

**Törensel Tüketim, Sınıf ve Gelenek: Türkiye'deki Evlilik
Törenlerine Sosyolojik Bir Bakış***Ceremonial Consumption, Class and Tradition: A Sociological Analysis of Marriage
Ceremonies in Turkey

Ceyda DURUTÜRK**

Öz

Bu çalışma, tüketim kültürü içerisinde yer alan malların kullanımı ile toplumsal statünün şeklini tanımlamanın yolları arasındaki ilişkileri, evlilik törenleri ve bu törenleri düzenleyen geleneklerle bağlantısı dahilinde incelemektedir. Bilindiği gibi, Türkiye'de evlilik nadiren sadece resmi nikâhla gerçekleştirilmekte, çoğunlukla da nikâhı takiben düğün ve öncesinde ise bir dizi başka törenleri kapsamaktadır. Bu törenlerde yapılan tüketim ise gücünü büyük ölçüde kendisine atfedilen bir ömürde ilk ve son kez gerçekleşecek bir tören olma özelliğinden almaktadır. Çalışma boyunca törensel tüketim olarak atıfta bulunulan bu olgu kişilerin gündelik tüketimlerinden farklı ve fakat onunla eklemleşmiş olarak işleyen bir tüketim süreci niteliğindedir. Dolayısıyla bu süreçte yapılan tüketimin sosyolojik olarak incelenmesi, tüketim sosyolojisi ve o bağlamda çağdaş toplumun anlaşılabilmesi için önemlidir. Bu çalışmanın ampirik verileri değişik yol ve biçimlerle değişik kişilerden ve kaynaklardan derlenmiştir. Bunların başında 40 (kırk) yeni evli kişi/çiftle yapılan ayrıntılı mülakatlardan elde edilen veriler gelmektedir. İkinci olarak, bu kırk evli çiftten dördünün ve araştırmacının kendisinin evlilik töreni de dâhil olmak üzere, çeşitli nişan, nikâh, düğün törenlerine katılmak suretiyle törenlerin nasıl gerçekleştirildiği ve törene katılanların nasıl davrandıkları hakkında doğrudan gözlem yapılma yoluna gidilmiştir. Üçüncü olarak ise evlilik törenlerine yönelik mal, hizmet ve ürün sunan mağaza, işletme sahipleri, berberler vb. zanaat erbabı ile görüşmeler yapılarak müşterilerin neleri niçin tercih ettikleri konusunda bilgi edinilmiştir. Elde edilen veriler göstermiştir ki, evlilik töreni, zamanı, mekânı, süresi, davetli sayısı ve/veya davetlilerin nitelikleri, gelin arabası, düğün pastası, davetiye, nikâh şekeri, giyilen kıyafetler, çiftlere takılan takılar, verilen hediyeler, konuklara yapılan ikram

* Bu makalenin ampirik verileri "Gelenek, Tüketim Toplumu ve Törensel Tüketim: Türkiye'deki Evlilik Törenleri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden (Aralık 2007, Hacettepe Üniversitesi, Ankara) elde edilmiştir.

** Sosyolog, ckucukali@gmail.com.

gibi birçok tüketim mal ve hizmetleriyle kendini gösterirken, oldukça çeşitli ve karmaşık etkenlerden beslenmektedir. Burada gelenekler, ataerkillik, akrabalık ve aile gibi temel toplumsal kurumlar, gündelik tüketim alanından yoğunlukları ve işlevsel nitelikleri ile ayrı fakat gündelik tüketimle bağlantılı yeni bir alana girmektedir. Bu bağlamda törenler aracılığıyla yapılan ya da yapılması önerilen lüks tüketimin geleneklerle meşrulaştırılmaya çalışılması dikkat çekmektedir. Sonuç olarak törenlerin biçimi ve bu törenlerin her biri için yapılan harcamaların tarzı ve miktarı bireylerin toplumsal sınıf ve statü konularından etkilenmekle birlikte ataerkil sistem ile akrabalık sisteminden kaynaklanan kural ve taleplerin her biri de bağımsız birer etken olarak sürece dâhil olmaktadır. Dolayısıyla, törensel tüketim toplumsal statünün sıradan bir gösteri konusu olmanın çok ötesinde aile ve akrabalık bağlarından kaynaklanan birincil toplumsal ilişkileri teyit edici, onarıcı veya sabote edici bir niteliğe bürünebilmektedir.

Anahtar sözcükler: evlilik, toplumsal sınıf, toplumsal statü, törensel tüketim, tüketim.

Abstract

This study examines the relationship between the use of consumer goods and services and the ways of defining and expressing one's social class-status in connection with marriage ceremonies and traditions that regulate the wedding. In Turkey, the marriage process mostly comprises certain other rituals before a wedding ceremony, and all consumptions in wedding ceremonies take their significance from the belief that it is to be experienced "once in a lifetime." "Ceremonial consumption," as referred to throughout this study, is different from people's routine consumption, although it still cannot be separated from routine consumption. Hence, a sociological analysis of ceremonial consumption is important for understanding the sociology of consumption and also modern society. The empirical data of this study have been collected from different groups of people and sources through various methods. The most important of these methods is in-depth interviews with 40 newly married couples. Secondly, the ceremonies, including the researcher's own, and those of the four couples participating in the research, were directly observed by attending several parts of the engagements and wedding ceremonies to observe the behaviours of the guests and the organization of the ceremonies. Thirdly, information was gathered by interviewing the wedding ceremony organizers, hairdressers, and trousseau shop owners to find out about the consumers' choices and their reasons for their choices. The gathered data indicate that, while the wedding ceremony presents itself in consumption productions and services like the wedding time, place and season; the quantity and/or quality of guests, wedding car, wedding cake, invitation card, wedding candy, wedding dresses (and/or hairstyles), bridal jewellery, rings, gifts, and the like, it is also determined by various and complex social institutions. Traditions, patriarchy and kinship assume a different shape and function in ceremonial consumption. In this context, it is remarkable that the recommended lavishness of wedding consumptions is legitimized by traditions. As a consequence, the content and amount of ceremonial consumption are determined not only by social class positions but, at the same

time, by fundamental social institutions of patriarchy, kinship and traditions prevailing in the society across all social classes. This study argues that ceremonial consumption is more than simply an expression of social status, and it is used as an instrument of building, maintaining or breaking relations within family circles and kinship groups.

Keywords: consumption, ceremonial consumption, marriage, social class, social status.

Giriş

Tüketim olgusu, kimlik oluşumu ve kimliğin korunması süreçlerinin kapsamına girmesi ve bu bağlamda sınıf ve statü konumları arasındaki yansıtma ve farklılaştırma amacına hizmet etmesi ya da hizmet etmeyi vaat etmesi gibi sebeplerden ötürü çağdaş toplumun yapı ve işleyişinin anlaşılabilmesi bakımından büyük bir önem kazanmaya başlamıştır. Ekonomik olduğu kadar, toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmaya devam eden tüketimin gündelik biçimlerinin yanı sıra törensel görünümleri de incelendiğinde gözlenmektedir ki, her iki tüketim biçimi karşılıklı etkileşim ve hatta dengeleme çabası içerisindedir. Şöyle ki, gündelik tüketimin törensel tüketimde etkili olmasının yanı sıra, yaşanmış ya da yaşanması olası törensel tüketim de çoğu zaman gündelik tüketimi biçimlendirebilmektedir ve bu anlamıyla her iki tüketim şekli birbirleriyle eklemleşmiş bir görünüm sergilemektedir.

Bilindiği gibi Türkiye’de resmi nikâh yapılması, evlilik için yasal bir zorunluluktur. Ancak evlilik kimi zaman sadece resmi nikâhla gerçekleştirilmekte, çoğunlukla da bunun öncesinde gerçekleştirilen bir dizi başka törenleri de kapsamaktadır. Bu nedenle, toplumsal onay almanın öncelikli amaç olduğu evlenme olayı, tanışma-dünürçülük, kız isteme, söz kesme, nişan, kına gecesi, nikâh, düğün, nikâh sonrası tatile çıkma-balayı gibi birbirini izleyen bir takım aşamalardan geçmekte ve her bir aşama törenlerle belirginleştirilmektedir. Bu aşamalar ve bunları işaretleyen törenler evlenen her çiftin mutlak olarak izlemesi gereken bir dizilim ve biçime sahip değildir. Yine de gerek ulusal veya bölgesel gelenekler, gerek kişisel tercihler bu aşamaların her birinde şu veya bu biçimde bir tören yapılmasında etkili olmaktadır.

Törensel Tüketim ve Evlilik

Gündelik tüketim eğilimlerinin birçoğu, tüketim için elverişli ve meşru bir zaman dilimini beraberinde getirebilen evlilik sürecinde ve çoğunlukla da sürecin kapsadığı törensel aşamalarda aşamaları belirleyen törenlerin düzenlenme biçimi, bu amaçla yapılan tüketimin miktar ve tarzında kendini dışa vurmaktadır. Öyle ki, gücünü büyük ölçüde kendisine atfedilen bir ömürde ilk ve son kez gerçekleşecek bir tören olma özelliğinden alan evlilik törenleri, “bir ailenin en fazla zaman, enerji ve para harcadığı tek törensel olay haline gelmiştir” (Girmes 2000’den akt. Otnes ve Pleck 2005: 4). Çünkü bu tören(ler) her yıl yaşanabilecek bir olay olmayıp, hayatta bir defa (ya da birkaç

defa) yaşanmaktadır ya da yaşanacağı varsayılmaktadır. Dahası burada vurgulanan “ilk ve son kez” ibaresi, kişilere yakın çevrelerinin katılımının en fazla olduğu ve “tüm gözlerin üzerlerinde” olacağı tek günü çağrıştırmaktadır. Otnes ve Pleck (2005: 5) kendilerinin Sirella masalıyla kuramsal-laştırdıkları evlilik törenini çağdaş toplumlarda insanların hâlâ hayatlarının en önemli töreni olarak algıladıklarına işaret etmişlerdir.

Tüketim davranışlarının artık kendilerinin değil, bu davranışlar aracılığıyla bireyin kendisini farklı kılabilmesinin ve böylece kendini gösterip dikkat çekebilmesinin önemli olduğunu savunan Bocock bunun kısmi sebebi olarak, metropolde yaşayan bireylerin bir araya gelebildikleri anların seyrekliği ve kısalığını gösterir. Çünkü ona göre (2005: 26) bu durum, mümkün olan en çabuk sürede konuya girebilmeyi ve mümkün olan en kısa zamanda çarpıcı bir etki uyandırabilmeyi gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda törenlerin de üstelik kimi zaman gündelik yaşam esnasında kişilerin elde edebildiği zamanın çok daha fazlasını onlara vererek, bu amaca uygun ortam hazırladığı açıktır. Dahası bu törenler çoğu zaman “insanların kendilerini şanslı hissedebilmesi için kendi durumlarını birlikte büyüdüğü insanlarla, iş arkadaşlarıyla, dostları ve kamusal alanda kendilerini özdeşleştirdikleri insanlarla karşılaştırıp, eşit koşullara ya da daha iyi koşullara sahip olduklarını görmeyi istemelerine” (Botton 2005: 54) olanak sağlamaktadır. Böylece evlilik törenleri vasıtasıyla kişilerin kendileri hakkında başkalarına fikir verme ve/veya bu törenlerin onlara kendilerini çevrelerinde konumlandırımları fırsatı sağlaması söz konusudur. Çünkü sembollerin sergilenmesiyle kişinin kendisi hakkında fikir verme işlemi, bu törenler sırasında yapılan tüketimle en hızlı ve yoğun olarak gerçekleştirilebilmektedir.

Kişilerin yaşam biçimleri ve dolayısıyla kimlik algıları hakkında bilgi vermek için tüketimden yararlandıkları varsayımından hareketle, tören sahiplerinin bunu, törenin zamanı, mekânı, süresi, davetli sayısı ve/veya davetlilerin nitelikleri, gelin arabası, düğün pastası, davetiye, nikâh şekeri, giyilen kıyafetler (veya markaları), çiftlere takılan takılar, verilen hediyeler, konuklara yapılan ikram gibi birçok tüketim alanındaki tercihleriyle gösterdiklerini söylebilir. Dahası törenler, sadece törene ev sahipliği yapan kişilerce değil, törene katılan davetliler için de bir nevi “fırsat” olarak görülebilmektedir. Şöyle ki, törene katılan davetlilerin, kılık kıyafetleri, çiftlere sundukları armağanlar, tören sırasındaki hal ve tavırları ve hatta tören yerine ulaşım biçimleriyle bile kendi tüketici sınıf özelliklerine dair ipucu vermeyi amaçladıkları düşünülebilir. Ayrıca konuklar için bu törenler, zamanı geldiğinde kendilerine yol gösterecek uygulamaları gözleyebilecekleri bir referans işlevine sahiptir. Bu görüşü destekler şekilde Douglas ve Isherwood (1999: 94) da bireylerin değişik günleri kutlamada kullanılan eşyaların uygunluğuna dair kendi yargılarını oluşturabilmek için başka insanların tüketim törenlerinde bulunmalarının, tüketicinin işaretleme hizmetleri almak için mallara ihtiyaç duymalarının bir sonucu olduğunu belirtmişlerdir.

Konuyu gösterişçi tüketim bağlamında ele alan savlara göre çoğu evlilik törenini vasfeden gösterişçi tüketim, günümüzde ailelere etkileyici fakat müsrif bir yol ile gelin ve damat için harcama yapabilme imkânı tanımakla kalmayıp, aynı zamanda kişilerin tatmin olabilecekleri veya dünürlerine göre daha üst bir toplumsal statü kazanabilecekleri bir faaliyet olmuştur (Otnes ve Pleck 2005: 6). Ancak bu bağlamda gösteriş olgusunun kendisinin de toplumsal ilişkileri düzenlemenin bir aracı olabildiğini göz ardı etmemek gerekir. Zira kimi zaman “gösterişçi” olarak nitelenen törensel tüketim faaliyetleri, gelecekte sürdürüleceği öngörülen ilişkilerin temelini oluşturma ve inşa etme niyetini ortaya koyabilmekte ve böylece gelecekte istenen ilişki biçimini düzenleme amacına hizmet eder bir görünüm sergileyebilmektedir. Bu bağlamda, toplumsal bağlantılardaki fazlalık ve/veya yoğunluğun, tüketimi körükler niteliği üzerinde durmak gerekir. Şöyle ki, törene katılan davetlilerin kalabalık olması, ev sahibine onur (izzet) ve itibar sağlamakla kalmayarak, yerine ve noksanlarına göre emsalleriyle, akrabalarıyla veya dünürleriyle rekabete girme gücünü de beraberinde getirebilmektedir. Ancak kimi zaman konukların niceliğinden öte, konukların niteliğinin önem arz edebiliyor olduğu dikkat çekmektedir. Nitekim düğün temalı gazete haberleri incelendiğinde gözlenmektedir ki, aşiret düğünlerinde gözlenen ve vurgulanan kalabalık davetli sayısı, “sosyeteden” olduğu vurgulanan kişilerin düğün haberlerinde yerini “seçkin davetlilere” bırakabilmektedir.

Törensel Tüketim ve Gelenek

Kökene yüzyıllar öncesine dayandığı bilinen¹ törensel tüketim alanı incelenmeye başladığında dikkat çeken önemli bir diğer husus, birçok geleneğin yaratılma, aktarılma, değiştirilme, özetle yaşatılma ortamının da bu süreçte devreye girdiğidir. Burada gelenekler ve ataerkillik, akrabalık ve aile gibi temel toplumsal kurumlar, gündelik tüketim alanından yoğunlukları ve işlevsel nitelikleri ile ayrı fakat gündelik tüketimle bağlantılı yeni bir alana girmektedir. Dolayısıyla burada yapılan tüketimin, tüketim sosyolojisi ve o bağlamda çağdaş toplumun anlaşılabilmesi için incelenme kapsamına alınması gerekmektedir.

Evlilik günü ve o güne kadar geçirilen aşamalarda yapılan törensel tüketimlerin, kişilerin gündelik tüketimlerinden birçok yönüyle farklılık göstermesi güçlü bir kural, dolayısıyla da beklenti haline gelmiştir. Zira törenlerde gündelik tüketimden ne derece farklı tüketimler yapılıyorsa, toplumsal sınıf ölçeğinde üst basamaklarda yer almaya dair algı ile karşı tarafa o derece değer verildiğinin gösterildiği düşünceleri çoğu çevrede

¹ Örneğin İbn Haldun'un 14.yüzyılın son çeyreğinde kaleme aldığı *Mukaddime* isimli eserinde yer alan Kısraların merzebanlarından birinin sünnet düğününden bahsettiği bölüm törensel tüketimin tarihi köklerine ilişkin çok ilginç bir örnek teşkil etmektedir. Bu örnek için bkz. İbn Haldun (1990: 440).

kabul görmektedir. Ayrıca bu törenlerin kronolojisi ile törelerin kapsadığı t kretim hem niceliksel hem de niteliksel içerikleriyle birbirini giderek artarak izlediği sıklıkla gözlenen bir uygulamadır. Örneğin davet edilecek konuk sayısının her bir tören aşamasında artması gerektiği yönünde bir algı söz konusudur. Ya da bir nişan töreninde geline hediye edilen takıların, nikâh ya da düğün töreninde daha fazla olması beklenmektedir. Bir başka örnek ise damadın söz kesme törenine gelirken müstakbel eşine/geline getirdiği  i ek ile nişan törenine gelirken getirdiği  i ek arasındaki farkta da görülebilir. T ren büyüdükçe  i ek ya daha büyük bir buket haline gelir ya da daha nadir (ve çoğunlukla da tam da bu nedenle) daha pahalı olduğu bilinen bir başka çiçeğe yerini bırakır. Öte yandan törenler ilerledikçe ve evliliğin gerçekleşme ihtimali kesinleştik e veya belki toplumsal olarak ‐kaçınılmazlaştik a‐ gelenekler çerçevesinde yürütülen t rens l t kretimde bir artış gözlenmesine karşın, tarafların birbirine karşı ilişkilerine gösterdikleri itinanın buna ters bir doğrultuda ilerleyerek azalma eğilimine girebildiği söylenebilir. Araştırmaya dâhil edilen 2 senelik evli Ispartalı, Y r k kökeninden gelen ve hizmet sınıfa mensup bir evli çiftle yapılan görüşmede evli kadının aşağıdaki sözleri bu durumu iyi ifade etmektedir:

Söz Kesme'de her Şey ideale yakındı. Sona yaklaştik a, aşamalar arttıkça beklentilerimiz karşılanmadı ve sürecin ortasında biz de beklentilerimizi azalttık zaten. Yani Őoye söyleyebilirim: Olayın garanti altına alınması söz konusu. Yani *beni aldıklarımı*² garanti altına aldıkça, verebileceklerinden daha azını vermeye başladılar. Bu genelde böyledir ama zaten.

Burada tarafların t rens l t kretimden faydalanarak, gerek evlilik hazırlık sürecindeki, gerekse de evlilik sonrasında öngördükleri olağan ilişkilerini düzenleme hedefinde olmaları söz konusudur. Dolayısıyla, söz konusu t rens l t kretim faaliyetlerinin, sıradan bir gösteri konusu olmanın çok ötesinde, olağan ilişkileri teyit edici, pekiştirici veyahut ta sabote edici bir niteliğe b r nebildiği önemli bir tespit niteliğindedir. Öte yandan evlilik törenlerinde neyin, nasıl, niçin, hangi araçlar kullanılarak yapılacağı, kişilere rekl m ve pazarlama dünyasının insanlara sunduğu t rens l t kretim kalıplarıyla³  ğretilebildiği gibi çoğu zaman sosyalizasyon sonucu öğrenilen  det ve geleneklerce de bi imlendirilebilmektedir. Dahası, rekl m ve pazarlama sektörünün bu törenler için yapılması gerekenlere yönelmesi, geleneksel yollara alternatifler oluşturduysa da hem birçok rekl m geleneklerden beslenebilmekte, hem de birçok rekl mın sunduğu uygulamalar gelenekselleşebilmektedir. Dolayısıyla

² Vurgu bana aittir.

³  rneğin Kaşmir Halı, Türk Telekom, Regal, Kilim Mobilya, Braun gibi birçok firmanın, geleneklerden yola çıkararak hazırladıkları bazı rekl m kampanyalarında hedef kitlelerinin evlilik arifesindeki çiftler olduğu gözlenebilmektedir.

toplumsal gerçeklikte her iki kaynağın farklı yoğunluklarda bir arada bulunabileceğini göz ardı etmemek gerekmektedir. Bu bağlamda kişilerin referans gruplarının çeşitliliği ve niteliği önem arz etmektedir.

Bununla birlikte “gelenek tarafından kutsanma düzenlerin geçerlilik kazanmasının en genel ve eski yoludur” (Weber 2002: 70). Gerek değer yargısı yüklü/yaptırımcı yönü, gerekse geçmişle kurduğu ilişki, geleneğe, yetkesel bir rol yüklemekte, onu, alıcı kuşağın davranışlarının “meşrulaştırıcısı” kılmaktadır (Emiroğlu ve Aydın 2003: 332). Hobsbawn (1993)’a göre tam da bu geçmişin “meşrulaştırıcı” okuması nedeniyle, yeni kurum ve davranış tarzları “icat edilen” geleneklere dayandırılır (akt. Emiroğlu ve Aydın 2003: 332). Törenler aracılığıyla yapılan ya da yapılması önerilen lüks tüketimin geleneklerle meşrulaştırılmaya çalışılması da sıklıkla karşılaşılan bir olgudur.

Türkiye’de evlilik, gerek aşamalı süreci gerekse de yeni bir sosyal çevre edindirmiş olmasının bir gereği olarak hediyeleşmelerin ve dolayısıyla gösterişçi tüketimin en yoğun gözleendiği törenleri içerir ve bu törenlerin kapsadığı birçok gelenek törensel tüketim olgusu açısından sosyolojik olarak incelenebilir niteliktedir. Türkiye’de en çok bilinen ve/veya en yaygın olarak uygulanan evlilikle ilgili gelenekler çeyiz hazırlama, çeyiz serme, bohça-dürü-sandık götürme, takı takma, başlık parası ve nikâh sonrası yeni evli çiftin evini görmek amacıyla ziyarete gitme olarak sıralanabilir. Gerek bu geleneklerin tüketimi körükleyici etkileri, gerekse toplumsal statü ile tüketme şartlarını yerine getirerek geleneklere uyma davranışı arasında kurulan öznel bağlar, gelenek, tüketim ve toplumsal statü arasındaki ilişkilerin evlilik törenleri bağlamında irdelenmesine olanak sağlamaktadır.

Evlilik törenlerinin bünyesinde barındırdığı çok sayıda törensel tüketim unsuru (yani gelinlik ve damatlık, davetiye, nikâh şekeri, davetli sayısı, tören mekânı ve hatta tören zamanı ki, mekân veya diğer unsurların fiyatını değiştirebilmektedir gerek kendi aralarında gerekse de tören aşamalarıyla eklenerek bir dengeyi hedefleyebilmektedir. Dahası amaçlanan bu dengenin de birincil ilişkilerin düzenlenmesi amacıyla hizmet eden bir nitelik taşıdığı unutulmamalıdır. Dolayısıyla tüm bu boyutlar oldukça karmaşık ağlarla birbiriyle eklenmiş bir görünüm sergilemektedir. Örneğin kimi zaman tercih edilen tören mekânı, davetli sayısında ve/veya ikramda kısıtlama yapılmasına sebebiyet verebilmektedir. Bir diğer örnek ise nikâh şekerinin hazır almak yerine elde yapılmasıyla elde edilen tasarrufun davetiye çeşidi veya sayısına aktarılmasında görülebilir. Başka bir örnek ise yeni evlenecek çiftin evinin döşenmesi amacını taşıyan tüketimlere ağırlık verilmesi sonucu gelinlik veya damatlığın bir yakından temin edilmesidir. Böylece oraya ayrılan maddi değerlerin evin döşenmesinde kullanılmasıdır. Kuşkusuz bu örnekleri çoğaltmak mümkün olup, her bir unsurun bir diğeriyle birleşmesiyle elde edilebilecek dengeleme çabalarının hepsini burada örneklemek mümkün değildir. Tüm bu dengeleme çabalarının ise çoğunlukla çiftlerin birincil

ilişkilerinin gelecekte öngördükleri seyrine yönelik düzenlendiği söylenebilir. Bu dengenin kurulamadığı ya da taraflarca farklı yorumlandığı durumlarda, gerek süreç içerisindeki ilişkilerin olumsuz gelişmesi gerekse de gelecekte yaşanabilecek sorunların temelini atılabilmesi söz konusudur. Bu duruma paralel olarak, dengenin kurulması, yani bu süreçte ki hoşnutluk, yeni kurulan ilişkilerin pekişmesinin yanı sıra gelecekteki ilişkilerin seyrine de olumlu etkide bulunabilmektedir.

Yöntem

Bu araştırmanın ampirik verileri gerçek zaman, mekan, toplumsal ve kültürel şartlar içinde konuşlanmış gerçek kişilerin gerçek ilişki ve eylemlerini ve bunlara eşlik eden üretici mekanizma ve süreçleri konu edinen niteliksel bir araştırma yöntemi ile derlenmiştir. Bu veriler dört farklı kaynaktan ve farklı teknikler yardımı ile elde edilmiştir. Bunlar: (i) 40 (kırk) yeni evli kişi/çiftle yapılan ayrıntılı mülakatlar, (ii) bu kırk evli çiftten dördünün ve araştırmacının kendisinin evlilik töreni de dâhil olmak üzere, çeşitli nişan, nikâh, düğün törenlerine katılmak suretiyle yapılan gözlemler, (iii) evlilik törenlerine yönelik mal, hizmet ve ürün sunan mağaza, işletme sahipleri, berberler vb. zanaat erbabı ile müşterilerin neleri niçin tercih ettikleri konusunda yapılan görüşmeler ve (iv) evlilik hazırlığındaki bireylerin karşılaşabilecekleri ve ilgi alanlarına girebilecek “usuller” ve/veya referanslar hakkında bilgi edinilmek amacıyla evlilik törenleriyle ilgili dergi, gazete, İnternet sitesi gibi çeşitli medya ortamlarında yer alan ve belge niteliğindeki yazılı ve görsel malzemelerin incelenmesinden oluşmaktadır.

Çalışma genel itibariyle tüketim olgusu ve tüketim toplumu tartışmaları çerçevesinde sürdürüldüğü için, kendileriyle mülakat yapmak amacıyla, tüketim gücünü elinde bulunduran insanların yanı sıra düşük sosyo-ekonomik durumundan ötürü kısıtlı tüketim imkânları olan kesimlerden evli çiftlerle de mülakat yapılmıştır. Ankara, Altındağ Kaleiçi semtinde ikamet eden 4 yeni evli çift bunlar arasında yer almaktadır. Araştırma kapsamında kendileriyle mülakat yapılanlardan dokuzuyla karı-koca birlikteyken, 28 kadın ve üç koca ile ise eşleri yanlarında olmaksızın görüşülmüştür. Çiftlerin 33'ü Ankara, 7'si İzmir'de ikamet etmekte olup, bireylerin 22'siyle çiftin kendi evinde, dokuzuyla ortak bir tanıdığı evinde, yine dokuzuyla ise çalıştıkları iş yerlerinde mülakat yapılmıştır. Kendileriyle görüşme yapıldığı sırada, bu çiftler en az 1 aylık, en fazla 2 senelik ortalama ise 11 aylık evliydi. Evlilik süresine getirilen bu kısıtlama, yeni yaşam biçimini oluşturma çabası içerisinde olan kesimin çoğunlukla yeni evli kişiler olması ve bu kişilerin evlilik törenleri hakkında daha uzun senelerdir evli olan kişilere göre daha taze ve dolayısıyla güvenilir bilgi verebilecekleri varsayımlarına dayanmaktadır. Ayrıca görüşmecilerin birbirleriyle yakın zamanda törensiz aşamalardan geçmeleri tüketim miktarları arasında zamansal göreliliği azaltmakta, dolayısıyla daha

geçerli bilgiler sağlamaktadır. Kadınların en genci 17⁴, en yaşlısı ise 36 yaşındadır. Erkeklerin ise en genci 20, en yaşlısı 46 yaşındadır. Kendileriyle mülakat yapılan evli kadınların yaş ortalaması 25, evli erkeklerin ise 28'dir. Kendileriyle mülakat yapılan çiftlerin çoğu (35) düzenli kentsel yerleşim bölgesinde, geri kalanları (4) ise gecekondu bölgesinde (Kaleiçi) yaşamaktadırlar.

Kendileriyle görüşme yapılan çiftler, Goldthorpe'un sınıf şeması⁵ dikkate alınmak suretiyle, kocaların mesleklerine atıfla toplumsal sınıf konumlarına tasnif edilmiştir. Buna göre çiftlerin toplumsal sınıflara dağılımı şöyledir: Çiftlerden ikisi Sınıf I'e (üst düzey profesyoneller, idareciler ve yetkililer; büyük sanayi kuruluşlarındaki yöneticiler; büyük mülk sahipleri); 11'i Sınıf II'ye (alt düzey profesyoneller, idareciler ve yetkililer; üst düzey teknisyenler; küçük sanayi kuruluşlarındaki yöneticiler; kol emeği kullanmayan çalışanların amirleri); üçü Sınıf III'e (yönetim ve ticaretteki rutin kafa işçileri; satış personeli; diğer alt tabaka hizmet sektörü çalışanları); yedisi Sınıf IV'e (çiftçiler ve küçük toprak sahipleri de dâhil olmak üzere dâhil küçük mülk sahipleri, serbest çalışan zanaatkarlar; profesyoneller dışında kendi hesabına çalışanlar); dokuzu Sınıf V'e (alt düzey teknisyenler; kol işçilerinin denetçileri); biri Sınıf VI'ya (endüstrinin tüm dallarındaki ücretli vasıflı kol işçileri); yedisi ise Sınıf VII'ye (yarı vasıflı ve vasıfsız kol işçileri; tarım işçileri) mensuptur. Bu bağlamda, (Sınıf I ve Sınıf II'ye mensup) 13 çift hizmet sınıfına, (Sınıf III ve Sınıf IV'e mensup) on çift ara sınıfa ve geriye kalan (Sınıf V, Sınıf VI ve Sınıf VII'ye mensup) 17 çift ise işçi sınıfına dâhil olarak değerlendirilmiştir.⁶ Araştırma verilerinden bu makalenin konusu ile doğrudan ilgili olanları aşağıda dört başlık altında sunulmaktadır.

⁴ Sözü edilen kadın ÇİFT 32'ye mensup Roman asıllı, işçi sınıfına mensup ve göçebe kökenli bu kadının yaşı resmi nikâh için yasal zorunluluk olan yaş sınırının altındadır ve bu nedenle çiftin resmi nikâhi bulunmamaktadır. Ancak düğünleri gerçekleştiğinden ve buldukları çevrede "evli" olarak tanımlandıkları gözlemlendiğinden araştırmaya dâhil edilmelerinde sakınca görülmemiştir.

⁵ Goldthorpe, 1970'lerin başlarında Oxford'daki İngiltere ve Galler Toplumsal Hareketlilik Araştırmaları için yedili bir toplumsal sınıf şeması geliştirmiştir (Marshall 1999: 274). Bu yedi kategorilik şemada Goldthorpe, mevcut göstergeler ışığında, üyelerinin, bir yandan kaynakları ve gelir düzeyleri, ekonomik güvenlik dereceleri ve ekonomik gelişme şansları [yani piyasa koşulları], diğer yandan da içerisinde yer aldıkları üretim sürecini yöneten yetki ve kontrol sistemi çerçevesindeki konumları [yani çalışma koşulları] bakımından tipik karşılaştırmalara tabi tutulabildiği mesleki kategorileri birleştirmektedir (Goldthorpe 1987: 40-42'den akt. Sönmez 2006: 168). Goldthorpe'un sınıf analizi, bireylerin ve ailelerinin yaşamlarının maddi standardı ve yaşam şanslarına bağlı iktisadi eşitsizlikleri açıklayan şeyin ne olduğu sorusuna dayanır ve bu Weberci ve Marksist geleneklerin her ikisini de içeren bir vasa sahiptir (Wright 2006: 2). Sınıf şemasının alındığı kaynak için bkz. Goldthorpe 1987: 40-42'den akt. Sönmez 2006: 168.

⁶ Araştırma yöntemi ve mülakat kümesinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Durutürk 2007: 128-162.

Törensiz Tüketim ve Geleneksel "Rol"ler

Gündelik tüketim eğilimlerinin gözlenebileceği birçok unsur törensiz tüketim kapsamında da kendini göstermektedir. Bunlardan törenler sırasında giyilen kıyafetler kadar, tören mekânı, ikram edilme biçimleriyle birlikte ikram edilenlerin kendisi, davetiye ve hatta törene ulaşım biçimi olan gelin arabası ilk akla gelenler arasındadır. Gündelik tüketimden farklı olarak, törensiz tüketim söz konusu olduğunda yapılacak tüketimin, kimlerce, nasıl ve ne kadar yapılacağını belirleyen derinlere kök salmış toplumsal kurumların varlığı göze çarpmaktadır. Örneğin kendisiyle mülakat yapılan bazı (2) kadınların düğün mekânı ve gelinlik ücretine dair herhangi bir bilgilerinin olmadığını ve söz konusu ücretin erkek tarafının sorumluluğu olduğunu söylemeleri törensiz tüketimdeki geleneksel rol dağılımına ve geleneksel tutum ve yaklaşımlara dair ipucu niteliğindedir. Denilebilir ki, törenler ve törensiz gelenekler esnasında kimin ne kadar tüketileceği çoğunlukla geleneksel kalıplar içerisinde belirlenmiştir ve bu durum çoğu kez üstlenilen rolün bir gereği olarak kabul edilmiş durumdadır. Dahası, törensiz tüketimin gerek geleneklere uygun olarak yapılmaya gayret gösterilmesi ya da gösterilmemesi gerekse de yapılan tüketimin geleneklerle temellendirilmesi kişilerin birincil ilişkilerini düzenleyici bir işleve sahiptir. Dolayısıyla gelenekler ve törensiz tüketim unsurları birbiriyle eklemlenmiş olarak icra edilen ve aynı amaca götüren niteliktedir. Bu durumun en açık örneği tören aşamalarının kimlerin sorumluluğunda gerçekleşeceğine dair görüşlerde gözlenebilir. Şöyle ki, nişanın çoğunlukla kız tarafının, davetiye, nikâh şekeri ve yiyecek içecek ikram gibi diğer unsurlarını da kapsayacak şekilde nikâh ve/veya düğünün ise erkek tarafının sorumluluğunda olması, geleneklerin törensiz tüketimde yol gösterici etkisinin gözlenebilmesine olanak sağlamaktadır. Yine söz konusu kına gecesi olduğunda tören mekânını kız tarafının sağlamasına karşın konuklara yapılacak ikramı erkek tarafının karşılaması veya çiftin evinin döşenmesi sırasında tarafların sorumluluklarını paylaşma biçimi gelenekler çerçevesinde yürütülüyor görünmektedir. Nitekim kendisiyle mülakat yapılan birçok kişi çeşitli konularda geleneklerinin *kimi zaman*⁷ kendilerine yol gösterici olabildiğini belirtmişlerdir. Kendisiyle mülakat yapılan Artvinli, kasaba kökenli ve hizmet sınıfına mensup kadının aşağıda yer verilen ifadesi bu duruma örnek niteliğindedir.

Bizde yatak odasını ve mutfağı kız tarafı döşer. Ayrıca fırın ve buzdolabını almak da kız tarafına düşer. Erkek tarafı da geri kalan ne varsa yapar. Ama biz beyaz eşyalarımızı eşimle kendimiz aldık (Artvinli, kasaba, hizmet sınıfı, kadın).

Evlilik törenlerinde yapılan tüketimin geleneklerden beslendiğine bir diğer örnek ise genellikle (25) bir evlilik töreninin çağrışım yaptırdığı en önemli iki imge olan

⁷ Vurgu bana aittir.

gelinlik ve damatlıkta gözlenebilir. Bu kıyafetlerin gerek karşılıklı olarak satın alınması, gerekse de her iki kıyafetin de erkek tarafından (12) satın alınması, alınan kararlarda geleneklerin devreye girdiğinin açık bir göstergesidir. Bununla birlikte kendisiyle mülakat yapılan çiftlerin gelin arabalarının mülkiyeti incelendiğinde de gözlenmiştir ki, gelin arabasının temin edilmesinden koca ve/veya ailesi sorumlu addedilmektedir ve çoğunlukla (31) gelin ve damada ait olmayan bir araba tercih edilmektedir. Görüldüğü gibi evlilik törenlerinde gelin ve damadın ulaşım “aracının” kendisi dahi kimi zaman bu törenler için bir “amaç” niteliğine bürünebilmektedir. Bunun sebebini gelin arabasının koca ve ailesinin toplumsal statüsü hakkında ipuçları taşıyan veya ipucu verme olasılığı taşıyan bir öge olmasında aramak yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda, “gelin almaya” gelen ya da gelini tören alanına ulaştıran bir araç olarak gelin arabasının, damat ve ailesi hakkında fikir edinebilmek için sabırsızlanan ya da ister istemez fikir edinebilecek kalabalıklarla önemli bir ipucu niteliği taşıdığı bilincinde bulunduğu varsayılabilir. Bu bağlamda vurgulamak gerekir ki, gelenekler, toplumsal statüye ilişkin semboller bünyesinde barındırabilen bir nitelikte olabilmekte ve bu semboller sayesinde bilgi ve fikir edinilmesine ortam hazırlayabilmenin yanı sıra, bu açık amacı maskeleyici veya meşrulaştırıcı bir işleve de sahip olabilmektedir.

Kuşkusuz söz konusu olan şey evlilik töreni faaliyetleri olduğunda, geleneklere aidiyet ve benimseme bakımından mensup olunan grubun bu törenselleri biçimlendirici etkisi hissedilmektedir. Öyle ki bireyler daha önce hiç görmediği, hiç gitmediği, artık hiçbir akrabasının yaşamadığı ancak aile büyüklerinin yetiştiği ya da yaşamının bir bölümünü geçirdiği bir yerin gelenekleri gereği evlilik törenini biçimlendirebilmektedir. Bunun yanı sıra bireylerin doğduğu ve yaşamının büyük kısmını geçirdiği yerin gelenekleri de bu süreçte etkili olabilmektedir. Dahası kimi zaman birey, birebir hiç karşılaşmamış olsa da çeşitli medya ortamlarında karşılaştığı uygulamalardan dahi etkilenebilmekte ve hatta kimisini benimseyebilmektedir. Kimi zaman kişinin kendisini mensubu hissettiği ya da mensup sayılmak istediği grup ile geleneklere aidiyet ve benimseme bakımından mensubu olduğu grubun törenselleri örtüşme de, ailelerin etkisi sayesinde ve yine ataerkil sistemin talepleri ön plana çıkarak, büyük oranda geleneksel kökenin devreye girdiği gözlenmektedir. Ancak yinede her bir aidiyet arasında bir uyum ve dengeleme amacı güdüldüğü ve böylece evlilik yoluyla oluşturulacak yeni yaşam tarzına dâhil edileceği varsayılan ilişkilerin düzenlenmesine hizmet eden bir karar alma sürecinden bahsetmek daha gerçekçi bir yaklaşım olacaktır. Araştırma kapsamında Ankara Çubuk’tan, köy kökenli ve işçi sınıfına mensup bir çiftle yapılan mülakat sırasında kocanın söyledikleri, bu dengeleme çabasına örnek niteliğindedir.

Kına gecesi için salon tutuldu. Bindallı giyilip, kına yakılması dışında herhangi bir gelenek yoktu. Tüm gece elektrosaz çalındı. Ailelerin gönlü olsun diye kabul ettik. Çünkü düğünümüze Çubuk'tan az kişi davet edebilecektik, [ailelerimiz] köyden düğüne çağırılmayanlar kına gecesinde eğlensin istediler. Keza nikâhta da aynı mantık oldu. Düğüne çağırılmayanlar oraya gelsin diye yaptık ayrı bir nikâhı. Ama düğünümüz bizim istediğimiz yerde ve şekilde oldu (Çubuklu, köy, işçi sınıfı, koca).

Bunlara ilaveten evlilik törenlerini “usulüne uygun” olarak ya da “hakkını vererek” gerçekleştirilmenin çoğu zaman güçlü bütçe gerektirdiği Türkiye’de yaygın kabul gören bir kamı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerek ailenin sahip olduğu çocuk sayısı gerekse de diğer olanakların çizdiği sınırlar, törenlerin kimisinin “büyük” (kalabalık katılım, zengin ikram vb.), kimisinin ise “küçük” (az sayıda davetli, sade vb.) tutulması sonucunu doğurabilmektedir. Benzer şekilde geçmişte yaşanan ya da yaşanmayan diğer törenler (3) de bu törenlerin gelişimine yön verebilmektedir. Aynı şekilde nişanlılık sürecinde hastalık ve/veya ölüm gibi olumsuz olaylarla ilgili tören gerektiren durumlar yaşanması (5) da, evlilik törenlerinin gidişatında etkili görünmektedir. Geçmişte küçük oğluna sünnet yapamayan babanın kızını evlendirirken “anlı şanlı bir düğün” düzenlemek istemesi; geçmişte büyük kızının evlilik tören aşamalarının eksiksiz gerçekleştiren bir annenin küçük kızı için bu tür bir heves içerisinde olmaması, “doymuş” tabir edilmesi veyahut da düğünden on beş gün önce damadın babasının ölümünün ve dolayısıyla cenaze töreninin gerçekleştirilmiş olmasının düğünün az katılımlı ve daha az “özenli” ve “coşkulu” geçmesi sonucu doğurması gibi durumlar bu görüşü destekleyen örneklerdir⁸. Benzer şekilde evlenecek çiftin içinde yaşayacağı evin satın alınması ya da döşenmesi de tören aşamalarının biçimlendirilmesinde etkili olabilmektedir. Örneğin kendisiyle mülakat yapılan Ankara doğumlu olmalarına rağmen kendilerini “Sivaslı” olarak tanımlayan, kent kökenli ve ara sınıfa mensup çiftte mensup kadın, kendilerine eşinin ailesi tarafından ev satın alındığı için düğün yapmama kararı aldıklarını, buna karşılık ise “en azından” nişan törenini bin kişinin katılabileceği bir kokteyl olarak düzenlediklerini anlatmıştır. Diğer iki farklı çift ise bu durum şöyle ifade etmiştir:

Düğün için salon tutmadılar, o paraya balayına giderler diye düşünmüşler. Biz de madem düğün sokakta olacak, nişan salonda olsun istedik (Kars, köy kökenli, işçi sınıfı, kadın).

Nişanı gereksiz gördüm, istemedim. Saçma geliyor. Hem masraf olarak da külfet geliyor. Zaten yemekli bir düğün yapılacak, ne gereği var, dedim (Çankırı, kent kökenli, ara sınıf, kadın).

Denilebilir ki, evlenecek kişiler ve/veya aileleri genellikle imkânları dâhilinde bir dengeyi hedefler görünmektedirler. Şöyle ki, çiftlerden dördü düğünleri olmayacak diye

⁸ Örnekler sırasıyla araştırma kapsamında kendileriyle mülakat yapılan ÇİFT 36, ÇİFT 27 ve ÇİFT 21’in ifadelerinden elde edilmiştir.

büyük bir nişan yapmaları gerektiğini söylerken, 19'u ise düğünleri olacağı için büyük bir nişan yapmalarına gerek kalmadığını belirtmişlerdir. Öte yandan sekiz evli çift kısıtlı bütçelerinden ötürü düğüne çağıramayacakları konukları için ayrı bir nikâh töreni yapmaları gerektiğini vurgularken, dokuz çift düğünleri olmayacak veya düğünden ayrı bir nikâh yapmamaları yüzünden düğüne çağıramadıkları misafirleri için kınagecesini “büyük” yapmaları gerektiğini vurgulamışlardır.

Gelinlik, damatlık, nikâh şekeri, davetiye gibi doğrudan törensel tüketim nesnelерinin yanı sıra, bu nesnelere zemin hazırlayan çeyiz/çeyiz serme, bohça götürme, nişanlılık dönemine denk gelen bayramlardaki hediyeleşmeler ve takı geleneği törensel tüketim faaliyetleri olarak incelenebilmekte olup, evlilik süreci ve sonrasındaki birincil ilişkilerin düzenlenmesi veya sabote edilmesi bağlamında incelenebilir niteliktedir.

Çeyiz ve Törensel Tüketim

Evlilik hayatında kullanmak, evlilik sırasında veya sonrasında kız ve erkeğin birbirlerine ve yakınlarına hediye etmek üzere hazırlanan, satın alınan veya bu amaçla tahsis edilen taşınır veya taşınmaz malların tümüne birden çeyiz denir (Maden 1991: 214) ve kendisiyle mülakat yapılan birçok kadın çocukluğundan itibaren kendisine çeyiz hazırlayan ebeveynlerinden bahsetmiştir. Çeyiz serme geleneği ise evlenecek kızın çeyizini evlendikten sonra yaşamaya başlayacağı eve göndermeden önce sergiye açması olarak bilinir. Ancak çeyizin kimi zaman çiftin oturacağı evin döşenmesi sırasında evi yerleştirmeye ya da gezmeye gelenlere gösterilmesinin de bu gelenekle aynı işleve sahip olduğu düşünülebilir. Nitekim kendisiyle mülakat yapılanların hemen neredeyse yarısı (19) evlerinin döşenmesi sırasında evi yerleştirmeye gelenlere çeyizlerini gösterdiklerini belirtmiştir. Bununla birlikte, kendisiyle mülakat yapılan birçok çift, evlendikten sonra evlerine gelen kişilerin evlerini gezdiğini söylemişler ve zaten böyle bir talebin olacağını dikkate alarak evlerini hazırladıklarını içeren ifadeler kullanmışlardır.

Açıkça söyleyebilirim ki, yatak odasını sırf erkek tarafına karşı eziklik hissetmemek için babama zorla aldırđım. Sonuçta babam hiçbir şey yapmadı ya bana; laf olmasın diye. Şimdi onlar bir şey yapmadı diye ezik olmalılar aslında. Mesela onların âdetlerine göre çeyiz serme olurmuş. Bana ters geliyor, istememiştim ama annem yerine getirdi. Ben çalışırken, çeyizimi yeni evimizin salonuna sermiş. Görenler çok beğenmiş ve bende gidip gördüğümde anneme ellerine sağlık dedim. Çok güzel yerleştirmişti. Kayınvalidem çeyizimin olmadığını zannettiği için bunu istedi bence. Ama var olduğunu gördü ve şaşırđı. Belki içi rahatlamıştı, bilmiyorum (Antepli, kent kökenli, hizmet sınıfı, kadın).

Çoğu aile için evlilik, çocukları için öngörülen bir geçiş töreni olabildiğinden buna yönelik hazırlıkları zaman olarak ölçmek muğlâk sonuçlara götürebilir. Ancak evlilik günlerine dair birikim yapmak için harcanan süre bize fikir verebilir. Çünkü böyle bir gün için daha önceden birikim yapılmaması günü geldiğinde gereklerini yerine

getirmeye maddi kaynakların yeteceği hakkında ipucu vermektedir. Çeyiz bunun en somut örneğidir ve nikâh töreni sonrası evlilik yaşantısında kullanılması amacıyla tören öncesi yapılan tüketimleri içerir. Çeyizi yavaş yavaş hazırlama gereği duymama bile bir tüketici sınıf sembolüdür. Zaman içerisinde var olan gelirden artırırlarak (ki bu kimi zaman çeşitli kısıtlamaları doğurabilir) elde edilen birikim ile büyük ölçekli tüketime her an hazır olma durumu da tüketim ile toplumsal sınıf arasındaki ilişkiye örnek teşkil eder. Zamana yayılarak hazırlanan çeyiz geleneğinde gözlenen bir diğer önemli husus, gündelik hayatın estetikleştirilmesinin yanı sıra, özel günlerin estetikleştirilmesi için gündelik hayatını estetikleştirmeden feragat eden bireyler ve/veya ailelerin varlığıdır. Bu bağlamda, kişilerin bunu yaparken gündelik yaşantıları sırasında yakın çevreleriyle fazla etkileşim halinde olmadıklarını ve/veya bu özel günlerde etkileşime girmeyi planladıkları kişilerin daha fazla ve belki de önemli olacağını hesaba kattıkları yordandır.

Bohça Götürme, Bayram Hediyeleşmeleri ve Törenselle Tüketim

Bohça verme geleneğinin uygulanıp, uygulanmayacağı genellikle taraflar arasında anlaşarak karara bağlansa da, bohçanın tek taraflı işlediği hemen hiç görülmez. Çoğu zaman bohçayı ilk götüren tarafın gelecekte kendisine/kendi tarafına gelmesini planladığı bohçaya göre hazırlık içerisinde girdiği sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Bu anlamıyla kişilerin gelecekte kendisine/kendi tarafına gelmesi planlanan kazanımlara göre bugün ödemeler yapma çabasının ön plana çıktığı görülür ve “fedakârlık” olgusu kendi kendinin reddini sağlamış olur.

... Gelen bohçalar ortamda bulunan davetlilere gösterilir bizde. Sanırım bu bir statü göstergesi. Ya da erkeğin alım gücünü ve kıza verdiği değeri gösteriyor. İnsanlar da bohçayı merak ediyor. Alınan eşyalar, tanımadıkları kişi hakkında onlara fikir veriyor. Bence de bir bohça hazırlayanın statüsünü anlatabilir, ne kadar görmüş geçirmiş olduklarını gösterebilir. Bence görmüş geçirmiş kişinin bohçası hem kullanışlı, hem kaliteli, hem şık olmalı. Öyle her şeyi doldurmamalı. .. Bana gelen bohçaya karşılık bizim gönderdiğimiz bohçanın da böyle olmasına dikkat ettim. İyi yerlerden alışveriş yaptık. Kullanışlı ve şık olsun istedik. Mesela gömleği Vakko'dan, iç çamaşırını Pierre Cardin'den götürmek, kişinin zevkinin yanında, karşısındakine önem verdiğinin göstergesi. Olumlu yönde intiba da kazandırıyor ayrıca. Mesela kayınvalidemin de çok hoşuna gitmiş, hatta komşuları “gelinin hep kaliteli, hep markalı şeyler almış” demişler. Belli markalar tabii ki herkesin gözüne çarpıyor (Beypazarlı, köy kökenli, hizmet sınıfı, kadın).

Kendileriyle mülakat yapılan kişilerin büyük çoğunluğunun (29) bohça geleneğini yerine getirdiği ve genellikle (26) bohçanın içeriğinde gelin ve damadın yanı sıra diğer yakınlarla da hediyeler katıldığı gözlenmiştir. Şüphesiz bohça geleneği bir törenselle tüketim faaliyetidir ancak onun gösterişçi törenselle tüketim faaliyeti yönünü güçlendiren tarafı “ilan” aşamasıdır. Bazı yörelerde uygulandığı bilinen ve kendisiyle mülakat

yapılan çiftlerin bir kısmının da (11 çiftin) gerçekleştirdiği bu aşama, karşı tarafa gönderilen bohçaların içinin açılıp, konuklara neleri kapsadığının duyurulması şeklindedir. Kimi zaman bu aşamanın, bohçanın gelen misafirlerin göreceği şekilde evin bir bölümünde belirli bir süre sergilenmesi biçimini aldığı da gözlenmektedir. Nitekim kendisiyle mülakat yapılan çiftlerin büyük çoğunluğu (32) bohçalarının yakın çevrelere gösterildiğini belirtmişlerdir. Burada söz konusu olan ilanı içermeyen teşhirdir. Bu bağlamda her iki uygulama şeklinin (ister ilanlı isterse salt teşhir olsun) amaç ve sonucunun benzerliği dikkat çekmektedir: Her iki durumda da yakın çevrenin gelen veya giden bohçalardan bir şekilde haberdar edilmesi söz konusudur.

Evlilik sürecinde ve çoğunlukla nişanlılık evresinde gözlenebilen hediye odaklı bir diğer gelenek bayramlarda geline “bayramlık” adı altında kıyafet ya da takı sunulmasıdır. Kendisiyle mülakat yapılan bireylerin çoğunun (24) sözlülük ve nişanlılık evrelerinin en az bir dini bayrama denk geldiği öğrenilmiştir. Bu çiftlerden bazısı (11) geline bayramlık kıyafet almak üzere bayram alışverişine çıktıklarını, bir kısmı (10) ise erkek tarafının kız tarafına bayram ziyaretine geldikleri zaman geline takı takarak (genellikle bilezik) bu âdeti yerine getirdiğini anlatmıştır.

Bayramda gelini görmeye gelirken ya kesilen bilezik ya da başka bir hediye ile gelir erkek tarafı. Biz nişanlıyken bir kez bayram oldu, onda da eşim askerdeydi. Ama ailesinin bir şey getirmesini bekledi bizimkiler, gelmemesi de biraz yadırgandı (Kars, köy kökenli, işçi sınıfı, kadın).

Bu gelenek kimi zaman tek taraflı (sadece geline yönelik) işlerken, kimi zaman gelinin de aldığı hediyeyi takiben erkek evine tatlı göndermesi ve bu tatlının erkek evine gelen konuklara “gelinden” olduğu vurgulanarak ikram edilmesi şeklinde uygulandığı öğrenilmiştir. Ayrıca bu geleneğin bazı yörelerde geline boynuzlarında altın bilezik olan kurbanlık koç gönderilmesi şeklinde kendini gösterdiği de bilinmektedir.

Düğün Töreninde Takı Takma Geleneği ve Törensel Tüketim

Evlilik törenleri sırasında çiftlere ailelerince ve/veya çoğunlukla nikâh veya düğünde olmak üzere çevrelerince takı hediye edilmesi esasına dayanan takı geleneği, törensel tüketimin önemli bir unsurudur. Kimi zaman takı merasimine başlanacağı mikrofonla duyurulur, kimi zaman ise takı merasimi sırasında mikrofon kullanmaya devam edilerek, gelin ve damada takılan her hediye, salon görevlisi ya da bu işlere yabancı olmayan bir akraba tarafından herkesin duyacağı şekilde ilan edilir. Bazı yörelerde ise konuklar tarafından hediye edilen takıların bir deftere yazılması geleneği görülmektedir. Çoğunlukla para, altın, ziynet eşyası gibi hediyeleri kapsayan bu geleneğin, (Türkiye'nin çeşitli yörelerinde değişiklik göstermekle birlikte) çoğu zaman, yeni evlilere bir miktar maddi destek sağlama amacını taşıdığı kabul edilir.

Kendisiyle mülakat yapılan çiftlerin büyük çoğunluğu yaşanan nişan, nikâh, düğün gibi evrelerde damattan çok geline takı takıldığını, takılan takıların da tören evreleri arttıkça arttığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte genellikle kız isteme töreninde takı takılmadığı, şayet kız isteme töreni nişan ya da söz töreni ile bir arada gerçekleştiriliyorsa, törenin nişan niteliğinden dolayı takı hediyeleşmelerinin yaşandığı gözlenmiştir. Buradan da anlaşılabilir gibi nişan töreninde takı hediyeleşmesi yaygın bir gelenek olarak sürmektedir. Kendisiyle mülakat yapılan ÇİFT 38'in aşağıda yer verilen sözleri nişan töreninde geline takı takılmamasının yadırganan ve böylelikle ilişkilere yön verebilen bir husus olduğunun ispatı niteliğindedir.

Nişanda bana bir şey takılmaması sorgulandı diyebilirim. Hiçbir şey mi takılmadı dendi, epey yadırgandı. O kadar çok soruldu ki, sonunda eşime bari bir tek taş yüzük alalım demek zorunda kaldım. Onu gösterdim soranlara. Hatta nişanlıyken bazen eşimle tartıştığımızda, annem hemen "sanki bir şey mi takmış, atarsın nişanı olur biter" diyordu. Düğünde de kayınpederim hiçbir şey takmadı. Herkes sorar diye istemişim aslında. Ama "yeni eşin [kocanın üvey annesi] düğüne gelmesin" dendi diye morali zaten bozdu (Ankara, kasaba kökenli, hizmet sınıfı, kadın).

Ayrıca belirtmek gerekir ki, herhangi bir tören aşamasında hediye edilen takıların diğer bir tören aşamasında tekrar hediye edilmesi uygulaması da bir nevi takı geleneğini sürdürme biçimi olarak karşılaşılabilen bir olgudur. Kendileriyle mülakat yapılan bazı çiftlerin (10) de her aşamada yeniden takı hediye etmek yerine bu yolu izledikleri gözlenmiştir. Örneğin, ara sınıfa mensup, Ankaralı ve kent kökenli çift, aile arasında gerçekleştirdikleri söz töreninde takılanların, ayrı olarak düzenledikleri ve daha geniş bir kalabalığın katıldığı nişan törenlerinde tekrar takıldığını söylemiştir. Benzer şekilde (Antepli, kent kökenli kadın ile Haymanalı, kasaba kökenli kocadan oluşan ve hizmet sınıfına mensup) ÇİFT 4, (her iki üyesi de Karslı ve köy kökenli olan, işçi sınıfına mensup) ÇİFT 22 ve (Erzincanlı, köy kökenli kadın ile Ankaralı, gecekondu kökenli kocadan oluşan ve ara sınıfa mensup) ÇİFT 6 ise nişanlarında takılanların düğünlerinde yeniden takıldığını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra ailelerinin farklı şehirlerde yaşıyor olmasından ötürü nikâh ve düğünlerini ayrı günlerde ve ayrı şehirlerde gerçekleştiren (Eskişehirli, kent kökenli kadın ile Nazillili, kent kökenli kocadan oluşan ve işçi sınıfına mensup) ÇİFT 3 ile (Beypazarlı, köy kökenli kadın ile Adanalı, kent kökenli kocadan oluşan hizmet sınıfına mensup) ÇİFT 10 da kendilerine ailelerince nikâhta takılanların düğünde tekrar takıldığını dile getirmişlerdir. Kendisiyle mülakat yapılan Yozgatlı, köy kökenli ve işçi sınıfına mensup kadın (ÇİFT 29) ise nişanlılık süresinde geçirdikleri bayramlarda kendisine hediye edilen bilezikleri erkek tarafının geri alıp düğünde takılanlara eklediğini anlatmıştır. Benzer bir diğer yaklaşımı ise Ispartalı Yörük kökenli ve hizmet sınıfına mensup kadının (ÇİFT 11) gösterdiği söylenebilir: Bu kadın, erkek tarafının kendisine düğünde takılmak üzere önceden satın aldıkları bilezikleri düğünden

iki gün önce gerçekleştirdikleri kına gecesinde taktığını ifade etmiştir: “ Kolum boş dursun istemedim”. Bu ve benzeri durumlar ise, herhangi bir takı takmamanın her halükarda zaten kabul görmesinin düşünülemez olmasının bir sonucu olsa gerektir.

Düğünümüzde takı merasimi yapacaklardı, müdahale edip, durdurduk. Bence insanlar anonslu takı törenini “desinler” diye yapıyor. Duyurmak için yani. Alkışlatarak da onay, takdir görüyorlar. “İsmim okunsun, yarın öbür gün benim çocuğum evlenirse bana da taksın” diye düşünüyorlar. Birde [bizde] şu yaşandı ki, bana nişanda takılan set geri alınıp, düğünde tekrar takıldı. Yeni bir takı setine ben gerek görmedim aslında. Bir şey göstermek gerekiyorsa, “taktı desinler” isteniyorsa alın tekrar takın dedim. Öyle de oldu (Ankaralı, köy kökenli, ara sınıf, kadın).

Bununla birlikte kendileriyle mülakat yapılan kişilere takılan takıları evlendikten sonra kullanıp kullanmadıkları sorulmuş, görüşmecilerin çoğunluğunun (30) takıları takmadığı öğrenilmiştir. Buna ilaveten bazı çiftler (6), ailelerce takılan takıların kendilerinin geleceği için yatırım amacı taşımaya özellikle dikkat ettiklerini belirterek, ileride, yani satıldığı zaman, değer kaybetmeyecek türden takıların satın alındığını vurgulamışlardır. Bu anlamıyla takı, iki ayrı hedefi yani hem ailelerin şimdiki itibarını inşa etme ya da korumayı hem de çiftin geleceği için yatırım yapmış olmayı vaat ediyor görünmektedir. Benzer bir yaklaşım ise düğünlerde diğer konukların hediye ettikleriyle birlikte sahip olunan takıların düğün sonrası bir borcu kapamak amaçlı kullanılıp kullanılmamasında gözlenebilir. Şöyle ki, kimi zaman tören masrafları için, kimi zaman ise evlenen çiftin yeni döşenen evi için girilen borçların bu takıların nakde çevrilerek kapatılması gözlenmektedir. Nitekim kendisiyle mülakat yapılan bazı çiftlerin ya da ailelerinin (12) bu törenler sayesinde edindikleri altınları kullanarak evlilik hazırlık süreci sırasında edindikleri borçları ödedikleri öğrenilmiştir.

Babam tutturunca “belirli bir çevrem var, aşağısı kurtarmaz” diye en pahalı düğün salonunu tutmak zorunda kaldık. “Çok gelen olacak, masrafları takılardan rahat çıkartırsınız” dedi (Ankaralı, gecekondu kökenli, ara sınıf, kadın).

Görüldüğü gibi, takı geleneği yeni evlenecek çifte çevresinden gelen destek olarak değerlendirilebilir. Zira konukların takı takarken çoğu kez taşıdıkları tahmin edilen amacın çiftin yeni yaşamına destek olduğu söylenebilir. Ancak burada üzerinde durulması gereken husus, davetlinin vereceği desteğin ileride alacağı desteği belirleyebileceğidir. Şöyle ki, evlenen çiftlerin, kendilerine destek veren kişilerin ileriki tarihteki düğün törenlerinde bu desteği gözetmeleri, dahası kimi zaman kendisine verilenden daha aşağı bir hediye vermemeye dikkat etmesi söz konusudur. Bu anlamıyla hediye alan yeni evli çift ve/veya aileleri, ödeme tarihi belirsiz olsa da bazı tanıdıklarına borçlanmış durumda olmakta veyahut da geçmişte verdiği borçların karşılığını almış durumda olmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Görüldüğü gibi, toplumsal teörinin tüketim olgusunu incelerken sürekli olarak dış dünyaya bakmasına ve bunu doğrudan doğruya iktisadi güç, sınıf ve statü grupları arasındaki ilişkiler, hizipleşmeler bağlamında ele almasına karşılık törenselle tüketimin bireyin kendi birincil grubu/grupları ile olan ilişkilerinin çeşitli boyutlarını dikkate alan çok daha mahrem bir alanla ilişkili, çok önemli başka işlevleri bulunmaktadır. Şöyle ki, törenlerin biçimi ve bu törenlerin her biri için yapılan harcamaların tarzı ve miktarı, bireylerin toplumsal sınıf ve statü konumlarından etkilenmekle birlikte, sembolik değer üretiminde bireysel konumun neye elverdiği ile neyin gerçekleştirildiği arasındaki mesafenin yakınlığı ya da performansının gücü aşma derecesi büyük bir önem arz ediyor görünmektedir.

Bununla birlikte ataerkil sistem ile akrabalık sisteminden kaynaklanan kural ve taleplerin her birinin de bağımsız birer etken olarak törenselle tüketim sürecine dâhil olması söz konusudur. Bu çerçevede, özellikle kadını müstakbel kocasının, buna karşılık olarak da erkeği müstakbel karısının aile ve akrabalık grubuna dâhil etmek için gösterilen itinanın sınıf ve statü konumlarından bağımsız ve fakat onlarla eklemleşmek suretiyle icra edildiğinin altını çizmek gerekir. Dolayısıyla, törenselle tüketim, sıradan bir gösteri konusu olmanın çok ötesinde olağan ilişkileri teyit edici, onarıcı veya sabote edici bir niteliğe bürünebilmektedir. Bu durum sınıf ve statünün toplumsal eylemi belirleyen yegâne etmenler olmadıklarını, aksine belki toplumsal eylemlerden daha derinlere kök salmış toplumsal kurumlar üzerinde işleyen etmenler olduklarını teyit etmek anlamına gelmektedir.

Sonuç olarak iktisadi güç törenler için yapılabilecek harcama miktarını doğrudan etkileyerek, belli bazı ilişkileri teyit etme bakımından önemli bir kaynak sağlamaktadır ancak, bu gücün ilişkileri teyit etme, onarma amacıyla kullanımının sınıflar arasında aynı nitelikte olup olmadığının daha dikkatli bir şekilde sorgulanması gerekmektedir.

Kaynakça

- Bocock, R. (2005). *Tüketim*. (Çev. İrem Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Botton A. D. (2005). *Statü endişesi*. (Çev. Ahu Sıla Bayer), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1999). *Tüketim antropolojisi*. (Çev. Erden Atilla AYTEKİN), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Durutürk, C. (2007). *Gelenek, tüketim toplumu ve törenselle tüketim: Türkiye'deki evlilik törenleri üzerine sosyolojik bir araştırma*. Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Basılmamış Yüksek Lisans tezi.
- Emiroğlu, K. ve Aydın, S. (2003) *Antropoloji sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Girmes, R. L. (2000). *Deeply into the bone: Re-inventing rites of passage*. Berkeley: University of California Press.

- Goldthorpe, J. H. (1987). *Social mobility and class structure in modern Britain*. Oxford: Clarendon Press (gözden geçirilmiş basım; ilk basım 1980).
- Hobsbawn, E. (1993). *1780`den günümüze milletler ve milliyetçilik program, mit, gerçeklik*. (Çev. Osman Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- İbn Haldun. (1990). *Mukaddime I*. (Çev. Zakir Kadiri Ugan), İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Maden, H. A. (1991). Çeyiz geleneği. (Der. Beylü Dikeçligil ve Ahmet Çiğdem). *Türk aile ansiklopedisi*. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 214–216.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (Çev. Osman Akınhay- Derya Kömürçü), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Otnes, C. C. ve Pleck, E. H. (2003). *Cinderella dreams: The allure of the lavish wedding*. Berkeley, Los Angeles and Londra: University of California Press.
- Sennett, R. (2002). *Kamusal insanın çöküşü*. (Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sönmez, A. (2006). The measurement of social-class mobility and a discussion of some of the methodological issues involved. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 23 (2): 163–173.
- Wright, E. O. (2006). Class. In G. Ritzer (Ed.) *Encyclopedia of social theory*. Sage Publications.