 19. yüzyılın ikinci yarısında Avrupa ülkelerinde başlayan radyonun ilk bulunuşuyla alakalı çalışmalar yalnızca bir şahıs tarafından bulunmamıştır. Radyo ardı ardına devam eden çeşitli icatların ve bu icatları ortaya çıkaran birbirinden başka ülkelerdeki kişiler tarafından geliştirilmiştir. Bu kişiler; Maxwell, Hertz, Marconi ve De Foret'dir (Aziz, 2010: 115). Farklı icatlarla gelişen radyo özellikle 1. Dünya Savaşından sonra haber alabilme konusunda ve propaganda aracı olarak kayda değer bir gelişme ortaya koymuştur. Radyonun insan hayatın girmesiyle birlikte, insanlar nerede bulunurlarsa bulunsunlar dünyada meydana gelen sosyal, siyasal ve ekonomik olayları öğrenmeye başlamışlardır (Yatkın, 2003: 93). 1927 yılından sonra 2. Dünya Savaşının son zamanlarına kadar altın çağını yaşayan radyo yayıncılığı ve radyo haberciliği radyonun savaş alanlarından haber iletme, olaylar hakkında yorumlar yapabilme ve olayları özetleme gibi birtakım özellikleri sayesinde

çokça dinleyici sayısına sahip olmuştur (Işık, 2000: 18). Radyo, geçmişteki mektup, telgraf, telefon ve gazete gibi kitle iletişim araçlarından daha geniş kapsamlı ve daha hızlı iletişim sağlayabilme özelliğine sahip olduğu için kitlelerin arasında iletişimi sağlayan önemli bir araç halini almıştır ve zamanla teknolojik gelişmelerin ışığında büyük bir gelişme göstermiştir. İşitsel bir iletişim aracı olan radyo gazete gibi okuryazar olmayı gerektirmediğinden dolayı önemli hale gelmiştir. Teknolojik olarak gelişmeler sonucunda radyo boyutsal olarak küçülmüş, radyonun mekân sınırlamasının olmaması her yerde ve her zaman dinlenilebilir olmasını sağlamıştır. Haber verme, eğitim, eğlendirme, mal ve hizmetlerin tanıtılması, inandırma ve harekete geçirme gibi önemli işlevlere sahip olan radyo, kişinin radyo satın almasından sonra başka bir ücret ödemek zorunda kalmadan kişilerin mesajlara ulaşabilmesini sağlar.

Belki de en önemli kitle iletişim aracı olarak sayılabilen televizyon 1920'lerde gelişmeye başlamış, 20 yüzyılın ikinci yarısından sonra hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişmesinin ardından Avrupa başta olmak üzere tüm dünyada yayılmış, 1960'lı yıllardan sonra ise altın çağını yaşamaya başlamıştır. Türkiye'de 1968 yılında Ankara'da başlayan televizyon serüveni şuan çok sayıda tematik ulusal ve bölgesel kanalla devam etmektedir (Peltekoğlu, 2001: 243).

1923 yılında İskoçyalı mühendis John Logie Baird tarafından icat edilen televizyon ancak 1926 yılında yayın hayatına girmiştir. Televizyonun yayına başlamasıyla birlikte insan topluluklarının iletişim şeklinde de büyük değişimler olmuştur. Eskiden ancak belli bir sınırlı alanda yazılı ya da sözlü iletişim kurulabiliyorken, televizyonun teknik gelişimi ve yayılmasıyla insan topluluklarını pek çok konuda yakından ilgilendiren eğitimden ekonomiye, sağlıktan kültüre, eğlenceden habere kadar birçok program yazılı sözlü iletişimin yanı sıra görsel iletişim olarak da insanlara hizmet etmiştir. Bu iletişim şekli insan topluluklarını yani kitleleri yüksek düzeyde etkilediği için bağlılık derecesini de artırmıştır. Bireyler televizyon sayesinde günlük ve sosyal yaşamlarını ilgilendiren birçok konuda büyük çabalar harcamadan gayet basit bir şekilde bilgiye ulaşabiliyorlardı. Çok az bir zamanda neredeyse tüm evlerde yerini alan televizyonda yapılan yayınları kitleler, yüksek oranda etkileyici ve inandırıcı buluyordu.

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarından üstün hale gelmesinin sebepleri bulunmaktadır. Bu sebepler arasında, ses ile beraber görüntüde sunması renkli yayın gerçekleştirmesi, izleyiciye sunduğu kanal alternatifleri ve uydu aracılığıyla naklen yayın sunması sıralanabilir (Işık, 2000: 20). Televizyonun; haber verme işlevi, eğitime işlevi, eğlendirme işlevi, mal ve hizmetleri tanııtma işlevi, inandırma ve harekete geçirme işlevi gibi özellikleri bulunmaktadır. Bu işlevler sayesinde güçlü bir kitle iletişim aracı olduğu söylenebilir. (Yatkın, 2003: 92). Televizyonun özelliklerinden de bahsedilecek olursa en önemli özelliğinin görüntüyü aktarması olduğu söylenebilir. Televizyondan önceki diğer iletişim araçlarının içinde sadece televizyon iki duyu organına hitap etmektedir. Diğer araçlar bir duyu organıyla algılanmaktadır. Televizyonun özellikleri şu şekilde sıralanabilir. Televizyon evreni küçültmektedir, mikrofon yardımcı bir unsurdur, televizyon yayınında anlatım önemlidir, okuma bu önemde değildir, sessizlik radyodaki kadar kesin değildir, zaman öldüren bir kitle iletişim aracıdır, bireyleri pasif duruma düşürmektedir, karmaşık ve pahalıdır (Aziz, 1976: 34).

İnternet; Soğuk Savaş döneminde Amerika Birleşik Devletlerinde ilk olarak ordu arasındaki iletişimi sağlamak, sonra akademik dünyada kişilerin iletişimlerini sağlamak amacıyla kullanılmıştır. İnternet savunma sanayi ve birçoğu bilgisayar uzmanı olan bilimsel topluluk tarafından ilk bağlantının kurulduğu 1969 yılından, 1989'da ticarileşme sürecine girene kadar ticari amacı olmadan kullanılmıştır (Şener, 2006: 77). Çok fazla sayıda tanımı yapılan internetin akademik olarak kabul edilen tanımı şu şekildedir. “Yüz milyonlarca kişiye eş zamanlı olarak hizmet veren ve gün geçtikçe sayısı çoğalan bilgisayar ağlar sistemidir”. İletişim uzmanlarına göre “internet dünyadaki tüm bilgisayar ağlarının birbirlerine bağlanmasıyla meydana gelen dev bir ağ” şeklinde açıklanmıştır (Kılıç, 2014: 80). Kendinden evvel kitle iletişim araçlarında bulunan özelliklerin hepsine sahip olan internet, iletişime farklı ve güncel özellikler kazandırmıştır. Örneğin günlük gazeteler farklılığa uğramıştır. Gazeteler normalde bir gün önceki günün haberlerini insanlara iletirken internet tabanlı gazeteler, kitlelere anlık haber alma imkânı sunmuştur. Anlık olarak iletilen televizyon yayınlarında kişiler yayın akışına dâhil olamazken internet üzerinden yapılan TV yayınlarında programı durdurma, istediğin zaman izleme gibi müdahale etme fırsatı bulunmaktadır. İnternet sayesinde kişiler, kişi ya da kişilerle zaman ve mekân kavramını kaldırarak anlık bir

şekilde yazışma konuşma ya da görüntülü görüşme şeklinde iletişime geçebilir. İnternet sahip olduğu birçok özellikten dolayı bu yenilikleri sağlamaktadır (Kılıç, 2014: 83). İnternet televizyondan sonra yeni bir iletişim devrimidir. Bilgisayarların sunduğu iletişimsel yenilikler televizyonu kapsar ve televizyonunda ilerisine geçer. Bilgisayarlarla beraber kitlesel boyuttaki iletişimde yeni bir dünya sunulurken diğer taraftan kişilerarası iletişim şeklinde kayda değer imkânlar sunulur (Güngör, 2011: 208). İnternet bilgisayar bağlantısıyla tüm bilgilere anında ulaşılan bilgi deposu olmuştur. İnternetin insanların hayatına girmesiyle birlikte her şey değişikliğe uğramıştır. Bireylerin konuşma, eğlenme yaşama şekillerinden, dış çevre hakkında bilgi alma biçimlerine kadar çoğu alışkanlıkları değişmiştir (Şimşek, 2007: 290).İnternetin diğer olumlu tarafı da kişilerin ulaşmak istedikleri bilgiye ulaşımının demokratikleşmesidir. Artık isteyen her kişi istediği yer ve zamanda bir kurumun aşırı özel olmayan bilgilerine erişebilmektedir. Önceden sadece belli kişilerin erişim sağlayabildiği bilgiye, şuan kişiler istedikleri şekilde erişim sağlayabilir duruma gelmişlerdir (Vasseur, 1993: 33).

1.4.4. Bilimsel Araştırma ve Kitle İletişim Kuramları

İlk insandan günümüze gelinceye kadar bilimsel araştırmaların yapılmasının ana sebebi insan ve doğa arasında olan ilişkileri bireylerin lehine değiştirebilme gayretidir. İzafeyet teorisinin kurucusu Albert Einstein *“bilim denilen şey, günlük düşüncenin berraklaştırılmasından başka bir şey değildir”* demektedir (Yüksel, 2013: 3). Bilim evrendeki olguları birtakım yollar vasıtasıyla inceleyen, bu olguları açıklayan, kabul edilen, sağlamlığa ve geçerliliğe sahip olan, aksi ispatlanamamış sistemli bilgilerin tamamıdır. Bilim herkes tarafından gözlemlenebilir, olgusaldır. Bilim sistemlidir ve belirli bir bütünlük içerisinde açıklar. Açıklamaları akla uygun, akılcıdır. Genelleyicidir, olayları ayrı ayrı değil genel açıklar. Yere ve zamana bağlı olarak değişiklik göstermez, evrenseldir. Belli bir birikim sonucudur ve kaydı bulunur. Sağlamdır ancak görelidir, kesin doğru ve yanılmazlık şeklinde değil gerçeğe geçici doğrularla yaklaşmayı kabul eder. Bilimin sonuçları geçerlilik ihtimali yüksek genellemelerdir (Yüksel, Cangöz, Özer, Uzun, Dağtaş, Erdoğan, 2013:3).

Bilimin amaçları arasında anlamak (nedir sorusunun cevabını içerir), açıklamak (neden-niçin sorusun sorarak başlar), ilişkiler bulmak, nedenler bulmak, geleceğe

yönelik tahminde bulunmak (öngörme, herhangi bir olgu ile ilgili olarak bilinenlerden yola çıkıp bilinmeyeni bulmak), gelişme ve ilerleme için teklifte bulunmak, kontrol (açıklama ve kestirimlerin peşinden olguları başlatmak, durdurma, devam ettirme, değiştirme gücüne ulaşmayla beraber üretilen bilginin uygulamaya aktarılması) bulunmaktadır. Örnek verilecek olursa bulutlu bir havada yıldırım gözlemlenir. Yıldırımı meydana getiren faktörler ortaya konulur. Bu faktörler arasında olan ilişkiler incelenir ve nedensellik bağları araştırılır ve yıldırımın neden ortaya çıktığı açıklaması yapılır. Faktörlerden ve nedenlerden başlayarak yıldırımın hangi şartlarda oluşacağı önceden tahmin edilir. Daha ileriye gidilerek nedenler manipüle edilerek kontrol mekanizmaları kurulabilir. Bunun da ötesinde yapay yıldırım bile oluşturulabilir. Kontrol basamağı, bilimin olgunluk aşaması olarak değerlendirilebilir. Tüm bilim dallarının bebeklik (anlama), çocukluk (açıklama), gençlik (öngörü), olgunluk (kontrol) basamaklarını geçerek gelişme gösterdiği bilinmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2011:137).

Bilim yeni kuramlar üreten ve hâlihazırda olan kuramları sınamaya yarayan, sistematik bilgi toplama ve analiz etme aşamasıdır. Kuram ise genel bir açıklama yaparsak, şeylerin nasıl çalıştığı hakkında kavrayış, bir olguyu açıklama, kestirme, kontrol etme aşamalarına yarayan ilişkiler bütünüdür. Yani belli bir konu hakkında meydana çıkarılan, geçerliliği ve güvenilirliği bilimsel yöntemlerle belirlenmiş genel açıklama düzlemidir. Hipotez, araştırmacının incelediği sorunla alakalı, araştırma aşamasının ilk başında ileri sürdüğü doğru ve yanlışlığı test edilmemiş, denemelik, geçici önerme veya genellemelerdir. Yapılan çalışmalar ve araştırmalar neticesinde tersi ispatlatılamazsa hipotez bilimsel bir bilgi özelliği kazanır, aksi olduğu durumlarda ise terk edilir. Kuramın hipotezden farkı, araştırma yapılan alanda meydana çıkardığı açıklamaların çalışılan alanın bütününe kapsamı veya o alanla alakalı kapsamlı ve köklü açıklamalar sunmasıdır. Hipotezler de kuramsal gerekçelendirmelerden oluşturulurlar. Kuramdaki varsayımlara bağlıdırlar. Kuram hem geçmişe, hem şimdiye hem de geleceğe ait açıklamalardır. Kuramlar bilimsel delillerle yeteri kadar doğrulanırlar ve hiçbir kimse tarafından doğruluğuna karşı durulamazsa artık "bilimsel yasa" veya "bilimsel kanun" ismini alırlar. Newton'un yerçekimi kanununu buna örnek verilebilir (Yüksel ve diğ., 2013:3). "Bilimsel Yöntem", olgusal nitelikli problem çözmenin bilim üretmenin, bilinen ve bazı süreçlere sahip olan en güvenilir şeklidir.

Bilim adamları gerçeğin doğası ile ilgili genellemeler oluşturmaya çalışırlar. Bilimselyöntem, Tümevarım (Bacon) ve Tümdengelim (Aristo) yaklaşımlarının sentezlenmiş halidir. "Tümdengelim"de bütünden parçaya gidilen, genel önermelerden daha az genel önerme çıkarma yöntemidir. Formüle edersek: $A=B$ ise, $B=C$ ise, $A=C$ 'dir. "Tümevarım" da ise deney ve gözlem şeklinde elde edilen olgu ve bilgileri genel ilke ve yasalar çatısı altında toplama gayretindedir. Tek olgulardan genel önermelere uzanır. İnsanların toplumsal özelliklerini ve toplumsal olayları inceleyen bilim dalına "sosyal bilimler" adı verilir. Sosyal bilimlerde var olan kanunlar olguları açıklarken çok başarılı olsalar bile toplum hayatı ve insan davranışlarına paralel olarak değişmek durumunda kalır. Sosyal bilimlerde kullanılan araştırma yaklaşımları; niteliksel (qualitative) ve niceliksel (quantitative) yaklaşımlardır. "Niteliksel yaklaşım" veya nitel araştırma insan ve grup davranışlarının neden ve nasıl sorularını cevaplayan araştırmalardır. Kişi kanaatleri, tecrübe, algı ve duyguları gibi öznel verilerle uğraşır. Toplumsal olaylar doğal ortamlarında tanımlanır. Disiplinler arası yapıda olan nitel araştırmalar, birikmiş bilgi ve gözlemleri yorumlar. İstatistiksel verilerden yararlanır fakat istatistiksel test veya hipotez testi kullanılmaz. Görüşmeler, gözlemler, arşiv taramaları, iz sürme çalışmaları, örnek olay, vaka analizi, odak grup yöntemleri belli başlı yöntemleridir. Veri kayıt tekniği olarak, not alma, fotoğraf, ses, video kayıtlarıdır. "Niceliksel yaklaşıma" deneysel yaklaşım, görgül, ampririk, sayısal yaklaşım da denilmektedir. Bilim ve bilim dışı olanı net sınırlarla ayırır. Yalnızca bilimsel yolla sahip olunan bilgileri kabul eden ve üzerinde konuşmaya gerek duyan, bilimin nesnel gerçeklikle, bilim dışının öznel gerçeklikle ilgilendiğini savunan pozitivist felsefeden kaynaklanmıştır. Gözlemlenebilen, işlevsel olarak tanımlanabilen her şey bilimin konusu içine girebilir. Araştırmacı veri toplama süreci ve analiz süreçlerinde kendi şahsi değer yargılarından ve yorumlarından kaçır. Hipotezler kurulur, test edilir ve sonuçlar yorumlanır (Yüksel ve diğ., 2013: 4).

1.4.4.1. İletişim Kavramı ve Anlamı

Birinci bölümde yoğun olarak bahsedilen ve çeşitli tanımları verilen iletişim kavramının Merten'e göre 160'ın üzerinde tanımlama şekli bulunmaktadır. Yazılı kaynakların taranması sonucu yapılan başka bir araştırmada bu sözcüğün 4560

kullanımı derlenmiş sonrasında 15 ayrı anlam üzerinde uzlaşmıştır. Bu anlamlar şu şekilde sıralanmıştır (Oskay, 1993 ve Yumlu, 1994).

1. Simge, konuşma dili: Düşüncenin sözel olarak (konuşma ile) karşılıklı alışverişi
2. Anlama, mesajın alınması: Bireyde benlikle ilgili olarak belirsizliğin azaltılması
3. Karşılıklı etkileşim, ilişki: İki kişinin birbirini anlaması, insanın karşısındakine kendisini anlatabilmesi
4. Belirsizliğin aza indirilmesi: Organizma düzeyinde bile olsa ortak davranışa olanak veren etkileşim
5. Süreç: Duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılma süreci
6. Aktarım, değişim: Bir kişi ya da bir şeyin başka bir kişiye/bir şeye içinden aktarımla, alışverişi dönüşme değişme süreci
7. Bağlama, birleştirme: Yaşayan bir evrenin parçalarının ilintilenmesi, bağlantılarının kurulması süreci
8. Ortaklık: Bir kişinin tekelinde olanın başkalarıyla paylaşılması, başkalarına da aktarılması süreci
9. Kanal: Askeri dilde iletinin (komutun) gönderilmesi ile ilgili araç, usul ve teknikler
10. Bellek, depolama: İletiyi alanın belleğinin, iletiyi gönderenin beklentisine uygun yanıt verecek biçimde uyarılması
11. Ayırıcı tepki: Organizmanın ortamdaki uyarıya verdiği fark edilir yanıt, ortamdaki değişme uyarlanma yanıtı, bu yanıtla diğerini etkileme
12. Uyarıcı: Kaynaktan çıktıktan sonra iletiyi alan için bir uyaran olan davranış
13. Amaç: Kaynağın karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranış
14. Zaman ve durum: Belli bir konumdan, yapıdan bir diğerine geçiş süreci
15. Güç: İktidar kaynağı olarak kullanılan mekanizma.

İletişim toplumsal kullanım biçimlerine göre çeşitlendirildiğinde; bireyi güdeleyen, motive eden, gereksinimleriyle kişinin kafasında kendisini kavramasına kişinin "içsel iletişimi" denir. Kişiler arasındaki her türlü iletişime ise "bireyler arası iletişim" denilmektedir. "Grup iletişimi", bir grubun içindeki bireylerin yapıcı ve engelleyici olmak üzere iletişimlerini, üstlendikleri rolleri ve etkileri kapsar. Örgüt

içerisindeki iletişimi ve iç ve dış çevresiyle iletişimi konu alan iletişim ise "örgüt iletişimidir". Kitle iletişim araçları vasıtasıyla kurulan iletişime "kitle iletişimi" denir ve iletişimin gerçekleşmesini sağlayan teknolojik araçların tümüne "kitle iletişim araçları" denilmiştir. Bir başka deyişle yazılı, sesli veya görsel yapıtların dağıtılmasını veya yayımını gerçekleştiren teknik iletişim araçları kitle iletişim aracı şeklinde ifade edilir. "Kişi dışı iletişim" terimi bir başka kişinin dışında kalan herhangi bir makine veya hayvanlarla kurulan iletişim anlamında kullanılmaktadır. Bilgisayar teknolojileri ile birlikte son zamanlarda iletişimin farklı boyutlarına rastlanılmaktadır. Özellikle sosyal medya vasıtasıyla yeni bir iletişim dili ve yapısı gelişmiştir. (Yüksel ve diğ., 2013: 8).

1.4.4.2. İletişim Tarihi

İnsanın kendini tanıması ile birlikte başladığına inanılan iletişimin somut bir tarihi bulunmamaktadır. İlk insanlar zamanında iletişim tek anlamı olan hırıltı ve vücut hareketleri, yıllar sonra insanlık tarihi süresince ilk iletişim yeniliğinin geliştirilmesi, konuşmanın gücü ve sembolize etmek şeklinde kendisini göstermiştir. Bu sayede toplumların oluşmasına olanak vermiştir. En eski görsel iletişim kalıntısı M.Ö. 45,000'lere ve eski duvara kazılmış hayvan resmi M.Ö. 30,000'lere aittir. Bunun ardından sonraki iletişim buluşu fonetik alfabenin geliştirilmesi olmuştur.

Tarihi bulgulara göre Sümerlerde kil tabletlere resimlerle yazılı olaylar M.Ö. 3500'lere kadar gitmektedir. Papirüs üzerine yazılan en eski doküman M.Ö. 2200'lere aittir. Fenike alfabesi M.Ö. 1000 yıllarına karşılık geldiği bilinir. T'saiLun'un kâğıdı bulması M.S. 105 yılıdır. 1000 yılında Çin'de hareketle kil baskı yaratılmış, 1049'da Pi Sheng kil kullanarak hareketli baskı tipini geliştirmiştir (Erdoğan, 2002: 337).

Avrupa'da harflerin dizilmesi sonucu baskı yapılmasına 144 yılından sonra Gutenberg tarafından geçilmiştir. Bu sayede iletişim için üçüncü önemli buluş yani matbaa ortaya çıkmıştır. Ülkemizde ilk matbaa 1626 yılında İbrahim Müteferrika tarafından kurulmuş ve Türkiye'de ilk kitap olan Vankulu Lügatı 1729 yılında yayınlanmıştır(Yüksel ve diğ., 2013: 9).

1844 yılında Morse'un telgraf aracılığı ile iletişim kurması sonucu elektronik dil gelişmiş ve ilerlemelerin günlük yaşandığı süreçler başlamıştır. 1876 yılında Alexander Graham Bell telefonu icat etmiş, 1895 yılına ise Lumiere kardeşler Paris'te ilk hareketli

resim kamerasını yapmışlardır. Bunun sonucunda ilk sinema salonu açılmış ve ilk film gösterilmiştir (Yüksel ve diğ., 2013: 9).

1920 yılında Pittsburgh'da (KDKA) ilk radyo istasyonu kurulmuştur. Görüntüleri elektrik işaretlerine dönüştüren ikonoskop lambasını bulan Amerikalı Vladimir Komsa Zworykin televizyonun gelişimi için çok önemli bir işe imza atmıştır. Her ne kadar düzenli televizyon yayınlarına ABD'de 1939 yılında başlansa da 1936 yılında Berlin Olimpiyatları kapalı devre televizyon sistemi ile yayınlanmıştır. 1954 yılında ilk renkli televizyon yayınına başlanmıştır. Türkiye'de siyah beyaz ilk televizyon yayını 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nde gerçekleştirilmiştir. Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu 1966 yılında yayına başlamıştır. Ve böylece 1900'lü yılların başında radyo, 1930'lu yılların başında ise televizyon elektronik eşya olarak satılmaya başlamış ve yaygınlaşmıştır (Yüksel ve diğ., 2013: 9).

Bu arada ilk bilgisayar 1390'lı yıllarda Cambridge'de Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde ABD'li Vannevar Bush'un yönetiminde geliştirilmiş, ilk elektronik bilgisayar ise 1945 yılında tamamlanmıştır. 1911 yılında Uluslararası İş Makineleri-Elektronik Şirketi'nin(International Business Machines), kurulmasının ardından ilk bilgisayarını (Model 650) 1953 yılında çıkartmıştır. İlk bilgisayar oyunları 1960 yıllarda görülmüştür. 1969 yılında Amerikan Savunma Bakanlığı bilgisayar şebekesi olan ve internetin başlangıç noktası olan ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), kurulmuştur. İlk kişisel bilgisayar 1975 yılında IBM tarafından çıkarılmıştır (Yüksel ve diğ., 2013: 9).

Dünya genelinde internetin yaygın olarak kullanılmaya başlandığı tarih 1990'lı yıllardır. İnternetin ülkemize gelmesi ise 1994 yılına rastlamaktadır. Dünya genelinde 50 milyon kullanıcıya ulaşabilmek için radyo tarihinde 38 yıl, televizyon tarihinde 13 yıl, internet tarihinde 5 yıl geçmesi gerekmiştir (Yüksel ve diğ., 2013: 9).

1.4.4.3. İletişim Araştırmaları Tarihi

İletişim biliminin temelin oluşturan araştırmaların tarihi de tıpkı iletişim teknolojileri gibi çok eski bir geçmişe sahip değildir. İletişim araştırmalarının tarihi Birinci Dünya Savaşı'nın ardından 1920'li yıllara ve o yıllarda Amerika Birleşik Devletleri'nde yürütülen çalışmalara dayanır.

İletişim çalışmalarının başlamasında ABD'de 1910 ve 1940'lı yıllara damgasını vuran Chicago Okulu'ndan bahsedilir. Bunun yanı sıra Charles Cooley, Herbert Mead ve John Dewey'in Amerikan sosyal bilimlerine önemli katkıları olmuştur. Wilbur Schramm (Stanford İletişim Araştırmaları Enstitüsü yöneticisi) 1963'te yayımladığı "The Science of Human Communication (İnsan İletişiminin Bilimi)" kitabında iletişim araştırmalarının kurucu isimlerinden bahseder ve bu isimlerin en başında Nazi propagandasının insanları nasıl etkilediğini analiz eden Harold Lasswell'dir. 1940'lı yıllara Lasswell'in çizgisel iletişim modeli (kim, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne der) damgasını vurmuştur. Sosyal psikolojist Kurt Lewin, grup içerisindeki bireyin davranışlarını araştırmıştır. Sosyolog Paul Lazarsfeld, radyo araştırması projesiyle anket ve "fokus" (odak) grup tekniklerini kullanarak yayınların duygusal etkilerini incelemiş, deneysel psikolojist Carl Howland, mesajın iknaya yönelik etkisinde kaynağın güvenilirliğini sorgulamış, Schramm ise 1960'larda kitle iletişimi üzerine ilk doktora programını açmış ve İletişim Araştırmaları Enstitüsü'nü kurmuştur (Yüksel ve diğ., 2013: 10).

1960'ların sonları ve 1970'lerin başlarında eleştirel görüşler gelişme göstermeye başlamıştır ve Amerikan yayıncılığına ait eleştirileri de içermektedir. 1970 ve 1980 yıllarında bilim insanları ilgi alanlarına doğru bir yönelme görülmüştür ve birbirlerinden ayrı iletişim sürecinin farklı yönlerini içeren çalışmalara imza atmışlardır. 1970'ler süresince iletişimi şekille anlatmaya çalışan iletişim süreci modelleri geliştirilmiştir. 1980'lerden günümüze gelinceye kadar iletişim bilimindeki farklı yaklaşımlar daha çok birbirine yaklaşmış ve daha çok bir araya gelmeye başlamıştır (Yüksel ve diğ., 2013: 11).

1.4.4.4. İletişim Araştırmalarının Sınıflandırılması

İletişim araştırmaları tarihi içerisinde gerçekleştirilen çalışmalar farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Çalışmaların odaklandığı etki, mesaj, araç, niyet, anlam, ideoloji temel sorun, konu veya özneye göre sınıflandırılabilceği gibi ilgilendiği iletişim türü veya biçimine göre, araştırma yöntem veya yaklaşımlarına göre, araştırmacıların bakış açılarına göre son olarak da sonuçta ortaya konulan bulgu, yorumlara göre bu ayrımlar farklılaşabilmektedir. Geçmişte görülen iletişim araştırmalarının odak noktasına bakarak genel olarak iki ayrı şekilde tanımlamak mümkündür. Birincisi Mühendis Claude

Shannon'un iletişimi "bilginin iletilmesi ve alınması" biçiminde tanımlamak, ikincisi ise insancıl bakış açısıyla Felsefeci I. A. Richards'ın iletişimi “anlamın üretilmesi” şeklinde yorumlamaktır.

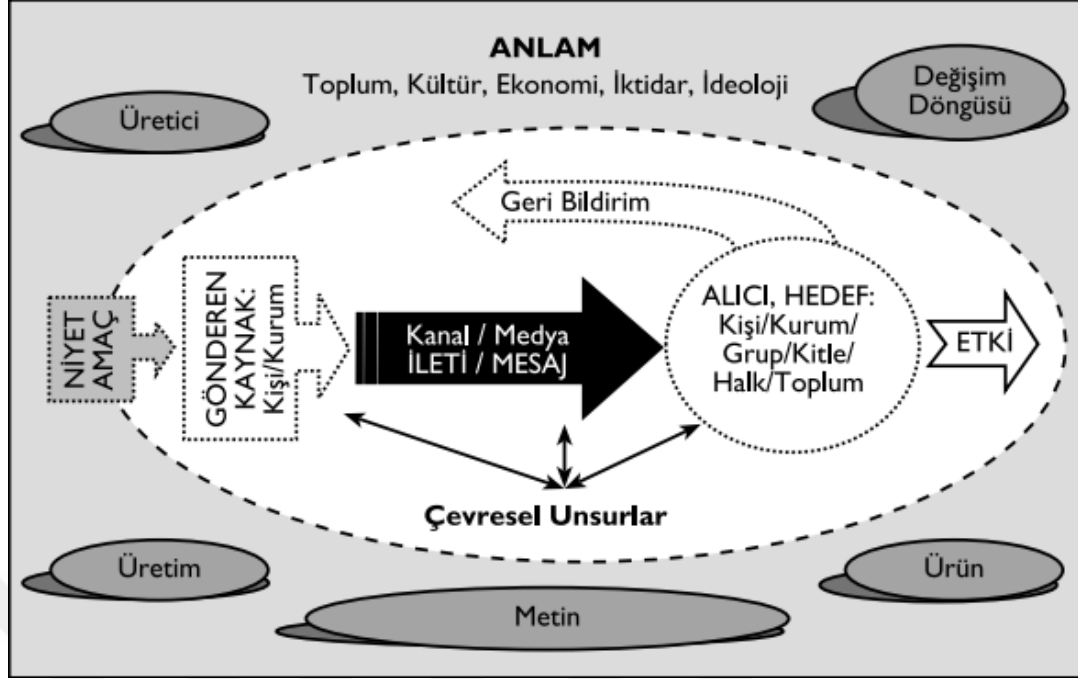
Bilgilerin iletilmesi ve alınması tanımına giren etki-süreç odaklı yaklaşımlar.

Anlamın üretilmesi tanımına giren anlam-niyet odaklı yaklaşımlar (Yüksel ve diğ., 2013: 12).

1.4.4.5. Bilginin İletilmesi ve Alınması Tanımına Giren Etki-Süreç Odaklı Çalışmaların Temelleri

Ana akım, ana damar, ana yön, tutucu, yönetsel, pozitivist, amprik, geleneksel, davranışçı, çoğulcuya da daha sonraları liberal kuramlar gibi adlar verilen çalışmalardır. Bu yaklaşıma göre iletişim bir süreç halinde işler, kaynak tarafından kodlanan mesajlar bir kanal vasıtasıyla hedefe iletilir ve kişilerin bir şekilde etkilendiği kabul edilir. Bu bağlamda iletişim bir bireyin diğer bireyin davranışını veya zihinsel durumunu etkileme süreci olarak açıklanır. Alıcının da bir şekilde geri bildirimde bulunması sonucu süreç devam eder. Liberal yaklaşıma bağlı bir şekilde geliştirilen kuramların başlangıçta birleştikleri üç önemli durum vardır (Yumlu,1994).

Birincisi insanların yaşamış oldukları çevreye uymaları, gerekli durumlarda uydurulması görüşüdür. İkincisi mevcut toplumsal yapıyı ve kurumları koruma ve geliştirme isteği. Üçüncü ve son olarak da sanayileşmiş ülkelerin tercih edecekleri en iyi yolun kapitalist ekonomik ve siyasal sistem olduğu görüşüdür.



Şekil 1.1. Etki ve Anlam Odaklı Çalışmaların Bazı Kavramları (Yüksel vd., 2013, : 15)

1.4.4.6. Etki-Süreç Odaklı Çalışmaların Temel Kavramları

İletişimi bir model çerçevesinde formüle etmeyi hedefleyen ilk gayretlerin sonucunda iletişim sürecinin kaynak, ileti, kanal ve alıcıdan oluşan dört temel ögesi yer almıştır. Fakat 1950'li yıllarda iletişim araştırmalarının daha da hızlanması sonucu doğrusal olmayan iletişim süreci ortaya çıkmış ve bu ögelere geri bildirim veya geri besleme eklenmiştir. Aynı yıllarda gürültü ögesi de iletişim süreci ögeleri arasına katılmıştır. Sonraki zamanlarda iletişim sürecini etkilediği düşünülen ve birçok kaynaktan birbirinden farklı tanımlanan birçok öge iletişim modeline eklenmiştir (Yüksel ve diğ., 2013: 16).

Bir olayın düzenli olarak birbirini izleyen değişimlerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesi "süreç"tir. "Kaynak" ise; iletişim sürecinde iletiyi gönderen ögedir ve aynı zamanda iletişim sürecini başlatandır. Daha sonraki aşamada imgeler sembollere dökülür. Bu aşamaya "kodlama" denilir. Kodlama bir bilgi, düşünce, duygu veya kanının iletmeye müsait, hazır bir ileti şekline dönüştürülmesidir. Alıcı üzerinde gerçekleşmesi hedeflenmiş düşüncenin meydana gelmesi ve yüklendiği aktarım vasıtasına uygun olması için dil ve koda dönüştürülmesidir. Bu bağlamda "kod" bireylere anlamlı gelen bir şekilde düzenlenmiş olan sembollerdir. "İleti" kaynaktan

alıcıya gönderilen bir uyarı, düşünce, duygu, kanı veya bilginin kaynak tarafından kodlanmış halidir. Kanal tarafından iletilen "mesaj"dır. İleti işaretlerden oluşmuştur ve bir işaret kazanılmış deneyim veya bilgilerden birisinin yerine konulmuş bir belirticidir. İletiyi taşıyan sinyaller kaynaktan hedef kitleye "kanal" vasıtasıyla iletilir. İletişim sürecinde iletişimin ulaştığı yer olan "alıcı" yani "hedef" kaynağın gönderdiği iletiye hedef olan kişi veya kişilerdir. "Sinyal" ise kullanılan iletişim sistemine göre farklı şekillerde olabilir. Konuşma esnasında sinyal havada bulunan ses basıncıdır. Kaynağın isteği dışında sinyale eklenen şeylere “gürültü” denmektedir. İletişim sürecinde iletiyi gönderenin alıcı üzerinde meydana getirmek istediği amacın ne düzeyde gerçekleştiğini anlamak için geliştirilmiş bilgi alma sürecine "geri bildirim" geri besleme veya yansıma adı verilir (Yüksel ve diğ., 2013: 17).

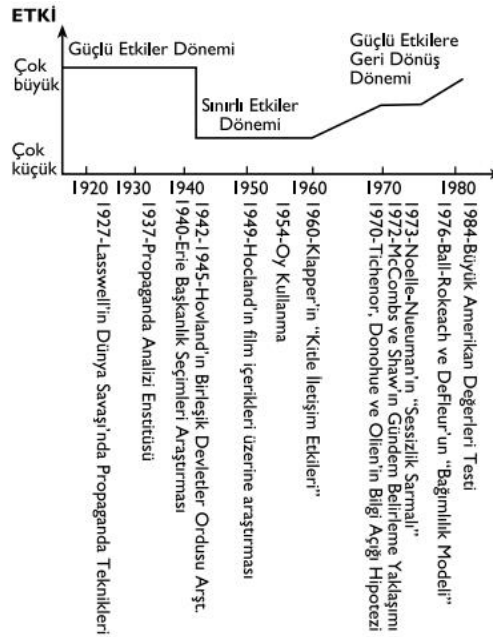
"Kitle iletişiminde temel amaç" iletilerin uzak mesafelerdeki geniş kitlelere ulaşmasıdır. "Kitle iletişiminde kaynak" çoğunlukla kurum, kuruluş veya bir organizasyondur. Bu tanıma kurumsal kişilik adı verilmesi açıklayıcı olacaktır. "Kitle iletişim araçları" diğer adıyla medya kaynağın uzağındaki birbirinden ayrı yerlerde konumlanmış fazla sayıda kişiyle aynı anda ilişki kurabilen teknolojik ortamların tümüdür. "Kitle iletişiminde ileti" ileti gönderen kurumsal kişilik tarafından bazı amaçlara yönelik olarak ve kitlesel olarak, genel ilgi formatında üretilir ve kitlesel iletişime uygun ortamlarda kitlelere iletilir. "Kitle iletişiminde alıcı" farklı niteliklere sahip olan, farklı toplumsal gruplardan gelen, heterojen bir yapıya sahip olan, kimliksiz topluluktur (McQuail, 1994).

1.4.4.7. Etki Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi

İletişim araştırmalarının tarihi çoğunlukla etki araştırmalarının tarihi olarak görülür. Medyanın önemini de ortaya çıkaran bu araştırmalar neticesinde; insanları yeni siyasi ideolojilere inanması için baskılar, bir partiye oy verme, daha fazla satın alma davranışı gösterme, suç işleme gibi farklı açılardan medyanın nasıl kullanıldığını ve medyanın insanlar üzerindeki etkilerinin nasıl olduğunun cevapları aranmıştır. İletişimin etkilerine yönelik ilk araştırmalar ABD'de İkinci Dünya Savaşı öncesinde başlamış, ilk ampirik çalışmaların temelini atan isimler Janowitz ve Schulze olmuştur. Fakat iletişim araştırmalarının ilk temsilcileri Paul F. Lazarsfeld, Harold D. Laswell, Carl I. Howland ve Kurt Lewin olarak bilinmektedir (Yüksel ve diğ., 2013: 20).

Genel olarak bakılacak olursa 1930'lu yılların sonlarına gelinceye kadar kitle iletişim araçlarının inanç ve düşünceleri yönlendirme, davranış değişikliklerine yönlendirme, politik sistemi etkilemede karşı konulmasına rağmen güçlü etkilere sahip olduğu dönem olmuştur. 1940'larda başlayıp 1960'lı yılların başlarına kadar olan dönemde ise deneysel yöntemlerin artması ile birlikte kitle iletişim araçlarının etkilerinin sınırlı olduğu dönem olmuştur. 1960'lı yıllardan sonra kitle iletişiminin etkilerinin fazla olduğu görüşü günümüze kadar ulaşmıştır (Yüksel ve diğ., 2013: 20).

Medya etkilerinin güçlü olduğunun savunulduğu dönem; Bilim insanlarına göre kır hayatından kentsel hayata geçen ve bu süreçte çeşitli zorluklarla karşılaşan dönem insanları kitle iletişim araçlarıyla karşılaşmışlardır. Bu karşılaşma zamanın toplumsal hareketlerinde kitle iletişim araçları hakkında yorum yapılmasına sebep olmuştur. Oluşan imajlarla kitle iletişim araçlarının kişilerin düşünce, inanç ve yaşama şekillerini değiştirecek güçte olduğu zihinlerde belirmiştir. 1930'lara gelinceye kadar devam eden bu dönemde kitle iletişim araçlarının güçlü etkilerini açıklamak için Şınga (İğne) Kuramı veya Gümüş (Sihirli Mermi Kuramı gibi görüşler ileri sürülmüştür. Kitle iletişim sürecini açıklayan ilk olmasına rağmen etkisi oldukça yüksek bu kuramlarla kitle iletişim araçlarının bir "iğne" veya "mermi" şeklinde izleyicileri hemen etkilediği ve onları istediği yöne yöneltebildiği ileri sürülmüştür (McQuail, 1983: 49).



Şekil 1.2. Kitle İletişim Araçlarının Etkilerinin Büyüklüğüne Yönelik Başlıca Araştırmalar ve Araştırma Yaklaşımları Severin ve Tankard, 1994; Yüksel 2001'den uyarlanmıştır.

Medya etkilerinin sınırlı olduğunun savunulduğu dönem; 1930'lu yıllarla beraber deneysel araştırma yöntemlerindeki gelişmeler ve istatistiksel tekniklerdeki gelişmeler sonucunda kitle iletişiminin etkilerine yönelik yapılan çalışmalarda kitle iletişiminin sınırlı etkileri olduğuna yönelik bulgulara rastlanılmıştır. Dönemde yapılan en mühim çalışmalar; 1940 ve 1948 yıllarındaki ABD Başkanlık seçimleri ve 1949 yılında Hovland'ın filmler üzerine yaptığı Amerikan Değerleri Araştırması'dır. Kitle iletişimini etkileri üzerine dikkat çekici etkileri yazan Klapper'ın *"Kitle iletişimi genellikle gerekli ve yeterli izleyen etkilerine yol açmaz, bunun yerine arabulucu faktörlerin bir parçası olarak işlev görür"* şeklindeki ifadesi dönemi özetlemektedir (McQuail, 1983: 49).

Medya etkilerinin güçlü olduğunun yeniden savunulduğu dönem: Güçlü etkilere geri dönüş olarak adlandırılan son dönemde "kitle iletişim araçlarının ekonomik, sosyal ve siyasal güç sahibi olabilmek için etkili birer araç olarak kullanılabileceğine" olan inanış gün geçtikçe yaygınlaşmıştır.

1.4.4.8. Anlamın Üretilmesi Tanımına Giren Anlam-Niyet Odaklı Çalışmaların Temelleri

Genel anlamda iletişimin anlam ve anlamın üretimi boyutu merkeze alan bu yaklaşımlar şu konuları ele alırlar (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 62).

- İletişimi toplumsal bir konu olarak çok boyutlu (tarihsel, ekonomik, teknolojik, siyasal, kurumsal, mesleki, kişisel vb.) şeklinde incelerler. Kültürel çalışmalar ve iletişim sosyolojisi alanlarında çalışırlar.
- Kitle iletişim kurumlarını yalnız başlarına değil kurumlarla beraber, ulusal ve hatta uluslararası bağlamda değerlendirirler. Geliştirilen yeni iletişim teknolojilerinin toplumdaki etkilerini sorgularlar.
- Mülkiyet, yapı, kurum üretim ilişkileri gibi konular üzerinde yoğunlaşırlar.
- Araştırmayı yapı, örgüt, toplumsallaştırma, uzlaştırma, katılım ve diğer unsurlarla tanımlarlar.
- Temel önermeleri sorgular, alternatif düzenlemeleri araştırırlar. Anlam odaklı yaklaşımlarda iletişim, toplumsal oluşumun gidişatındaki toplumsal rolü

çerçevesinde tanımlar. Yani bu yaklaşımlarda medya ve toplumsal iktidar arasındaki ilişkiye odaklanılır.

1.4.4.9. Anlam-Niyet Odaklı Çalışmaların Temel Kavramları

Anlam odaklı yaklaşımlar da iletişim olgusuna yaklaşım, etki odaklı yaklaşımlardan farklıdır. Eleştirel açıklamalar, öncelikle, doğrusal iletişim modellerine benzemediğinden ileti akışını gösteren modelleri, işleyişin öğelerini ve onlar arasındaki okları içermezler. Yapısal modellerdir ve içerdikleri her türlü ok, anlamların yaratılmasında yer alan öğelerin arasındaki ilişkileri gösterir. Eleştirel yaklaşımlar iletinin bir dizi basamak ya da aşamayı geçerek oluştuğunu varsaymazlar. Daha çok iletinin bir şeyi anlamlandırmasını mümkün kılan yapılandırılmış bir ilişki dizisinin çözümlenmesi üzerinde yoğunlaşırlar(Sever, 1998). Bu çerçevede anlam odaklı eleştirel yaklaşımların iletişim olgusunu tanımlarken kullandıkları belli başlı kavramlar özetle şöyle sıralanabilir:

Anlam odaklı yaklaşımlarda "iletişim" bireylerin etkinliklerinin tamamlayıcı bir parçası şeklinde açıklanır. Bu sebeple onu toplumsal, ekonomik, siyasal ve tarihsel şartlar altında anlamaya çalışmak gerekmektedir. Bu yaklaşımlarda kaynak kavramı çok sık kullanılmaz. Kullanıldığı zaman "kaynak" bir iletişim örgütünde çalışan profesyonellerden başlayarak toplumsal, siyasal, ekonomik örgütlere, sınıflara kadar geniş bir alanı kaplar. "Alıcı" sınıf ve sınıflar arası ilişkiler bakımından değerlendirilir. Alıcı paketlenmiş bir ürünün tüketicileri olarak açıklanır. "Teknolojik iletişim araçları" ise yalnızca radyo, gazete veya dergi olarak dar bir alanda değil, anlam olarak daha geniş bilgisayarları, stüdyoları veya video ve ses donanımlarını iletişimin maddi teknolojik araçları olarak görür. İletişimi üretme, dağıtma ve tüketmedeki araç ve gereçleri yapısal ve ilişkisel şekliyle kapsar. "İleti" yerine metin kavramı kullanılır. Metin, amaçlı ve önceden mevcut bir anlamı taşıyan tamamlanmış ürün anlamına gelir. "Anlam", yazara özgü değildir, yazarın yoktan var ettiği anlam olamaz, sosyaldır ve süregelen egemen veya mücadele geleneklerine bağlıdır. Anlam bir metne ne söylendiğidir(Yumlu, 1994; Yaylagül, 2010).

Marx'a göre toplum, altyapı ve üst yapı kurumlarından oluşur. En basit anlamıyla "altyapı", toplumda üretim-tüketim güçlerini, biçimlerini ve ilişkilerini içeren dinamik

ekonomik yapıdır (maddi ilişkiler). “Üstyapı” ise, altyapının oluşturduğu ve bu alt yapıyı tutmak, geliştirmek ve değiştirmek için karşılık veren örgütlenmeler, düşünceler, ideolojiler ve ilişkilerdir (din, sanat, bilim, ahlak, kültür). Toplumsal gelişme ve değişme açıklanırken “ekonomi” temel belirleyen unsur olarak vurgulanır (Yüksel ve diğ., 2013: 25).

Göstergebilimciler tarafından söylenen "gösterge" kavramı, bir olay, durum veya niteliğin varlığını öneren bir şey şeklinde açıklanır. Göstergeler ve çalışma şekilleri üzerinde yoğunlaşan "göstergebilim"; sözlü ya da sözsüz göstergelerin anlamın kurulmasında ve yeniden kurulmasında nasıl bir rolü olduğunu sorgulamaktadır. Belli etkiler üretmek amacıyla belli insanlar arasında dil kullanımına “söylem” denilir. Anlam odaklı çalışmalar içinde "ideoloji" kavramının özel olarak açıklanması gerekmektedir. İdeoloji; düşünceyi çevreleyen, bilgilendiren, yön veren, yönlendiren fikirler ağı ve tüm bu yapının incelenmesi bilimidir. İdeoloji kavramı ilk kez Napolyon’un kurduğu ve Fransız Devrimi’nin felsefesi bir eğitim sistemi oluşturmakla görevlendirdiği Ulusal Enstitü’nün üyesi ve devrim partizanlarından Antoine Destutt de Tracy kullanmıştır (Oskay, 1980: 201).

1.4.4.10. Anlam-Niyet Odaklı Çalışmaların Sınıflandırılması

1980’li yıllar öncesinde kitle iletişimi ile alakalı Marksist yaklaşımlar temel olarak iki farklı yönde gelişmiştir. Birincisi iletişimin siyasal ekonomisi ile ilgili konulara yönelen yaklaşımlar; a) kapitalist iletişim sistemini ve faaliyetlerini inceleyen yaklaşımlar, b) yeni sömürgeciliğin veya emperyalizmin genel iletişim yapısını inceleyen yaklaşımlar. İkicisi ise üst yapıya yani ideoloji, kültür, kültürel örgütlere yönelen yaklaşımlar; a) kültür ve ideoloji eleştirisiyle gelen Frankfurt Okulu’nun kitle kültürü eleştirisi, b) Althusserci yapısalcılık ve Gramsci’nin anlayışından etkilenen kültürel incelemeler yaklaşımları, c) uluslararası iletişim kuramında, Marksist ve Neo-Marksist bağımlılık kuramından gelen kültürel emperyalizm tezi.

Marks’ın düşünce, ideoloji, bilinç üretimi ve işlevleri üzerinde duran yaklaşım ve incelemeler başta ideoloji ile üretim ilişkileri arasında bağ kurmuşlar ve kültür endüstrilerinin yapılarıyla ideolojik egemenliği ilişkilendirmişlerdir. Bu yaklaşım ve incelemeler “eleştirel okul” ve “eleştirel incelemeler” olarak isimlendirilmiştir.

Eleştirel okulun incelemeleri sonradan “kültürel incelemeler” olarak dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşüm sırasında, özellikle 1980’lerde üretim biçimi ve üretim ilişkileri temelinden, bağımsızlık ve öncelik iddialarıyla kopartılmıştır. Eleştirel okul denince ilk akla gelen Frankfurt Okulu’dur. Kültürel incelemeler ise özellikle İngiltere’de 1960’larda kurulan merkezle başlamıştır. Kültürel incelemeler kendi içinde birbirini tamamlayıcı ve eleştirel olmak üzere farklı pozisyonlara sahiptir (Erdoğan ve Alemdar, 2005).

Farklı bir bakış açısı olarak Curran’ın sınıflandırmasından da bahsedilebilir. Curran, anlaşmazlık ve tartışma alanının tipini açıklayan, medyanın gücü konusunda da farklı görüşler içeren "yapısalcı yaklaşım", "ekonomi politik yaklaşım" ve "kültürel çalışmalar" adı altında üçlü bir ayrıma gider (Curran, vd., 1982: 26).

1.4.4.11. Yakın Dönemde Dikkati Çeken Gelişmeler

1990’lı ve 2000’li yıllarda bilgi teknolojilerindeki gelişmeye bağlı olarak bilgi toplumunun kurulduğu varsayımından hareketle; küreselleşmeyle beraber "ötesi" (post) ekiyle gelen (post-industrializm: sanayi ötesi, post-modernizm: modernizm ötesi gibi) yaklaşımlar öne çıkmıştır. Ayrıca 2000’li yıllar kültürel incelemelerin modasının geçtiği; fakat farklı yaklaşımları da içine alarak "kültürelcilik" bağlamında bu çalışmaların sürdürüldüğü söylenebilir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 393).

Küreselleşme ve uluslararası ticaretin büyümesi, özelleştirme; yani kamu iktisadi kurumlarının özel sektöre devri ve buna paralel olarak serbest piyasa ekonomisinin uygulanmaya başlanması yakın dönemin temel belirleyicileri olmuştur. Bu bağlamda yeni toplumsal yapıyı anlatmak üzere “sanayi ötesi toplum” ve “bilgi toplumu” kavramları gündeme gelmiştir. Teknolojinin fetişleştirilmesi, yüceltilmesi ve “dertlere deva olduğu” görüşü de yeni dönemin bilgi toplumu görüşüne uygun düşmektedir. Bu yıllarda kitle iletişiminde yeni kuramlar ortaya atılmasa da Marksizm-ötesi, pozitivism-ötesi, yapısalcılık-ötesi gibi “ötesi” eki alan yaklaşımlar “moda” haline gelmiştir. Marksist siyasal ekonomi ve tarihsel materyalizm kökenli yaklaşımlar çok daha marjinal bir duruma düşmüş, eleştirel okul ve Frankfurt Okulu geleneği ortadan kalkmıştır. Bunların yerini, onları reddeden ve Marksist kavramları kullanmayan ya da

farklı bir biçimde kullanan sömürgecilik-ötesi, post-Althusserci, post-emperyalist “post-eleştirel” yaklaşımlar almıştır(Yüksel ve diğ., 2013: 28).

1.5. BİR KİTLE İLETİŞİM ARACI OLARAK TELEVİZYON

Televizyon kişilerin en kolay yolla ulaşabildiği görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olarak güncelliğini devam ettirmektedir. 20. yüzyılın ikinci yarısında insanların hayatına giren televizyon günden güne yaygınlaşarak insanların belirli bir seviyede algılarını belirleyen, yönlendiren, tutum ve davranışları üzerinde önemli etkilere sahiptir. Televizyon insanların düşüncelerini tutum ve davranışları etkileyen bir araca dönüşmüştür (Özkan, 2017: 303).

George Gerbner ve arkadaşları Pennsylvania Üniversitesi’nde 1967 yılında şiddetin nedenleri ve şiddetin önlenmesi konularında kurulan Ulusal Komisyon için bir araştırma projesi başlatmışlardır. Gerbner’in bu projesine “kültürel göstergeler” denilmektedir. Kültürel göstergeler projesi kapsamında Gerbner, ekme kuramını kurmuştur. Gerbner’in inşa ettiği “kültürel göstergeler ve ekme kuramı” kitle iletişim araçları özellikle televizyonun inanç ve düşünceleri uzun vadede nasıl etkilediği konu edinmiştir. Bu kuramın temelinde Gerbner, televizyonun düşünceleri etkilemedeki gücü ve televizyonun insanlar üzerinde davranış oluşturmada büyük bir güce sahip olduğunu savunmaktadır (Güngör, 2013:110). Kitle iletişim araçlarının toplumsal yapı üzerindeki etkilerini ortaya koyan kuramlardan biri olan ekme kuramı, Gerbner öncülüğünde kültürel göstergeler ekolü bir araştırmacı grubu önderliğinde ortaya atılmıştır. Kültürel Göstergeler ve ekme kuramına göre, kitle iletişim araçları insanları yetişmeleri ve yaşam şekilleri üzerinde kanaat önderleri kadar etkilidir(Işık, 2002: 85).

Gerbner'e göre televizyon dünyası hayli düşük seviyedeki bir objektif gerçekliği sunmaktadır. Genellikle hâkim ideoloji ve değerleri ön plana çıkarmaktadır. Televizyon mesajları çeşitli formatlarda (eğlence, drama, haber) hazırlanan programlarla insanların düşünce, inanç, tutum, değer, davranışlarını etkilemeyi hedeflemiştir. Kuram, basının yani medyanın üretim, mesaj ve tüketim kapsamalarını vurgulamanın yanı sıra televizyonun bütünsel rolünü açıklamasına dayanmaktadır. Bu sebeplerle Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı, genel itibarıyla 1940'lı yıllara kadar yapılan iletişim

araştırmalarının Güçlü Etkiler Dönemi ve 1940'lardan sonra 1960'lara kadar olan Sınırlı Etkiler Döneminin bir eleştirisi şeklinde düşünülmüştür (Özer, 2000: 10).

Gerbner, kitleler tarafından eş zamanlı bir şekilde seyredilen, paylaşılan değerlerin, önceliklerin neleri kapsamı içerisine almadığı ya da neleri kapsadığını belirlemek için kitle iletişim araçlarının üstüne aldığı işlevin ortaya konmasında saklı olduğunu vurgulamaktadır (Özer, 2000: 10).

Kültürel göstergeler kuramına göre kitle iletişim araçları kamuoyu yaratma işlevini yerine getirmektedir. Başta televizyon olmak kaydıyla kitle iletişim araçları yaygın bir düşünce şekline getirdiği düşünce ve mesajları bireyler tarafından paylaşılmasını sağlayan araçlardır. Kurama göre, kamuoyu, kitlelerin televizyon üzerinden yayılan semboller üzerinden oluşmasının sonucudur. Gerbner ve arkadaşlarına göre televizyon, göreceli olarak durağan ve ortak imgeleri insanların zihnine ekmektedir. Mekânlar, rol dağılımları, sosyal konumlandırmalar, eylem ve sonuçlarla ilgili bazı örnekler, hemen hemen bütün program biçimlerine karşılık gelmektedir. Bunların tamamı televizyon dünyası şeklinde tanımlanmaktadır. Gerçek dünya ve televizyon dünyası arasında birtakım eleştirel değişiklikler vardır. Genellikle insanlara egemen ideoloji ve değerleri dayatmaktadır. Televizyon dünyası ve gerçek dünya arasında bulunan farklılıklara ulaşmak televizyon dünyasının sistematik çözümlemesi sonucunda gerçekleşir. Buna göre izleyicilerin bazıları televizyon dünyasında kendilerini yaşarlar ve orada sık tekrarlanan örnekleri içselleştirmektedirler, ilgilerini onlardan alamazlar (Gerbner, 2002: 55).

Gerbner'e göre televizyonda verilen mesajların insanlar üzerindeki etkisi hemen gerçekleşmez. Televizyonlarda verilen iletileri izleyicilerin hızlı bir şekilde alıp yaşam pratiklerine çevirmesi beklenmez. İzleyiciler televizyondan aldıkları iletileri çevreleri ile tartışabilir ya da televizyonda sunulan iletiye karşı izleyici direnç gösterebilir. Bu sebeplerden dolayı televizyon iletilerinin kısa değil uzun dönemde etkili olduğu söylenmektedir. İletiler, çeşitli formatlarla (haber, eğlence, drama, müzik gibi) inanç, düşünce ve değer sistemlerimizin içerisine dâhil olarak tutum ve davranışları etkilemektedir. İletilerin bireylerin düşüncelerinin ya da değerlerinin içerisine yerleşmesi ve dokularına işlemesi işleme ekme işlemi denir. İletilerin insanların tutum ve davranışlarını etkilemesini Gerbner, filizlenme benzetmesi ile açıklanır (Güngör,

2013:111). Gerbner'e göre televizyon endüstriyel kapitalist düzenin kurulu bir silahıdır ve ilk hedefi davranış ve düşünceleri değiştirmek değildir. Burada asıl ilk amaç davranış ve tutumları güçlendirip kapitalist sisteme hizmettir. Gerbner'in televizyon izleme süreleriyle alakalı çalışmalarında çocukların ve gençlerin diğer gruplardan daha fazla televizyona bağımlı olduğu sonucuna ulaşmıştır (Yaylagül, 2012: 75).

Kurama göre televizyon vasıtasıyla insanlarda bazı yeni ihtiyaçlar oluşturulmakta ve devamında bu gereksinimlerin karşılanması adına bazı formüller sunulmaktadır. Artık birey kendi hayatından giderek uzaklaşır ve televizyonun kendisine sunmuş olduğu yaşama yönelir (Güngör, 2013: 112). Bu teorinin en mühim iddiası, televizyon izleyen insanların gerçeklik algısı ile televizyonun gerçeklik algısı arasındaki uygunluktur. Gerbner ve arkadaşlarına göre televizyon, imgeleri ve mesajları vasıtasıyla toplumda var olan egemen değerleri, algıları, ortak imgeleri izleyenlerin zihinlerine ekmektedir. Gerbner'in yetiştirme çözümlemesinde ise televizyon izleme oranlarına göre izleyicilerin sorulara vermiş oldukları cevaplar incelenmekte ve bu bağlamda insanların televizyon seyretme süreleri ile televizyondan etkilenmeleri arasında bir bağın olup olmadığını belirlemektir (Taylan, 2011: 58).

Kişilerin yaşamlarında oldukça önemli bir yer kaplayan televizyon ve televizyonlarda yayınlanan evlilik programlarının kültürel değerler temsil edilirken, toplumun önemli bir kültürel yapı taşı olan evlilik ve aile kavramlarının da tasvirinin yapıldığı görülmektedir. Televizyon, evlendirme programları aracılığıyla evlilik ve düğün öncesi sürece ait birçok gelenek ve ritüeli yeniden biçimlendirerek izleyicilere sunmaktadır. Televizyon, olağan koşullarda sınırlı bir tanıdık ve akraba arasında kalan evlenme olgusunun süreçlerini çok sayıda izleyicinin tanıklığında medyaya özgü show programı olarak sunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KIZ İSTEME GELENEĞİ

2.1. EVLİLİK

İnsanlık tarihi, insanın sosyal olarak dünya ile bütünlük içerisinde ayrılıp kendisinin dış çevresindeki insan ve doğadan farklı bir varlık olduğunu anlamasıyla başlamıştır (Şafak ve Arkar, 2003: 43-52).

Belgelere bakıldığı zaman evlilik ilk defa Mısır'da M.Ö. 2000 yılında kabul edilmiştir. Çok eski bir tarihi geçmişe sahip olan evlilik topluluklar arasında düzen sağlayan sistematik bir yapıdır. Aynı yıllarda Babil'de Hammurabi tarafından oluşturulan 252 maddeye sahip yasanın 64 maddesi aile ve evlilik ilişkilerinden oluşmaktadır (Özügürlü, 1985). Bu bilgilere bakılırsa evliliğin çok eski zamanlardan günümüze gelinceye kadar korunan bir bünyesi olduğunu göstermektedir.

İnsanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olan evlilik kurumu, sosyal bir kurumdur ve birbirinden değişik toplumlarda farklı zamanlardan bu yana değişik biçimlere bürünmüştür (Wimalasena, 2016: 166).

Fakat hukuksal bir bağlantı ya da bir sözleşme olarak evlilik, bir erkek ve kadın tarafından gerçekleştirilen fakat toplum yerine devlet tarafından ilgilenilen ve evlilik kurumu üzerinde kontrol etme yetisine sahip olan bir ilişki sistemidir.

İnsanlık tarihi boyunca evlilik müessesesini tertipleyen bir topluluk ya da ulus bulunmamaktadır. Bu insan topluluklarının müşterek özelliği evlilik müessesesini geçerli kılan kuralların, örf, adet, anane ve dini inançların bulunmasıdır. Fakat şekil olarak ya da sorumlulukları itibarıyla toplumlar arası farklar vardır (Karadağ, 2015: 45).

Evlilik hem geleneksel toplumlarda hem de çağdaş toplumlarda en önemli ve asıl sosyal ilişkilerdendir. Evlilik hem aile kurmak için giriş noktası hem de insan hayatının yeni bir biçime girdiği önemli bir dönüm noktasıdır. Genel anlamda evlilik bir kadın ve erkeğin beraber yaşamak, çocuk sahibi olabilmek, paylaşmak gibi etkinliklerini gerçekleştirebilmek adına bir kurum meydana getirmesi biçiminde tanımlanabilir. Genç yetişkinlik döneminin en esas görevlerinden biri olan evlilikte kişi eş seçip, beraber yaşayacağı insana karar verip aile kurar (Demir ve Durmuş, 2015: 636).

Literatür incelendiğinde evlilik kurumunun değişik yönlerine odaklanılmış çok fazla tanımı bulunmaktadır.

Giddens, evliliği iki yetişkin kişi arasında toplum tarafından bilinen ve onaylanan cinsel bir birliktelik olarak açıklamaktadır (Giddens, 2000: 154). Glenn, evliliği kişilerin mutlu olmasını temin eden ve kişiliklerinin olgunlaşmasında aktif bir yeri olan birim olarak tanımlamıştır (Glenn, 1991: 261-270). Fowers ise evliliği kişinin benliğini bir başka bireyin benliği ile birleştirmesine olanak tanıyan, kişiliğinin gelişmesini sağlayan ve bireyin mutlu olması için çaba veren kurum olarak açıklamaktadır (Fowers, 1993: 124). Güvenç'e göre evlilik toplumsal, psikolojik, cinsel ve ekonomik boyutlara sahip, toplumsal yasalara göre doğrulanmış bir bağın oluşturulması ve eşler arasındaki cinsel birlikteliğin toplumsal yasalara uygun bir şekle dönüştürülmesidir (Güvenç, 2010).

Saxton'a göre evlilik iki kişinin daimi bir birliktelik için bir araya geldiği, aile kurmayı ve kuşaklara neslini devam ettirmeyi hedefledikleri, karşılıklı olarak ve çocuklarında dâhil olduğu ortak yükümlülükler üstlendikleri birbirlerine bağlı ve birbirinden etkilenen sistemlerin oluşturduğu universal bir kurumdur (Saxton, 1982: 216). Evrensel bir kurum olan evlilik kültürlerarasında farklılıklara sahip olmasına rağmen iki kişinin bir araya gelmesiyle beraber, toplumların ana yapı taşı olan aileyi meydana getirmek için atılan birinci adım şeklinde tanımlanır (Kansız, 2011: 24).

Her devirde ve her kültürde var olan evliliğin evrensel seviyede varlığını koruması, evliliğin farklı görevlerini yerine getirmesine dayanmaktadır. Evlenmiş ve bir araya gelmiş bireyler hayatı paylaşmaya başlamışlardır ve böylelikle yeni sistem kurulmuştur. Evlilikle birlikte eşlerin sosyolojik, biyolojik ve psikolojik açıdan gereksinimlerini karşılayacak bir ortam oluşmaktadır (Gülerce, 1996).

Aynı zamanda bu ihtiyaçlar evliliğin sosyal, biyolojik ve psikolojik motivasyonları olmuştur. Burada sosyal motivasyon; toplum aracılığı ile kabul edilen normlar ve beklentilere uyum sağlamanın hissettirdiği rahatlık, saygınlık zevki ve itimattır. Biyolojik motivasyon; kendi cinsinden kuşaklar büyütmek, cinsel istekleri giderme, kendini güvene almadır. Psikolojik motivasyon ise; karşılıklı olarak sevilme ve beğenilmedir (Boran, 2003: 9)

Evlilik bireyler arasına gerçekleşen en temel ilişki olarak kabul edilmiştir. Evlilik kurumu ile birlikte kişiler daha sistemli ve istikrarlı bir yaşam devam ettirirler. Evlilik

cinsel rahatlık sağlamakla beraber kişilerin güvenlik hissini de doyurur. İstatistiksel bulgular bekâr bireylerde evli bireylere oranla daha fazla psikolojik hastalık görüldüğünü, özellikle kadınlarda bu sorununun daha fazla olduğu ortaya çıkarılmıştır (Pehlivan, 2006: 143).

Yapılan araştırmalarda bekâr olmanın özgürlük, kariyer yapmak, farklı cinsel tecrübeler yaşamak gibi açılardan yarar sağladığını fakat evliliğin yaygın olduğu toplumlarda bireyler kendilerini yalnız hissettiklerini ve bu durumdan rahatsız olduklarını vurgulamışlardır (Güneş, 2012: 29).

Evliliğin meydana gelebilmesi için bir takım yolların izlenmesi ve bazı formalitelerin gerçekleştirilmesi gerekir. Aynı zamanda evlilik müessesesi yeni akraba ortamlarının meydana gelmesine sebep olduğu için evlenen bireylerin dışında birçok akrabanın rol oynadığı hatta bazen akrabaların evlenen kişiden daha çok aktif olduğu bir süreçtir. Bu sebeple toplumlarda evliliğin eşlerin aileleri veya akrabaları aracılığıyla düzenlendiği görülür. Ülkemizde de bu şekil oldukça yaygındır (Aydın ve Emiroğlu, 2003: 296).

Fakat dünyada birçok ülkede bireyler geleneksel evlilik ve aile standartlarıyla mücadele etmektedirler. Evlilik ve aile toplumların birçoğunda çok önemli bir husus olması sebebiyle evlenecek kişilerin bu kararı yalnız almalarına müsaade edilmez (Haviland ve diğ., 2008: 442)

Çağdaş toplumdaki pratikler değer yargılarının değişmesiyle kültürel kodlamaların büyük bir değişim geçirdiğini ortaya koymaktadır. Artık bireylerin evlilik ve eş seçimi geleneksel toplumdaki gibi değildir. Kurallar esnemiş ve seçimler bireylerin kendi kararlarına bırakılmıştır. Hayatımızdaki farklılığın artmasıyla toplumun evlilik seçimlerindeki değişiklikler açıklık kazanmıştır.

2.2. EVLİLİK TÜRLERİ

Yukarıda açıkladığımız şekliyle çok eski zamanlara dayanan evlilik kurumu, evliliğin türleri, evliliğin nedenleri ve evliliğin şekillerinde bölgesel ve dönemsel farklılıklara sahiptir. Kişilerin yaşam şekillerine göre değişen evlilik türlerinde, kimi zaman birden fazla kadınla evlilik, kimi zaman çok erkekle evlilik, kimi zamanlarda da

tek kadın ya da tek erkekle evlilik türleri görülmektedir. Çevresel ve toplumsal değerlerin etkisine bağlı olarak evlilik türleri çeşitlere ayrılmaktadır.

Evliliği kategorize etmenin bir yolu grup içi ve grup dışı evlilik özelliğine göre sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmada evlilik ikiye ayrılır. Bunlar, grup içi ve grup dışı evliliktir (Gökçe, 1978: 8). Grup esasına göre evlilik türlerinden grup içi evlilikte (Endogamy) kişi evleneceği kişiyi bulunduğu gruptan seçer. Kişinin kendi aşiretinden ya da dâhil olduğu mezhebinden, ırkından, din veya milletinden evleneceği kişiyi belirlediği bu evlilik, en yaygın geleneksel toplumalarda var olmaktadır. Bunun sebebi bu toplumların en temel özelliğinin sosyal mobilizasyon düzeylerinin düşük, aile veya akrabalık ilişkilerinin ise daha kuvvetli olmasıdır. Genç nüfusla ilgili olarak yapılan bazı çalışmalarda gençlerin, aynı ırktan olmak, aynı mezhepten olmak, aynı dine mensup olmak gibi kriterleri evlendikleri bireylerde bulunması gereken önemli kriterler olarak açıklamalarıdır (Türkarlan ve Yurtkuran, 2007: 175). Aileler mal varlıklarının parçalanmasına engel olmak için Endogami yöntemine başvururlar. Daha çok büyük ailelerin hem çağdaş hem de geleneksel yapılarda bu yöntemi kullandığını söylenebilir. Modernleşme ile birlikte ortaya çıkan yoğun kentleşme, sosyal mobilizasyon, gruplar içindeki etki süreleri farklı gruptaki insanlarla evliliği ortaya çıkarmaktadır. Fakat buna rağmen sosyal durumlar evlilik üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Belirli bir toplulukta yaşamını sürdüren insanların diğer gruplara göre birbirlerini daha iyi anlamaları, birbirlerine düşünsel açıdan, inançsal açıdan ve duygusal açıdan yakın hissetmeleri daha beklenen bir durumdur. Paylaşımlarında ortak yönleri fazla olan insanların evlenmek için birbirlerini seçmeleri beklenen bir durumdur. Burada da benzer bir yerde ve ortamda yaşamının etkisi büyüktür. Grup esasına göre evlilik türlerinden diğeri grup dışı evlilik (egzogamy) ise bireyin kendi grubu dışından yaptığı evlilik türüdür. Burada grup dinsel olarak, bölgesel olarak, ırk, kimlik, sosyal derece, sınıf, köy, kent, aşiret temeline dayanarak var olur. Sosyal iletişimin arttığı modern toplumalarda farklı gruplardan kişilerin etkileşimi yüksek olduğu için farklı gruptan bireylerle tanışma ve karşılaşma durumu da artmıştır. Tüm bunların sonucunda bireylerin farklı gruplara ait olan insanlarla evlenme oranı artmıştır (Altuntek, 2001: 18).

Evlilik türleri içinde diğer bir sınıflandırma şeklide eş sayısına göre evlilik türleridir. Bunlarda tek eş evliliği ve çok eş evliliği olarak ayrılırlar. Tek eş evliliği

(monogamy) kişinin sadece bir eş ile evlenmesi tek eşli evlilik şeklinde tanımlanmaktadır. Sanayileşmenin fazla olduğu toplumlarda sık rastlanılan evlilik türüdür. Bu evlilik türü hem hukuksal açıdan hem de dini açıdan sakıncası olmayan, hatta kültürel olarak benimsenmenin yanı sıra toplumsal olarak da kabul edilmiştir. Monogomi evliliği hakkında bazı sosyologlar modern evlilikle karakterize edildiğini ileri sürmüşlerdir. Yani birden fazla evlilik yapan kişileri de dâhil etmişlerdir. Endüstriyel toplumlarda bir mecburiyet olarak algılanan monogomi, başka kültürlerde zorunlu evlilik türü değildir (Anderson, 1989: 59).Eş sayısına göre evlilik türlerinden ikinci tür çok eş evliliğidir (polygami). Bir kadının veya bir erkeğin karşı cinsten birden fazla sayıda kişiyle evlenmesine çok eşli evlilik (poligami) denilmektedir. Başta Afrika, Güney Asya, Ortadoğu olmak üzere hemen hemen tüm dünyada bu evlilik türüne rastlanılmaktadır. Birden fazla eşe müsaade eden Poligami, birçok farklı yönü kendisinde bulunduran (kültürel, sosyal, ekonomik, politik, dini) multidisipliner bir kavramdır (Yılmaz ve diğ., 2015: 221).Türkiye Cumhuriyeti'ni 1926 senesinde getirdiği Medeni Kanun ile poligami yasaklanmıştır fakat eskiden Osmanlı Devleti döneminde İslam Hukuku kuralları çerçevesinde çok eşliliğe bir yasak konulmadığından dolayı rastlanmaktaydı (Dursunüst, 2009:159).Poligaminin ortaya çıkmasında; kırsalda tarım işleri gibi ekonomik açıdan daha fazla kadının olması erkeğin gelir seviyesinde artış sağlamaktadır. Veya bazı toplumlarda ekonomik seviyesi yüksek olan erkeklerin statü simgesi olarak çok eşliliği göstermesidir (Yılmaz ve diğ., 2015: 221).Çok eş evliliği, çok kadınla ve çok erkekle olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Çok kadınla evlilik (poligini) erkeğin birden fazla kadınla evli olması durumuna denir. Bu tip ailelerde eşi seçen kişi baskın olarak erkektir. Geleneksel adıyla "kumalık" kavramının polijinik ailelerin sonucunda ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Çok kadınla evlilik maddi olarak güçlü erkeklerin güç simgesi olarak gerçekleşebileceği gibi, çocuğu olmayan ailelerin veya erkek çocuğa sahip olmayan ailelerde de gerçekleşebilir. Hatta bazı toplumlarda, kadının sürekli bir hastalığının olduğu durumlarda ya da istemeyerek evlilik yapmış erkeklerde polijini görülmektedir. Toplumların sahip olduğu kültürel özellikler doğrultusunda çok kadınla evlilik farklı şekillerde de görülebilir. Örneğin bazı geleneksel toplumlarda erkek, ölen erkek kardeşinin karısıyla evlendirilebilir. Buna da "levirate" denilmektedir. Çok erkekle evlilik (poliandry) şeklinde evliliklere birtakım istisnai topluluklarda nadiren rastlanılmaktadır. Yaradılış olarak kadın ve erkek için

aykırı olması sebebiyle bu evlilik şekli şimdiye kadar dört toplulukta karşılaşılmıştır."Dünya Etongrafik Modelleri" (The World Etographic Sample) Poliandrinin sadece;"Todo, Marqwesa, Nayer ve Tibet"te karşılaşıldığını belirtmiştir. Çoğu antropolojistler bu tip evliliklerin yani poliandri ve grup evliliklerinin merak edilen kavramlar olduğunu söylemiştir ancak genel olarak toplumlarda uygulanmamaktadır. Günümüze kadar yalnızca dört toplulukta karşılaşılmaması da bu durumu açıklamaktadır (İbrahimi, 1998: 12).

Evlilik türlerinden başka bir sınıflama şeklide çiftlerin oturduğu yere göre evlilik tipleridir. Bunlar; matrilokal, patrilokal, neolokal şeklindedir. Matrilokal; evlendikten sonra erkeğin ailesinden ayrılarak, evlendiği kadının ailesine katılmasına denir. Halk arasında iç güveysi de denilen, tek kızı olan, oğlu olamayan ailelerin damadı kendi evlerine almalarıdır. Patrilokal; evlenmiş oğlan ve eşleri ailelerinin evinde yaşarken, kadının evlendikten sonra eşinin ailesiyle birlikte yaşamasıdır. Neolokal; erkek ve kadının ikisinin de ailelerinin yanına yerleşmeden kendilerine ait ayrı bir eve yerleştikleri evlilik türüdür.

Ülkemizde çok sayıda evlilik türü bulunmaktadır. Taygeldi, berdel, levirat, görücü usulü, tanışarak evlenme, kaçarak evlenme, yakın akraba evliliği, başlık parası ile evlenme, beşik kertme evliliği, iç güvey evlilik, baldızla evlilik, anlaşmalı evlilik, kuma evliliği, televizyon evliliği bu evlenme türlerinden bazılarıdır. Sezen'e göre, ülkemizde hemen hemen otuz çeşit evlilik türü bulunmaktadır (Sezen, 2005: 185).

Sayılan bu evlilik türlerinden taygeldi evliliği çocuk sahibi olan dul bir erkekle (ayrılmış veya eşi ölmüş) çocuk sahibi dul bir kadının hem kendilerinin hem de çocuklarının evlenmeleri ile meydana gelen evlilik çeşididir. Halk arasında içi-dışlı veya analı-kızlı diye de adlandırılan taygeldi evliliği, birbirinden farklı cinsiyetlere sahip çocukları bulunan iki dulun, hem kendilerinin hem de çocuklarının evlenmeleridir (Tacoğlu, 2011: 114).

İsmi bazı yörelerde farklı adlandırılan berdel evliliğine ise Hakkâri yöresinde kepir, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'da berder denilmektedir. Gelinin evlenecek kardeşi veya abisinin olması, damadın evlenecek ablası veya kız kardeşi olmalıdır. Aslında kısaca Berdel evlilik türünde evlenecek iki erkeğin evlilik yaşına gelmiş kız kardeşlerini birbirleriyle karşılıklı olarak değiştirmesidir.

Dul bir kadının ölen kocasının erkek kardeşi ile evlendirilmesi ile oluşan evlilik türüne ise levirat denilmektedir. Bir erkeğin ölümü ile sonuçlanan durumlarda geriye kalan eşin ve çocukların aile hayatlarını tehlikeye sokmayacak, onları yalnız bırakmadan iyi şekilde bakacak bir evlilik ortaya çıkarılması çoğunlukla kişilerin tercihleri ile değil ailelerin kararları doğrultusunda olur (Bağlı ve Sever, 2005: 10).

Baldızla evlilik yani sorarat damadın eşi ölünce eşinin kız kardeşi ile evlenmesine denir. Bu evlilik türünde evliliğin asıl amacının annesini kaybeden çocuklara üvey anne olarak gelen teyzenin gelecek olan başka bir kadından daha hoşgörülü olmasıdır. Batı Avustralya'daki bazı toplumlarda bu evliliğin başka bir biçimi yoğun olarak görülmektedir. Buna sorarat denilmektedir (Sezen, 2005: 190). Türkiye'de Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde ve bazı kırsal kesimlerde levirat ve sorarat evlilik türleri ile karşılaşmaktadır. Başlık parası sorununu ortadan kaldırmak için meydana getirilen bu tür evliliklerde mirasın parçalanması da engellenmektedir (Gökçe, 1978: 7).

Görücü usulü evlilikler ise genellikle geleneksel toplumların hâkim olduğu yörelerde görülmektedir. Kızı seçen kişi evlenecek genç değil aile fertleri ya da akrabalarıdır. Gencin kızla evlenme isteği tek başına yeterli olmamaktadır, aile fertlerinin de onayı gerekmektedir (Sezen, 2005: 186).

Bir diğer tür olan anlaşarak evlenme dul kalan kadın ya da erkeğin aralarında bir anlaşma yaparak evlenmesi durumudur. Anlaşmanın içeriği çiftlerin taleplerine göre farklılıklar gösterebilir. Çoğunlukla para karşılığı anlaşma yapılır ve eşlerden birinin vefatı durumunda diğer eşe miras kalır. Günümüzde artış gösteren evlilik şekillerindendir. Kadın veya erkek belli konularda anlaşılır ve bir arada yaşamak kaydıyla evlenirler. Boşanmaların giderek artması sebebiyle bu şekilde yapılan evlilikler eşler tarafından daha fazla tercih edilir duruma gelmiştir (Köroğlu, 2013: 22).

Evlilik türlerinden kaçarak evlenme türü (kız kaçırma-otura kalma evliliği) bir erkeğin kendisi için eş olarak tercih ettiği kızı zoraki olarak veya gönül rızası ile kaçırması olayına denir. Bu evlilik türünün bir değişik şekli de bir kızın erkeği kaçırması şeklidir. Bu tip evliliklere otura kalma evliliği denir. Bu evliliğin gerçekleşmesi şu şekilde olur; kız kendisi için eş olarak seçtiği erkeğin evine gidip oturur, erkeğin bu kızı evden göndermesi ya da kovması ihtimali yoktur bu yüzden bu

evlilik gerçekleşir. Genellikle erkek ailesinin istemediği, onaylamadığı durumlarda yapılan bir evlilik türüdür (Doğan, 2009: 142).

Bir başka evlilik türü ise tanışarak evlenmedir. Erkek veya kadının çeşitli sebeplerle tanışması ve anlaşması ile birbirlerine sevgi duymaları ve evlenme kararı almalarıyla gerçekleşen bir evlilik türüdür. Tanışarak evlenme türünde erkek ve kadın büyük oranda ailelerinden rıza alarak evlenirler. Günümüzde çiftlerin büyük çoğunlukla seçtiği evlilik şeklidir. Yapılan bazı araştırmalar göstermiştir ki çiftlerin % 80-90'ı tanışarak evlenme türünü tercih etmişlerdir (Türkarslan ve Yurtkuran, 2007: 175).

Akrabalık ilişkilerinde en sık rastlanan evlilik türlerinden biri de yakın akraba evliliğidir. Metropolitanlardan büyük kentlere, büyük kentlerden kasabalara ve köylere doğru baktığımızda akraba arası evliliklerin oranında artış görülmektedir (Balaman, 2002). Doğu illerinde ve Güneydoğu Anadolu'nun kırsalında çok sık rastlanan bu evlilik türünün psikolojik ve sosyo-ekonomik sebeplerden kaynaklandığı bilinmektedir. Miras bölünmesine tedbir olarak gerçekleştiği gibi, yakın akraba ve kardeş çocuklarının kayınvalide ve kayınpedere yaşlılıklarında iyi bakabilecekleri sebebiyle de gerçekleşmektedir (Sezen, 2005: 185).

Başlık parası karşılığında evlenme türü ise Anadolu'da çeşitli bölgelerinde evlenecek erkeğin kız tarafına ödediği paraya başlık parası denilmektedir. Bu ödeme şekli nakit olabileceği gibi genellikle altın olur. Bunun dışında ev, bahçe, tarla, hayvan (at, sığır, koyun gibi canlı hayvanlar) da olabilir. Bir diğer tür olan kuma getirme evliliğinde Cumhuriyet döneminden öncesinde çocuğu olmayan ya da erkek çocuğu olmayan kadının eşi yeniden evlenirdi. Günümüzde ülkemizde artık pek rastlanmamakla birlikte Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da hala rastlanılabilmektedir.

Yukarıda sıralanan evlilik biçimleri dışında: kepir (yaban değişimi) evliliği, yetim evliliği, oldu bitti evlilik, para karşılığı evlenme, kan parası karşılığı evlenme, oç alma karşılığı evlenme, hileli evlilik, han yoluyla eş seçme (evlenme), terciqli evlilik, yabancı ile evlilik, metres edinme evliliği, muta evliliği, dış güveyi evliliği, dul evliliği, tanışıp anlaşarak evlenme gibi evlilik biçimleri de ülkemizin çeşitli bölgelerinde görülmektedir (Sezen, 2005: 185).

2.3. EVLİLİKTE EŞ SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Eş seçimini etkileyen faktörler konusunda, bu konudaki kuramsal yaklaşımlardan yola çıkarak bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Eş seçme konusu kültürden kültüre ya da kişiden kişiye değişikliğe uğrasa bile birtakım öncelikler tüm zamanlarda, tüm bireylerde ve kültürlerde önemini korumuştur.

Ülkemizde eş seçimi için üzerinde durulması gerekli olan bazı faktörleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Evlenilecek kişiye yönelik hissedilenler ve düşünülenler,
- Evlenilecek kişinin fiziksel özellikleri,
- Evlenilecek kişinin kişilik özellikleri,
- Evlenilecek kişinin eğitimi,
- Evlenilecek kişinin ailesinin sosyo-ekonomik düzeyi ve yapısı,
- Evlenilecek kişinin yaşı (aradaki yaş farkı),
- Evlenilecek kişinin ekonomik bağımsızlığa sahip olması,
- Evlenilecek kişinin dini inancı,
- Evlenilecek kişinin siyasi görüşü,
- Evlilik kararına ilişkin olarak ailelerin tutumu,
- Sanal dünyanın etkisi (Kahraman, 2011: 10).

2.4. EVLİLİKTE EŞ SEÇME SÜRECİ

İnsanoğlunda genleri itibariyle evlenmek için en uygun adayı belirlemek, o bireyle beraber yaşamını sürdürmek ve çocuk sahibi olmak gibi gereksinimler vardır. Evliliğin bireyler için psikolojik olarak sosyolojik olarak ve biyolojik olarak bir ihtiyaç olmasından dolayı insanlar evlilik sürecine girmekte ve tüm bu ihtiyaçlarını sağlayacak eşi seçmektedirler (Tarhan, 2010: 135).

İnsan hayatındaki en önemli kararlardan biri eş seçme kararıdır. Bir bireyin hayatının geriye kalanı eş seçimi kararıyla beraber hem olumlu hem olumsuz olacak şekilde büyük değişime uğrayacaktır. Bakıldığı zaman evlilik ilişki süreci kişinin yaşam süresinin yarısından daha fazla bir alanı kapsadığı için kararın önemi bir kez daha

anlaşılmakta, zor ve daha karmaşık bir süreç olduğu anlaşılmaktadır (Yavuzer, 2011: 48).

İki farklı bireyin meydana getirdiği evlilik tesadüfi bir eylem olmamakla birlikte bireylerin birbirlerini görme ve tanımlarından başlayarak söz kesme, nişan, düğün gibi evlilik ritüelleri olan aşamalara kadar toplumsal bir süreçtir. Tüm bu süreç kişilerin evlilik kararından önce karşılıklı olarak birbirlerini tanımlarına olanak sağlayan ve evlilik kararı alan kişilerin doğru bir karar almasına olanak tanıyan bir düzenlemedir (Özgüven, 2014: 59).

Tüm bu düzenlemeler düşünüldüğünde, aslında evlilikte hiçbir birey ideal eş ve mükemmel insanla karşılaşmamaktadır. İşte bu bilgiler ışığında şunu söylemek doğru olacaktır, eş seçerken temel amaç mükemmel insanı aramak değil, kendine doğru kriterlerde ve yaşamını bölüşeceği doğru kişiyi bulmaktır (Yalçın, 2010).

1990 yılında Buss ve arkadaşlarının çalışmasında geleneksel değerlerin değerli olduğu Çin, Hindistan, İran gibi bazı ülkelerde erkeklerde eş seçiminde namus, yuva, çocuk isteğinin yanı sıra yemek becerileri ev ile ilgili işlerde yetenekli olmak gibi becerilerin önemli bulduğunu göstermektedir. Yine bu toplumlarda kadınların erkeklerde aradığı özellikler ise hırs, gelirin yüksek olması, iyi sosyal statüye sahip olmalarıdır. 1974 yılında Udry tarafından gerçekleştirilen başka bir araştırma eş seçme konusundaki geçerli kriterlerin ülkenin eş seçme sistemine göre farklılıklar ortaya koyduğunu göstermiştir. Batı toplumlarındaki gibi eş seçiminin özgür irade sonucu gerçekleştiği toplumlarda evliliğin temelini romantik aşk olduğu düşünölmek, fakat geleneksel toplumlarda eş seçimi evlenecek bireyin tercihine göre değil ailesinin kararına göre gerçekleşmektedir (Chang ve Myers, 1997: 37; Dion ve Dion, 1993: 53).

1990 yılında Merter bir çalışmasında evlilikleri sınıflara ayırmış bu sınıflamayı da ailelerde eş seçimine karar verenin kim olduğuna göre yapmıştır. Bu çalışmanın sınıflandırmasına göre evlenecek olan bireyin fikrine bakılmaksızın ailelerin karar verdiği evlilik, evlenecek olan bireyin fikri de alınarak ailelerin karar verdiği evlilik, eş seçimini tamamen evlenecek olan bireylerin gerçekleştirmesi, fakat ailelerinde onayının sorulması, ailelerin rızası olmadan evlenecek bireylerin evlilik kararını kendilerinin vermesi şeklindedir (Merter, 1990: 4).

2.5. EVLİLİKTE EŞ SEÇME KURAMLARI

Evlilik sürecinde bireylerin eş seçiminde aynı anda birçok özelliği dikkate almaları gerekmektedir. Eş seçiminde bireyleri etkileyen bazı unsurlar vardır. Bunlar; geçmişte yaşamış olduğu kültür, kendisine ait karakteristik özellikleri, tercih ettiği eş adayını profilidir. Kadın ve erkeklerin eş seçiminde karşılıklı olarak birbirlerini iyi analiz etmeleri, evliliğin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda bir değerlendirmede bulunmaları gerekmektedir. Eş seçmek aynı zamanda bireyin yaşamını beraber geçireceği, hayatının çoğu noktasında beraber karar vereceği hayat arkadaşını da seçmesidir. Eş seçimi bireyi yaşamı süresince mutluluk veya mutsuzluk, huzur veya çatışma şeklinde yaşayacağı yolu gösteren bir süreçtir (Çakıcı, 2016: 12).

2.5.1. Ortak Özellikler Kuramı

Ortak özellikler kuramına göre bireyler eş seçerken eşlerin ortak özelliklerinin ve benzer yanların fazla olması evliliklerinde başarı oranını yükseltmektedir. Bu şekilde bir evlilikte eşlerin ekonomik durumları, dini inanışları, eğitim durumları, sosyal değerleri, yaş ve ırkının birbirine benzer olmaları gerekmektedir. Bazı nitelikleri açısından homojen bir oluşum gösteren böyle bir ailenin anlaşmazlıklarının ve çatıştıkları konuların daha az olacağı ve bu ailenin mutlu olma ihtimallerinin daha yüksek olacağı düşünülmektedir (Çakıcı, 2016: 12).

2.5.2. Zıt Özellikler Kuramı

Zıt özellikler kuramına göre kişilerin eş seçiminde eş adayının sahip olduğu özellikler kişinin özelliklerinin tersi olması gerekmektedir. Bu kuramda bireyler kendileri için eş seçerken kendilerinin özelliklerinin zıttı bir özellikte bir eş adayını bulduklarında evliliğin daha büyük oranda başarılı olacağı görüşü hâkimdir. Bu görüşe göre evlilikte birbirinden farklı görüşlerin ve çeşitliliklerin artacağı savunulur. Daha açıklayıcı ifade etmek gerekirse zıt insanların birbirinden hoşlanacağı, yönlendirme gücü yüksek bir erkeğin, itaatkâr olma özelliği yüksek bir kadının daha cazip gelebileceği ifade edilmektedir (Çakıcı, 2016: 12).

2.5.3. Uyarın-Değer-Rol Kuramı

Bernard I. Murstein tarafından kurulan bu kurama göre eş seçme süreci üç ayrı evreden oluşmaktadır. Bunlar; uyarın, değer ve rol'dür. Birinci evre uyarın aşaması görsel ve işitsel açıdan elde edilen değerler memnuniyeti ile oluşmaktadır (Murstein, 1970: 465-481). Bu birinci evrede erkek ve kadının yeni tanıştığı ve karşılıklı olarak birbirlerini gördükleri ve ilk görüşlerin alındığı dönemdir. Giriş değerlendirmeleri birbirlerinin dış görünüşü ve sosyal-zihinsel özelliklere göre gerçekleşmektedir. Bireyleri ikinci evreye taşıyan bu birinci aşamayı iyi geçirmiş olmalarıdır. İkinci aşama bireylerin ilgilerinin, tutum ve davranışlarının inanç ve gereksinimlerinin birbirleri için uygun olup olmadığına karar verildiği ve sözel bir şekilde ifadelendirildiği aşamadır (Çakıcı, 2016: 13). Üçüncü ve son evre yani rol bireylerin karşılıklı olarak birbirlerine atadıkları rollerin çift olabilme becerisini kapsar. Üçüncü aşama çiftlerin karşılıklı olarak birbirlerine uygun olan rollerinin var olup olmadığını gözlemleyebildikleri aşamadır (Murstein, 1970: 465-481).

Genel anlamda değerlendirilecek olursa yukarıda bahsettiğimiz kuramların savunduğu farklı durumlar mevcuttur. Ancak tüm bu kuramları beraber değerlendiren ve eleştiren kuramcılara göre, ortak özellikler kuramı daha fazla destek bulmaktadır. Eş seçme eylemi için birbirlerine benzer özellikleri fazla olan bireylerin evliliklerinde daha başarılı olacağı savunulmaktadır. Aynı zamanda benzer özelliklerin fazlaca olmasının beraber yaşamayı daha da kolaylaştırdığı ve ortak yönlerin artmasıyla evliliklerin uyum şansının da yükseleceği belirtilmektedir (Çakıcı, 2016: 13).

2.5.4. Psikanalitik Kuram

Kuramın kurucusu olan Freud eş seçiminde, çocukların anne ve babadan karşı cins ebeveyne yönelik hissettiği hayranlık ve yakınlığa bağlamış, bilinç dışında karmaşık süreçler vasıtasıyla kız çocukların baba, erkek çocukların anne özelliklerini karşılayan bireyleri eş olarak seçtiklerini söylemektedir (Kahraman, 2011: 8).

Kahvecioğlu'nun aktardığı üzere; *Freud'a göre küçük çocukların anne ve babalarına karşı hissettiği duygular önem taşımaktadır. Eş seçiminin belirlenmesinde psikoseksüel gelişim dönemlerinde, çocukluk döneminden kalma bir takım saplantılar etkilidir. Kadınların anne babalarından kopamamaları, eş seçimi yapamamaları, anne*

babalarından ayrılma girişimleri olduğunda suçlu hissetmeleri, anne babalarına karşı aşırı bağımlılık göstermeleri; aynı zamanda cinsel ilişkiden kaçınmaları, fallik dönemden kalma saplantılara işaret etmektedir. Kahvecioğlu'nun aktardığı şekilde; Jung'a göre nesiller boyunca kadınlarla beraber yaşayan erkekler, doğuştan var olan kadın imgesine sahip oldukları için 'anima arketipi'ni geliştirirler. Erkeklerle beraber yaşayan kadınlarda aynı sebepten ötürü 'animus arketipi'ne sahiptir. Anima ve animus arketipleri insan yaşamında önemli rol oynamaktadır. Erkek çocukta anima'nın görüldüğü ilk örnek anne, kız çocukta animus'un görüldüğü ilk örnek babadır. Bu yaklaşıma göre bir erkeğin bir kadına duygu duymasının sebebi kadının erkeğin anima'sına uygun özellikler taşımasıdır. Aynı şekilde bir kadın bir erkeğe soğuk geliyorsa, bunun sebebi kadının erkeğin anima'sına uygun özellikler taşımamasıdır. Aynı durum kadının animus yansımalarında da görülmektedir (Kahvecioğlu, 2014: 28).

2.5.5. Birbirini Tamamlayan Gereksinimler Kuramı

Bu kuram eş seçiminde önemli olanın bireysel “gereksinimler doyumu” olduğunu vurgulamaktadır. Birbirine benzeyen eşleri, birbirlerini tamamlayan özelliklere sahip olan eşleri başarıya ulaştıracağını ifade etmektedir. Kişilerin esas gereksinimlerinin birbiriyle aynı olmayan ve bazı gereksinimlerinde başkalarından daha fazla önemli olduğunu söylemekte, cinsiyet açısından da kimi gereksinimlerin erkekler için kimi gereksinimlerinde kadınlar için daha önemli olduğunu göstermekte, bireylerin birbirlerine benzeyen ve karşılıklı olarak birbirini tamamlayan gereksinimler sebebiyle karşılıklı bir hoşlanma gerçekleşeceğini söylemektedir (Yılmazçoban, 2008: 108).

2.6. BİR EŞ SEÇME BİÇİMİ OLARAK KIZ İSTEME GELENEĞİ

Evlilik, insanların hayatları boyunca uyguladıkları ve geliştirdikleri sosyal unsurlarla dolu bir kavramdır. Kültürden kültüre değişiklikler göstermesi, sosyal unsurların değişik kültürler içinde meydana gelmesi ve farklı değer yargılarıyla yüklü olmasıyla izah edilebilir. Toplumlar içerisinde kimin kiminle, kaç eşle, hangi şartlar altında evlenebileceğine ilişkin bazı kurallar ortaya çıkartmışlardır. Çok farklı uygulamaların olmasının yanında evlilik esas olarak toplum tarafından onanan erkek ve kadının veya erkekler ve kadınlar arasında yaratılan bir ilişki çeşidini ayırt etmektedir.

İlişkinin belirli sınırlar içerisinde oluşması da evliliğin sosyal bir kurum olarak incelenmesine imkân tanımaktadır. Aile birliği sürekliliğini evlilik müessesesiyle sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle evlenme olgusu aileyi meydana getiren toplumsal ilişkileri belli başlı kalıplar içerisine yerleştiren bir sözleşmedir (Santur, 2012).

Anadolu'nun birçok farklı bölgesinde evlenmenin gerçekleşmesi için, bu durum öncesi bazı hazırlıklar ve aşamaların ardı ardına gerçekleşmesi ve izlenmesi gerekir. Bu sebeple halk, (köy- geleneksel toplumlarında veya şehirlerin geleneksel sınıflarında olsun) bu aşamaları belirleyen bazı görenekleri ya da seremonileri uygulamak mecburiyetindedir. Evlenme kaidelerini birçoğu bahsedilen toplumlarda kuşaktan kuşağa aktarılmış bundan dolayı meydana gelmiş olup, bunlara ek olarak yapıla gelmekte olan seremonilerde bazı pratiklerden ve inanışlardan ibarettir. Fakat eski zamanlardan bu yana uygulanan ve günümüzde artık Türkiye Türk topluluğunun malı, kültürünün bir bölümü durumuna gelmiş olan evlenme görenekleri ve seremonilerinin batılılaşma ile birlikte değişmekte oldukları gerçektir (Erdentuğ, 1969:213).

Kız isteme geleneğinde ilk aşama görücülüktür. Kentlerde tanışıp anlaşıma şeklinde evlenme daha yaygınken, geleneksel kesimlerde görücülüğe daha sık rastlanmaktadır.

Oğlunu evlendirmek isteyen aileler, ilk olarak akraba ve komşulardan veya yakın çevreleri başta olmak üzere kız aramaya başlarlar. Bu aşamada kendilerine yakınları da yardımcı olurlar. Evlenecek olan erkeğe kız aramak ya da kız bakmak için gerçekleştirilen bu geleneğe görücülük veya görücüye çıkma da denilmektedir. Erkek ailesi akraba ya da komşularının arasından seçilen kadınları, beğenmiş oldukları kızın evine gönderirler. Kızı görmeleri, incelemeleri, niyetlerini söylemeleri kız bakma aşamasını oluşturmaktadır. Bu çeşit evlenmelerde evlenen çiftten daha çok yakınlarının beğenileri istekleri ve girişimleri söz konusudur. Genellikle erkek de bu tercihi kabul eder (Tezcan, 2000: 37).

Kız bakmaya çoğunlukla habersiz gidilmektedir. Aslında aracının kız evinin düşüncelerini öğrenmeye çalıştığı zamanda kız evi haberdar olmaktadır. Evlenecek kızın davranış şekillerine göre isteyip istemediği anlaşılır. Bu davranışlar kızın misafirlere ikramda bulunması veya misafirlerin yanında oturması gibi davranışlardır ve kızın istediğini veya istemediğini göstermektedir. Kız evinden olumsuz yanıt alınacağı

hissedilirse başka adaylar düşünülür. Görücüye çıkma, kız bakma ülkemizin farklı bölgelerinde bazı ayrıcalıklar ve yöresel özellikler göstermekle beraber bu usul ana hatlarıyla aynıdır. Fakat nihai karar vermeden önce hem erkeğin hem de kızın ailesi adaylar hakkında bilgi toplamaya çalışırlar. Bulunan bilgilerin değerlendirilmesinde erkek için, işine bağlılığı, kötü alışkanlıklara sahip olup olmadığıdır. Kız için ise namuslu olması, terbiyeli olması, işgüzar olması ve evine- törelerine bağlılığıdır. Erkek ve kız taraflarının birbirlerinin karşılıklı olarak değerlendirmesi sonucu kız isteme ya da dünürçülük aşamasına geçilir (Örne, 2000: 191).

Evliliğe adım atmanın ilk törensel unsuru olan kız isteme geleneği birçok bölgede kültürel ya da dini farklılıklar olsa bile hiç vazgeçilmeyen bir eylem olarak gerçekleştirilmeye devam etmektedir.

Bölgesel olarak farklılıkları da vurgulayarak anlatırsak, Doğu Anadolu'dan gelen topluluklarda 1980'li yıllarda kız isteme geleneği ile günümüzdeki isteme töreni arasında değişiklikler vardır. Kız isteme töreninde kızın babası ve erkeğin babası konuşmazlar, kız ve erkek tarafları kendileri yerine konuşması için birini belirlerler. Belirlenen bu kişiler birbirleriyle karşılıklı olacak şekilde "Allah'ın emrini yürütürler" ve cevabın olumlu olması halinde başlık, kına, düğün gibi maddi süreçlerin dağılımını belirlerler. Kız ve erkek babasının konuşmasını engelleyen bu uygulama, anlaşmazlık durumu olursa bu durumu hafifleten bir yöntem olarak görülür.

Karadeniz Bölgesi'nde kız isteme geleneği kız ve erkeğin babalarının birbirleriyle konuşmaları ve anlaşmaları şeklinde olur. Genel bir durum olmamakla birlikte Karadeniz Bölgesi'nde kız isteme töreninde damat adayının olmadığı, söz keserken bulunduğu belirtilmiştir. Şimdilerde bu isteme törenlerinde damat adayı da bulunmaktadır ve ailelerin birbirleriyle konuşmasıyla gerçekleşmektedir. Geçmişte kız isteme geleneğinin peşinden şerbet içme ile sonlanırken, günümüzde çikolata ve kahve içme ikramları yerleşmiştir (Depeli, 2009: 244).

Ülkemizde birçok yörede olduğu gibi Ürgüp'te de kızını evlendirmeye rızası olan aileler bile ilk isteme seremonisinde istekli olduklarını belli etmezler. "Kız evi naz evidir" düşüncesine uygun şekilde erkek tarafının birden fazla kez istemeye gelmelerini sağlarlar. Ürgüp yöresinde bu âdetin adı "*nazlanma*"dır. Bu gidip gelme sonucu kızını vermeye razı olan kız ailesi erkek tarafının evine "*dutu*" veya "*ilişik*" isimli bir bohça

gönderir. Bu bohçanın içerisinde çorap ve giyim eşyaları vardır. Günümüzde "*küçükçeyiz*" veya "*çorap*" yollama adıyla anılan bu bohçayı alan erkek evi kız evinin kızıvereceğini anlar. Sonrasında sözü kesilmiş sayılan kız ve kızın ailesi oğlan evine ziyarete giderler. Bu ziyarete yöresel ismiyle "*oğlan evini yoklama*" denir. Bu ziyaret sonucunda erkek evi ve erkek ailesinin durumu beğenilirse "*şerbet günü*"ne karar verilir (Er, 1997: 197).

Sakarya Geyve ilçesinde kız ailesi gelen dünürçülere "kısmetse olur" yanıtını verirse dünürçüler çıkarken onlara mendil verilir. Evlilik için ilk işaret bu mendildir. Kız tarafı ve erkek tarafı bir hafta sonra hazırlamış oldukları bohçaları karşılıklı olarak birbirlerine sunarlar (Yılmaz, 2006: 38).

Mersin'in Kuskan beldesinde gelin adayı, damat adayı tarafından beğenilmiş olsa bile ya da ailesi tarafından beğenilmiş olsa bile geldiği aileye uğur getirip getirmeyeceği sınınamaktadır. Bu sınama durumu için bir miktar tuz gelin adayının tespit edildiği zamandan itibaren kullanılır. "*Tuz ölçme*" ismi verilen bu duruma göre belirlenen tuz bitinceye değin evde can sıkıcı herhangi bir sıkıntı olmazsa o gelin adayının aileye uğurlu geleceği düşüncesine inanılır. Uğuruna inanılan gelin adayı için elçi vasıtasıyla kız ve ailesinin ağzı aranmaktadır. Olumlu yanıt duyan oğlan babası yaşadığı yerin ileri gelenleriyle kızı istemeye gider (Şahin, 1996: 243).

Bartın bölgesinde evlilik çağına gelen genç kızlar erkek evi tarafından istenilir. Kız ailesinin de olumlu cevap vermesi durumunda kız ailesi erkek ailesine söz mendili verir. Bu mendil gelin adayının verilmesine müsaade edildikten sonra iki taraf arasında yapılan bir törendir. Erkek tarafı kız tarafının evine çeşitli hediyelerle gelir. Sonuç olarak söz kesilir ve nişan hazırlıkları başlar (Şahin, 2000: 70).

Kayseri örneğinde ise, Kayseri'de yaşayan Uygurlar'da evlenme yaşına gelen gencin ana ve babası ona kimin kızını alacağını söyler. Erkeğin düşüncesi alınsa bile kararı veren anne ve babadır. Kız ailesine görücü gönderilir. Bu kişiye "*Saye Kılğan*" adı verilir. Kızın ailesi razı olursa kız tarafının evine istemek üzere gidilir. Bu duruma ise "*Söz Taşlama*" denir. Kız tarafının evine gidilirken yüzük, elbise kumaşı ve yapımı özel olan 12 adet ekmek götürülür. Götürülenler bir sofraya içerisinde kızın ailesine sunulur bu işleme "*Fatiha Boldı*" adı verilir. Kız anası ve babası ellerini gelen bu ekmeğe sürerler ve ağızlarına götürürler. Sonrasında "Tanrı korusun" sözüyle bohça

kapatılır içeriye götürülür ve kız ailesi ekmeğin getirildiği sofranın arasına ipek kumaş kayarak erkek ailesine geri verir. Bu esnada çay içilmektedir. Erkek tarafı "çok rahmet, bizi kırmadınız, kabul ettiniz" sözleriyle evden çıkarlar. Sonrasında kızın babası danışma için akrabaları eve çağırır. Bu esnada onlara ikram edilen çayın ismi "*Meslehet Çayı*"dır. Bu aşamadan sonra kızın verilmesi netleşmiş olur (Güngör, 1992: 8).

Bolu'da kız ailesi istemeye gelen kişilere "Kısmet olursa gelir Hint'ten Yemen'den kısmet olmazsa ne gelir elden" sözleriyle düşünebilmek için ve kızlarını isteyenleri araştırmak için süre ister. Ek olarak erkek tarafından gelen gözlemler kızlarının istenilmesine pozitif bakıldığı anlamına gelir. Fakat düşünceler olumsuzsa yemek esnasında sofraya kaşık yerine kevgir koyulur. Misafirler yolcu edilirken güle güle denilmez. Kızın ailesinin rızası olsa da ilk istemede kızlarını vermezler (Öğüt Eker, 1998: 20).

Kastamonu'nun Abana ilçesinde kız istemek için giden kadınlar bölge halkı tarafından "bürü" olarak adlandırılan yeni beyaz başörtüsü takarlar. Kız tarafı kızlarını evlendirmeye niyetli olsalar bile "kız evi naz evi" sözündeki gibi kararlarını erkek ailesinin ilk gelmelerinde söylemezler. Kız evi düşünelim der ve kızında fikri sorularak evliliği uygun görürlerse tekrar gelmeleri için erkek evine gün söylerler. Cevapları olumsuz ise "bizim evlendirecek kızımız yok" diyerek teklifi geri çevirirler (Yıldız, 2002: 553).

Türk geleneklerinde evlenecek genç kız görmek ya da genç kız bakmak için başvurulmuş âdete, "ağız arama, dünür düşme, dünür gezme, dünür gitme, el basma, elçilik, görücülük, görücüye çıkma, kız arama, kız bakma, kız beğenme, kız sarraflama, kız isteme, söz taşıma şeklinde isimler verildiği gibi bu gelenek için kız istemek üzere giden kişilere de arabulucu, aracı, saye kılğan, büyük dünür, dilekçi, dünür, tüngür, dünürcü başı, dünür başı, elçi, kılavuz gibi isimler söylenmektedir (Kaya, 1996: 148).

Türklerde kız isteme geleneği ailenin büyükleri tarafından gerçekleşmektedir. Akrabalık bağlarının kurulmasının yanı sıra, kızın gelin olmasının diğer tarafından bakıldığı zaman kız isteme töreni esnasında damat adayının babası "bizim oğlanı köleliğe kabul et" sözüyle kız isteme eyleminde bulunmaktadır. Buna karşılık olarak kızın babasının da "Allah isterse olur" sözleriyle birlikte kız isteme eylemi gerçekleşmiş olur (Mohammedi, 2015: 111).

Anadolu Türklerinde de görücülük ile ilgili farklı uygulamalar bulunmaktadır. Görücü olarak gidilmeden önce kız evinin "ağız araması" yapılır. Eğer kız istemek için giderken bir yün çorap sökülerek gidilirse kız ailesi tarafından güçlük çıkarılmayacağına inanılır. Eğer görücüler birçok defa gidip kızı alamadıysa son gitmelerinde aralarından bir tanesi çorabını ters giyer ve bu inanışla kız evinin olumlu cevap vereceğine inanılır (Kalafat, 2000: 192).

Özbek Türklerinde evlilikler çoğunlukla görücü usulü şeklinde gerçekleşmektedir. Onlarda bu geleneği "görücülük, savcılık" şeklinde adlandırmışlardır. Erkek tarafı kız istemeye gitmeden evvel, evlenecek kızı erkeğin ailesine tavsiye olarak bahseden bir kadın bulunmaktadır. Bu kadına savcı kadın adını vermektedirler. Bu kadın evlilik gibi önemli bir eyleme aracı olduğu için toplumdan özel saygı görmektedir. Savcı kadın ilk olarak kız tarafının evine gider, damadın kızları için talip olduğundan bahseder. Talibi haber verdiği esnada çeşitli cümleler kurulur ki bu cümleler toplumda kalıplaşmış cümlelerdir. "Sizde bir yetişkin çiçek var, bizde bir yetişkin bülbül var, bunları birleştirek", "Sizde bir iyi var, bizde bir kötü var, bunları birbirlerine koşsak", "Sizin bağınızda bir gül açmış, akraba olmayageldik" şeklindedir. Erkek tarafı kız tarafının evine gelirken tatlı getirir. Bu tatlının getirildiği çantaya sopa üzerine bağlanmış şekilde kırmızı bir bez vardır. Bu bez evin kızını oğullarına isteyeceklerinin işaretidir. Özbek Türklerinde kız tarafı erkek tarafından başlık parası istemektedir. Bu konuda da anlaşılırsa "takdir bilir" cevabı söylenir. Erkek tarafının ikinci gelmesinde hediyeler getirilir. Eğer kız ailesi bu hediyeleri kabul ederlerse kız verilmiş olur (Fevzi, 2013: 62).

İştîp şehrinde yaşayan (Makedonya) Türkler kız istemek üzere ya da söz kesmek için pazar akşamları ya da cuma akşamları gitmektedirler (Düğünleri de perşembe ya da cuma günü başlatırlar). Kız çeyizi pazartesi veya çarşamba günü taşınır (Ercan, 2006: 81).

Afganistan Türklerinde kız istemek üzere, erkeğin babası bir ya da iki aksakallı (yaşlı kimseler) ile beraber kız tarafının hanelerine giderler. Kızın babasından "Allah'ın emri ve Peygamberin desturu ile kızınızı oğluma istiyorum" şeklinde teklifte bulunurlar. Kız babası "Allah izin verirse" şeklinde olumlu yanıtını bildirir. Kızın babası izin verirse "küçük toy" yani "şirinihori" (nişan programı) yapılır (Salih, Kalafat, 2000: 39).

Görüldüğü gibi farklı Türk boylarında da, Türkiye'de farklı bölgelerde de kız isteme geleneği zamansal değişimler göstererek varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Günümüzde hala daha devam eden bu gelenekte kız isteme eyleminin içerisinde mutlaka kadın ve erkeği bir araya getirecek ya da kadının ailesini ve erkeğin ailesini bir araya getirecek, aradaki iletişimi sağlayacak bir başka kişi veya kişiler mutlaka bulunmaktadır. Geleneksel olan şekliyle kız isteme geleneğinde iletişim şekli birbirini tanımayan iki kişiyi ya da birbirlerini tanımayan iki aileyi bir araya getirmeyi kapsayan formda yani yüz yüze gerçekleşirken, günümüzde televizyon programları vasıtasıyla gerçekleşen evlilik programlarında tanışma, kız isteme gibi eylemlerdeki iletişim kitlesel bir forma dönüşmektedir.

2.6.1. Geleneksel Olarak Kız İsteme

“Toplumsal yaşam akışı içinde toplumu oluşturan insan ve insanlardan meydana gelen topluluklar arasındaki ilişkilerin devamı beklentiler, yasaklar, kaçınmalar ve kalıp davranışlara dayanarak devam eder. Sosyal normlar kavramı içinde yer alabilecek bu tür davranış ve tutumlar toplumda düzenleyici ve denetleyici rol üstlenmişlerdir. İnsan ve toplum yaşamında, neleri yapmak nelerden sakınmak gerektiği, diğer bir söylemle sosyal denetimi sağlamak, çevre koşulları içinde belirlenen sosyal normlarla gerçekleşir”(Artun, 2005:128).

Normların denetleyici etkilerinin ve düzenleyici etkilerinin gücü tüm insan topluluklarında, davranışlar üzerinde toplum inşa edenlerin uzlaşılarıyla gerçekleşir. Bu uzlaşma neticesinde normatif bir toplumsal yaşam şekli meydana çıkar. Toplumdaki davranışların eski çağlara gidildikçe düzeni olana ve alışılmışı doğru yöneldiğini vurgulayan Weber, alışılan davranıştan ayrılmanın ruhsal olarak ortalama insan için organik bozukluk kadar rahatsız edici olduğunu ve büyük olasılıkla bu sebeple, düzenli ve alışılmış olanın sürekliliğinin bu şekilde koruma altına alındığını söylemektedir (Işıktaç, 2009:2).

Hayatı düzenleyen toplumsal ve sosyal normlar din olsun, örf ve adet olsun, gerekse ahlak ve hukuk kuralları olsun aynı statü içerisinde bulunmaktadır. Tarih boyunca bu beraberlikten önce örf ve din kuralları, bir sonra hukuk kuralları, son olarak da ahlak kuralları ayrılmıştır (Azar ve Venera, 2018: 435).

Örf genellikle toplumun katı beklentileri şeklinde açıklanan bir takım örnek tutumlar ve davranışlardır. Görgü kurallarına dayanılarak alışılmış anlamında kullanılan örf ve adetler alışkanlıklardan ve gelenek göreneklerden daha farklıdır. Türkçede "biz babamızdan böyle gördük" söylemi geleneğin toplum nazarında dile getirilişidir. Örfler geleneklerle kıyaslanırsa daha güçsüz ancak modaya göre daya dayanıklıdır. Örf ve adetler zamanla ortadan kaybolabileceği gibi, zamanla daha bağlayıcı bir duruma gelebilir. Örfler günümüze kadar gelen şeylerin bundan sonraki zaman dilimlerinde de gerçekleşmesini buyurur (Işıқтаç, 2009: 26).

“Kuşaktan kuşağa geçerek gelen, topluluğun üyeleri arasında ortak ve özel bir ruh dolayısıyla sağlam bir bağ kuran her türlü alışkı” (Artun, 2005: 131) şeklinde tanımlanan gelenekler toplum içerisindeki ilişkilerin bir ahenk içinde sürmesini sağlayan en önemli öğelerden birisidir. Toplum içerisinde kuştan kuşağa aktarılan kültür kalıtları alışkanlıklar, bilgi ve beceriler, davranış şekillerinin genel adı olarak kullanılan gelenekler, muhafazakâr topluluklar tarafından yaşatıldığı sürece gelişmeyi hem önleyici hem de sınırlayıcı bir özelliğe sahiptir. Kişilerin ve toplumların sorunlu dönemlerinde gelenekler destekleme ve düzenleme özelliği sayesinde toplum hayatının düzen ve denetimi konusunda önemli role sahiptir (Azar ve Venera, 2018:433).

Örfler adet ve geleneklere göre yaptırım gücü bakımından zayıf olan, bir şeyi uzun yıllardır görüldüğü şekliyle yapma alışkanlığı şeklinde tanımlanan göreneklerin mutlaka gerçekleştirilmesi gibi bir mecburiyeti bulunmamaktadır. Yeniliğe açıklık bakımından en açık normdur ve bu bağlamdaki davranış şekillerine yeni davranışlar eklenebilir. Şahısların günlük hayatlarının düzenlenmesi noktasında aralarındaki sürtüşmeyi azaltmakta, toplumsal ilişkilerin kolaylaşması noktasında belirleyici bir role sahiptir (Artun, 2005:132).

Sosyal normlar, yaşamın en önemli üç geçiş aşaması sayabileceği doğum, evlenme ve ölüm anında daha bariz bir şekilde görülmektedir. Bu üç mühim aşamanın etrafında birçok inanç, adet, töre, tören, ayin, dinsel ve büyüsel özlü işlem kümelenerek bahsedilen geçişleri bağlı oldukları kültürlerin beklenti ve kalıplarına uyacak bir şekilde yönetmektedir. Bunların tümünün amacı insanların yeni durumunda belirleyici olmak, kutsamak, aynı zamanda da şahsı bu esnada yoğunlaştığı inanılan tehlike ve zararlı etkilerden korumaktır (Örnek, 2000:131).

Geçiş aşamalarından en mühim olanı kadın ve erkeğin aile kurmak adına yasa tarafından birleşmeleri olan evlenme/evliliğdir. Kızın ve erkeğin sosyalleşme sürecinin önemli aşamasıdır. Evlenme törenleri ait olduğu kültür şeklinin öngördüğü bazı kural ve kalıplara entegre edilerek gerçekleştirilir.

2.6.2. Dini Olarak Kız İsteme

Örf ve adetlerimize göre evlenme sürecindeki kız istemek, söz vermek, nişanlanmak aşamalarını karşılayan kelime "hıtbe" dir. Hıtbe, bir erkeğin kadına evlilik teklif etmesi, onu arzulaması, belirli bir mehir karşılığında anlaşmaya varmaları ve karşılıklı olarak birbirlerinden razı olmaları sırf akdin bulunmamasıdır. Kız isteme aşaması bazı kaideler göre yapılır. Kız isteme, açık bir ifade şekliyle veya kinayeli şekilde gerçekleştirilir. Kız isteme işi kesinleşmişse bunun gizli olmaması gerekir. Kişi, kendisine sonsuza kadar ya da muvakkat olarak haram olacak birine evlilik teklifinde bulunamaz. Bir başkasının dünür olarak götürdüğü birine evlilik teklif etmek yasaklanmıştır (Erdim, 2003: 72).

"Ebu Hureyre Hz. Peygamber (s.a.v)'in bir kimsenin mümin kardeşinin dünürü üzerine dünür götürmesini yasakladığını rivayet etmiştir. Böyle bir kıza ancak isteyenın vazgeçmesi yahut izin vermesi halinde istenileceği Hz. Peygamber (s.a.v) yine bildirmektedir (Erdim, 2003: 72)".

Dini açıdan bakıldığı zaman kız isteme töreni, evlenecek olan kişilerin aile büyükleri aracılığıyla evlenmelerine karar kıldığı törendir. Törende söze "Allah'ın emri Peygamberin kavliyle" şeklinde başlanır ve kız istenir. Kız isteme törenlerinde her zaman söylenilen bu söz evliliğin Allah tarafından istenen, Peygamber tarafından da desteklenen bir durum olarak görölmektedir (Artun, 2005: 251). Bu törenlerde çoğunlukla evlenecek olan bireylere fikirleri sorulmaz. Aile bireyleri yani anne ve baba kabul ederse alınacak olan eşyalara karar verilip nişan günü belirlenir. Kimi ailelerde bu durum hemen gerçekleşmez ilerleyen günlerde yeniden kız evine gidilip orda karar verilir. Geçmişte, kız ve erkek nişan gününe kadar bir araya gelmezlerdi ve bu bağlamda evlenecek olan kız ve erkeğin konuşup anlaşması mümkün değildir. (Kutlu, 2011: 55).

2.6.3. Ekonomik Olarak Kız İsteme

Ülkemizde gerçekleşen evliliklerde özellikle söz kesme, dini, nikâh ve takı, evliliğin ekonomik açıdan boyutunu kontrol etmede işlev görür. Aslında evlenenlerin kişilerden ziyade kişilerin aileleri olduğunun somut göstergesi bu basamaklarda ortaya çıkmaktadır. Nitekim söz kesme töreninde ve dini nikâh kıyılırken gelin ile damadın ortamda bulunmaması, hatta gelin ve damadın babalarını temsil etmek üzere başka şahısların anlaşılmaya oturmasını örnek gösteren uygulamalar topluluğun belirleyiciliğini net bir şekilde göstermektedir. Ancak bu örnekler ülkemizin tamamında genelleştirilemez, çoğunlukla Doğu Anadolu ve İç Anadolu Bölgelerinde görülen uygulamalardır (Depeli, 2009:190).

Kız isteme töreni olumlu sonuçlanırsa devamında söz kesme töreni gelir. Genellikle akraba evlilikleri olmak üzere kız isteme töreni formalite şeklinde gerçekleşir. Ancak asla vazgeçilmeyen bir uygulamadır. Kız isteme töreni sonrası, aynı gün şerbet içme ya da söz kahvesi içme ile birlikte "söz kesme" bölümüne geçilir. Bu aşamada evlenecek olan kız sözlü olarak ilan edilir ve aileler tarafından başlık parası, ailelere verilecek olan hediyeler, nişan, kına, düğün tarihlerinin belirlenmesi, evlenecek olan çiftlerin evlerinin, ev eşyalarının kimlerin satın alacağını detaylı bir şekilde konuşur. Karşılıklı olarak pazarlık yapmaları anlaşma sağlanana dek devam eder (Depeli, 2009:191).

Eski Türklerde "kalın" olarak adlandırılan, Anadolu'da bazı kesimlerde galıng", galın, galım" isimleriyle hala devam etmektedir. Aslında kalın Türk aile hukukunun temelini oluşturur. Kalın da İslamiyet'te var olan mehir gibi kadının ve çocuklarının yaşamlarını garanti altına almak için konulmuştur. Kalının mehirle karşılaştırıldığındaki fark aileleri de bu sözleşmeye dahil ederek kadından başka aile, erkek ve çocuklarında geleceklerinin garanti altına almıştır.

Kalın erkek ailesi tarafından, kızın ailesine verilen bir aile malıdır. Günümüzde bu mal bir çeşit depozite gibi görülebilir. Kız evine ödenen kalında sadece evlenen erkeğin değil, erkeğin ailesindeki herkesin payı vardır ve miras hakkı da vardır. Bu sebeple erkek karısını kovamadığı gibi kadında kocasını bırakıp kaçamaz. Böyle bir durumla karşılaşılırsa kalın yanar ya da kızın ailesi erkeğin ailesine geri ödemek zorunda kalır. Böyle evlenenler her iki ailenin de bütün topluluğunda tepkileriyle karşılaşırlar. Bu

açıdan kalın geleneği mehire göre hem daha sosyal hem de daha güven vericidir. Tüm bunları özetlersek kalın ödeme Türklerde bir kız satışı demek değildir (Aksun, t.y., s. 325).

Mehir islami geleneğe göre kız tarafına ödenmesi gereken miktarın adıdır. Bazı yönleriyle Türkler arasında kalına benzemektedir. Kız ailesinin olumlu cevap vermesinden sonra kız tarafı "he dimelik" (evet demelik) karşılığı olarak gerekli hazırlıkları başlatmak üzere mehir konusunu açar. Zamanın şartlarına göre mal ya da para olarak isteklerini oğlan tarafına iletir. Karşı tarafında durumu dikkate alınarak mehir bedeli aileler arasında karara bağlanır. Mehir iki bölümdür. Birincisi mehr-i muaccel yani acilen ödenmesi şart olan miktardır. Bu miktar kızın eksik olan şeylerinin tamamlanabilmesi için harcanır. Bununla kız evleneceği eve götüreceği ama kendine ait olan eksiklikleri alır. Bunlar, yatak takımı, halı, kilim, yazlık ve kışlık giysiler, altın, takı, bilezik gibi gereken eşyalardır. İkincisi mehr-i müeccel'dir. Yani hemen ödenmesi gerekli olmayan, geriye bırakılan mehir demektir. İlerleyen zamanlarda kocanın ölümü, terk etmesi ya da boşanması gibi durumlarda kadının mağduriyetini gidermesi ve çocuklarını büyütebilmesi için konulmuştur (Aksun, t.y., s. 326).

Başlık ise, kızın babasının düğünde gerekli harcamaları yapabilmek için erkek ailesinden istediği paradır. Paranın miktarı, kızın genç ve güzel olması, kızın ve erkeğin babalarının ekonomik durumları, o aylardaki başlık durumuna göre değişiklik gösterebilir. Bazı babalar erkek tarafından almış oldukları başlık parasını kız tarafının ihtiyaçlarını karşılamak için amacına uygun olarak harcadıkları gibi, bazıları da parayı kendi ihtiyaçları için kullanırlar (Aksun, t.y., s. 325).

Kırsal yaşam şartlarından gelen başlık uygulaması gün geçtikçe azalmaktadır. Bu azalma diğer taraftan kadının toplum içerisinde olumsuz konumu üzerine eleştirel bir farkındalığa bağlı olarak gelişmektedir. Ancak bu azalma durumunun başlık parasının tamamen yok olması şeklinde değerlendirilmesi de bütünüyle doğru değildir. Başlık istenmeyen bazı yörelerde kardeş yolu, süt hakkı gibi isimlerle beklenen (örtülü olarak istenen) hediyeler önemlidir (Depeli, 2009:191).

2.6.4. Ritüel Olarak Kız İsteme

Evlilik bir toplumun kültürü ile ilgili fikir meydana getiren somut yaşam biçimlerinden birisidir. Eş seçiminden başlayarak söz, nişan, kına, düğün, kız isteme gibi bütün bu süreçler kültüre ait birer parçadır ve kültür hakkında bilgiler verir. Bu aşamalar aile kurmanın bireyler için yalnız başına kolay olmadığını, toplum aracılığı ile oluşturulmuş süreçler olduğunu göstermektedir. Çünkü aile oluşturma başlangıç noktası olan evlilik kurumu toplum için temel değerlerden birini meydana çıkartmaktadır. Ritüellere uyum sağlamak bireyler için önemlidir. Evlilik sürecinde ise ailelerin itibarı ve geleceği için toplum tarafından kabul edilmiş evlilik adetleri ve gelenekleri en güzel şekliyle sergilenmektedir (Günen, 2016: 60).

Biçim ve içeriği ile kültürel etkilere açık olan ritüeller kültürel olarak çeşitliliklerinin olmasının dışında sosyal hayatta birbiri ile benzer ve ortak birçok etkiyi meydana getirmektedir. Ritüeller sosyal bütünleşmenin önemi bir bileşenidir. Temel karakteristik özellikleri itibarıyla ortak bir niteliğe sahip olan ritüeller insan gruplarını bir arada tutar, dayanışmayı artırır ve toplumun ortak bilincini güçlendirir. Ritüeller bireylerin toplum içerisine nasıl hareket etmeleri gerektiğini göstererek bireylere hazır kalıp davranışlar sunmaktadır. Bu sayede hem karşılaşılan her durumda yeni arayışlar arama mecburiyetini kaldırır hem de duygusal bir şekilde geçmişe olan bağlılığı sağlar (Karaman, 2010: 233).

Kız isteme ritüeli yıllardır varlığını sürdüren Türk toplumlarında evlilik öncesi kuralların temelini oluşturmuştur ve görücü usulü ile birlikte değerlendirilmiştir. Fakat günümüzde modern şehir hayatının da etkisiyle gelenek ve göreneklerle insan ilişkilerinin değişikliklere uğramasıyla birlikte aile büyüklerinin önemseydiği bir ritüele dönüşmüştür. Birbirini tanıyan ve evlenme kararını almış olan çiftlerin ilişkilerinin ciddiyetini ortaya koymak, resmiyete dökmek ve ailelerine ve çevrelerine ilişkilerini haber vermek için gerçekleştirilen sembolik değeri ön planda olan bir ritüeldir. Bu ritüel bölgesel, etnik, kültürel hatta aileden aileye bile farklılıklar gösterebilen, yorumlara açık bir süreçtir. Kentsel yaşam tarzı ve farklı kültürlerin etkisiyle kız isteme töreni genellikle evlilik teklifi etme ya da doğrudan evlenmeyle ötelenir. Fakat kız istemek iki aileyi ortak duyguda buluşturur ve aradaki samimiyeti ve yakınlığı artırır. Aynı zamanda kız isteme evlilik sürecindeki ciddiyeti ve sorumluluğu da hatırlatan bir

anlaşmaya benzemektedir. Fakat günümüzde kız istemek görücü usulünün bir bölümü olarak ailelerin ilk kez karşılaştıkları bir ortam değil var olan ilişkileri resmileştiren ve çevreye ilan edilen şekle dönüşmüştür.

Kız isteme törenlerinde ritüelleşen temel esaslar vardır. Bunun ilki damat adayının ailesinin hayırlı bir iş için uygun bir gün talebiyle başlamaktadır. Resmi olaya uygun kıyafetler giyinmiş aile büyükleri ile birlikte kız istemeye gidilir. Kız isteme törenlerinin olmazsa olmaz ritüeli çiçek ve çikolata götürülmesidir. Öncesinde iki taraf arasında genellikle anneler arasında bir iletişim kurulup geleneklerden ve hassasiyetlerden bahsedilmiştir. Birbirlerini tanımayan kişilerin olabileceği bu ortamda büyükler öncelikli olacak şekilde tanışma gerçekleştirilir. İlerleyen dakikalarda gelin adayı tarafından Türk kahvesi ikramı gerçekleşir. Damadın kahvesi tuzlu yapılır fakat bu kız isteme ritüelinin zaman içerisinde değişikliğe uğrayarak görücü usulünde tarafların birbirlerini ilk kez görmeleri ve gelin adayının damat adayını beğenmediği durumlarda yaşanmaktaydı. Kahvesinde şeker yerine tuz tadı alan damat adayı gelin adayının kendisini istemediğini anlar ve ailesini toplayıp bu evlilik talebinden vazgeçerdi. Fakat tuzlu kahve ritüeli günümüzde sadece eğlence motifi olarak kalmıştır. Kahve ikramı aşamasından sonra ailenin büyüklerinden örneğin baba veya dede söze başlar ve geliş amaçlarını kısaca söyler ve "Allah'ın emri Peygamberin kavli ile kızınızı oğlumuza istiyoruz" der. Kız babasının veya aile büyüğünün cevabı ise "Gençler anlaşmışsa bize bir şey söylemek düşmez şeklinde olur. Bundan sonra hayırlı olsun temennileri ile tebrikleşilir ve büyüklerin elleri öpülür. Kız isteme ile ilgili Anadolu'nun çeşitli yerlerinde daha özel bazı uygulamalar mevcuttur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖZÜM SENDE PROGRAMININ KIZ İSTEME GELENEĞİ BAĞLAMINDA İÇERİK ANALİZİ YOLUYLA İNCELENMESİ

Araştırmanın ilk 2 bölümünde iletişim, iletişim süreci ve öğeleri, türleri, işleyişi, kitle iletişim kuramları, evlilik, eş seçme süreci ve evlilik kuramları, kız isteme geleneğine ilişkin literatür taramasına yer verilmiştir. Araştırmanın bu bölümü araştırmanın yöntemi, evren ve örneklem seçimi, araştırma verilerinin çözümlenmesi, çözümleme kategorileri konusunda bilgi içermektedir.

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Söz konusu çalışma nitel bir çalışmadır. Türkiye’de önemli bir yer tutan, temelde evlenmekten daha çok ekranlara çıkma isteğinin ön planda olduğu ve sonunda toplumun en temel ve en önemli birimlerinden biri olan evlilik kurumunun bir show’a dönüştüğü evlilik programları paralelinde “Gözüm Sende” programında, evlenmek isteyen adayların geleneklerimizi, bu programların formatları bağlamında nasıl bir forma dönüştürdükleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

İlk aşamada en sık kullanılan yöntemlerden biri olan literatür taraması yapılmıştır. Bu literatürlerin gözden geçirilerek, konu ile bağlantılı olduğu kabul edilen ve araştırma içerisinde yer alan başlıklar ele alınarak değerlendirilmiştir. Çalışma konusu ile ilgili kaynaklar taranmıştır. Ulaşılabilen kitap, dergi ve makale çalışmaları incelenmiştir. Bu çalışmaların yanı sıra günümüze kadar bu alanla ilgili ne tür araştırmalar yapıldığını öğrenmek ve çalışmaya yardımcı olacağı düşüncesinden hareketle yüksek lisans ve doktora tezlerinin incelenmesi amacıyla yükseköğretim kurulu ulusal tez merkezi web sitesinde tarama yapılmıştır. Konuyla ilgili bilgi vermesi tahmin edilerek sırasıyla televizyon programları, evlendirme programları, Türklerde evlendirme gelenekleri, geleneksel olarak düğün öncesi yapılan hazırlıklar gibi anahtar kelimeler girilerek araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda evlendirme programlarında kız isteme geleneği konusunda herhangi bir tez ya da doktora çalışmasına rastlanmamıştır.

Yöntem olarak literatürde ilk içerik analizi uygulaması olarak bilinen Speed’in 1893 yılında yaptığı “New York Gazetelerinin Konu Analizi” başlıklı çalışmasında

kullanılan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Gerçekte içerik analizinin kapsamlı ve sistematik bir şekilde kullanımı bu alanda öncü bilim adamı olarak kabul edilen Lasswell'in 1925 yılında yapmış olduğu "Prusya Okul Kitaplarında Askeri Stereotipler" çalışması ve yine 1947 yılında yapmış olduğu doktora tezinde görülmektedir (Gökçe, 1995: 14). *"Lasswell politika kurumları çerçevesinde iletişim sorunlarını gözlemleyerek yeni konular, yeni yöntemler ve yeni kümelenmeler yaparak politika ve iletişim ilişkisini açıklamaya çalışmışlardır. 2. Dünya Savaşı sırasında radyonun propaganda amacıyla kullanılması özellikle Hitler Almanya'sı tarafından kullanılması, içerik çözümlemesi yönteminin bu propaganda mesajlarının çözülmesinde kullanılmasına yol açmıştır. Lasswell propaganda konuşmalarını çözümlemiştir"* (Aziz, 1994: 118). Berelson'un ortaya atıp Holsti ve Krippendorff tarafından geliştirilen bu teknik içerik analizi kavramı olarak 1941 yılındaki bir konferansla başlamıştır (Gökçe, 1995: 14). Kuralları belirlediği için Berelson'un içerik analizinin yaratıcısı olduğu sanılsa da, daha önce belirtildiği gibi içerik analizinin esas yaratıcısı Lasswell'dir (Bilgin, 1988: 2). Berelson, 1940 ve 1950 döneminde metodolojik planda Lazarsfeld'in yardımıyla içeriksel analizin kurallarını belirlemiştir. Bu kurallar iletişimin görünen içeriğinin betimlenmesindeki nesnellik, sistematiklik son olarak da niceliktir.

İçerik analizi yöntemi sosyal bilimlerin birçok alanında kullanılmaktadır. Fakat asıl ortaya çıkmasında ve önem kazanmasında kitle iletişim araçlarının toplumlarda yaygınlaşması etken olmuştur (Aziz, 1988: 1). İçerik analizi 1950- 1960 yılları arasında yaygınlaşarak farklı disiplinlerle genişleyen bir uygulama alanına erişmiştir. Siyasal bilimler, gazetecilik, sosyoloji, psikoloji, etnoloji, tarih, psikiyatri, dilbilim gibi disiplinlere de ulaşarak gün geçtikçe gelişmiştir. Dünyada son yıllarda nitel araştırmaların giderek artması sonucu içerik analizi yönteminin de önem derecesi artmıştır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 30).

İletişim alanında içerik analizinin kullanım alanları; *sözel-yazılı malzeme içeriğindeki eğilimleri betimlemek, kitle iletişimlerinin toplum üzerindeki kültürel etkisini araştırmak, gazete, radyo, tv haberlerinin analizini yapmak, çeşitli sözel-yazılı iletişim araç ve ortamlarını veya bunların düzeylerini, niteliklerini karşılaştırmaktır. Bunların yanı sıra sözel-yazılı iletişim malzemelerinin okunabilirliğini saptamada araç olarak kullanmak, sözel-yazılı malzemelerin üslup özelliklerini ortaya çıkarmak, telefon çağrıları veya iş notlarından hareketle bir işletmenin formal ve informal iletişim ağını*

belirlemektir. Aynı zamanda fotoromanlarda kadın rolü stereotiplerini belirlemek, bir reklam kampanyasının amaca uygunluğunu saptamak üzere bu kampanyada kullanılan temel ve yan temaların karşılaştırmalı analizini yapmaktır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 37).

Tarihsel gelişim içerisinde, iletişim ile ilgili olarak içerik çözümlemesi yöntemi kullanılarak yapılan çalışmalar ve sonuçları şöyledir: Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki kültürel etkisini belirlemeye yönelik 1968 yılında yapılan “Milletlerarası İlişkilerde Gelişim ve Devrimler” [Revolution and Development of International Relation (RADIR)] adlı araştırmada, beş ülkede (Amerika, Almanya, Fransa, İngiltere, Sovyetler Birliği) 60 yıl içerisinde (1890-1950) yayımlanan önde gelen gazetelerdeki makaleler araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Örneklemeye dâhil edilen makalelerden elde edilen veriler, dünyanın dikkatini ve bazı konular üzerindeki tutumunu betimlemede ve değişimleri izlemede kullanılmıştır. Teknik eksikliklerinin olduğu RADIR, makaleler üzerinde uygulanan ilk içerik analizi olduğu için incelenmesi gereken bir modeldir (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 37-38).

Bir kadın dergisindeki makalelerde mesaj içeriklerinin belirli yıllar arasındaki değişiklikleri incelenmiştir. Filme uyarlanan bir kitabın içeriği ile filmin içeriği karşılaştırılmıştır. Saldırganlık, sadizm, sonu mutlu ya da mutsuz biten sahneler gibi konuları içeren kitaplar ve filmler karşılaştırılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda kitaplarda verilen mesajlarla filmlerin verdiği mesajların farklı olduğu saptanmıştır (Arseven, 1993: 86).

Birtakım araştırmalar da iletişim içeriğini birbirine karşıt kategoriler kullanarak çözümlemeye çalışmıştır. Buna örnek olarak ciddi gazeteler ve ciddi olmayan gazeteleri birbirlerinden ayırabilmek için, moral bozucu ve moral yükseltici, zararlı ve yararlı kategorilerini kullanarak yapılan araştırmaları söylenebilir (Lindzey&Aranson, 1986: 664, Arseven, 1993: 85den naklen).

Eğilimleri belirlemeye yönelik yapılan bir araştırmada mesleki yayınlar çözümlenmiştir. Allport ve Bryner Amerikan psikoloji bilimindeki eğilim hakkında çalışma yapmışlardır.

Farklı bir içerik analizi örneği olarak, mesajla, mesajı üreten kaynağın özelliklerini belirlemek verilebilir. Bu konu hakkında yapılan içerik analizi yönteminde

birbirlerinden farklı olan iki gazete, iki yazar veya iki radyo yayını iletişim kaynağı olarak ele alınmıştır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 39).

Türkiye’de konuyla ilgili yapılan bazı önemli çalışmalar şu şekildedir. 1987 yılında Eğin tarafından yapılan “Basında tekstil reklamlarının içerik ve biçim analiz”, 1990 yılında Odelli tarafından yapılan “Televizyon haberlerinin sosyo-psikolojik boyutları: bir içerik analizi ve televizyon reklamlarının konularındaki Makyelist, tutucu ve otoriter mesajların değerlendirmeleri”, 1993 yılında Gizer tarafından yapılan “Televizyon program çözümleme yöntemleri”, 1995 yılında Kavala tarafından “Özel televizyonlarda haber programları ve haber değeri”, 1995 yılında Zebil tarafından yapılan “Popüler bir dizi filmin içerik analizi (Örnek: Bizimkiler, 1995 Hizmetli tarafından gerçekleştirilen “Yayın standartları açısından TRT televizyon haberleri), 1996 yılında Canbulat “Televizyon haber yayıncılığında terörizm olgusu: TRT-1 ve ATV haber bültenlerinin karşılaştırılması” adlı çalışmalar bu konuya verilecek önemli örneklerdendir.

Bir iletişim aracının ideolojik görüşü ile yazdığı veya yayımlandığı haberlerin arasında bulunan ilişkinin aranması çok sayıda araştırmanın konusu olmuştur. Gazetecilerin seçim dönemlerinde destek verdikleri adaya daha fazla yer verdiklerini gösteren çalışmalar da bu tip araştırma örneklerini oluşturmaktadır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 40).

Çalışmada kullanılan içerik analizi yönteminin temellendirilmesi adına genel bir tanımının yapılması önem teşkil etmektedir.

Berelson’a göre içerik çözümlemesi, iletişimin yazılı/açık içeriğinin nesnel, sistematik, nicel tasvirlerini yapan bir araştırma tekniği olmalıyken, Holsti ve Stone bir metinde özelleştirilmiş karakteristiklerin nesnel ve dizgeli olarak kimlikleştirilmesinden çıkarımlarda bulunulması gerektiğini öne sürmüştür. (Aziz, 1994: 119). Berelson, içerik analizi konusunda düşüncelerinin sınırlı olduğu gerekçesiyle eleştirilere maruz kalmış ve yeni görüşler sunmuştur.

Klaus Krippendorff içerik analizini tanımlarken iletişimin yazılı açık (manifest) özelliklerinden, manifest olmayan içerik özelliklerine yönelik çıkarımlarda bulunmayı amaçlamak olarak belirtmiştir. Krippendorff’tan esinlenerek Merten içerik çözümlemesini sosyal gerçeğin yazılı açık (manifest) içeriklerinin, manifest olmayan

özellikleri konusunda çıkarımlar yaparak sosyal gerçeği araştıran bir yöntem olarak tanımlamıştır (Gökçe, 1995:24).

Berger içerik analizini, örnekleme yoluyla alınan bir iletişim şeklinde (komedi, haber programı, durum komedisi, soap opera...) bir ögenin (şiddet, kadın vb.) miktarını ölçmeye dayanan bir araştırma yöntemi olarak tanımlarken (Yumlu, 1994: 75), George Gerbner içerik analizinin amacı konusunda görünürde açık olmayan bir şey hakkında olanaklı, görünür çıkarımlar yapmak şeklinde ifade etmiştir (Güngör, Binark, 1993: 126).

İçerik analizi başka bir tanımda şöyle geçmektedir. Haberleşmenin içeriği hakkında tündengelimde bulunabilmek için aynı içeriğin temelini oluşturan geniş kapsamlı sonuçları incelemek üzere geliştirilmiş çok amaçlı bir araştırma yöntemidir (Tokgöz,1983: 133). İçerik analizi sosyal gerçekleri, daha açık bir söylemle, var olan durumları var olduğu biçimiyle açığa çıkarmaktır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 21).

Duvarger içerik analizini metnin öğelerinin önceden belirlenmiş kategorilere göre sınıflandırılması şeklinde açıklamıştır (Duvarger, 1989: 144). Fox içerik analizini “*sözel veya yazılı verilerin belirli bir problem veya amaç bakımından sınıflandırılması, özetlenmesi, belirli değişken veya kavramların ölçülmesi ve bunlardan belirli bir anlam çıkarılması için taranarak kategorilere ayrılması*” şeklinde tanımlamıştır (Tavşancıl-Aslan, 2001: 20).

İçerik analizinin temel amacı, sözel olmayan dokümanı nicel veri şekline dönüştürmektir. İçerik analizi, metodolojik araç ve teknikler bütünü, kontrollü bir biçimde yorum yapma, nesnel olarak sistematik bir şekilde nicel yollarla betimlemedir. Daha önceden belirlenmiş ölçütlere göre inceleme yapma, anlam çıkarımında bulunma, açık talimatlara göre nicelleştirme işlemi, nitel verileri nicel hale getiren bir işlem, kavramların ölçülmesi ve belirli anlamlar çıkarılması için kategorilere ayırma olarak tanımlanmaktadır (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 21-22).

Tüm bu tanımlamalardan çıkarılabilecek ortak özellikler, nesnellik özelliği, yansızlık, sistematik olması, yinelenebilir olması ve tekrar uygulanabilirliktir (Aziz, 1994: 120).

Bu araştırma, Türkçe yayın yapan televizyon kanallarında yayınlanan programlar arasında yer alan ve örneklem olarak seçilen Atv’de yayınlanan “Gözüm Sende” isimli

programda kız isteme geleneğinin nasıl bir iletişim biçimine dönüştüğünün belirlenmesi için tasarlanmıştır. Bununla birlikte bu çalışmada evlenmeye ait kültürel geleneklerin hemen hemen hepsi Gözüm Sende programına ne şekilde yansıdığı, bu programlarda geleneklerimizin ve evlenme ritüellerinin ne kadarının yaşatıldığı da incelenmiştir.

Berelson'ın, "iletişimin yazılı/açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği" olarak tanımladığı içerik analizi yöntemi çerçevesinde programda yer alan kişiler, konu, mekân, geleneksel unsurlar bağlamında yine programda yer alan diyaloglar aracılığıyla programda kız isteme geleneğinin sürdürülüp sürdürülmediği açığa çıkarılmıştır. Bu yöntemle birlikte sadece programda geçen kız isteme geleneği unsuru değil aynı zamanda programın genel özellikleri de analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçlarını yorumlamak için alana ilişkin kuramsal bilgiler taranmış ve bu bilgilerle içerik çözümlemesinden elde edilen sonuçlar bir araya getirilerek bulgular ve yorumlar oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın yöntemini oluşturan bu bölümde öncelikle araştırmanın modelinden bahsedilmektedir. Seçilen 10 Eylül 2016, 8 Ekim 2016, 22 Ekim 2016, 23 Ekim 2016, 1 Ocak 2017 tarihli beş program içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

Bu bağlamda 2016 yılında Atv ekranlarında yayınlanmaya başlayan "Gözüm Sende" adlı programın içerik analizi yapılacaktır. Bu analiz yapılırken geleneksel evlenme biçimlerinde kız isteme geleneğinin nasıl olduğu, bu programda geleneğin nasıl işlediği, buna bağlı olarak "Gözüm Sende" programının programa katılanların yaşamlarına nasıl odaklandığı, onların hayatlarının program içerisinde nasıl sergilendiği ve bunları yaparken geleneklerin nasıl değişimlere uğradığı tespit edilmeye çalışılacaktır.

Yüz yüze iletişimden kitlesel iletişime geçiş sürecinde bir iletişim formu olarak kız isteme geleneği "Gözüm Sende" programı adlı bu çalışmada içerik analizi yönteminde yer alan kategorilere göre belirlenmiştir.

İçerik analizinde kategorilerin anlam ve öneminden de kısaca bahsetmek gerekmektedir. İçerik analizi ilk etapta araştırmacının ana varsayımı çerçevesinde oluşturulan bir kategorileştirme işlemidir. Bu noktada önemli olan şey, belirlenen bu kategorilerin varsayımlar ve araştırmacının kurumsal ve ampirik birikimleri yönünde daha önceden oluşturulmasıdır. Araştırmacı kişi uzun sürmeyen bir araştırmayla

kullanmayı düşündüğü analiz biçimini seçip, kategorilerini oluşturabilir. Analiz birimlerinin seçimiyle beraber kategorilerinde oluşturulması gerekmektedir, bu ikisi beraber geliştirilmesi gereken bir süreçtir (İnal, 1995: 78).

Berelson kategori yani sınıflama sisteminin oluşturulmasının anlamını şu şekilde ifade etmektedir. *“İçerik çözümlemesinin temel taşı sınıflandırılmalıdır (kategorilerdir). Sınıflamalar net ve açık bir şekilde formüle edilip soruna ve içeriğe iyi bir şekilde uyarlandığı takdirde çalışmalar üretken olabilirler. İçerik çözümlemeli uygulamalar deneme yapılmaya dayalı olarak yapılır. Araştırmak için açık şekilde belirlenmiş sorunlar olmadan ve karmaşık şekilde alınan ya da kısır şekilde oluşturulan sınıflamalar ile yapılan çalışmalar araştırma ürünleri olarak hemen hemen düşük bir kalitede ya da yetersiz nitelikte olmaktadır. Her ne kadar analitik sürecin diğer aşamaları için de yeterli performans gerekli olsa da asıl önemli olan uygun sınıflamaların tanım ve oluşturulmasıdır. Sınıflamalar araştırmanın önemli bir kısmını teşkil ettiği için içerik çözümlemesi kendi sınıflama (kategori) sisteminden daha iyi olamaz”* (Berelson, 1995: 77).

Holsti kategorileri açıklarken kategori kavramını içlerine içerik birimlerinin yerleştirileceği küçük güvercin yuvalarına benzetmektedir. Holsti kategoriler oluşturulurken araştırmacıların uyması gereken beş ana kuraldan bahsetmiştir. İlki kategorilerin benimsenmesi olan bu kurallara göre sınıflandırılacak içerik birimleri araştırma sorusu çerçevesinde hazırlanmış olan kategorilerin içinden sadece bir tanesine dâhil edilmelidir. Bir birimin birden fazla sayıda kategoriye sınıflandırılması araştırma sonuçlarını negatif yönde etkilemektedir. İkinci kurala göre oluşturulan kategoriler seçilmiş olan tüm içerik birimlerini kapsamalıdır. Üçüncü kural kategorilerin birbirlerinden bağımsız olması gerekliliğidir. Dördüncü kural tüm kategorilerin yalnızca bir sınıflandırma ilkesine göre kurulması, son kural ise kategorilerin araştırma yapan kişinin amaçları doğrultusunda oluşturması gerektiğini göstermektedir (İnal, 1995: 79). Ham veriler, araştırmada kullanılan verilerle beraber sistemli veriler haline getirilebilir. Bu sebeple kategorileme işlemi, içerik analizi için en önemli işlemdir. Başka bir deyişle içerik analizinde en can alıcı nokta verilerin sınıflandırılacağı kategorileri saptamaktır. Bu çalışmada da belirlenen kategoriler literatürde açıklanan bazı ifadelerin programın izlenmesinde karşılaşılan durumlarla beraber değerlendirilmesiyle oluşturulmuştur.

Çalışmada içerik analizi yönteminden yararlanarak yüz yüze iletişimden kitlesel iletişime geçiş sürecinde bir iletişim formu olarak kız isteme geleneği “Gözüm Sende” programı başlığı çerçevesinde kız isteme geleneğinin değişime uğrayan iletişim şekli, gelenek olarak nasıl devam ettiği, bu gelenek doğrultusunda programdaki aktörlerin söylemleri açıklanmaya çalışılacaktır. İnceleme için “Gözüm Sende” programının seçilmesinin nedeni evlendirme programlarına farklı bir format getirmesidir. Yıllardır yayınlanan evlendirme programları gündüz kuşağında, orkestra eşliğinde, locada bulunan yarışmacılarla ve stüdyodaki seyircilerle gerçekleşirken, Gözüm Sende programı gece 00.15’de başlayan, orkestranın, seyircinin ve locanın olmadığı stüdyo değil de havuzlu lüks bir evin bahçesinde çekimleri gerçekleştirilen bir programdır. Yine evlendirme programlarının hemen hemen hepsinde programda bulunan uzman psikolog, avukat vs. uzmanlar bulunurken gözüm sende programında programa eşlik eden böyle bir uzman bulunmamaktadır. Diğer evlendirme programlarında adayların yaşam özgeçmişleri dramatik bir şekilde programda verilirken, Gözüm Sende programında adayların yaşam öykülerine ve melodramlara yer verilmez. Bu tip programlarda evlendirme esasken, Gözüm sende programı flört esaslıdır ve yarışmacıların program sonrasında evlenip evlenmedikleri ile ilgilenilmemektedir. Birçok evlendirme programında en fazla katılımcı şekli yaşlı, dul, ev kızı, göçmenler, düşük gelirli olurken Gözüm sende programında katılımcılar gençlerdir. Tüm bu sebeplerle araştırmada tercih edilen çalışma Gözüm Sende programı olmuştur.

Gözüm Sende programının formatı şu şekilde ilerlemektedir. Stüdyoda bir tane seçici şahıs, annesi ya da teyzesi vb. yakını ve stüdyo dışında, stüdyoya canlı yayınlı bağlanan seçici adaya talip olan 4 tane aday bulunmaktadır. Adaylar programa katılırken seçici adayı görerek talip olmaktadır. Seçici aday taliplerini görememektedir. Talip olan adaylara kamera takılmakta ve onlar nereye giderse stüdyodaki seçici aday onları izlemektedir. Seçici kişi, adayların hayatlarını, ailelerini, işyerlerini, arkadaşlarını, hobilerini, evlerini görmekte, adayların kendilerini görememektedir. Seçici aday isterse yanına aldığı yakınlarından birisine adaylar konusunda karar vermesi için yardımcı olmasını isteyebilir. Kendini seçici adaya beğendirmek isteyen talip adaylar seçtikleri birkaç farklı mekândan bağlantı kurmaktadır. Bu bağlantı esnasında seçici aday karşısındaki kişiyi tanımaya çalışmaktadır. Bağlantılar tamamlandıktan sonra programdaki sunucu, seçici aday ve

yakını, ona talip olan diğer 4 aday stüdyo olarak kullanılan villanın bahçesinde ilk kez karşılaşmaktadırlar. Yapılan bağlantılarla taliplerini tanımaya çalışan seçici aday, yüzlerini görmeden yalnızca hayatlarını izleyerek 4 adaydan birisini seçmektedir. Diğer 3 taliplisini ise çeşitli sebeplerle elemektedir. Programın bu bölümünde tek bir talip aday kalmaktadır. Bu noktada seçici kişi düşünmek için stüdyo olarak kullanılan villanın içine girmektedir. Eğer villadan çıkıp talip olan adayın yanına gelirse bu olumlu bir işarettir ve bir ilişki başlamaktadır. Ancak seçici aday villadan çıkıp gelmezse cevabının olumsuz olduğunu bildirmek için sunucu devreye girmektedir. Program sunucusu talip adayın yanına gelerek olumsuz cevabı iletmekte ve programın o haftaki bölümü tamamlanmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırma evreni 2016-2017 yayın döneminde Atv ekranlarında, 27 Ağustos 2016 tarihinde başlayıp, 8 Temmuz 2017 tarihinde biten “Gözüm Sende” programıdır. Bu programın seçilmesinde evlendirme programlarına farklı bir format getirmesi etken olmuştur. Araştırma alanı içinde yer alan 43 bölüm içerisinden 5 bölüm seçilmiştir. Örneklem olarak seçilen bu 5 bölüm maksatlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir.

Bu örnekleme şeklinde seçim için önemli olduğu varsayılan ölçütler belirlenir. Örneklemenin araştırma evrenini bütün nitelikleri ile temsil edebileceği ölçütleri içermesi gerekmektedir. Bu ölçütlere göre seçilen örneklemin, araştırma evrenini tüm nitelikleriyle beraber temsil edebildiği düşünülür (Tavşancıl ve Aslan, 201: 56).

3.3. VERİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ

3.3.1. Çözümleme Kategorileri

3.3.1.1. İletişim Türü

Geleneksel kız isteme yöntemi ve araştırmamıza konu olan “Gözüm Sende” programındaki kız isteme-kız görmede iletişim türleri arasındaki farklılıkları açıklayabilmek adına tanımlanacak olan kavramlardan ilki yüz yüze iletişimdir. Araştırmanın kuramsal bölümünde de bahsettiğimiz yüz yüze iletişim, aynı ortam ve

aynı zaman diliminde, araya bir araç girmeden karşılıklı konuşmayla iletişime geçtikleri, jest- mimikler aracılığıyla birbirlerine anlamlı mesajlar gönderdikleri iletişim şeklidir (Güngör, 2011: 42).

Türk kültürünün yayıldığı bütün alanlarda evlenme süreci ile alakalı benzer özellikler vardır fakat yaşam şartlarının değişken olması sebebiyle farklılıklar da bulunmaktadır. Evlenme başlığı altında evlilik öncesi, evlilik esnası ve evlilik sonrası süregelen ritüeller bulunmaktadır. Araştırmaya konu olan kız isteme geleneği bağlamında gerçekleşen kız isteme töreni de evlilik öncesi aşamada yer almaktadır. Kız bakma, kız görme, kız arama gibi aşamalardan sonra gelen kız isteme geleneği gelin adayının beğenilmesinin ardından gerçekleşen bir törendir. Bu törende iki tarafın aileleri bir araya gelir ve iletişim süreci başlar. Burada gerçekleşen iletişim türü yüz yüze iletişimidir. Karşılıklı olarak ilk tanışma karşılaşma ve sohbetin gerçekleştiği törende kız isteme eylemi yüz yüze iletişim türüyle gerçekleşir. Aynı ortamda bulunan aile büyüklerinin gerçekleştirdiği konuşma diyaloglarında iki taraf aynı ortamda birbirlerini görerek mesajlarını birbirlerine iletirler. En yüksek bilgi akışını sağlayan bu iletişim türünde bulunan aile bireyleri, sözel iletilerinin yanı sıra dış görünüş, beden dili, kişilerin tutumları hakkında da bilgi sahibi olurlar. Geleneksel olarak kız isteme töreninde gerçekleştirilen yüz yüze iletişim türü ikna etmede başarılı bir tür olduğu için bu törene en uygun iletişim şekli olarak düşünülebilir.

3.3.1.2. Gelenek ve Ritüeller

Toplumsal kuralların temellerini, bazı düzenleyici ve denetleyici mekanizmalar oluşturmaktadır. Kız isteme geleneği konusu, toplumdan topluma türlü biçimler almış, bunun yanında örf, töre, gelenek, görenek ve yasalara dek genişleyen bir etkileşim aracı olmuştur. Örf, âdet, gelenek, görenek ve halk inanışları, toplumların hayatında, eğitiminde, birlik ve beraberliğinde büyük rol oynadığı gibi düğün ve düğün öncesi yapılması gereken durumlarda da rol oynamaktadır.

Toplumda yeni bir aile kurma sürecini ifade eden evlilik, aileler arasında ittifak kurulmasını sağladığı için özel prosedür ve törenlerle pekiştirilmiştir. Evlilik biçimleri kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Bunlar evlenme öncesi yapılan aşamalardan olan kız isteme, nişan, düğün gibi törenleri içermektedir. Evlilikle ilgili geleneksel olan

ve kuşaktan kuşağa aktarılan en önemli adım kız isteme törenidir. Evlilikle ilgili prosedürler ilk olarak kız isteme olayı ile başlamaktadır. İlk olarak erkek tarafı kız tarafına hayırlı bir iş için geleceklerini bildirmesiyle başlayan gelenek, kız tarafının olumlu görüş bildirmesiyle devam eder. Ailelerin buluşmasını, tanışmasını sağlayan bu gelenek evliliğin ilk aşamasıdır. Bu sürecin sonundaki anlaşma durumuna göre nişan sürecine geçilir.

Evlilik sürecinde en önemli ve ilk adım olan kız isteme töreni bir ritüele dönüşmüştür. *“Ritüel, geçmişten günümüze, nakledilme yoluyla, sözlü ve uygulamalı olarak toplumsal katılımıla süregelen, standart ritmik hareketlerle ve sembolik bir dille ifade edilen toplumsal bir olguyu tanımlar”* (Karaman, 2010: 235). Karaman ritlerin dini veya seküler anlam taşıdığını ve bireysel veya toplumsal olabileceğini söylemiştir. Ayrıca bireysel olan ritlerin bile toplumsal bağlayıcılığa pozitif etkiler kazandırdığını ifade etmiştir. Bu etkilerde zaman sınırı yoktur, kuşaktan kuşağa aktarılabilirler ve toplumsal olarak sürekliliğin sağlanmasında işlevleri önemlidir. Ritüeller grup bilinci ve kolektif şuur vasıtasıyla toplumsal kimlik üzerinde belirleyici olmaktadır. Bunlara ek olarak toplumsal bütünleşme açısından önemli katkıları vardır (Karaman, 2010: 235). Ritüeller üç ana başlığa ayrılmaktadır. Bireyin bir statüden başka bir statüye geçişini simgeleyen geçiş/giriş ritüelleri birincisidir. Bireyin yeni statüsüne göre rol değişimini yaşadığı önemli bir süreçtir. Bu rolü gerçekleştirmesini kanıtlamak için bazı ritüeller düzenlenmektedir. Doğum, evlilik, ölüm üyeliğe kabul ritleri geçiş/ giriş ritüellerinin en evrensel nitelikli olanlarıdır. Diğerleri takvimsel ritüellerdir (bağ bozumu hasat zamanı) ve kriz ritüelleri (kıtlıktan hastalıktan kurtulma vb.) olarak adlandırılmaktadır.

Hayatın ikinci önemli geçiş dönemi evlenme, her yerde ve her zaman önemli bir olay olarak görülmüştür. Kadın içinde, erkek içinde sosyalleşme sürecinin önemli bir evresini temsil etmektedir ve aile dayanışması, toplumsal ilişkiler, ekonomik ilişkiler gibi birçok konuda temel meydana getirmektedir. Dünya üzerinde her yerde evlenme; aile birliğinin meydana getirilmesi açısından evrensel bir nitelik taşımaktadır. Her milletin kendi kültür modeline göre, toplumların yaşadığı tarihsel süreç, ekonomik yapı, yerleşim ve üretim ilişkileriyle beraber belirlenen kurallara göre gerçekleştirilmektedir. Evlenme diğer ritüeller arasında en fazla töre, adet, gelenek, görenek ve tören içeren ritüeldir (Örnek, 2014: 183).

Kız istemeye giden ailenin çiçek ve çikolata ile kız evine gitmesi, yanlarında aile büyüklerinden birkaç kişni olması, kız evinin kahve ikramı, "Allah'ın emri Peygamberin kavli ile kızınızı oğlumuza istiyoruz" kavramı hepsi kız istemede gerçekleşen ritüellerdir.

3.3.1.3. Karakterler, Ebeveynlerin Rolü ve Aile Kavramı

Çalışmanın literatür bölümünde çeşitli tanımlarına yer verdiğimiz evlilik açıklamalarında en sık rastlanılan iki kavram “iki kişinin beraberliği” “bir araya gelmesi” kavramlarıdır. Evlilik sürecine girme noktasında evlenecek olan bekâr kadın ve erkek dışında bu sürecin yönetilmesini sağlayan birçok karakter vardır. Kız ya da erkek tarafının ailesi, akrabalar, komşu ve yakın çevredeki diğer bireyler bu süreçte aktif rol oynamaktadır.

“Türklerde evlilik, mutlaka bir aracı yoluyla ve iki tane tanığın hazır bulunduğu bir ortamda yapılmaktadır. Bu da evliliğin sadece kız ve oğlan arasında bireysel bir olay değil, aileler ve taraflar arasında sosyal bir hadise olduğunu göstermektedir”(Canatan, 2011: 103)

Evlilik kurumu ile beraber yeni akraba ortamlarının oluştuğu için evlenen kadın ve erkeğin dışında akrabaların rol oynadığı hatta akrabaların evlenen bireylerden daha ön planda olduğu bir süreçtir. Bu toplumlarda evlilik kurumu eşlerin aile ve akrabaları vasıtasıyla kurulur. Ülkemizde yaygın olan bu şekil artık çok tercih edilememekte evlenme görenekleri ve seremonileri batılılaşma ile birlikte değişmektedir. Evlilik sürecine girmiş kadın ve erkeğin dışında iki tarafın ailesi ve bu süreçte kız isteme, söz kesme, nişanlanma gibi belirli evlilik prosedürlerini yerine getirmeye yardımcı olan çevreye, görücü usulü evliliklerin dışında fazla rastlanılmamaktadır. Anlaşarak evlenme dediğimiz günümüzde oldukça yaygın olan ve daha çok kentlerde karşılaşılan evlilik türünde bu karakterler sürecin işlemleri noktasında hala daha varlıklarını sürdürürler fakat kız ve erkek kendi arasında anlaşmıştır. Bu tip evliliklerde karşılaştığımız karakterler farklı görevleri yerine getirme maksadıyla da olsa yine bu süreçte bulunmaktadırlar.

Aile, kişilerin birbirlerine kan bağıyla bağlı oldukları, yetişkin üyelerin çocuklarına bakmakla yükümlü olduğu, bununla birlikte bireylerin toplumsallaşma

süreçlerinin ilk aracı olan insan topluluğudur. İnsan türünün devamlılığını sağlayan, biyolojik ilişki sonucunda ortaya çıkan, sosyalleşme sürecinin başlatıldığı, bireylerin arasındaki ilişki sürecinin kurallarla belirlendiği, toplumda var olan gelenek, görenek ve kültürel zenginlikleri kuşaklara aktaran, ekonomik, psikolojik, biyolojik, toplumsal ve hukuksal yönleri sahip olan toplumsal bir kurumdur. Her toplumda ortak olarak görülen aile, toplumların meydana gelmesinde önemli bir faktördür ve nüfusun kaynağı olarak kabul edilmiştir (Brown, 1981: 37).

Görücü usulü yöntemle evlenecek olan bireylerde ailelerinin rolü daha baskındır. Evlatlarının evlenmesini isteyen aileler başlangıçta çevrelerinde uygun bir aday ararlar. Genellikle erkek evlatlar için gerçekleştirilen bu eylemde aileler akraba, komşu ve yakın çevreleri aracılığı ile beğendikleri ve oğullarına uygun buldukları kız ailesi ile iletişime geçerler. Erkek ailesi akraba ya da komşularının arasından seçilen kadınları, beğenmiş oldukları kızın evine gönderirler. Kızı görmeleri, incelemeleri, niyetlerini söylemeleri kız bakma aşamasını oluşturmaktadır. Bu çeşit evlenmelerde evlenen çiftten daha çok yakınlarının beğenileri, istekleri ve girişimleri söz konusudur. Genellikle erkek de bu tercihi kabul eder (Tezcan, 2000: 37).

3.3.1.4. Dünür-Dünürcülük-Görücü Kavramları

Kentlerde tanışıp kız ve erkeğin tanışma ve anlaşması şeklinde gerçekleşen evlenmelerin dışında geleneksel kesimde rastlanılan görücü usulü evliliklerde önemli yer bulan bu karakterler yöresel olarak farklı isimlerle adlandırılmışlardır. Kız isteme töreninde bu gelenek için kız evine giden kişilere arabulucu, aracı, saye kılğan, büyük dünür, dilekçi, dünür, tüngür, dünürcü başı, dünür başı, elçi, kılavuz gibi isimler söylenmektedir. Bu isimle adlandırılan kişiler genellikle erkek ailesi ya da kız ailesinin akraba ve komşularıdır.

İlk adım olan görücülük, kız bakma, kız arama, kız beğenmeyi ifade etmektedir. Kentsel hayatta tanışıp anlaşarak evlenmenin aksine geleneksel kesimlerde görücülük daha yaygındır. Oğlunu evlendirmek isteyen ebeveynler ilk önce akraba, komşu ve yakın çevrelerinden kız aramaya başlarlar. Bu konuda ailelere komşu ve tanıdıkları yardımcı olurlar. Evlenecek olan erkeğe kız aramak, kız bakmak üzere başvurulanan âdete görücülük, görücüye çıkma adı verilir. Erkek ailesi akraba, komşu ve çevrelerinden

seçilen kadınların beğenmiş oldukları kızın evine gitmeleri, kızını görmeleri ve niyetlerini belli etmeleri görüclük kavramının kız bakma kısmını oluşturmaktadır. Genellikle erkek de bu tercihi onaylamaktadır (Tezcan, 2000: 37). Kesin bir karara varmadan evvel hem kızın hem erkeğın ailesi adaylar hakkında bilgi edinmeye başlarlar. Kız ve erkek taraflarının karşılıklı olmak kaydıyla bir değerlendirmeye varmaları sonucu kız isteme yani dünürcüclük aşamasına geçilir (Örnek, 2000: 191). Dünürcüclük beğenilen kızın istenilmeye gidilmesidir.

Erkek tarafının gelin adayını beğenmesinden sonra erkek tarafı aile büyükleriyle, yakınlarıyla kız istemeye gider. Bu ziyarette kızın akrabalarından, ortak komşularından da yanlarına aldıkları insanlar olmaktadır. Kız arama, bulma, beğenme de kadınlar ön plandayken dünür gitmede ise erkekler ön plandadır. Kız evindeyken oturulur oturulmaz kız istenmez, dünürcülerin en yaşlı ve itibarlı olanı kız isteme olayını gerçekleştirir (Artun, 2005:163).

Genelde köyün ileri gelenlerinden ve ağzı laf yapan biri olan elçi, Divânü Lûgat’it- Türk’te “arkuı” kavramı ile aynı anlama gelmektedir (Atalay, 1998: 141).

Bahaeddin Ögel, “Aracı” yı, evlenme ve akid andlaşmasını hazırlayan kişi olarak belirtmektedir. Bu kişiler aynı zamanda tanık idiler. Dede Korkut’taki Bay Biçen, kızını beşik kertme nişanlarken bile “siz tanık olun”, deme gereğini duyuyordu. Böylece evlenme meşruiyet ile kanun ve töre temeline oturtulmuş oluyordu (Ögel, 2001: 255).

3.3.1.5. Damat Adayının Özellikleri (İş, Ahlak, Alışkanlıklar)

Damat adayında aranan özelliklerin başında saygılı ve ağırbaşlı olması gelmektedir. İçki, kumar gibi kötü alışkanlıklarının bulunmaması önemlidir. Ekonomik açıdan bir aileyi geçindirebilecek gücünün olması ve devamlı bir işe sahip olması gerekmektedir. Bunlara ek olarak bedenlen bir kusurunun bulunmaması, dinine bağılı olması önemlidir. Çapkın olmaması ve evine bağılı olması dikkat edilen diğerk özelliklerdendir. Erkeğın ailesini tanınan ve sevilen dürüst bir aile olması da aranan özelliklerdendir. En önemlisi ise etnik ve dinsel açıdan denk durumda olmasıdır. Aileler için bu ölçütlere uyan gelin veya damat kendi evliliklerinde mutlu olabilecekleri gibi gelin veya damat olarak geldikleri aile ile uyum konusunda bir sorun

yaşamayacaklardır. Dolayısıyla birçok açıdan ailelerin denk olması önemlidir (Özcan, 2016: 58).

Anadolu’da, genellikle gelin seçimi tanınmış bir aileden olur. Ancak, sosyal çevrenin genişlemesi ve gençlerin tanınmış olmayanlarla da temas kurmaları sonucu, artık az da olsa birbirlerini tanımayan aile çocukları arasında da evlilikler gerçekleşmektedir. Fakat her ne olursa olsun gelin adayının seçiminde ve damat tarafının hısımlar olarak kabul edilmesinde, ailelere karşı sosyal çevrenin takındığı tutumlar; yani halk arasındaki ailelerin şecereleri hakkındaki görüşler önemli rol oynar. Bu nedenle olacak ki, gelin ya da damat adayının seçiminde soy-sop birinci derecede dikkate alınır. (Aksoy, 2007: 89).

3.3.1.6. Mekânsal ve Zamansal

Gelin adayının beğenilmesinden sonra kız isteme-söz kesme törenleri için hazırlıklara başlanılır. Erkek ailesi ailedeki büyüklerle ve aile yakınları ile birlikte kız istemeye gider. Bu tören mutlaka kız evinde gerçekleşmektedir. Bölgesel farklılıklar olan bu törende bazı yerlerde kız istemeye iki kez gidilir. İlk gidiş için cuma günü tercih edilirken ikinci gidiş pazartesi günü olur.

Farklı Türk boylarında da bu tören farklı zamanlarda gerçekleşir. Örneğin Türkmenlerde önce hocaya gidilir ve hangi günün uygun olacağı hocaya sorulur. Hoca genellikle çarşamba ve cuma günlerinin daha uygun olacağını söylemektedir ve o günlerde kız istemeye gidilir (Abdulla, 2017: 63).

Türkiye’de Tire ve yöresinde kız istemek için en uygun gün cuma günü, ikinci gidiş pazartesi günü yapılır. Şarkışla ve yöresinde dünürçülüğe gitme günü perşembe akşamıdır. Kadın ve erkek kız istemeye birlikte giderler. Trakya yöresinde dünürçüler kız istemeye pazartesi ve cuma günü giderler (Perçemli, 2011: 73).

3.3.1.7. Hediye (Takı)

Kız isteme töreni ve sonrasında neredeyse Anadolu’nun birçok yerinde hediye olarak da adlandırabileceğimiz bazen kız tarafının özellikle talep ettiği çeşitli gelenekler bulunmaktadır.

Türk geleneğinde söz kesimi, büyük bir antlaşmadır ve çok değer verilir. Evlilik onunla başlamaktadır. Eski zamanlarda Türklerin at üzerine söz kesimi yaptıkları bilinmektedir. Türklerde söz kesimine kadar yani son antlaşmaya kadar, aracı ve görücüler vasıtasıyla kalın ve hediye anlaşmaları çoktan bitmiş olmalıdır (Ögel, 2001: 265). Türk kültüründe “kalın” ismiyle adlandırılan başlık parası temelde tüm toplumlarda hediyeleşmenin temsilidir. İslam-Arap geleneğinde de “mehr” şeklinde değerlendirilir.

Başlık parası evlenecek olan erkek veya erkeğin akrabalarının kızın babasına veya akrabalarına yaptığı, toplumdan topluma değişiklik gösteren, hem hukuksal hem de toplumsal uygulamaları içeren armağan niteliğinde bir ödemedir. Bu ödeme çoğu zaman sığır, at, keçi gibi hayvanlar veya süs eşyası şeklinde olur (Tezcan, 1998: 1).

Başlık diye adlandırılan bu uyulamaya Anadolu’nun bazı bölgelerinde “ağırlık” ya da “kalın” bazı bölgelerde “süt hakkı” ya da “ana yolluğu” denilmektedir (Erdentuğ, 1976: 94).

Başlık parası veya kalın âdetinin geçmişi çok eskilere dayanmaktadır ve etkisi Orta Asya’dan Anadolu’ya kadar uzanan coğrafyada Türkler arasında varlığını sürdürmektedir (Turan, 1992: 13).

“Türkiye’de genellikle söz kesiminde, kimi bölgelerimizde nişanda ve kimi yerlerde nişan- nikâh arasında, en önemlisi düğünden önce maddi konular üzerinde durulur. Bundan dolayı kız ailesine ne kadar ağırlık (başlık) ve takı (ziynet eşyası) verileceği, nişan altını, oğlan evine düşecek masraflar veya ne kadar nikâh kıyılacağı, kıza ne çeyiz verileceği konuşulur” (Erdentuğ, 1976: 93).

Yöresel olarak birçok bölgede düğün öncesinde hediye konusunda birbirinden farklı uygulamalar bulunmaktadır. Örneğin, Kırşehir’de kızın evine dünür olarak gidildiği zaman öteberi almanın uğur getireceğine inanılır. Artvin, Akseki, İbradı gibi yörelerde görücüye kahve ya da içecek ikramları yapılması da benzer biçimde bir kabul sayılır. Kızın istenip verilmesi durumunda söz kesme aşamasına geçilir. Kız taraf erkek tarafına söz bohçası verir. Erkek tarafı da kız tarafına düğün için, çeyiz tamamlamak için hediyeler verir. Kız evinin bohça verme hediyesi söz kesilme işleminin işareti olarak değerlendirilir. Aslında her iki tarafın karşılıklı olarak bohça vermesi erkek ve

kızın birbirlerine verilisinin simgesidir ve böylece söz tamamlanmış olur (Artun, 2005: 153)

Adana’da da, söz kesilince yenen lokum ve şekerden sonra, orada bulunanların huzurunda “Yedi hacet” adı verilen istek listesi okunur. “Yedi hacet” şunlardır: Mobilya takımı, tuvalet takımı, hamam takımı, manto, gelinlik, çay ve kahve takımı, sadık ve ziynet eşyası (bilezik, küpe, beşibirlik) (Özdoğru, 1968: 4796).

3.4. BULGULAR VE YORUM

Tablo 3.1. Gözüm Sende Programı İncelenen Bölümler

Bölüm	Yayın Tarihi	Süre	Seçici Aday	Seçici Adayın Yakını	Talip Adaylar
3. Bölüm	10 Eylül 2016	1:32	Yağmur Sarı	Annesi	Cihan İbrahim Ali Oktay
9. Bölüm	8 Ekim 2016	1:33	Şehmus Yücel	Annesi	Ela Nur Betül Gülistan
13. Bölüm	22 Ekim 2016	1:28	Şehmus Yücel	Annesi	Çiğdem Derya Alara İrem
14. Bölüm	23 Ekim 2016	1:16	Şehmus Yücel	Annesi	Çiğdem Derya Alara İrem
24. Bölüm	1 Ocak 2017	1:35	Soner Bakaner	Annesi	Özge Kader Neslihan Selin

3.4.1. Gözüm Sende Programının 3. Bölüm (10 Eylül 2016) İncelemesi

Bu bölümde seçici aday 23 yaşındaki Yağmur Yasemin Sarı'dır.



Resim 3.1. 3. Bölüm Seçici Aday Yağmur Yasemin Sarı

Program seçici adayların kendilerini tanıtımlarıyla başlamaktadır. Aday kendini tanıtır aradığı eşteki özellikleri anlatırken ekranın sağ tarafında adayın bilgileri gösterilmektedir. Bu bölümde seçici aday Yağmur kendini tanıtırken özellikle evleneceği kişi konusunda ailesiyle çatıştığından bahsetmektedir ve ailesinin kararının önemini vurgulamaktadır.

Seçici adayın kendini tanıtım videosu ve kriterlerini açıkladığı bölümün ardından program başlamaktadır. Sunucu, 3. bölümün seçici adayı Yağmur ve annesi stüdyoda talip olan adayları izlemeye başlamaktadırlar.



Resim 3.2. 3. Bölüm Stüdyo Görüntüsü

Yağmura talip olan dört aday İbrahim, Ali, Cihan ve Oktay kendi seçtikleri mekânlarda başlarına takılan kamera ile beklemektedirler. Yağmur kendi istediği sıra ile program boyunca adaylara üçer kez bağlantı yapmaktadır ve her bağlantıda adaylar seçtikleri farklı mekânlardadırlar. İlk olarak taliplerden Cihan’a bağlantı yapılmaktadır. Cihan ailesinin işletmesini yaptığı iş yerinden bağlantı sağlamaktadır. Cihan’ın yanında da annesi bulunmaktadır. Yağmur’un annesi bir damat adayı karşısında olduğu halde tanımaya yönelik bir davranış profili çizmemektedir. Gelin adayının yani Yağmur’un Cihan’ın annesiyle olan konuşması sadece yüzeysel olmakta, “oğlunuz nasıl biri? Kime benziyor? Daha önce kız arkadaşıyla tanıştınız mı? vb. tarzda sorular olmuştur. Yağmur’un annesi de Cihan’ın annesiyle görüşmesi esnasında Oğlunuz sinirli mi konuşkan mı, neşeli mi? soruları dışında bir soru yöneltmemektedir ve başka bir diyaloga girmemektedir. Cihanın diğer bağlantısı evinde gerçekleşmektedir. Evde kardeşlerini tanıştıran ve evini gezdiren Cihan’a kardeşlerin bana ne diye hitap edecekler, sen bana nasıl hitap edeceksin? Soruları sorulmaktadır. Cihanın üçüncü ve son bağlantısı kendi iş yerinde gerçekleşmektedir. Burada tanımaya yönelik yapılan bağlantıda da iş yeri senin mi sorusu yöneltilmiştir.

Cihan’la yapılan görüşmelerde aslında Cihan’ın kendini, ailesini, işini, evini görerek hakkında birçok konuda bilgi sahibi olunabilmektedir. Ancak ne Yağmur, nede annesi Cihan’a evlenmek için aday olunan birine yöneltilecek soruları yöneltmemişlerdir.

İkinci bağlantı adaylardan İbrahim’le yapılmaktadır. Yağmur ve annesi bu damat adayı ile ilk bağlantısında ona “yatak odanı, kıyafetlerini görebilir miyiz? şeklinde soru yöneltmişlerdir. Ailesi, işi, mesleği, eğitimi gibi hiçbir soru yöneltilmemektedir. Damat adayı mesleğini kendiliğinden açıklamaktadır. Yapılan üç bağlantıda İbrahim’in evi, gittiği spor salonu ve bir parkta görüşme sağlanmaktadır. İbrahim’in sadece arkadaşlarıyla tanışılmış, onlara da kaç sevgilisi olduğu sorusundan başka soru yöneltilmemektedir.

Üçüncü bağlantı Ali ile yapılmaktadır. Mesleğinin avukat olduğunu öğrenen kız annesi Ali’ye sıcak baktığını ifade etmektedir. Ali’ye yapılan üç bağlantıdan biri hobilerinden olan dalış merkezinde, diğeri evinde, en sonda arkadaşlarıyla parkta

sağlanmaktadır. Ali'nin de sadece arkadaşlarıyla tanışılmaktadır. Ali'nin ev bağlantısında mutfağına ve temizliğine bakılmaktadır.

Son bağlantı talip adaylardan Oktay'la gerçekleşmektedir. Oktay'ın evinden yapılan bağlantıda evi, yatağı düzgün mü, temiz mi şeklinde değerlendirme yapılmaktadır. Yağmur Oktay'a mesleğini sormaktadır. Oktay iş yerinden ve dış bir mekândan iki bağlantı daha yapmaktadır. İş yerinden yapılan bağlantı da bu iş yeri senin mi? dış mekânda bir Marinadan yapılan bağlantıda da o yat senin mi? soruları yöneltilmiştir.

Görüşmeler boyunca yani programın son bölümüne kadar iletişim türü olarak yüz yüze bir iletişim gerçekleşmemektedir. Geleneksel yöntemlerde ailelerin karşılıklı olarak aynı ortamda bulunması, gerek kıyafetleri, gerek fiziksel özellikleri, gerek davranış yapıları bakımından ailelerin birbirlerine uygunluğunu değerlendirebilmesi için daha sağlıklı bir ortam sunmaktadır. Bu ortamda aile büyükleri, hem dünürleri olacak olan ailenin ebeveynlerini hem de gelin ve damat adaylarını konuşmadan çok davranışsal olarak gözlemlemektedir. Bu davranışsal gözlemler örneklerle anlatılacak olursa; kız isteme töreni sırasında damadın büyüklerden önce oturup oturmaması, büyüklerin elinin öpülüp öpülmemesi, karşılıklı isteklerde bulunulurken mimiksel olarak sunulan isteklere verilen tepkiler, gelin adayının giydiği kıyafetin damadın ailesine uygun olup olmadığı gözleme dayanılarak anlaşılacak ve yargıya bağlanacak bir dizi değerlendirme ölçütüdür. Mimikler ve davranışlar gözlemlenmeden sadece konuşma ve ses tonuyla sağlıklı bir değerlendirme yapılamamaktadır. Gelenek ve ritüeller çerçevesinde değerlendirildiğinde ilk karşılaşmada beklenen tablo olan erkek ve ailesinin kız bakması veya kız görmesi aşamasının tersine bayan aday ve annesinin seçici pozisyonda olmasıdır. Kız isteme öncesi aşamalardan olan kız bakma kız görme geleneği programın bu bölümünde tam tersi bir formda oluşturulmuştur. Aile büyüklerinin rolü ve aile kavramları geleneksel yöntemlerle kız isteme töreninde olan ya da geleneksel açıdan olması gerektiği gibi ilerlememektedir. Türk toplumunda gelin ya da damadın annesi “kayınvalide” karakteri her zaman önemli ve saygın bir rol üstlenmiştir. Toplumumuzda evliliklerde her iki tarafın anneleri aktif rol oynamaktadır ve evlenecek kişi açısından genellikle karar mercii erkek annesi olmaktadır. Örneğin kız bakmaya önce anne gider. Yine aile büyüklerinden baba rolü de ilk adım atma ve törensel faaliyetlerde birinci sırayı almaktadır. Programda baba karakteri neredeyse hiç

bulunmamaktadır. Bunların ışığında programda Yağmur'un damat adayının annesiyle olan konuşmasının bu gelenek ve saygılı konuşma çerçevesinde gerçekleşmemektedir. Karakterlerden dünür kavramı olarak bakacak olursak iki dünürün konuşması çok kısa ve birbirlerini tanımaya yönelik olmamaktadır. Bu bölümde karşılıklı olarak herhangi bir tanışma ve selamlaşma anı yaşanmamıştır. Programda ilk tanıtım videosunda bayan seçici adayın vurguladığı “ailem benim her şeyim, onların onayı olmadan evlilik düşünemem” ifadesi aslında geleneksel işleyişe paraleldir. Seçici aday tıpkı kız isteme törenlerinde evlenecek olan gelin adayları gibi karşımıza çıkmakta ve karar konusunda ailesinin kararını ön planda tuttuğunu ifade etmektedir. Programın ilk başladığı anda sunucunun seçici adaya “annene kararlarını danışır mısınız?” şeklinde ifadesi bulunmaktadır. Burada da aile faktörünün önemine dikkat çekilmektedir. Ancak aslında geleneksel kız isteme veya kız bakma aşamalarında asıl karar verici aile olup evlenecek olan kıza danışıldığı hatta birçok yörede bazen sadece ailenin karar verdiği görücü usulü evliliklerin tersine karar verici kız olmakta, aile danışılan kişiler rolünde kalmaktadır.

Geleneksel açıdan erkek annesi figürünün tersine daha geri planda duran Cihan'ın annesi gelin adayıyla tanışırken hiçbir soru ve görüş bildirmezken, gelin adayı annemizle konuşmak istiyorum diyerek aslında kız isteme formunun dışına çıkmakta ve erkek annesine “Cihan nasıl biri?” diye soru sorarak annesinden oğlunu tanıtan cümleler duymak istemektedir. Kız isteme, tanışma, kız bakma gibi evlilik öncesi hiçbir törende hem görücü usulü evliliklerde hem de tanışarak evlenmelerde karşılaşılmayan bu diyalog programın işleyişinde erkek annesi tarafından gayet normal karşılanmaktadır. Ve oğlunu öven cümlelerle devam etmektedir. Dünür, dünürcülük, görücü kavramları program boyunca sadece kendisini sunucunun varlığıyla göstermektedir. Bu rolü kısmen sunucu gerçekleştirse bile tam olarak karşıladığı söylenememektedir. Program sunucusunun dünür, görücü gibi iki taraf arasında iletişimi sağlamaya destek olduğu görülmektedir.

Damat adayının özelliklerinin program başladığı andan itibaren net olarak sorulmadığı programda, program ilerlerken damadın işini, mesleğini söylemesi ve kızın ve ailesinin çok önemsemediği izleyenlere yansımaktadır. Geleneksel olarak erkeğin işi, evini geçindirecek bir mesleğe sahip olması gibi faktörlere dikkat edilmemektedir. Kız annesi ve erkek annesinin ilk diyalogunda kız annesi “oğlunuz sinirli midir?, Neşe durumu nasıldır, gülüp, konuşmayı sever mi? Yoksa içine kapanık biri mi? gibi sorular

sormasının ardından erkek annesi oğlu hakkında çok neşelidir şeklinde açıklama yapmakta ve bu konu kısaca kapanmaktadır. Geleneksel Türk toplumunda çok önemsenen ve damat adayında aranan belirli kalıplar üzerine herhangi bir söylem bulunmamaktadır. Seçici aday Yağmur talibinin annesine Cihan sizinle kız arkadaşlarını tanıştırır mı? sorusunu yöneltmektedir ve bunun dışında damat adayını tanıyıcı başka bir soru sormamaktadır. Programın formatında talip olan adayların fiziksel görünüşleri en sona bırakılmaktadır. Seçici aday Yağmur ve annesi damat adayı Cihan hakkında konuşurken Cihanın aile fertlerinden bazılarını gördükten sonra Cihanın fiziksel özelliklerine dair tahminlerde bulunmaktadırlar. Bu da aslında görücü usulü evliliklerde ve geleneklerimizde var olan ailelerin anlaşmasının hemen sonrasında sonrası kızın ve oğlanın birbirini görmelerinin ne kadar karar verme aşamasında gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Her ne kadar program formatı fiziksel özellikleri arka planda tutmaya çalışsa da adayların kararlarında dış görünüş ilk ve en etkileyici basamak olarak göze çarpmaktadır.

Aynı damat adayında bir diğer noktaya değinirsek Türk aile yapısında ataerkil bir toplum olmanın da etkisiyle birlikte aile reisi figürünün çoğunlukla ağırbaşlı, çalışkan ve olgun olması beklenir. Gelin adayının ebeveynleri, ciddiyetsiz ve rahat hareketleri zayıflık olarak görmekte ve ev geçindirebilme sorumluluğunu damadın yerine getiremeyeceğini, bu rahatlığın ileride saygısızlık ve sorumsuzluk doğuracağını düşünmektedirler. Yağmur'un annesinin damat adayını çok konuşması ve fazla gülmesi sebebiyle eleştirmesi bu konu için güzel bir örnek oluşturmaktadır.



Resim 3.3. 3. Bölüm Final Sahnesinde Talip Adayların Görüntüsü

Adaylarla bağlantılar sona erince o anda dört adaydan birisi yüz yüze görüşme aşamasına geçmeden elenmektedir. Bu elemelerde aslında kendisini, ailesini, evini diğer adaylara göre daha çok tanıtan aday ilk elenen kişi olmaktadır. Kendisine uygun bulmadığı gerekçesiyle elenen aday Cihan'ı eleme yapıldıktan sonra gören Yağmur görsel açıdan beğenince pişmanlık yaşadığını ifade etmektedir. Burada yüz yüze görüşmeye dayalı dış görünüş ve damat adayının fiziksel özelliklerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Stüdyo da sunucu ile beraber seçici aday Yağmur ve annesi diğer üç aday buluşmaktadırlar. Programın bu bölümünde adayların konuşmaları yasaktır. Seçici aday Yağmur sadece sesini duyduğu adaylarla ilk kez burada karşılaşmaktadır. Ancak kimin hangi aday olduğunu sadece tahmin ederek eleme yapmaktadır. Yağmur kendisi çok etkilenmediğini belirtse de annesinin yoğun baskısından dolayı adaylardan Ali'yi seçmektedir. Bu eleme aşamasında damat adayında aranan özelliklerden iş ve meslek konusu ön plana çıkmaktadır. Yağmur annesine İbrahim ve Oktay'dan hoşlandığını söylemesine rağmen aile büyüğü yani annesinin seçtiği adayda karar kılmaktadır. Geleneksel olarak görücü usulü evliliklerde ailenin verdiği karara saygı duyan bir yapıda bulunan gelin adayı formu burada da varlığını sürdürmektedir. Yağmur Ali'nin yeterli maddiyatı yok diye belirtse de annesi benim param var Ali'yi iç güveysi alırım yorumuyla kızına baskı uygulamaktadır. Burada toplumumuzda vurgulanan damat adayının özelliklerinden evini, ailesini geçindirebilecek biri ifadesi önemini kaybetmemektedir.

Bu eleme ortamında tüm taliplerin ve seçici adayın aynı ortamda olması “ben fiziksel olarak İbrahim'i beğenmiştim ama Ali'nin yaşam tarzı bana daha uygun” gibi bir ifade kullanılması toplumumuzda çok karşılaşılan bir durum olmadığı gibi ataerkil aile yapımıza aykırı bir tercih cümlesi olarak düşünülebilmektedir. Geleneklerimizde yer alan kız bakma, kız görme aşaması gayet normal karşılanmaktadır. Kız tarafı ya da erkek tarafı karşısındaki kızı ya da aileyi beğenmezse kız görme aşamasından bir sonraki isteme aşamasına geçilmemektedir. Ve kıza farklı talipler çıkmaktadır. Bunlardan anlaşma sağlanan eş adayı ile bir sonraki boyuta geçilmektedir. Programda karşılaştığımız ve toplumsal yapıya aykırı olan erkek adayların aynı ortamda bu tercihleri dinlemeleridir.

3.4.2. Gözüm Sende Programının 9. Bölüm (8 Ekim 2016) İncelemesi

Programın bu bölümünde seçici aday Şehmus Yücel'dir. 24 yaşında, Diyarbakırlı, kendilerine ait restoranın işletmeciliğini yapan aday, ilk tanıtımında gelenek ve göreneklerine önem verdiğini söylemektedir.



Resim 3.4. 9. Bölüm Seçici Aday Şehmus Yücel'in Tanıtım Anı

Babasının vefat ettiğini, annesini kendileri için çok değerli olduğunu, annesinin fikirlerinin kendisi için çok önemli olduğunu söylemektedir. Evlerinin reisinin annesi olduğunu söyleyen seçici aday, çok güçlü bir anneye sahip olduğu için nazlı kızlardan hoşlanmadığını vurgulamaktadır. Titiz, temiz, güzel yemek yapan, yetenekli kızların ilgisini çektiğini söylemektedir. Kıskanç olduğunu da vurgulamaktadır. Sesli gülen ve dekolte giyen kızlardan hoşlanmadığını belirtmektedir. Bir dakikalık bir tanıtım videosunda eş adayı profilini ve kendini anlatırken arka planda ailesine bağlılığını, anne karakterinin ailedeki güçlü etkisini ve geleneklerine bağlılığını göstermektedir.

Tanıtım videosunun ardından stüdyoda sunucuyla kısa bir sohbet başlamaktadır. Şehmus yanında annesi Emine Hanım'la programa katılmıştır. Sunucunun sorularını yanıtlarak başlayan sohbette anne ilk açıklama olarak 10 çocuğunun olduğunu kızlarının evlenip evden ayrıldığını ancak 3 erkek çocuğunun ve gelinlerinin hepsinin kendisiyle yaşadığını, bunun için maddi durumunun yeterli olduğunu belirtmektedir. Şehmus ve evleneceği adayında kendileriyle yaşayacağı mesajını burada vermektedir.



Resim 3.5. 9. Bölüm Stüdyo Görüntüsü

İstediği gelin profilini hemen açıklayan Emine Hanım, önce fiziksel özelliklerden başlayıp uzun boylu, fiziği güzel bir gelin istediğini söylemektedir. Hemen ardından saygılı, ben içeri girince ayağa kalkacak, ayak ayak üstüne atarak oturmayacak, yemek yapacağı için tırnakları kısa olacak bir gelin adayı istediğini vurgulamaktadır. Burada Emine Hanım'ın önce dış görünüşü sonra bazı karakter özelliklerini açıklaması aslında geleneksel yöntemlerle kız görme ve isteme aşamalarındaki kayın valide karakterinin bir kopyasıdır. Örneğin Anadolu'da oğlu için kız beğenen anne öncelikle onun fiziksel görüntüsünü beğenip kız evine giderek kızın ev işlerindeki becerisi, titizliği, saygısı gibi özelliklerini tanımak istemektedir. Emine Hanım'da programda aynı yolu izlemektedir. Hatta bazı yörelerde sabah erkenden kız bakmaya giden kayınanının amacı istemeyi düşündüğü gelin adayının erken kalkıp kalkmadığını, sabah erkende olsa ev işlerini yapıp yapmadığını öğrenmeyi amaçlamaktır.

Anne ve oğlunun ilk diyalogu burada başlamakta, “annem fazla gelenekçidir, bende annem gibi aynı şeyleri bekliyorum” diyen Şehmus’a Emine Hanım “sen cahilsin (gençsin) nerden bileceksin” diye çıkış yapmaktadır. Arka planda daha ilk noktada annenin karar merkezi olduğu ve oğlunun kararlarının bu ilişkide bir etkisinin olamayacağı anlaşılmaktadır. Şehmus’a talip olarak gelen dört gelin adayı vardır. Bunlar Ela, Nur, Betül ve Gülistan isimli bayan taliplerdir. İlk bağlantı Gülistanla gerçekleşmektedir. Gülistan ilk bağlantıda yaşadığı mahalle ve evini göstermektedir. İlk olarak Gülistan'ın yatak odası düzenli mi diye kontrol edilme amaçlı görülmek

istenmektedir. Hemen ardından giysi dolabı kontrol edilmekte ve eşyalar katlanmış mı diye bakılmaktadır.



Resim 3.6. 9. Bölüm Adaylardan Gülistan’a Bağlantı Görüntüsü

Gülistan’ın dağınık giysilerine Emine Hanım tepki göstererek bu kez buzdolabını açmasını istemektedir. Burada da aynı memnuniyetsizliği yaşamışlardır. Şehmus Gülistan’a soru olarak başka ilişkisi oldu mu gibi özel sorular yöneltirken kaynana Emine Hanım “sana hiç görücü geldi mi? diye sormaktadır.

İkinci bağlantı sağlanan aday Betül olmaktadır. Eski bir halterci olan ve hali hazırda spor salonunda çalışan Betül’ün mesleği Emine Hanım’ın hiç hoşuna gitmese de Şehmus da sporla ilgilendiği için Betül’e karşı ilgili davranmaktadır. Betül’le ilk bağlantı Betül’ün evinden gerçekleşmektedir. Betül’ün annesiyle de tanışılan bağlantı da iki anne sohbet etmekte ve evlerini gezmek için erkek annesi kızın annesinden müsaade istemektedir. Betül’le ikinci bağlantı Betül’ün çalıştığı spor salonunda gerçekleşmektedir. Emine Hanım’ın bir kadına uygun bulmadığını belli ettiği bu meslek hakkında Betül’e söylediği sözler şu şekildedir: “Kızım ağır kaldırmak erkek işi, halter kaldıracağına çocuğunu kaldır, kadına çocuk yakışır”. Doğu kültüründe yetişmiş ve geleneklerine bağlı bir hayat süren Emine Hanım’ın kadının asıl görevi, işi, mesleği evi ve çocuklarıdır mesajı verdiği arka planda dikkat çekmektedir. Betül’ün eski sevgilisinin onu bu meslek yüzünden bıraktığını öğrenen Emine Hanım tepkisini biraz

daha arttırarak “erkek sporu yaptığı için ayrılmış, çocuk haklı, Şehmus gibi cahil değil” ifadelerini kullanmaktadır.

Üçüncü bağlantı adaylardan Nur ile yapılmıştır. Nur’a sorulan temel iki soruda aslında diğer adaylara sorulan sorulardan farklı değildir. Şehmus için ilişki, Emine Hanım için aynı evde yaşamayı kabul edip etmemesi karar vermelerinde yeterli iki cevap olmaktadır. Nitekim Nur aynı evde yaşama fikrine sıcak baktığı için artık şanslı adaylardan biri olmaktadır. Meslek olarak da hemşirelik yaptığını söyleyen Nur Emine Hanım nazarında şansını iyice arttırmaktadır.

Dördüncü ve son aday Ela olmaktadır. Mimarlık öğrencisi olan Ela ailesiyle (anne-baba) anlaşamayıp ayrı eve çıkmış, aslında bu konuda anne ilgisinden eksiklik yaşadığını, annesinin diğer anneler gibi olmadığını, belki sizinle anne-kız olabileceğini vurgulasa da ne Şehmus, ne de Emine Hanım Ela’ya anlayış göstermemişlerdir. Sunucunun sık sık devreye girdiği ve Ela’nın haklı taraflarını açıkladığı bu bölümde, bir genç kızın annesiyle anlaşamayıp ayrı eve çıkması geleneklerine bağlı, saygılı, kayınvalidesi her girdiğinde ayağa kalkacak bir gelin adayı arayan Emine Hanım için asla kabul edilebilir bir konu değildir. Arka planda kendi annesiyle anlaşamayıp ayrı eve çıkan kayınvalidesiyle asla yaşamaz değerlendirmesini yapan Emine Hanım, bu gelin adayı hakkında olumsuz bir duruş sergilemektedir.

Geçmişten günümüze kız isteme törenlerinden önce kızın ailesinin ya da erkeğin ailesinin karşı tarafı soruşturması, ailenin dürüst, ahlaklı, soylu soplu olması, etrafta bilinen bir aile olması önemlidir. Bunun yanı sıra aile içerisindeki olayların o evde büyüyen çocuğun psikolojini kesin olarak etkileyeceği düşüncesi genel bir kanıdır. Bu duruma bağlı olarak karşı tarafta kendi psikolojisi düzgün olmayan bir kişinin düzgün bir aile kuramayacağı algısı yaratmaktadır. Dünürçülük kavramına göre değerlendirilecek olursa kendi çocuklarını yetiştirmek için özen göstermeyen insanların, çocuklarının eşine ve ailesine asla ilgi göstermeyeceği ve duygusal anlamda büyük bir aile bağı kurulamayacağı imajı yaratmaktadır. Anne baba sorunlarının olduğu evde büyüyen çocuğun sevgi eksikliği, anne baba rollerindeki yanlış gözlemler, ebeveynlerle olan ilişkilerindeki hatalı yaklaşımlar kendi ailesine ve çocuklarına sirayet edeceği düşüncesi dünür rolündeki insanları olumsuz etkilemektedir.

Şehmus'un tüm adaylara eski ilişkileri hakkında ne kadar sürdü, neden bitti gibi sorular sorması dikkat çeken bir noktadır. Sorulara verilen cevapların açıklığı ve bu cevapların kitlesel bir formda yayınlanan bir programda herkes tarafından izlenebiliyor olması, ayrıca seçici aday Şehmus'un Diyarbakırlı ve geleneksel bir aileden geliyor olmasıyla tezatlık oluşturmaktadır. Geleneksel olarak evlenecek olan kızların hayatlarına giren erkeklerin doğru karşılanılmadığı bir kültürle yoğrulmuş olan Şehmus bu soruların cevaplarından herhangi bir rahatsızlık duymamaktadır.

Yine dikkat çeken ve arka planda belli gelenekleri sürdüren Emine Hanım'ın gelin adaylarına size görücü geldi mi? sorusu vardır. Emine Hanım'a göre görücü gelinen kızlar güzel ve hamarattır. Pek hoşlanmadığı adaylardan Betül'ün bana hiç görücü gelmedi demesi üzerine belli zaten cevabını vermesi bunu kanıtlar niteliktedir. Halter kaldıran, görüntüsü sert olan, kaslı bir kıza görücü gelir mi diye tepkisini sürdürmektedir. Emine Hanım kendisine çok görücü geldiğini de ek olarak belirtmiştir.

Emine Hanım tüm adaylara üç geliniyle beraber, aynı evde yaşadığını oğluyla evlenirlerse onların aynı eve gelin geleceklerini sürekli tekrar etmektedir. Bu soruya verilen cevaba göre adayların şansı artmaktadır. Buna olumsuz cevap veren gelin adayı Emine Hanım için ilk elenen kişi olacaktır. Lakin Şehmus ayrı bir evde yaşama fikrini annesinden çekinerek söylemeye çalışmaktadır ve bu konu yüzünden anne ve oğul arasında gerginlikler yaşanmaktadır. Emine Hanım ataerkil aile yapısı içinde yaşamayı seven, kayınvalide, kayınpeder, çocuklar, torunlarla beraber yaşanan geniş aile modeli geleneğini sürdürmeye çalışmaktadır.

Bölüm boyunca Emine Hanım'ın oğluna defalarca söylediği "Oğlum sen sus, sen nerden bileceksin, sen cahilsin (gençsin) sözleri oldukça dikkat çekmektedir. Damat adayı Şehmus gelin adaylarına soru soracağı zaman annesinden izin istemesi, vereceği kararında annesinin paralelinde olacağı gerçeğini göstermekte ve programın başında söylediği evin reisi annemizdir sözünü doğrular niteliktedir. Emine Hanım'ın gelin adaylarına söylediği benim oğluma talip olan benim kurallarımı bilecek, kararları ben veririm şeklinde baskın tutumu günümüz kent yaşamında çok rastlanmasa da, birçok yöremizde hala kayınvalidenin evliliklerde ve ilişkilerdeki aktif rolünü devam ettirmektedir. Emine Hanım'ın vurguladığı bir diğer cümle yapısı "oğlum ben senin hem annen, hem babanım, bizim ailemizde benim sözüm geçerlidir, Şehmus benim

kararımın dışına çıkmaz ifadeleri oldukça dikkat çekmektedir. Çocuklarını yalnız başına büyüttüğü için onlar üzerinde bu duygusal etkiyi yaratan ama sert mizacını da korumaya devam eden Emine Hanım oğlunun kendi başına hiçbir karar veremeyeceğini bir kez daha mesaj olarak sunmaktadır.

Final bölümü diye adlandırılan ve tüm taliplerin seçici adayla ve annesiyle yüz yüze karşılaştığı eleme akşamında ilk elenen Gülistan olmaktadır. Şehmus Gülistanı kendine uygun bulmadığını, evlilik enerjisi alamadığını söyleyerek elese de aslında onun ev hallerinde tertip ve düzen olmadığını ve annesinin kararı olduğunu söylemeden geçememektedir. İkinci elenen talip Ela olmuştur. Ela'nın elenme sebebini ailelerin farklı olmasına, sadece kız ve erkeğin evlenmediğine, ailelerinde uyumunun önemli olduğuna dikkat çekerek, eleme yapan Şehmus en son cümle olarak annemle beraber Ela'yı elemeye karar verdik demektedir. Bunun üzerine Emine Hanım “çocuklar hep alttan almalı, ne olursa olsun anne annedir” diye kararı savunmaktadır. Üçüncü elenen talip Betül olmuştur. Eleme anında format gereği sebep belirtmek zorunda olan seçici aday Şehmus Betül'ü elerken şu ifadeleri kullanmaktadır. “Buraya gelirken anneme bir söz verdim. Bu günlük hayatımda da böyledir. Annem bana ve kardeşlerime yıllardır annelik ve babalık yaptı. Annemle karar verdik, annemin onayı ve isteği olsun çünkü bu daha önceki gelinlerinde de böyle oldu”. İfadelerden de çok net anlaşılacağı gibi duygularını bastıran damat adayı annesiyle ekranların önünde gerginlik yaşamamak adına bazı itirazlar sunduğunda bile büyük tepkiler aldığı için bu süreci kabullenme yoluna gitmiştir. Kayın valide Emine Hanım'ın tüm çocukları üzerinde aynı baskıcı tutumu sürdürmüş olduğu anlaşılmaktadır. Anadolu'da özellikle Güneydoğu bölgemizde gençlerin değil anne ve babaların kararlarıyla evlilikler halen daha varlığını sürdürmektedir. Kadınların daha çok bastırıldığı, erkek egemenliğinin daha yoğun yaşandığı bu bölgede Emine Hanım'ın yetişkin oğullarına bu rolü kaptırmadığı ve ataerkil bir toplumda babanın ölümüyle baba otoritesini de kendi karakterine eklediği gözlemlenmektedir.

Sonuç olarak Emine Hanım'ın benimle yaşamayı kabul etti diyerek ilk baştan beri desteklediği Nur seçilen aday olmuştur. Program boyunca damat adayı ile hiçbir ortak özelliği ve tam anlamıyla iletişimi olmayan gelin adayı seçilmiştir. Seçici aday Şehmus Nur'la ilgili açıklama yaparken ben bayanda uzun boy severim istediğim profile uygun biri diyerek belki de başka bir ortak nokta ya da açıklama cümlesi bulamadığını

düşündürmektedir. Seçilen aday Nur'da karakterine uygun herhangi bir açıklama da bulunulmamış, sadece fiziksel bir değerlendirme yapılmıştır. Programa annesi ile katılan Şehmus, izleyiciye şunu düşündürmektedir: Eğer kararı kendi verecek olsaydı sporcu kimliğine yakın, cıvıl cıvıl diye tabir ettiği, evini çok beğendiğini söylediği Betül'ü seçerdi. Geleneksel değerlere bağlılık, evlenme ritüellerinin devamlılığının olması, aile kavramını önemi, gelin ya da damat adayında aranan özellikler hepsi bu kararın verilmesinde belli başlı etkilerle karşımıza çıkmaktadır.

3.4.3. Gözüm Sende Programının 13. Bölüm (22 Ekim 2016) İncelemesi

Birkaç hafta önce programdan olumlu bir kararla ayrılan lakin kısa süren bu ilişkinin ayrılıkla sonuçlanmasının ardından Şehmus ve annesi bu bölümde tekrar karşımıza çıkmaktadır. Ancak tanıtım videosunda daha farklı noktaları özellikle vurgulayarak aslında neden ikinci kez konuk olduklarını göstermektedirler. Tanıtım videosu sadece damat adayı Şehmus için değil bu kez kayınvalide Emine Hanım içinde çekilmiştir.



Resim 3.7. Emine Hanım'ın Tanıtım Görüntüsü

Tanıtım videosu kısa kısa cümlelerde hem Emine Hanım hem de Şehmus'un kendilerini anlattıkları bir şekilde sunulmaktadır. Birbirinin taleplerinin tam zıt özellikleri vurgulayan anne ve oğul bu kez kendilerini şu şekilde tanıtmaktadırlar.

Şehmus: Talibim çok, bu yüzden kafam karışıyor, iyi düşünüp iyi karar vermek istiyorum. Dominant bir annem var. Evleneceğim insan anneme adapte olmakta zorlanabilir. Yıllardır spor yapıyorum. Eşimin de benim gibi sportif olmasını isterim. En büyük hayalim evlilik için doğru insanı bulup, yepyeni bir hayat kurmak. Eş seçmek zor, insan ömrünü geçireceği hayat arkadaşını kolay bulamayabilir. Hayata hep iyi tarafından baktığım için her insanı kendim gibi sanabiliyorum. Müzikten, sanattan, şiirden hoşlanırım. Bakımlı kızlardan hoşlanırım. Eşim olacak kişi de mutlaka bakımlı olmalı. Eğlenceli biriyim, evleneceğim kişinin de eğlenceli olmasını istiyorum. Kasıntı insanları sevmem, üç günlük dünyada egolarımızın esiri olmanın anlamı yok.

Emine Hanım: Saygıda kusursuz bir gelin istiyorum. Üç gelinimi kendim seçtim, üç gelinimde yanımda oturuyor. Evimiz dubleks, dördüncü gelinimizin yeri hazır. Benim gelinim olacak kişi benim kurallarına uymalı. Gelinim olacak kişinin erkek gibi spor yapmasını istemem. Şehmus benden onay almadan eş seçemez. İnsan gençlikte cahil olur. Annelerin sözünü dinleyince işler kolaylaşır. Örf, adetlerimiz çok olabilir. Yeni gelinimiz örf, adetlerimize ayak uydurmalıdır. Gelinim olacak kişinin tırnakları olmayacak, tırnakları uzun olursa yaptığı yemeği yemem, tiksिनirim. Evde yemeği, temizliği gelinler yapar. Ben içeri girince bütün gelinlerim ayağa kalkar. Değerimi bilecek gelin adaylarını görelim.

Görüldüğü gibi anne ve oğulun kendini tanıtırken sırasıyla kurduğu cümleler birbirinin zıttı özellikleri barındırmaktadır. İlk katıldıkları programda dikkatleri üzerine çeken anne ve oğulun ikinci programda daha fazla talipleri olduğu bilinmektedir.

Program sunucusu tekrar stüdyoya gelen Şehmus ve annesine, sizleri çok beğenmişler, birçok talibiniz var, biz sizlerin kriterlerine uygun olan adayları belirledik şuan kameraları takılı sizleri bekliyorlar diyerek programı başlatmaktadır.

Talip adaylardan İrem, Derya, Çiğdem ve Alara kendi evlerinden bağlantı yapmak üzere beklemektedirler. İlk bağlantı İrem’le gerçekleşmektedir. İrem’in ilk bağlantısında tırnaklarının uzun olduğunu gören ve mesleğini yogi (yoga eğitmeni) olduğunu öğrenen Emine Hanım tepkili yaklaşmaktadır.



Resim 3.8. 13. Bölüm Adaylara Bağlantı Görüntüsü

Yetiştği kültürde yemeklerin ve temizlik gibi ev işlerinin gelinler tarafından yapılmasını uygun olduğunu kabul eden Emine Hanım senin yaptığın yemekleri yemem diyerek hem karşısındaki gelin adayına kırıcı yaklaşmakta hem de oğluna talip olan genç bir kadını rencide etmektedir. İrem'in odasını ve dolabını görmek isteyen damat adayı ve annesi bu manzaradan da hoşlanmadıklarını belirtmektedirler. İrem'le iş yerinden yapılan bağlantıda da İrem'in kayın valide adayıyla senli benli ifadelerle konuşması kayınvalide tarafından saygısızlık olarak adlandırılmaktadır. Benimle aynı evde yaşar mısınız sorusuna İrem'den hayır cevabı alan Emine Hanım burada konuşmayı bitirmektedir.

İkinci bağlantı için Derya ile görüşülmüştür. Derya'nın evinde kayınvalide adayını rahatsız eden önemli konu evde kedi, köpek ve papağan beslemesi olmaktadır. Emine Hanım namaz kıldığını, dini açıdan namaz kılınan evde bazı hayvanların bulunmaması gerektiğini açıklayarak yine kültürel ve dini öğeleri programa taşımaktadır. Gelin adayı Derya ise ben sizi onlarla yaşamaya ikna edeceğim, alıştıracağım ifadeleriyle Emine Hanım'ı ikna etmeye çalışmaktadır. Damat adayı farklı bir bakış açısıyla hayvanları seven kişilerin, insanları da seveceği inancında, durumdan rahatsız olmadığını arka planda yansıtmaktadır ve annesiyle aynı fikirde olmadığını daha yumuşak ifadelerle söylemeye çalışmaktadır. Daha sonra Derya'nın mesleği konusu gündeme gelmektedir. Pilates Eğitmeni olan Derya'nın mesleği Emine Hanım tarafından yine anlaşılmamaktadır.



Resim 3.9. 13. Bölüm Adaylardan Derya'nın İş Yeri Görüntüsü

Emine Hanım program sunucusuna güzel meslekler niye seçmediklerini ev kızı, memur, öğretmen, doktor, avukat, hemşire gibi meslek gruplarından gelin adayları beklediğini pilates eğitmeni ve yogi gibi meslekleri istemediğini söylemektedir. Yeni nesil meslek gruplarına kapalı olan ve mesai saatleri belli, toplum tarafından kadınlara yakıştırılmış meslek grupları Emine Hanım'ın tercihleri arasına girmektedir. En son Derya'dan mutfağını göstermesi istenmektedir. Derya mutfağa geçerek kendisini beğendirmek adına kendi yapmadığı, Diyarbakır yöresine ait bir yemeği kendi yapmış gibi sunmaktadır. Bunun doğru olmadığını itiraf etmesi üzerine yalan söyleyen bir gelin adayı olduğu ve böyle bir adayın kendilerine uygun olmadığı sonucunu yine Emine Hanım ifade etmektedir.

Üçüncü bağlantı talip adaylardan Çiğdem'e yapılmaktadır. Aileyi gitar çalarak karşılayan Çiğdem'inde uzun tırnaklı olması Emine Hanım için büyük sorun olmaktadır. Emine Hanım gitar çalmak yerine o tırnaklarını kesip bizi mutfakta karşılasaydın hoşuma giderdi demektedir. Çiğdem'in mesleğinin Yaşam Koçluğu olduğunu açıklaması üzerine Emine Hanım program ekibine bu meslekleri bilerek mi seçtiniz. Ben istediğim özellikleri belirtmiştim diye sitem etmektedir. Çiğdem'le Emine Hanım'ın konuşmalarında araya giren damat adayı annesi ile sorun yaşamakta ve bu durumu Emine Hanım anne ve oğulun arasını açan gelin istemem diyerek yorumlamaktadır. Gelin dediğin yapıcı olmalı ana oğul arasını bozmamalı diyerek

Çiğdem'i suçlamaktadır. Emine Hanım eşi gibi oğullarını da kaybetme korkusuyla yaşadığını ele vermektedir.

Son olarak dördüncü talip olan Alara'ya bağlantı yapılmaktadır. Alara'ya damat adayı Şehmus kimle yaşadığını, ailesinin nerde olduğunu, ne iş yaptığını sormaktadır. Alara'nın makaroncuyum (Pastanede kurabiye ustası) demesi üzerine yine mesleki bir kriz yaşanmaktadır.

Kayın valide adayı Emine Hanım mutfağı da görmek istemektedir ve yine yapılan yemeğin uzun tırnaklarla yapıldığını ve bunları da asla yemeyeceğini söylemektedir. Emine Hanım başka kızların neden olmadığını, neden normal meslekten adayların olmadığını, neden hep uzun tırnakları vurguladığım halde hepsinin o şekilde geldiğini program sunucusuna sitem ederek anlatmaktadır.

Kültürümüzde yer alan büyüklere saygı konusunda ve özellikle kız istemeye gelen erkek ailesine ve kayın valide figürüne saygı esastır. Aynı şekilde bir kız istemeye ya da kız bakmaya giden aile kızın gönlünü yapmaya çalışmaktadır, ailesini ikna etmeye çalışmaktadır. Program genelinde gelin adaylarına böyle bir muamele yapılmamaktadır.

Zaten kız alma, kız bakma ifadesi köklü bir değişime uğramış, kayınvalide adayı bazı konuşmalarında oğlumu sana veririm bizimle aynı evde yaşar mısınız? ifadelerini kullanmaktadır. Kültürel olarak bazı değerlerimizin yüzyıllardır hiçbir değişikliğe uğramadan devam ettiği, birçok kız isteme ritüelinin yüzyıllardır hemen hemen aynı kaldığı toplumumuzda program aracılığı ile gelin adaylarına gösterilen bu muameledeki değişiklik dikkat çekmektedir. Toplumumuzun en temel ve en önemli kurumu olan evlilik kurumunda kadınlara gösterilen nezaket önem arz etmektedir. Kültürümüzde yer alan kız bakma aşamasında kız evinin haberi olmadan gidilmesinin esas amacı eğer beğenilmezse kız ailesine ve kızın kendisine bunu hissettirmemek amaçlıdır. Ama programda en çok çiğnenen öge kızların hepsinin yan yana bulunduğu eleme yani final sahnesinde ben bu gelin adayını diğeri sandım, o daha uzun, diğeri fiziki çok güzel gibi ifadelerin alenen kullanılması toplumsal nezaketimizi ve genç kızlarımıza vermemiz gereken nezaketi sekteye uğratmaktadır.

3.4.4. Gözüm Sende Programının 14. Bölüm (23 Ekim 2016) İncelemesi

13. Bölümde programın süresinin dolması ve final sahnesinin yetişememiş olması sebebiyle 14. Bölüm programın devamıdır. 14. bölümde Çiğdem'e ikinci kez bağlantı kurulmaktadır. Yaşam koçluğu yaptığı iş yerinden bağlanan Çiğdem ile damat adayının yaş farkı bu sırada anlaşılmaktadır. Damat adayı Şehmus ve talip aday Çiğdem'in aşkın yaşı olmaz diye yorumladığı ve sorun olarak görmediği bu konu Emine Hanım tarafından sert karşılanmaktadır. Bunun evlilikte büyük problem olacağı Emine Hanım tarafından belirtilmektedir.

Bu bölümde pilates eğitmeni Derya ile işyerindeyken bağlantı kurulmaktadır. Damat adayı Şehmus Derya'ya en son ilişkisi hakkında sorular sormakta ve neden bittiğini öğrenmek istemektedir. Eski sevgilim cimriydi ben ayda üç bin lira harcıyorum gibi cevap veren Derya yine Emine Hanım tarafından olumsuz değerlendirilmektedir. Sanatçılarla benzetme yapan Emine Hanım bu sefer oğluna bu adaya para yetiştiremeyeceğini, kızın hesap kitap bilmediğini anlatmaya çalışmaktadır. Şehmus evleneceği kadının annesinin ekonomik kurallarına uymasını belediğini açıklamaktadır. Maddiyat yine evlilikteki önemli hususlardan birisidir.

Bu bölümde son bağlantı Alara'ya kurulmaktadır. Alara'ya damat adayı tarafından son ilişkisinin bitme sebebi sorulmaktadır. İş sebebiyle vakit ayıramadığını açıklayan Alara'ya Şehmus'tan bende eşimin geç saatlere kadar çalışmasını istemem yorumu yapılmaktadır.

Tüm adaylara damat adayı tarafından eski ilişkileri sorulmaktadır. Kayınvalide adayı tüm adaylara beraber yaşama konusunu açmakta ve en önemli kriteri bu olarak göstermektedir. Bu bilgiler sonunda final bölümünde ilk elenen isim Çiğdem olmaktadır. Çiğdem yaşının büyük olması sebebiyle Emine Hanım'ın istemediği gerekçesiyle Şehmus tarafından elenmektedir.



Resim 3.10. 14. Bölüm Final Sahnesi

İkinci elenen isim damat adayının eşim olacak kişinin bana zaman ayırmasını isterim gerekçesiyle Alara olmaktadır. Üçüncü olarak elenen aday İrem olmaktadır. İrem'in hiç sevgilisinin olmaması damat adayının en hoşuna giden durum olmasına rağmen İrem "annemle beraber oturmayacağını söyledi" gerekçesiyle elenmektedir. Ve Emine Hanım "yogiciyi eliyoruz, tipi de yogi" diyerek hem mesleğini aşağılayarak hem de fiziksel olarak aşağılayarak İrem'i elemektedir. Yaşamını bu işi yaparak sağlayan bir kadının mesleğinin aşağılanması durumunun söz konusu oluşu bu elemelerde adayların birbirleriyle kıyaslanarak sen bu adaydan daha güzelsin şeklinde değerlendirmeler de yapılmaktadır. Program sunucusunun biz fiziksel olarak değil yaşantısıyla tanıdığımız adaylar arasında eleme yapıyoruz uyarısına Emine Hanım'ın cevabı programda tartışma konusu olmaktadır. Gelin adayımın dış güzelliği de önemli, güzel olsun ki torunumda güzel olsun yorumu yapılmaktadır. Emine Hanım oğluna son olarak şu tavsiyeyi vermektedir. Bak oğlum ben güzelim, baban da güzeldi sende güzelsin olmaktadır.

Bu bölümde seçilen aday evcil hayvanları olan ve Emine Hanım tarafından kabul edilmeyen Derya olmaktadır. Derya evcil hayvanlarını annesine bırakacağını ve Emine Hanım'ın evinde yaşayacağını kabul ederek Şehmus'la mutlu bir beraberliğe adım attıklarını söyleyerek programdan ayrılmaktadır. Şehmus ise annemi zor ikna ettim yorumuyla programdan ayrılmaktadır.

3.4.5. Gözüm Sende Programının 24. Bölüm (1 Ocak 2017) İncelemesi

Bu bölümde programa annesi ile katılan seçici aday Soner Bakaner, 25 yaşında İstanbul'da emlak danışmanlığı yapmaktadır. Kendini tanıtırken ağır başlı ve maço olarak tanıtan seçici aday, evleneceği kişiden ailesine saygılı olmasını beklediğini vurgulamaktadır.



Resim 3.11. 24. Bölüm Seçici Adayın Tanıtım Görüntüsü

Tanıtım videosunun ardından seçici aday, annesi ve sunucuyla stüdyoda program akışı başlamaktadır. Sunucu seçici aday ve annesinden beğenebilecekleri gelin adayına dair beklentilerini sormaktadır. Seçici adayın annesi hayalindeki gelin adayının konuşkan, sıcakkanlı, güler yüzlü ve sempatik olmasını beklemekte ve Trakyalı olduklarını belirterek yörelerine uyum sağlayabilecek bir gelin adayı beklentisi içerisinde olduğunu beklemektedir. Yukarda bahsetmiş olduğumuz yüz yüze teması gerekliliği burada da karşımıza çıkmaktadır. Seçici adayın annesi görsel olarak oğlunun yanına yakışır bir gelin adayı aradığını vurgulamaktadır.

Sunucu, çağımızda sıkça karşılaştığımız dövme, piercing gibi farklı ve önemli bir noktaya değinmektedir. Seçici adayın annesinin bu konulara nasıl yaklaşacağını sormaktadır. Seçici adayımızın annesi toplumumuzdaki birçok kayıvalide adayı gibi bu konulara yadırgayıcı bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Bunu yaparken sadece gelin adayını bu konuda eleştirmemiş, kendi çocuklarının da böyle tavırlar sergilemesi

durumunda karşı çıkacağını belirtmiştir. Herhangi bir şeye karşı duyulan sevginin onun dövmesinin vücuda yaptırılarak anlatılamayacağını, sevginin yürekte taşınması gereken bir duygu oluşunu belirtmektedir. Aslında burada seçici anne adayının vurgulamak istediği şey kendi çocuklarını yetiştirdiği aile yapısı ve kültüre uygun, ailelerinin içerisine girdiğinde onlara uyum sağlamakta zorluk çekmeyecek bir gelin adayı bulmaktır.

Seçici aday kameraları takılı bir şekilde kendilerine bağlantı yapılmasını bekleyen Özge, Kader, Neslihan ve Selin isimli gelin adaylarından ilk olarak Özge'yle iletişime geçmektedir. Özge'nin erkek ve bayan güzellik danışmanı olduğunu söylemesi üzerine seçici adayın annesi neden mesleğini sadece bayanlar üzerine devam ettirmediğini sormaktadır. Türk aile yapısında özellikle aile kurumu kurulduktan sonra gelin adayının erkek birey olarak sadece aile eşrafi çevresindeki erkeklerle iletişim halinde olması beklenir. Bunun dışında kalan erkek bireylerle iş dünyası içerisinde bile olsa aşırı temas gerektirecek durumlarda bulunması hoş karşılanmamaktadır. Özge'nin müşterilerine nasıl davranması konusunda bilinçli olduğunu söylemesi ve işi gereği iş samimiyeti çerçevesinde yaklaştığını belirtmesi bile seçici anne adayı olan Şevkiye Hanım'ın bu olaya tepkisini azaltmamaktadır.



Resim 3.12. 24. Bölüm Talip Aday Özge'nin Ev Bağlantısı

Bir diğer konuda kayın valide adayı olan Şevkiye Hanım'ın gelin adaylarının kendisine daha tanışmanın başında anne demelerini beklemesidir. Bu konu geleneksel

yöntemlerle kurulan aile kurumlarında bile zamana bağılı olarak şekillenen bir durumken programda hızlı bir şekilde talep edilen bir konu olması medya tarafından her şeyin ne kadar hızlı tüketildiğinin bir kanıtını oluşturmaktadır. Nitekim talip aday olarak katılan Özge bile bunu kabul etmemiştir.

Kayın valide adayları için gelin adaylarının evlerinin düzenli ve temiz olması en önemli faktörlerden bir tanesidir. Özge'nin yeni taşındığı ve çalışan bir bayan olduğu için düzenini tam oturtamadığı belirtmesi Şevkiye Hanım'ın Özge'nin düzensiz olduğu algısını değiştirmeye yetmemektedir. Seçici aday, Özge'nin ev düzeni ya da işi ile ilgilenmekten daha çok kendisini neden seçtiği ve neden ona talip olduğu konularıyla ilgilenmektedir. Gelin adayı, seçici adayın karakteri ve yaşam tarzıyla kendini hayat anlayışının uygun olduğu düşüncesi ile adaya talip olduğunu belirtmektedir.

İkinci bağlantı adaylardan Kader ile sağlanmaktadır. Kader'in ailesiyle yaşıyor olması ve kendi annesinin de seçici aday ve annesiyle iletişim kuracağını belirtmesi Şevkiye Hanım için olumlu bir bakış açısı yaratmaktadır. Görülüyor ki dünürle iletişim konusu önemli bir faktördür. Seçici aday olan Soner'in ev ortamındaki kahve fincanını görmesi ve bu olay üzerinden bağlantı kurarak Kader'e batıl inançlarının olup olmamasını sorması Soner'in gelin adaylarının fiziksel özelliklerinden çok karakter yapılarına önem verdiğini bir kez daha göstermektedir. Gelin adayının batıl inançlara bağılı olması ve kendi annesinin de bu konuda kızına destek olması Soner ve annesi açısından hoş karşılanmamaktadır. Daha sonrasında Kader'in kayın valide ile birlikte yaşama fikrine karşı çıkması Şevkiye Hanım'ın gözünde gelin adayı olabilmesi yönündeki fikrini tamamen olumsuz etkilemiştir. Şevkiye Hanım'ın en başta belirttiği samimi bir aile ortamı olması yönündeki talebini sarsacak yöndeki kayın validemle birlikte oturmam ve mümkünse uzak bir yerde ev tutarım söylemleri Şevkiye Hanım'ın gelin adayından tamamen vazgeçmesine sebep olmuştur.



Resim 3.13. 24. Bölüm Talip Adaylardan Neslihan'ın Annesi ile Tanışma

Üçüncü olarak gelin adaylarından Neslihan'a bağlantı sağlanmaktadır. Neslihan seçici aday ve annesini kendi annesiyle görüştürmektedir. Şevkiye Hanım, Neslihan'ın annesini yani dünür adayını çok sevdiğini ve beğendiğini belirtmektedir. Şevkiye Hanım oğlunun çok fazla sosyal hayatı olmadığını, gelin adayının ne sıklıkla dışarı çıktığını sormaktadır. Şevkiye Hanım için gelin adayının ne kadar tutumlu olduğu konusu evi çekip çevirebilme bağlamında fikir vermek açısından önem arz etmektedir.

Son ve dördüncü aday olan Selin'e yapılan bağlantıda Selin bulaşık yıkarken karşımıza çıkmaktadır. Gelin adayının Şevkiye Hanım'ın her söylediği şeyi kabul etmesi, olumsuz olan tüm eleştirilerine tamam demesi hem Şevkiye Hanım hem de Soner tarafından samimiyetsiz olarak değerlendirilmiştir.



Resim 3.14. 24. Bölüm Talip Adaylardan Selin'in Ev Görüntüsü

Gelin adayının annesinin ikinci evliliğini yapması sebebiyle annesiyle görüşmüyor olması Şevkiye Hanım tarafından hoş karşılanmamıştır. Hatta bu noktada Şevkiye Hanım geleneksel ritüelleri yıkarak baba evlendiğinde toplumun buna karşı çıkmamasını fakat anne evlilik yaptığında buna hoş gözle bakılmamasını eleştirmektedir. Şevkiye Hanım bunu öğrenmesi üzerine Selin'in daha ilk görüşmelerinde kayın valide adayının her dediğini yapması ve bunu uysal bir karakter olduğunu belirterek açıklamasına karşın gelin adayının annesine karşı aynı uysallığı göstermemesi sebebiyle yaptıklarını oğlu Soner'le birlikte şov olarak nitelendirmiştir.

Talip adaylarla sağlanan bağlantıların tamamlanmasından sonra final bölümüne geçilmektedir. Soner ilk olarak üslubunu beğenmediğini, annesiyle konuşurken konuşma saygısını sağlayamadığı gerekçesiyle Özge'yi elemektedir. Bu eleminin ardından ikinci elenen isim Kader olmaktadır. Kader'in elenme sebebi ise çok fazla takıntılarının ve batıl inançlarının olmasıdır. Soner'in son elediği isim Neslihan'dır. Neslihan'ın aşırı özgüvenli olması ve özgürlüklerine düşkün olması elenme sebebi olarak damat adayları tarafından açıklanmaktadır.

Burada gün boyu tanıma maksatlı görüşmelerin sonucunda damat adayları için annesine karşı gösterilen tutumun en belirleyici faktör olduğu görülmektedir. Evliliklerde her ne kadar damat adayları anneleri ile farklı fikirlerde olmuş olsalar da kayın valide adayının damat figürü üzerinde ne kadar etkili olduğunu yapıla program analizinde görülmektedir.

Ve bu elemelerin ardından seçilen aday Selin olmaktadır. Damat adayının gün boyu söylenilen her şeyi kabul ettiği gerekçesiyle samimiysiz bulunduğu, insanları çizgisi olmalı her şeye evet dememeli diye eleştirilen Selin seçilen aday olmaktadır. Burada aslında gelin adaylarına bakılırken eleştiri unsuru olarak her türlü durumu kabul eden Selin genel gelin adayı profiline daha uygun bulunmaktadır. Seçilme sebebi olarak damat adayının kendisini uyumlu buluyorum ifadesi de aslında ilk başta en çok eleştirdiği nokta olmaktadır.



Resim 3.15. 24. Bölüm Final Sahnesi

Belirlenen kategoriler çerçevesinde **iletişim türü** olarak yüz yüze iletişimden kitlesel iletişime geçiş sürecinde kız isteme geleneği kavramından yola çıkılarak içerik analizi yapılan Gözüm Sende programında evlenme eyleminin ilk aşaması olan kız isteme töreni yüzyıllardır devam eden şeklinden farklı bir formda yansıtılmaktadır.

Yüz yüze iletişim türüyle gerçekleşen kız isteme törenlerinin yanı sıra televizyon programlarında karşılaşılan kız isteme, kız görme aşamalarında kullanılan iletişim türü aracılı (dolaylı) iletişimidir. Kaynak ile mesajı alacak hedef kitlenin birbirlerini görme şanslarının olmadığı zamanlarda ortaya çıkan iletişim şeklidir.

Bu bağlamda Gözüm Sende programında kullanılan bir diğer iletişim türü aracılı iletişimidir. Bu iletişim şeklinde araya herhangi bir aracının girmesi söz konusudur. Bahsedilen bu aracı kız isteme törenindeki araya giren birey değil telefon, radyo, televizyon gibi aracılı iletişim teknolojisidir. Bu iletişim şeklinde gönderici ve alıcının

birbirlerini görmeleri söz konusu değildir. Gözüm Sende programında da evlenmeye aday bireyler ve aileleri birbirlerini görmeden üstlerine takılan kamera aracılığı ile iletişime geçerler. Aralarında doğrudan bir iletişim söz konusu olmamaktadır.

Araştırmanın konusu olan Gözüm Sende programında kullanılan bir diğer iletişim türü kitle iletişimidir. Kitle iletişimi kitle kavramı ile ilgili düşünülmektedir. Kitle iletişimi, kitle denilen insanlara yönelik kurulan iletişimdir. Kitle, sosyal sınıfların aksine ülkedeki tüm halkı kapsayan büyük bir yapıdır. (Durgun, 1997: 61).

Katılımcıların hiçbirinin birbirlerini görmediği, hatta izleyicilerinde programa katılan talipleri görmediği bu süreç programın sonlarına doğru değişmektedir. Talip olarak gelen bireylerin, talip olunan bireylerle karşılaşmasından sonra izleyici de hepsini görebilmektedir ve iletişim şekli toplumların bir bölümü veya hepsinin alıcı durumunda bulunduğu, kitlelere yönelik iletişim olan kitle iletişim şekline dönüşmektedir. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla enformasyon kısa bir sürede geniş insan gruplarına dağıtılabilmektedir.

Gelenek ve ritüeller çerçevesinde değerlendirildiğinde evlilik sürecinde ilk aşama olan kız isteme ya da birine talip olma noktasında genellikle ilk adım erkek ve ailesi tarafından atılmaktadır. Programda bu yaklaşım geleneklerimizde bulunmayan bir tarzda oluşturulmuştur. Programa başvuran kadın ve erkek adaylar cinsiyet farkı gözetilmeden birbirlerine talip olarak katılabilmektedirler.

Toplumsal olarak bakıldığında kız isteme törenlerinin evlilik türü fark etmeksizin en sık karşılaşılan ritüelleri programda kullanılmamaktadır. Kız isteme töreninin yüz yıllardır süren kahve ikramı ritüeli ve kız isteme diyaloguna, incelenen bölümlerin hiç birinde rastlanılmamaktadır. Kız istemeye giden ailenin çiçek ve çikolata ile kız evine gitmesi, yanlarında aile büyüklerinden birkaç kişinin olması, kız evinin kahve ikramı, "Allah'ın emri Peygamberin kavli ile kızınızı oğlumıza istiyoruz" kavramı hepsi kız istemede gerçekleşen ritüellerdir.

Toplumda kız isteme törenlerinde gelin adayının çok fazla dâhil olmadığı bilinmektedir. Arka planda fikrini beyan etse de görücü olarak gelen ya da istemeye gelen aileyle birebir konuşmalara pek rastlanılmamaktadır. İncelenen program çerçevesinde gelin adayı ya da damat adayı süreçte tüm bu diyalogların içerisinde bulunmaktadır.

Karakterler, Ebeveynlerin Rolü ve Aile Kavramı; Aile kavramı sadece evlenme sürecinde değil toplumsal yaşam içerisinde alternatif olmayan ve önemini koruyan sosyal bir organizmadır. Evlenme gibi önemli bir süreçte de aile büyüklerinin etkisi oldukça önemlidir. Geleneksel yapımızda kız isteme törenin en önemli unsuru bu törenin aile büyükleriyle gerçekleşmesidir. Hem isteme töreni hem de bu eylemin sonucundaki olumlu ya da olumsuz karar yine aile faktörüyle şekillenmektedir. Geleneksel yapıda bu önemi barındıran ebeveyn ve aile kavramları programda neredeyse yok denilecek kadar az öneme sahiptir. Sadece anne karakteri programda kayın valide formuyla yaşatılmaya çalışılmakta ancak baba ve diğer aile büyükleri ve akrabaları programa hiç dâhil edilmemektedir.

Programa katılan erkek ve kadın adayların tamamı programda ailelerinin kararının önemli olduğunu belirtmektedirler ve tercihlerini yaparken bu kararların etkili olduğunu vurgulamaktadırlar. Geleneksel yöntemlerde özellikle görücü usulü evlilik türünde sık rastlanılan ailenin kararına itaat etme faktörü programda da geleneksel yöntemlerle paralellik göstermektedir.

Dünür, Dünürçülük, Görücü Kavramları; İncelenen bölümlerde çok az rastlanılan dünürlerin tanışması aşamasında, dünürlerin diyalogları çok kısa ve birbirlerini tanımaya yönelik olmamaktadır. Bu bölümde karşılıklı olarak herhangi bir tanışma ve selamlaşma anı yaşanmamaktadır. Geleneksel yöntemlerle karşılaştırıldığında yeni akraba bağlarının kurulduğu bu oluşum her iki ailenin fertleri tarafından önemli bulunmaktadır ancak programda bu yeni akrabalık oluşumunun tanışma bölümü dahi önemsiz bir şekilde işlenmektedir.

Görücü ve dünürçülük noktasında programda bu rolü üstlenen herhangi bir karakter bulunmamaktadır. Çok az da olsa aradaki diyaloglarda ya da gergin anlarda araya giren sunucu bu rolü üstlenmeye çalışmaktadır. Geleneksel yöntemlerde evlilik türlerinde önemli bir noktada bulunan görücü karakteri sürecin başından sonuna kadar aktif ve önemli bir yere sahiptir. Evlilik sürecinde ilk adımın atılması gibi kritik bir rolü olan görücü karakteri programda herhangi bir öneme sahip olmamaktadır.

Damat adayının özellikleri; tanışarak ya da görücü usulü şeklinde evlilik türü farklı olsa bile evlatlarını evlendirecek aileler için damat ve gelin adayı ve sahip olduğu özellikler önemlidir. Toplumda, evlenecek adayların aileleri ilk aşamadan sonra mutlaka

adayı çeşitli konularda araştırmakta sadece meslek ve maddi konularda değil kişilik ve ahlaki yönlerini de öğrenmeye çalışmaktadırlar.

Damat adayının özelliklerinin program başladığı andan itibaren net olarak sorulmadığı programda, program ilerlerken damadın mesleğini söylemesi de kızın ve ailesinin çok önemsemediği izleyenlere yansımaktadır. Geleneksel yapıda erkeğin işi, evini geçindirecek bir mesleğe sahip olması gibi faktörlere dikkat edilmektedir. Kız annesi ve erkek annesinin ilk diyalogunda kız annesi “oğlunuz sinirli midir?, Neşe durumu nasıldır, gülüp, konuşmayı sever mi? Yoksa içine kapanık biri mi? gibi sorular sormasının ardından erkek annesi oğlu hakkında çok neşelidir şeklinde açıklama yapmakta ve bu konu kısaca kapanmaktadır. Geleneksel Türk toplumunda çok önemsenen ve damat adayında aranan belirli kalıplar üzerine herhangi bir söylem bulunmamaktadır. Seçici aday Yağmur talibinin annesine Cihan sizinle kız arkadaşlarını tanıştırır mı? sorusunu yöneltmektedir ve bunun dışında damat adayını tanıyıcı başka bir soru sormamaktadır.

Programın formatında talip olan adayların fiziksel görünüşleri en sona bırakılmaktadır. Seçici aday ve annesi damat aday hakkında konuşurken aile fertlerinden bazılarını gördükten sonra adayın fiziksel özelliklerine dair tahminlerde bulunmaktadırlar. Bu da aslında görücü usulü evliliklerde ve geleneklerimizde var olan ailelerin anlaşmasının hemen sonrasında sonrası kızın ve oğlanın birbirini görmelerinin ne kadar karar verme aşamasında gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Her ne kadar program formatı fiziksel özellikleri arka planda tutmaya çalışsa da adayların kararlarında dış görünüş ilk ve en etkileyici basamak olarak göze çarpmaktadır.

Türk aile yapısında ataerkil bir toplum olmanın da etkisiyle birlikte aile reisi figürünün çoğunlukla ağırbaşlı, çalışkan ve olgun olması beklenmektedir. Gelin adayının ebeveynleri, ciddiyetsiz ve rahat hareketleri zayıflık olarak görmekte ve ev geçindirebilme sorumluluğunu damadın yerine getiremeyeceğini, bu rahatlığın ilerde saygısızlık ve sorumsuzluk doğuracağını düşünmektedirler. Seçici adayın annesinin damat adayını çok konuşması ve fazla gülmesi sebebiyle eleştirmesi bu konu için güzel bir örnek oluşturmaktadır.

Mekânsal ve Zamansal olarak; Mekânsal olarak seçici aday Yağmur taliplerinden Cihanla konuşmasında iş yerini temiz bulduğunu ama evlerini de görmek

istediklerini söylemektedir. Burada geleneksel yöntemle evliliklerde kız isteme töreni bitince kız tarafı da damadın evine gitmektedir ama programın bu bölümünde bu aşama daha erken karşımıza çıkmaktadır. Gelenek ve ritüellerimizde bulunan kızları istenilen ailenin damat adayını ve ailesini araştırması, soruşturması, iş yerini, evini merak etmesi gibi durumlar söz konusudur. Programda da aslında gerçek hayattaki bu merak ve araştırma unsuru evlerine, işyerlerine bağlanarak ya da arkadaşı, işyeri ortağı gibi kamera açısına takılan insanlarla iletişime geçilerek bu sağlanmaya çalışılmaktadır. Hatta direkt izlenme imkânı da sunulmaktadır.

Çalışmanın kavramsal bölümünde bahsedilen, geleneklerimizde yer alan ancak günümüzde de zaten artık dikkat edilmeyen kız istemeye bazı özel düşünülen günlerde gidilmesi programda da dikkat edilen bir unsur değildir. Hem günümüz toplumunda hem de programda bu şekilde bir zamansal kısıtlamaya rastlanılmamaktadır. Günümüzde artık geçerliliğini pek korumayan pazartesi ya da çarşamba ya da Cuma günü kız istemeye gidilir anlayışı kalmamıştır.

Mekânsal olarak; toplumda kız isteme töreni ya da düğün öncesi aşamalar kızın evinde gerçekleşmektedir. Mekân unsuru kız evinde başlayan bir süreci ifade etmektedir ve değişmeyen bir gelenek olarak devam etmektedir. Ancak programda görüşmeler esnasında adaylar mekânsal olarak belirli bir mekânda değil iş yeri, spor merkezi, dış alanlar gibi birçok yerde bağlantı sağlanmaktadır.

Hediye (takı); Geleneksel olarak birçok yörede farklı biçimlerde de olsa hediye ya da takı unsuru büyük ölçüde yer almaktadır. Literatür bölümünde ayrıntıları ile değinilen ve toplumda sık karşılaşılan bu unsur programda neredeyse hiç konu olmamıştır. İncelenen bölümler arasında ne gelin adayı ve damat adayı arasında ne de aile faktörünü temsil eden kayınvalide tarafından herhangi bir hediye konusu ile karşılaşılmamaktadır.

SONUÇ

“Yüz Yüze İletişimden Kitlesele İletişime Geçiş Sürecinde Bir İletişim Formu Olarak Kız İsteme Geleneği: Gözüm Sende Programı Örneği” “başlıklı bu tez çalışması Gözüm Sende programının seçilen 10 Eylül 2016, 8 Ekim 2016, 22 Ekim 2016, 23 Ekim 2016, 1 Ocak 2017 tarihli beş bölümü içerik analizi yöntemi kullanılarak oluşturulan kategoriler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Türkiye’de önemli bir yer tutan, temelde evlenmekten daha çok ekranlara çıkma isteğinin ön planda olduğu ve sonunda toplumun en temel ve en önemli birimlerinden biri olan evlilik kurumunun bir şova dönüştüğü evlilik programları paralelinde “Gözüm Sende” programında, evlenmek isteyen adayların gelenekleri, bu programların formatları bağlamında nasıl bir forma dönüştürdükleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Kız isteme geleneğinin nasıl bir iletişim biçimine dönüştüğünü ve bununla birlikte evlenmeye ait kültürel geleneklerin hemen hemen hepsinin Gözüm Sende programına ne şekilde yansıdığı, bu programlarda geleneklerin ve evlenme ritüellerinin ne kadarının yaşatıldığı incelenmiştir.

Geleneklerimize göre öncelikle evlilik çağına gelmiş olan kız ya da erkeklere kendi hayat tarzlarını bilen akrabaları ve yakın çevreleri tarafından evlenilmek üzere uygun gelin ve damat adayları önerilir. Eğer önerilen aday uygun bulunursa erkeğin ailesinden başta anne olmak üzere bir bayan grubu kızı evinde görmeye giderler. Burada kızın oturması kalkması, büyüklere saygısı ve birçok açıdan hareketleri gözlemlenmektedir. Televizyon programlarında kız evine ziyarete gitme ya da kızı bir ev veya aile ortamında görmeleri mümkün değildir. Ayrıca sadece erkeler değil bayanlarda erkek adaylara talip olabilmektedirler. Geleneksel yapıda kadınların evlenme isteği ya da buna benzer bir adım atması hoş karşılanmazken televizyon programlarında bunun önü açılmaktadır. Görücü usulü evliliklerde kıza görücü gidilmesinden sonra kızın aile büyükleri onay verirse kız ve oğlan birbirlerini tanımak için baş başa buluşabilirler. Televizyon programlarında evlenmek için bulunan bireylerin bu aşamaları daha farklı ilerlemekle birlikte, iletişim şekli olarak sadece bu ikilinin olması gereken yüz yüze iletişimi kitlesele bir forma bürünerek tüm izleyicilerin önünde yaşanmaktadır.

Tez konusunun merkezini oluşturan kız isteme töreninde gerçekleştirilen ritüeller konusunda geleneksel yöntemle televizyon programı arasında farklılık bulunmaktadır. Kız isteme töreninde geleneklerde kız verilene kadar damat adayı ortamda bulunmaz aile büyükleri konuşurlar ve birbirlerini gözlemlerler. İncelenen Gözüm Sende programında ise bulunması gereken aile büyüklerinin yerine sadece anne yer almakta ve damat adayı başından sonuna kadar bu işleyişe eşlik etmektedir. Ayrıca tören esnasında ritüel olan ve yüzyıllardır hiç değişmeden devam eden kahve ikramı esnasında sadece ortamda bulunan gelin adayını programda başından itibaren kayınvalide adayıyla diyalog halinde bulunmaktadır. Toplumda gelin adayının düğün gerçekleşene kadar uygulanan bütün geleneksel ritüellere karşı var olan isteklerini aile büyükleri aracılığıyla damadın ailesine iletmesi uygun karşılanırken, programda birebir damat ve annesiyle konuşması aykırı bir davranış olarak nitelendirilebilir.

Kız isteme olgusu belirli gelenek ve göreneklere göre gerçekleştirilmektedir. Damat adayını ve ailesinin aynı anda birden fazla gelin adayına görücü olarak gitmesi hoş karşılanmamaktadır. Herhangi bir gelin adayının ailesiyle bir görüşme süreci devam ederken aynı damat adayını için başka bir gelin adayına görücü gönderilmesi hoş karşılamazken, görücü kabul eden gelin adayını ve ailesinin de başka bir damat adayını görücü olarak kabul etmesi hoş karşılanmamaktadır. Ancak incelenen programda seçici aday aynı anda birden fazla taliple görüşmeyi sürdürmektedir. Seçeneğin çok olması ve adaylarla aynı anda görüşülmesi rekabet duygusuyla birleştiğinde ve seçici adayın aklında biri olmazsa diğeri olur çoklu seçeneğinin yer alması stres ve rahatlık gibi duyguları attırdığı için rencide edici ve üslup bozukluğuna yol açan konuşmalara sebep olmaktadır. Buda evlilik kurumunun daha ilk baştan ciddiyeti ortadan kaldırmaktadır.

Geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen kız isteme ritüelinde gelin adayının ailesi vakur ve ağırbaşlı bir tavır içerisinde bulunmaktadır. “Kız evi naz evidir” atasözünde anlatmak istenildiği gibi kız verilene kadar gelin adayının ve ailesinin istekleri göz önünde bulundurulmak zorundadır. Gelin olgusu yüceltilmekte ve yanlış bir tavır karşısında bu işin olmayacağı endişesi güdülmektedir. Bu endişe gelinin kendisi tarafından değil aile büyükleri tarafından kızlarının ne kadar değerli olduğunu hissettirmesiyle doğru orantılıdır. Ancak programda gelin adayını aile büyüklerini ekarte ederek sadece kendi muhattabiyet kurduğu için ebeveyn otoritesinin saygınlığını ortadan kaldırdığı düşünülebilir.

Birçok Türk yöresinde kız verildikten sonra kızın artık damadın ailesinin bir üyesi olduğunu belirtmek amacıyla damat tarafı tarafından bir nişane bırakılır. Genel olarak bizdeki karşılığı damat ve kıza birer söz yüzüğü takılmasıdır. Daha eskilerde gelinin başına damadın annesi tarafından örtülen bir başörtüsü ya da bir hediye bu anlamı taşımaktadır. Program incelendiğinde seçici aday taliplerden birine karar verse bile program sonunda bunun ciddiyetle sonuçlanacağına dair hiçbir algı izleyiciye geçmemektedir. Sadece ortada diğer adaylarını elemiş ne olarak konumlandırıldığı belli olmayan seçilmiş bir talip bulunmaktadır. Aynı aday birkaç hafta sonra aradığım insan o değilmiş şeklindeki ifadelerle tekrar aynı programa katılabilmektedir. Programda seçici adaylar çok mükemmel talip olan adaylar ise alelade ve eksik yönleri olan bireyler olarak yansıtılmaktadır.

Gelin adayını öneren, kız bakma, kız görme aşamalarında aktif rol oynayan aracı, gelin adayının ailesince hoş karşılanan, ahablığı bulunan, yaşadıkları yerin ileri gelen insanlardan olan bir kişidir. Aracı, arabulucu, dünürcübaşı olarak adlandırılan bu kişinin seçilmesinin sebebi eğer kız tarafı kızını vermeye gönüllü değilse bile özellikle kız babasını yumuşatacak ve hayır demeye çekinecek birisi olmasıdır. Programda bu karakterin karşılığı tam olarak bulunmasa bile bu rolü kısmen sunucu karşılamaktadır.

İletişim türlerinden biri olan yüz yüze iletişim bireylerin birbirlerini en açık halleriyle görmelerine ortam sağlamaktadır. İnsanların sadece ses tonları, söylediklerinde ne kadar ciddi olup olmadıklarını, ne kadar samimi olup olmadıklarını, doğru söyleyip söylemediklerini anlamlandırmada tek başına bir ölçüt olarak kabul edilemez. Konuşurken ki yüz ifadesi, mimikler, fiziksel hareketler söylenilen sözlerle bir bütün olduğunda net ve açık bir ifade ediş biçimi olarak değerlendirilebilir. Geleneksel yöntemlerde kız isteme de iletişimin yüz yüze yöntemle sağlanması, ifadelerin çıplak bir şekilde göz önüne sunulmasını sağlarken programda adayın kendisinin görülmemesi iletişimin sağlıklı bir boyuta taşınmasına sebep olmaktadır.

Gelin ya da damat adayının mesleği her iki aile tarafından da önemsenen bir konu olmaktadır. Gelinin işi ailesine ve evine vakit ayırıp ayıramayacağı yönü ile değerlendirilirken, damadın işi ev geçimini rahatça sağlayıp sağlamayacağı yönü ile irdelenmektedir. Gelin adayına iş konusunda bile manevi ölçülerle yaklaşılrken, damat adayının mesleğine tamamen maddi yönü ile bakılmaktadır. Toplumumuzda genel yargı

olarak gelin adayının ev hanımı, öğretmen, hemşire gibi meslek gruplarından olması tercih edilmektedir. Bunlar dışında çağdaş meslek grupları ya da fazla mesai gerektiren iş kolları aile hayatında aksamalara sebep olabileceği düşünülerek hoş karşılanmamaktadır. Damat adayının tercihen süreklilik arz eden ve risk taşımayan bir meslek grubunda olması tercih edilmektedir. Programda da şahısların hangi işle meşgul oldukları sıklıkla sorulan sorular arasında yer almaktadır. Özellikle seçici bayan adaylardaki beni geçindirebilecek mi algısı dikkat çekmektedir.

Damat ve gelin adaylarının fiziksel olarak birbirlerine uygunluğu da önemli bir diğer konudur. Toplumumuzda damadın annesi ya da yakınları her şeyden önce kıza görücü olarak gittiklerinde fiziksel özelliklerini değerlendirmektedirler. Kayın valide adayları genel anlamda özellikle evlilik görücü usulü yapılacak ise oğullarının fiziksel görünüşü olarak nasıl bir gelin adayı istediğini bilmektedirler. Daha sonra ailelerin anlaşmasıyla gelin ve damat adaylarının birbirlerini görmelerine müsaade edilmesi tekrar fiziksel olarak birbirini görmenin ve yüz yüze iletişimin gerekliliğini vurgulamaktadır. Program işleyiş olarak geleneksel yöntemin zıttı olarak ilerlemektedir. En son karar aşamasında bile damat seçtiği adayın kim olduğunu görsel olarak tanımlayamamaktadır.

Türk aile yapısında kadın figürü her zaman aileyi toparlayıcı ana karakter rolünü üstlenmiştir. Yuva denilen ev ortamındaki düzen, temizlik, yemek gibi diğer aile bireylerinin ihtiyaç duyduğu tüm olguları sağlamakla mükelleftir. Bu sebepten ötürü kayın valide adaylarının gelin adaylarında ilk ilgilendikleri konunun temizlik, yemek ve tertip olduğunu gözlemlenmektedir. Karakter olarak gelin adayının ne kadar olumlu özelliği olursa olsun sayılan bu üç kavramda yetersiz iseler kayın validenin kararı olumsuz olmaktadır. Programda kayınvalide adayının gelin adayının giysi dolabını ve buzdolabını açmasını istemesi, yatak odasını görmek istemesi, mutfakta bulaşık olup olmadığını kontrol etmesi, gelinlerinin bu konularda ne kadar yeterli olduğunu görmeleri açısından açıkça sunulmuş ve özel denilebilecek alanlarına girilmesine olanak sağlanmıştır. Toplumumuzda bu tarz hareketler karşısındaki bireye saygısızlık olarak algılanmaktadır. Kayın valide adayları görücü olarak gittikleri evde sadece göz ucuyla bu değerlendirmeleri yapabilmektedirler.

Televizyon toplumumuzdaki en yoğun kullanılan kitlesel iletişim aracıdır. Evlilik gibi saygıdeğer bir müessesenin ve bu müessese içinde yer alan şahısların özel denilebilecek alanının kendilerine saklı kalmaması ve tüm ülkenin gözleri önünde bu sürecin gerçekleşmesi, insan psikolojisi üzerinde olumsuz yaşanan durumlar karşısında kalıcı hasarlar bırakabilecek boyutlara ulaşabilmektedir. Programın son aşamasında adaylar birebir açığa çıkmakta ve tanımadıkları milyonlarca kişi onların olumlu ya da olumsuz iletişimlerine tanık olmaktadır. Bazı durumlarda üslup rencide edici bir hal almakta ve adayın ekranda görülmesiyle birlikte etrafında bulunan samimi ya da samimi olmadığı ya da hiç tanımadığı insanlar tarafından eleştirilere maruz kalmasını sağlamaktadır. Geleneklere göre eğer bir kız isteme ritüeli olumsuz sonuçlanacak ise iki tarafta hayırlı değilmiş şeklindeki cümlelerle rencide edici bir üslup kullanmadan olayın üstünü örtmektedirler. Programda ise sadece damadın seçtiği adayı tanıtmak yerine seçilemeyen adaylarda belli eleştirilere maruz bırakılarak reddedilmektedirler.

Bir toplumu oluşturan temel taşlardan en önemlisi o toplum bireylerini birbirlerine yaklaştıran, olaylar karşısında ortak duyguları verebilme olanağını sağlayan gelenek ve göreneklerdir. Yüzyıllardır yaşatılan gelenek ve göreneklerimiz bulduğumuz toplumun dinsel anlayışıyla da birleştiğinde son derece hoşgörülü, saygılı, mütevazı bir çizgide yer almaktadır. Toplum bireylerini birbirlerine bağlayan en önemli yapı taşı ananelerdir. Özellikle doğum, ölüm ve evlilik konularında her yörenin yüzyıllardır istisnasız bir şekilde çeşitli ritüeller bulunmaktadır. Bu ritüeller genel anlamda bakıldığında her şekilde aynı toplumsal kaygıları taşıyan insanları büyük olaylarda hoşgörü ve yardımlaşma çerçevesinde bir araya getirmek için kurgulanmıştır. Yapılan evlilik programında görülüyor ki geleneklerimizin bizi büyük topluluklar halinde bir araya getirmek üzere kurguladığı evlilik vb. olaylarda bu programlar bireyselliğe yönelik ve ayrıştırıcı bir misyon yüklenmektedirler. Her ne kadar kitlesel bir iletişimden söz edilse de kameralar kapandığında ve televizyonların fişi çekildiğinde herkes tek başınadır. Bu anlamda kitlesel iletişimin doğum, ölüm ve evlilik gibi insani boyutları birebir ilgilendiren ve duygusal açlığın yoğun olduğu olaylarda çokta etkili olmadığı görülmektedir. Etkisi bir anda çok büyük kitlelere ulaşabilir fakat etkinliği de aynı hızda unutulmaya meyil göstermektedir.

Bir diğer noktaya değinilecek olursa bu tarz programlar sadece evlenecek yaşta olan bireylere değil yaş faktörü gözetmeksizin tüm toplum bireylerine ulaşabildiği için

akıl çağına yeni girmekte olan çocuk gençlerde evlilik algısını tamamen değiştirmekte, evliliğin özel olmayan, herkes tarafından irdelenebilecek, saygının yer almadığı, üsluba dikkat edilmediği, sürekli olagelen aşağılamaların normal karşılandığı alelade bir kurum olarak zihinlerine yerleşmesine sebep olmaktadır. Bu algının böyle sağlıksızca zihinlerine yerleşen bireylerden toplumun temel taşı olan aile kavramını hak ettiği bir biçimde yerine getirmeleri beklenemez. Aile yapısı zedelenmeye başladığında toplumun başta ufak tefek aldığı yaralar daha sonra tedavi edilemeyecek boyutlara ulaşmaktadır.

Gelenek ve göreneklerimiz o kadar mütevazı ve naif bir çerçeve içerisinde bize sunulmuştur ki evlilik müessesesi için kız isteme ritüelinde bireyler kendi hadleri olmayarak Allah'ın emri ve Peygamberin sünnetiyle kızı kendilerine gelin olarak istemektedirler. Buda bize toplumun temeli olan ve toplumu oluşturan aile kavramının ne kadar kırılgan, hassas ve saygıdeğer bir müessese olduğunu bazı televizyon kanalları ve programlarının sadece maddi çıkar gözeterek toplum karşısına çerez olarak çıkartabileceği alaycı bir üslupla aile ve evlilik kavramını ne kadar zedeleyebileceğini göstermektedir.

Nihai olarak analizini yaptığımız Gözüm Sende programında geleneklerimizi düzgün bir şekilde yansıtan sağlıklı kurulmuş iletişim ve ilişkilere rastlayamamaktayız. Her ne kadar seçilen adaylar gelenek ve göreneklere uygun şahsiyetler olarak yansıtılmak istenilse de programın işleyişi ve akışı bakımından geleneklerimizin bize aşılacak istediği temel kavramlardan yoksundurlar. Programda hızlı bir şekilde karar verilmesi beklenilmekte ve önemli olan asıl kavramlardan uzak basit birkaç bilgiyle sonucu varılması beklenilmektedir. Hızlıca sonuca bağlanan bu kavram toplum tarafından hızlıca tüketilebilecek basit bir olaymış gibi yansıtılmaktadır. Yüz yüze iletişimden kitlesel iletişime geçiş sürecinde bir iletişim formu olarak kız isteme geleneğinin programda sadece kayıncı karakteri ile yaşatılmaya çalışılmaktadır. Bu olayın televizyon aracılığıyla kitlelere hitap etmesinin geleneksel olarak olumlu bir yanı görülmemektedir.

Nitekim 2017 yılının ortalarına kadar devam eden evlendirme programları yüksek oranlarda izleyici kitlesine sahip olmalarına rağmen RTÜK'e şikayet olarak bildirilen programların başında gelmektedir. Bu konseptte yayınlanan programların aile kurumunu değersizleştirdiği, toplum ahlakını olumsuz yönde etkilediği ve aile

konularında toplum üzerinde farklı algılara sebep olduğu bildirilen Őikâyetlerde öne çıkan konulardır. Bu gelişmelerin sonucu olarak birçok kez ceza verilen evlilik programlarına 690 sayılı kanun hükmünde kararname ile yasal düzenleme getirilmiştir. 29 Nisan 2017 yılında resmi gazetede yayınlanmak suretiyle de yayından kaldırılmıştır. Yeni yayın dönemlerinde kanallarda evlilik programı yayınlanmamıştır.



KAYNAKÇA

- Abdulla, M. Q. (2017). *Afganistan Türklerinde Aile ve Evlilik- Andkhoy Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akbaş, B. (2008). *Örgütsel İletişimin Örgütsel Bağlılığa Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksoy, M. (1991). “Sosyal Hayatımızdaki Başlık – Kalın ve Mehir Kavramlarının Sosyolojik Tahlili”, *Aile Yazıları 4 Evlilik Kurumu ve İlişkileri*, (Derleyenler: Beylü Dikeçligil-Ahmet Çiğdem), Ankara, 561-565
- Aksoy, M. (2007). *Doğu Anadolu Kültürü Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Aksun, B. (t.y.). *Görgü Ansiklopedisi-Geleneklerimiz-Göreneklerimiz*. Tercüman Yayınları.
- Altuntek, N. S. (2001). “Türkiye Üzerine Yapılmış Evlilik ve Akrabalık Araştırmalarının Bir Değerlendirmesi”. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 17-28
- Anderson, E. (1989). “Sex Codes and Family Life among Poor Inner-city Youths”. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 501 (1), 59-78.
- Anık, C. (2000). *Siyasal İkna*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Artun, E. (2005). *Türk Halkbilim*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Aslan, E., Tavşancıl, E. (2001). *İçerik Analiz ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon.
- Aydın, S., Emiroğlu, K. (2003). *Antropoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Azar, B., Venera, A. (2018). “Gelenekten Gelenlerle Palu Düğün Âdetleri”. *Fırat Üniversitesi Harput Uygulama ve Araştırma Merkezi Uluslararası Palu Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, (1) 433-448.
- Aziz, A. (1976). *Radyo ve Televizyona Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Aziz, A. (1982). *Toplumsallaşma ve Kitlesele İletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri, Teknikleri ve İletişim*. Ankara: İlad İletişim Yayınları.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Aziz, A. (2010). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Bağlı, M., Sever, A. (2005). "Tabulaştırılan/Tabulaşan Kurumun (ailenin) Kurbanlıklar Edinme Pratiği: Levirat ve Sororat". *Aile ve Toplum Dergisi*, 2 (8), 9-12.
- Bal, H. (2004). *İletişim Sosyolojisi*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Balaman, A. R. (1982). *Evlilik Akrabalık Türleri*. İzmir: Karınca Matbaacılık.
- Baltaş, Z., Baltaş, A. (2001). *Bedenin Dili*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bıçakçı, İ. (1998). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. Ankara: MediaCat Yayınları.
- Binark M. F., Güngör, N. (1993). "TV ve Basında Haberler: Karşılaştırmalı İçerik Çözümlemesi", *Amme İdaresi Dergisi*, 6 (3), 125-151.
- Boran, F. (2003). *Aşk ve Evlilik*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Bozdağ, İ. (2006). *Basın Kurt mu? Kuzu mu*. İstanbul: Emre Yayınları.
- Brown, D. L. (1981). "A quartier Century of Trends and Changes in the Demographic Struture of American Families". In Coward RT. Smith WM Jr (Eds). *The Familyin Rual Society*, Westview Press, Boulder, Colorado, 9-5.
- Chaney, L. H, Green, C. G. (2002). "Presenter Behaviors: Actions Often Speak Louder than Words". *Supervision*, 63(5), 17-19.
- Chang, C. Y.,&Myers, J. E. (1997). "Understanding and Counseling Korean Americans: Implicationsfor Training". *Counselor Education and Supervision*, 37, 35-49.
- Curran, J. M. Gurevitchand J. Woollacott (1982). "The Study of Media: Theoretical Approaches" . (in) *Cultitre, Societv and the Media*. Eds.: M. Gurevitch, T.

Bennet, J. Curran and J. Woollacott. Landon and New York: Methuen. pp.: 11 - 29. De Angelis, M. 2

Cüceloğlu, D. (2002). *Yeniden İnsan İnsana*. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Çakıcı, B. (2016). *Görücü Usulü Evlenen Çiftler İle Flört Ederek Evlenen Çiftler Arasındaki Evlilik Sonrası Evlilik Dinamiklerinin Karşılaştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Demir, G. (2013). *Kişilerarası İletişimde Duygu Yönetiminin Rolü: Öğretmen-Öğrenci İletişimi Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Demir, Y., Durmuş, E. (2015). “Uzun Evlilikler: Bir Yastıkta Kırk Yıl”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (36), 636-645.

Depeli, G.(2009). *Almanyalı Türklerde Evlilik Törenlerinin Dönüşümü: Kültürel Bellek, Aidiyet ve Kimlik*. (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

DeVito, J.A., Clark, D., Shimon, Rena. (2001). “Messages: Building Interpersonal Communication Skills”. Toronto: Addison Wesley Longman.

Dion, K. K.,&Dion, K.L. (1993). “Individualistic and collectivistic perspectives on gender and the cultural context of love and intimacy”. *Journal of Social Issues*, 49 (3), 53-69.

Doğan, İ. (2009). *Dünden Bugüne Türk Ailesi: Sosyolojik Bir Değerlendirme*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

Durgun, Ş. (1997). “Medya İletişimin Neresinde?”, *Türkiye Günlüğü (Fikir ve Kültür Dergisi)*. Sayı: 46, Ankara, 58-65.

Dursunüst, E. (2009). “Kabul Edilme Sürecinde Türk Kanun-ı Medenîsi”.*Usûl İslam Araştırmaları*, 12 (12), 159-70.

Durutürk, C. (2007). *Gelenek, Tüketim Toplumu ve Törenselleşen Tüketim: Türkiye’deki Evlilik Törenleri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Düşükcan, M. (2003). *Örgütlerde Çatışma ve Çatışma Yönetimi Sürecinde Örgütsel İletişimin Etkililiği. Kuramsal ve Uygulamalı Bir Çalışma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Er, T. (1997). “Ürgüp ve Çevresi Evlenme Adetlerinde Meydana Gelen Sosyal ve Kültürel Değişmeler”. *V. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri (Gelenek, Görenek, İnançlar)*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları 191-201.
- Ercan, E. H. (2006). “Balkanlarda Gökyüzü İle İlgili İnanışlar ve Halk Takvimi”. *Milli Folklor*, 9 (69), 72-82.
- Erdentuğ, N. (1976). “Türkiye Geleneksel Toplumlarında Başlık”, *I. Uluslararası Türk Folklor Kongresi Bildirileri, IV. Cilt (Gelenek-Görenek ve İnançlar)*, Ankara, 93-99.
- Erdentuğ, N. (1969). “Türkiye’nin Karadeniz Bölgesinde Evlenme Gelenekleri ve Törenleri”. *I. Antropoloji Dergisi*, 4, 27-58.
- Erdim, E. (2003). *İslam Öncesi Evlilik Kurumuna Kur'an'ın Yaklaşımı*. (Yüksek Lisans Tezi). Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, İ. (2002). *İletişimi Anlamak*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.
- Eren, E. (2001). *Yönetim ve Organizasyon: Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Erken, S. (2008). *Klinisyen Hemşirelerle Akademisyen Hemşireler Arasındaki İletişim Örüntüsünün İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Fevzi, F. (2013). *Afganistan’ın Maymana Şehrinde Yaşayan Özbek Türklerinin Folkloru*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Fowers, B. J. (1993). “Psychology as Public Philosophy: An Illustration of the Moral Dimension of Psychology with Marital Research”. *Journal of Theoretical and Philosophical Psychology*, 13, 124-136.

- Gass, Robert H, Seister, John S. (2003). *Persuasion, Social Influence, and Compliance Gaining*. Saddle River. NJ: Prentice Hall Publishing.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). "Growing up with Television: Cultivation processes. Media Effects". *Advances in the Oryand Research*, 2, 43-67.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. Editörler: Özel Hüseyin, Güzel Cemal. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Glenn, N. D. (1991). "The Recent Trend in Marital Success in the United States". *Journal of Marriage and the Family*. 53, 261-270.
- Gökçe, B. (1978). "Evlilik Kurumuna Sosyolojik Bir Yaklaşım". *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 7-21.
- Gökçe, O. (1995). *İçerik Çözümlemesi*. Konya: Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gökçe, O. (1998). *İletişim Bilimine Giriş*. Ankara: Turhan Yayınevi.
- Gökçe, O., Fidan, M., Summak, E. (2001). *Halkla İlişkiler Ders Notları*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Gülerce, A. (1996). *Türkiye'de Ailelerin Psikolojik Örüntüleri*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Günay, U. (2000). "İslami Dönemde Türk Toplumunda Kadının Yeri ve Önemi". *Milli Folklor*, 6 (46), 4-9.
- Günen, H. (2016). *Mardin İlinde Gerçekleştirilen Tercihli ve Geleneksel Evlilik Çeşitleri*. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Güneş, F. (2012). *Aile, Evlilik, Akrabalık ve Hane. Aile Sosyolojisi*. (Ed Aytül Kasapoğlu-Nadide Karkıner). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 2, 29-48.
- Güngör, E. (1992). *Türk Kültürü ve Milliyetçilik*. (9. Baskı). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Güngör, N. (2011-2013). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Güvenç, B. (2010). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Hallowell, E. M. (1999). The Human Moment at Work. *Harvard Business Review*, 77(1), 58-66.
- Hartley, P. (2002). *Interpersonal Communication*. London and New York: Routledge
- Haviland, W., Prins, H., Walrath, Dana., McBride, Bunny. (2008). *Kültürel Antropoloji* (Çev. Sarioğlu, İ. D. E), İstanbul: Kaknüs.
- Işık, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişimine*. Konya: Mikro Yayınları.
- Işık, M. (2002). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. İstanbul: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Işık, M., Biber, L. (2006). *İletişim, İletişim Süreci ve İletişim Çeşitleri. Genel ve Teknik İletişim*. Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Işıktaç, Y. (2009). *Hukukun Kaynağı Olarak Örf-Adet Hukuku*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- İbrahimi, D. (1998). *Evlilik Kurumu ve Aileye Yönelik Psiko-Sosyal Hizmetler*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İnal, A. (1995). “Yazılı Basın Haberlerinde “Yapısal” Yanlılık Sorunu”, *Toplum ve Bilim Dergisi*, Ankara.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1999). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kahraman, Z. (2011). *Bir Evlilik ve Aile Hayatı Eğitim Programının Evli Kadınlarda Evlilik Uyumuna ve Aile Sistemine Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kahvecioğlu, C. (2014). *Eş Seçiminin Terkedilme Şeması, Baskın Nöral Sistemler, Evlilik Mitleri ve Bağlanma Stilleri Açısından İncelenmesi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kalafat, Y. (2000). *Türk Dünyası Karşılaştırmalı Türkmen Halk İnançları*. Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları.

- Kalender, A. (2001). "1991 Milletvekili Genel Seçimlerinde Anavatan Partisi'nin Mesaj Stratejileri". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 1 (4), 57-76
- Kansız, M., Arkar H. (2011). "Mizaç ve Karakter Özelliklerinin Evlilik Doyumu Üzerine Etkisi". *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12 (1), 24-29.
- Karadağ, Ş. (2015). *Evlilik Uyumu İlişkisinde Aile İçi İletişimin Rolü: Konya Örneği*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaman, K. (2010). "Ritüellerin Toplumsal Etkileri". *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21), 227-236.
- Kaya, D. (1996). "Düğünlerimizle İlgili Terimler ve Bunların Fonksiyonel Özellikleri". *III Milletlerarası Türk Halk Edebiyatı Kongresi bildirileri. Millî Folklor*, Bahar-Yaz, 148-157.
- Kaya, R. (1999). "*Medya, Toplum, Siyaset*". *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, ed. Korkmaz Alemdar, (1999:23-32). İstanbul: Afa Yayıncılık.
- Kayapınar, K., Nurçay, T. (2011). "İletişim Bilimlerinden 'Kültürel Çalışmalar, Toplumsal İletişim". *Questions de Communication*, (1), 344-346.
- Kılıç, S. (2014). *Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi ve Sosyal Medyanın Siyasal İletişimi Etkileme Rolü*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, V. (2002). *Dilin İşlevleri ve İletişim*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Kırmızı, H. (2003). *Genel ve Teknik İletişim*. Trabzon: Dilara Yayınevi.
- Köroğlu, T. (2013). *Üniversite Gençliğinin Evlilik, Aile ve Boşanma Konusundaki Düşünce ve Görüşleri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Karabük: Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kutlu, S. S.(2011). *Gaziantep Geleneksel Kültüründe Evlenme*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lerbinger, O. (2006). *Corporate Public Affairs: Interacting with Interest Groups, Media, and Government*: Routledge. Mahwah, NJ: LEA Associates.

- McQuail, D. (1983). "The Influence and Effects of Mass Media", *Mass Communication and Society*. Der: J. Curran, M. Gurevitch ve J. Woolacott. (2. Baskı). London: Erwards Arnold Ltd., Open University Press.
- Merter, F. (1990). *1995-1998 Yılları Arasında Köy Ailesinde Meydana Gelen Değişmeler (Malatya Örneği)*. Ankara: Aile Araştırmaları Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Mısırlı, İ. (2010). *Genel ve Teknik İletişim: Kavramlar, İlkeler, Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mohammadi, A. (2015). "Hazara Türklerinin Halk İnançlarında Doğum, Evlenme ve Ölüm". *Millî Folklor*, 27 (105), 111-119.
- Murstein, B. I. (1970). "Value. Role: A theory of marital choice". *Journal of Marriage and the Family*, 465-81.
- Mutlu, E. (2008). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ayıraç Yayınları.
- Oktay, M. (1996). *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Oktay, M. (1996). *İletişimciler İçin-Davranış Bilimlerine Giriş*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Oskay, Ü. (1980). "Popüler Kültür Açısından "İdeoloji" Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar". *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1 (35), 197-253.
- Oskay, Ü. (1985). *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları
- Ögel, B. (1976). "Türklerde Kalın ve Başlık", I. Uluslararası Türk Folklor Kongresi Bildirileri, IV. Cilt (Gelenek- Görenek ve İnançlar), Ankara, 393–396.
- Ögel, B. (2001). *Dünden Bugüne Türk Kültürünün Gelişme Çağları*, (Genişletilmiş Dördüncü Baskı), İstanbul: Türk Dünyası Araştırma Vakfı.
- Öğüt, E. G. (1998). "Türk Kültürü İçinde Geleneksel Bolu Evlenme Adetlerinin Yeri". *Milli Folklor*, 5 (40), 15-30.
- Örnek, S. (2014). *Türk Halk Bilimi*. Ankara: Bilge Su Yayıncılık.

- Örnek, S. V. (2000). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Özcan, N. (2016). *Midyat'ta Evlenme Geleneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, M. (2010). "Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1) 335. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Özdoğan, C. (1968/7). "Adana ve Yöresinde Düğün Gelenekleri" *Türk Folklor Araştırmaları*, 11(228), 4796-4798.
- Özer, Ö. (2000). *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*. (Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgen, M. (2002). *Gazetecinin Etik Kimliği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Özgüven, İ. E. (2014). *Evlilik ve Aile Terapisi*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özkan, S. (2017). "Gerbner'in Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Televizyon Haber İçeriklerine İlişkin Bir Araştırma". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2 (4), 129-141.
- Özkök, E. (1985). *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü*. Ankara: Tan Yayınları.
- Özügürlü, K. (1985). *Evlilik Raporu*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Paksoy, M., Acar, A. C., Özalp, İ. (2002). *Örgütsel İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Pehlivan, K. (2006). "Psikatrik Kadın Hastalarda Evlilik ve Ebeveyn Olma; Bir Gözden Geçirme". *Düşünen Adam Dergisi*, 19 (3), 143-154.
- Peltekoğlu, F. B. (2001). *Halkla İlişkiler Nedir*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Perçemli, V. (2011). *Gagauz Türklerinde Doğum, Evlenme Ve Ölüm Âdetleri*. (Doktora Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M. (1996). *Örgüt Psikolojisi*. Bursa: Ezgi Kitapevi.

- Sağbaşı, N. (2013). *İletişim, Örgütsel İletişim ve Okul Yönetimi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Zonguldak: Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Santur, M. E. (2012). Evlenme Adetleri. <http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/27.php> (Er. tar. 30.11.2012)
- Sarı, Ü. (2006). *Kitle Kültürü ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saruhan, Ş. C., Özdemirci, A. (2011). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Saxton, L, Marriage. (1982). "The Nature of Marriage, The Individual, Marriage, and The Family". (5. Edith). *California, Wadsworth Publishing Company Belmont, A Division of Wadsworth*, 216-224.
- Sezen, L. (2005). "Türkiye'de Evlenme Biçimleri". *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 11 (27), 185-95.
- Sillars, S. (1997). *İletişim*. (Çev: Nüzhet Akın). İstanbul: MEB Yayınları.
- Şafak, C., Arkar, H. (2003). "Aile Terapisi Bağlamında "kendilik"". *Türk Psikoloji Yazıları*, 6 (11), 43-52.
- Şahin, E. (2010). *Sağlık Kurumlarında Örgüt İçi İletişim Düzeyinin Belirlenmesi: Kalite Belgeli Hastanelerde Hastane Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, Ö. S. (1996). "Kuskan Beldesi Evlenme Adetleri", *I. Türk Halk Kültürü Araştırma Sonuçları Sempozyumu Bildirileri*, II. Cilt. Kültür Bakanlığı Yayınları, 243-249.
- Şahin, Y. (2000). "Bartın Merkez'de Evlenme Düğünü Adetleri", *Türk Halk Kültürü Araştırmaları*, Kültür Bakanlığı Yayınları. 69-78.
- Şener, G. (2006). *Küresel Kapitalizmin Yeni Kamusal Alanı Olarak İnternet: Yeni Toplumsal Hareketlerin İnterneti Kullanımı*. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.

- Şimşek, S. (2006). *Dünyada Kitle İletişim Araçlarında Yayınlanan Haberlerle İlgili Yapılan Etik Düzenlemeleri*. (Derleyen: Nesrin Tan Akbulut-Elif Ada Balkaş). Medya Mercek Altında. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Tacoğlu, T. P. (2011). “Türkiye’de Gerçekleştirilen Geleneksel Evlilik Çeşitlerinin Nedenleri ve Evlilikler Üzerinde Törenin Etkisi”. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBIAD)*, 2 (4), 114-43.
- Tarhan, N. (2010). *Son Sığınak Aile*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Tezcan, M. (1998). *Türk Kültüründe Başlık Parası Geleneği (Kültürel Antropolojik Yaklaşım)*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları
- Tezcan, M. (2000). *Türk Ailesi Antropolojisi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tokgöz, O. (1983). İletişim ve Toplum Sorunları. *UNESCO, Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları*.
- Tokgöz, O. (2003). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Tortop, N. (1993). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Yargı Yayınları.
- Tuna, Y., Birsen, Ö., Erzurum, F., Küçük, M., Özkoçak, L., Çolak, F. Ü. (2012). *İletişim*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Turam, E. (1994). *Medyanın Siyasî Hayata Etkileri*. İstanbul: İrfan Yayınevi.
- Turan, A. (1992). *Türk Kültürü Araştırmaları/Doğu ve Güneydoğu Anadolu II*. Ankara: Milli Folklor Yayınları.
- Tutar, H. (2002). “Sanal Ofislerde Koordinasyon ve İletişim: Teorik Bir Çerçeve”. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 15-30.
- Tutar, H., Yılmaz, M. K., Erdönmez, C. (2003). *Genel ve Teknik İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tutarel K. Ş. (1999). “Evlilikte Uyum Ölçeğinin Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması”. *3P Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji Dergisi*, 7 (1), 55-65.
- Türkarslan, N., Yurtkuran, D. S. (2007). *Üniversite Son Sınıf Öğrencilerinin Evliliğin Kuruluşuna İlişkin Görüş ve Düşünceleri*. Ankara: Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınevi.

- Türkdoğan, O. (1976). “Evlenmede Başlık Geleneğinin Sosyolojik Açıklaması”, *I. Uluslararası Türk Folklor Kongresi Bildirileri*, IV. Cilt (Gelenek-Görenek ve İnançlar). Ankara, 315–362.
- Türkoğlu, N. (2004). *Toplumsal İletişim: İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Tanımlar Kavramlar Tartışmalar*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Uğurlu, F., Öztürk, Ş. (2006). *Türkiye’de Televizyon Haberciliği-Özel Televizyon Kanallarının Getirdikleri*. Konya: Tablet Kitapevi.
- Usluata, A. (1994). *İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Vasseur, F. (1993). *Geleceğin Medyaları*. İstanbul: İletişim Yayınları. (çeviren Galip Üstün)
- Webster, C., Sundaram, DS. (2009). “Effect of service provider's communication style on customer satisfaction in professional services setting: the moderating role of criticality and service nature”. *Journal of Services Marketing*, 23 (2), 103-13.
- Wimalasena N. (2016). “Analytical Study of definitions of the Term "Marriage". *International Journal of Humanities and Social Science*, 6 (1), January.
- Windahl, S., McQuail, D. (1993). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. London and New York: Longman.
- Yalçın, H. (2010). *Evlilik Okulu*. Karaman: Nobel Kitap Dağıtım.
- Yatkin, A. (2003). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yatkin, A., Yatkin, Ü. (2006). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Yavuzer, H. (2011). *Evlilik Okulu*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yaylagül, L. (2012). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayıncılık.
- Yıldırım, B. (2015). “İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları”. B. Yıldırım (Der.) *İletişim Araştırmalarında Yöntemler: Uygulama ve Örneklerle* Konya: Literatürk Akademia 105-155,

- Yıldız, N. (2002). “Kastamonu’nun İlçesi Abana’da Halk Kültürü”, *Erdem Türk Halk Kültürü Özel Sayısı*, III, 13 (39), 551-567.
- Yılmaz, E., Tamam, L., Bal, U. (2015). “Poligami ve Ruh Sağlığına Etkileri”. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 7 (2), 221-228.
- Yılmaz, R. (2006). "Geyve Folkloru". *Irmak Kültür Sanat Dergisi*, 6 (61), 38-39.
- Yılmazçoban, M. A. (2008). *Flört ve Görücü Usulü Evliliklerde Psiko-Sosyal Özelliklerin Etkisi-Demirci Örneği*. (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*, İzmir: NAM Yayınevi.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Yüksel, E., Cangöz, İ., Özer, Ö., Uzun, R., Dağtaş, B., Erdoğan, İ. (2013). *İletişim Kuramları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset.
- Yüksel, Ö. (2009). *Kitle İletişim Araçları ve Yanlış Bilinçlilik*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zıllıoğlu, M. (2014). *İletişim Nedir*. İstanbul: Cem Yayınevi.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Zuhal ERGÜN
Doğum Yeri ve Tarihi	Kastamonu, 23.02.1986
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi
Y. Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	zuhalergun86@gmail.com
Tarih	