

T.C
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI

**SINIF, SERMAYE VE EVLİLİK: GAZİANTEP’TE DÜĞÜN
TÖRENLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESEN ÇAVLI

Tez Danışmanı Prof. Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN

GAZİANTEP-NİSAN 2024

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANA BİLİM DALI

Tezin Başlığı: Sınıf, Sermaye ve Evlilik: Gaziantep'te Düğün Törenleri Üzerine Bir İnceleme.

Adı ve Soyadı: Esen Çavlı

Tez Savunma Tarihi: 16/04/2024

Prof. Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN danışmanlığında hazırlanan bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından oy birliği ile bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmzası

Prof. Dr. Şevket ÖKTEN (Jüri Başkanı)

Prof. Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN

Doç. Dr. Semiray YÜCEBAŞ

Bu tezin gerekli şartları sağlayarak yukarda belirtilen jüri tarafından Yüksek Lisans tezi olarak kabul edildiğini onaylarım.

Prof. Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN

Enstitü ABD Başkanı

Sosyal Bilimler Enstitü Onayı

Prof. Dr. Mehmet SOĞUKÖMEROĞULLARI

SBE Müdürü

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

İmza:.....

Adı ve Soyadı: Esen ÇAVLI

Öğrenci Numarası:

Tezin Savunma Tarihi:16/04/2024

ÖZET

SINIF, SERMAYE VE EVLİLİK: GAZİANTEP’TE DÜĞÜN TÖRENLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÇAVLI, Esen

Yüksek Lisans Tezi

Sosyoloji Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN

Nisan-2024, 98 sayfa

Toplumsal bir varlık olarak insan, benliğini ve varoluşunu kurduğu ilişkiler üzerinden şekillendirmektedir. İnsanın toplumsal bir varlık olması, onu ortaya çıkaran bütün kültürel koşulları önemli kılmaktadır. Bu, aynı zamanda, değişen koşullarla birlikte farklı toplumsal ilişkiler anlamına da gelmektedir. Bu genel kabullerden dolayı, bu çalışma, Gaziantep’in orta ve üst orta sınıflarında günümüz koşullarında gerçekleşen evlilik süreçlerinin bir bölümüne odaklanmaya çalışmaktadır. Gündelik ya da rutin hayatın dışındaki “sıra dışı” bir duruma karşılık gelen evlenme ve düğünler, bize pek çok toplumsal süreci gözlemleme imkanları da sunar. Düğün ve evlilik törenleri, mekân seçimlerinden davetlilere, tören performanslarından yapılan hazırlıklara kadar pek çok açıdan önemli ipuçları ve anlamlar barındırır. Evlenenlerin ve akrabalık bağları kuran ailelerin kültürel, sosyal, ekonomik ve sembolik sermayelerinin bir bütün halinde farklı araçlarla sergilendiği performatif ve göstergesel bir durum olmasından dolayı Gaziantep’te, özellikle, spesifik sosyal çevrelerde evlilik törenleri pek çok dinamiklerin rol oynadığı olgulardır. Pierre Bourdieu’nün kuramına sıkça kullanılan *Alan*, *Habitus*, *Sermaye* ve *Sansür* gibi kavramlar, söz konusu evlilik ve düğün törenleri sürecinde karşımıza açık (manifest) veya örtük (latent) halleriyle çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın temel gayelerinden birisi de bu süreçteki anlamları, saha çalışmaları ve gözlemlerle ortaya çıkarmaktır. Çalışma, temelde, sahada yarı yapılandırılmış mülakatlarla gerçekleştirilen veri toplama süreçlerinden oluşmuş ve farklı gözlemlerle de desteklenmiştir. Evlilik ve düğün törenlerinin içerdiği sınıfsal, kültürel ve sembolik anlamları elde etmeye odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alan, Habitus, Sermaye, Toplumsal Uzam, Sınıf

ABSTRACT

CLASS, CAPITAL AND MARRIAGE: A SURVEY ON WEDDING CEREMONIES IN GAZIANTEP

ÇAVLI, Esen

M.A. Thesis

Department of Sociology

Thesis Advisor: Prof. Dr. Mehmet Nuri GÜLTEKİN

April-2024, 98 pages

As a social being, individuals shape their self and identity through the relationships they establish. The fact that an individual is a social being makes all the cultural conditions that create him meaningful. It also means various social relations besides changing conditions. With those general assumptions, this study focuses on some parts of the marriage processes in Gaziantep's middle and upper-middle social classes. Marriages and wedding ceremonies, which correspond to an 'extraordinary' situation outside of daily or routine life, also allow us to observe many social processes. Wedding and marriage ceremonies also contain essential clues and meanings in various dimensions, from venue selection to guest list, ceremony performances, food presentation, etc. In Gaziantep, especially in definite social environments, marriage ceremonies are events in which many dynamics play their roles, as they are performative and semiotic moments in which the cultural, social, economic, and symbolic capitals of those who get married and the families who establish kinship ties are exhibited as a whole through different tools. Concepts such as Field, Habitus, Capital, and Censorship, which are frequently used in Pierre Bourdieu's theory, appear before us in their manifest or latent forms during the marriage and wedding ceremonies for our understanding. Therefore, one of the main aims of this study is to understand and reveal the meanings of this process through field studies and observations. The study consists of data collection processes through semi-structured interviews in the field, supported by different observations. It focuses on obtaining the class, cultural, and symbolic meanings of marriage and wedding ceremonies in Gaziantep.

Keywords: Field, Habitus, Capital, Social Space, Class

ÖNSÖZ

Tez konumu seçişime merak oluşturacak sorular yöneltmesiyle vesile olan, tüm süreçlerde cesaretlendiren ve bilgi birikimiyle, değerli fikirleriyle yol gösteren ve destekleyen kıymetli tez danışmanım Mehmet Nuri GÜLTEKİN hocama sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Tezime değerli görüş ve önerilerini bildirerek katkıda bulunan jüri üyeleri Doç. Dr. Semiray YÜCEBAŞ ve Prof. Dr. Şevket ÖKTEN hocalarıma saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Her koşulda çabalamamız, okuyup daha güçlü ve özgür bir kadın olmamız gerektiğini vurgulayan, fedakarlığı ve dik duruşuyla bizlere de örnek olan annem Hanım KAPLAN'a teşekkürlerimi sunarım.

Eğitime verdiği önemle okumanın, gelişmenin önemini her daim vurgulayan ve destekleyen, emek vermenin ve güçlü olmanın değerli olduğunu bizlere öğreten babam Ali ÇAVLI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Küçüklüğümde beri doğruyu ve yanlış ayırt etmemi sağlayan, pes etmeden hatalarımdan ders çıkarmam gerektiğini öğreten ve örnek olan ablalarım Esra ÇAKIR ve Esin ÇAVLI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Tanıdığım ilk günden beri her düşüşümde elimden tutup kaldıran, koşulsuz desteğini ve sevgisini gösteren, tüm süreçlerde cesaretlendiren hayat arkadaşım Yuşa Turab KÜLLÜK'e teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
GÖRSELLER LİSTESİ	vi

GİRİŞ BİRİNCİ BÖLÜM METOD VE YÖNTEM

1.1 Araştırmanın Konusu	6
1.2 Araştırmanın Amacı	8
1.3 Araştırmanın Önemi	9
1.4 Araştırmanın Yöntemi.....	14

İKİNCİ BÖLÜM

DÜĞÜN PRATİKLERİNDE SINIFLAŞMA GÖRÜNTÜLERİ

2.1 Evliliğin Biçimsel Gerekliliği	18
2.2 Düğün Fuarları: Gaziantep Wedding Festival.....	24
2.3 Beyaz Bir Gösterge: Gelinlik Seçimleri.....	37
2.4 Bir Nezihleştirme Biçimi Olarak Beslenme	43
2.5 Anı Kalıcılığında Mekân ve İşlevi	48
2.6. Kültürel ve Sınıfsal Tüketim Biçimi Olarak Müzik Tercihleri	52
2.7 Tercihleri Şekillendiren Organizasyon Firmaları.....	54
2.8 Görünürlük Çağında Sosyal Medya Sayfaları.....	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAHA BULGULARI VE YORUMLAR

3.1 Saha Deneyimlerinden Veriler	74
3.2 Gaziantep'te Düğünleri Etkileyen Tematik Söylemlere Bakış	88
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	92

KAYNAKÇA	95
EK 1: Görüşülen Kişilere Dair Notlar	97
ÖZGEÇMİŞ	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.



GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: Wedding Festival tanıtımı.....	26
Görsel 2: Wedding Festival duyurusu	26
Görsel 3: Pembe çiçekli konsept	27
Görsel 4: Işıklı konsept.....	27
Görsel 5: Beyaz konsept.	28
Görsel 6: Sarmal konsept.	28
Görsel 7: Renkli çiçek konsept.....	28
Görsel 8: Yeşil tonlarda konsept	28
Görsel 9: Gold konsept.....	29
Görsel 10: Oval masa konsept.....	29
Görsel 11: Avize konsept	29
Görsel 12: İşleme detaylı mendil	30
Görsel 13: Kırmızı gül konsept	30
Görsel 14: Parıltılı tavan konsept.....	30
Görsel 15: Masada kuş konsept.....	30
Görsel 16: Avize tavan konsept	31
Görsel 17: Işıklı giriş yolu konsept	31
Görsel 18: Pembe konsept.....	31
Görsel 19: Zemin konsept	31
Görsel 20: Bando ekibi gösterisi	34
Görsel 21: Dans gösterisi	34
Görsel 22: Kaftan görünümleri.....	35
Görsel 23: Gelinlik modelleri.....	35
Görsel 24: Makyaj sanatçısına ilgi	35
Görsel 25: Kına kıyafet tercihleri.....	35
Görsel 26: Mankende gelinlik tanıtımı.....	36
Görsel 27: Sezon gelinlik tasarımlarının sergilenmesi.....	36
Görsel 28: Düğün gereklilikleri hakkında öneriler sayfası	58
Görsel 29: Düğün için yapılması gerekenlere gösterilen ilgi.....	59
Görsel 30: Düğünlerin yeni başrolü	61
Görsel 31: Gaziantep’te ünlü makyaj stüdyosuna gösterilen ilgi.....	63
Görsel 32: Gelinlere tasarlanan özel oda Victoria.	65
Görsel 33: Gelinlere tasarlanan özel oda Esmeralda.....	65
Görsel 34: Gaziantep’te sevilen makyöz görünürlüğü.....	70
Görsel 35: Gelinlere özel. Kaynak: Instagram	72
Görsel 36: Düğünden önce tavsiyeler	72
Görsel 37: Makyajın oturması için bilgi	72
Görsel 38: Makyaj öncesi işlemler.....	72
Görsel 39: Göz makyajı için tüyo	73

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar süregelen geleneksel ve kültürel ögeler, içerisinde barındırdığı ritüellerle birlikte, gündelik yaşam pratiklerine ve ötesine yansıyor bir sürecin parçası haline gelmektedir. Bu süreç, kişilerin toplumsal konumlarının ve kimliklerinin oluşumunu etkileyen ve bireylerin bulundukları konumu ifade etmelerine olanak sağlayan bir durum olarak belirlemektedir. Geleneksel ve kültürel ögelerin, tarihin değişken akışı sürecinde tam anlamıyla ve keskin hatlarla değişmesi, geçmişten tamamen kopması mümkün değilken gelişen ve değişen dünya bağlamında, bu ögelerin ufak kırılmalara açık olması söz konusudur. Ufak kırılmalarla değişikliğe uğrayan ama özünün genel bağlamda korunduğu gelenek ve kültür içerikleri, bireylerin hem geçmişte hem de şu anda kendilerini bir topluluğa atfetmesinde, topluluğun içerisinde konumlandırmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu rolün gündelik hayattaki yansımaları ve etkileri günlük rutin içerisinde saydamlığını yitirebilmekte, günlük hayatın düzeni içerisinde kendisini normalleştirebilmektedir. Ancak bu rol, kendisini özel gün etkinlikleri sırasında apaçık bir şekilde olmasa da incelemeler bağlamında daha net bir şekilde göstermekte ve geleneksel-kültürel ögeleri diri tutmayı da sağlamaktadır.

Sınıfsal göstergelerin büyük farklar yarattığı, seçimlerin sınıfsal ayrıcalıkları gözler önüne serdiği, belirli bir sınıfa mensup kişilerin sermaye biçimlerini farklı açılardan sergileyebilme ve sermaye biçimleriyle doğru orantılı olarak güçlerini gösterebilme olanağı bulduğu özel gün etkinlikleri, önemli bir ritüel olarak günümüzde yerini korumaktadır. Eski zamanlardan beri her yöreye, her bölgeye ve her ülkeye göre çeşitlilik gösteren özel gün etkinlikleri, her mikro ve makro düzlemde bulunan topluluğa ve çevreye göre farklı odak noktalarıyla beraber gerçekleşmektedir. Odak noktası, kişinin ve çevresinin içerisinde bulunduğu sosyal konum, statü, meslek ve sahip olunan kültürel ögeler çerçevesinde yeniden şekillenmektedir. Özel günler ekseninde küçük dokunuşlar, seçimler ve göstergeler kişilerin çeşitli sermaye biçimlerini sergileyebilmesi açısından önem arz etmektedir. Etkinlikler neticesinde

toplumsal ağlarını güçlendiren, içsel ve dışsal güç göstergelerini yeniden düzenleyebilen ve konumlandırıan kişiler için vazgeçilmez bir gösterge olarak kullanılabilen özel günler, mikro olandan makro olana geçişi net görülmeven ama ağ geliştirmede kuvvetli olan bir yöntemdir.

Bu özel gün ve kutlamalardaki tüketim farklılıkları, kişilerin ait olduğu toplumsal uzama, yaşadığı alana ve habitusuna göre şekillenmektedir. Bu durum düğün, kına ve nişan gibi davetlerin içerisinde Bourdieu'nun sansür, toplumsal uzam (mekân), alan, habitus ve sermaye kavramlarıyla incelenmesi mümkün olan içeriklere sahiptir. Bireylerin içselleştirdikleri sınıfsal tercihler ve şemalara göre seçimlerde bulunması ve bu tercihlerin oluşumu, sürekliliği, kendisini göstermesi ve toplum içerisinde yer bulması Bourdieu için kişinin geçmişten beri içerisinde yer aldığı konumlar, ilişki kurduğu ve toplumsallaştığı kişiler, sahip olduğu maddi imkânlar ve bunları nasıl ifade ettiği sayesinde şekillenirken, Karl Marx'dan ayrılarak sadece ekonomik düzlemde incelenebilecek bir konu olmaktan ziyade, bu tür ayrışmaların ekonomiye ek olarak daha farklı sebeplerinin de olduğunu ileri sürmüştür. Toplumsal hiyerarşı; Marx için temelde, ekonomik düzlemde şekillenen ve konumlanan bir yapı, Weber için ise Marx ekseninde temel kavram olan sınıf kavramına ek olarak statü ve parti kavramlarını da işin içerisine ekleyerek farklılaşırken, Bourdieu tüm bunlardan farklı olarak kişiler arasındaki ilişkiler bağlamında bir sosyal sermaye, sahip olunan maddi güç çerçevesinde ekonomik sermaye ve geçmişten gelen birikimler, edinilen tecrübeler bağlamında kültürel sermaye açısından bu sınıflaşmayı temellendirir. Birbirinden ayrılan ve farklı kategorileri belirten sermaye türlerinin her birinin bir başkasının gözünde şekil bulması, varlık kazanması ve farkını ortaya koyması ise simgesel sermaye kavramına işaret edecektir. Bir başka deyişle, Bourdieu'nun çözümleme tarzıyla makro bağlamda toplumu mikro bağlamda ise bireyleri sınıflara ayıran, farklılaştıran ve birbirleri üzerinde hiyerarşik bir güç oluşturmasını sağlayan tek etken maddi kaynaklara erişim gücü değildir. Maddi kaynaklara ilaveten bilgi birikimi, sahip olduğu ve iletişim kurduğu çevre, seçimleri ve tüm bunları toplum önünde nasıl ifade ettiği gibi etkenlerde kişiler arasında fark yaratan unsurları oluşturan ve biçimlendiren öğelerdir. Bu noktada her bir etmen bir diğeri etmenle açıkça görülmez olan ancak birbirini etkileyici ve kapsayıcı bağlar içeren unsurlara işaret etmektedir.

Evlilik sürecinde sınıf temelli oluşumların, güç göstergelerinin ve sermaye biçimlerinin mekân, müzik, yemek, gösteriler ve kıyafet seçimleri gibi araçlarla karşımıza çıktığı görülmektedir. Her topluluğun kendine göre adetleri ve uygulamaları vardır ve bu uygulamalar çerçevesinde kişi de ait olduğu topluluğa göre kendi varlığını sergileyebilme ve benliğini ortaya çıkarabilme şansı bulmaktadır. Atılan her adım, gösterilen her tavır kendi içerisinde birçok anlam taşıırken yine birçoğu iletişim ağını genişletmeye ve korumaya yarayan bir işleve de sahiptir. “*Güç, kontrol ve sahip olma, aile öykülerinin ana temalarındandır*” (Çamoğlu, 2018:34). Evlilik sürecindeki her etkinlik, iki farklı ailenin ve evlenen çiftler tarafından kurulacak olan ailenin sermaye türlerine tanıklık edilecek bir sahnedir ve bu sahnede sermayelerini sergileyecek olan herkes alan üzerindeki hâkimiyetini sunmak üzere yer almaktadır. Sahip olunan her sermaye ve hacminin etkinlik esnasındaki yansımaları kişinin kanıtlanmış güçlerini, kontrol edebildiklerini ve sahip olduğu örüntüleri yansıtarak hâkimiyet görüntülerini kanıtlayabilme hazzını yaşatmaktadır. Sermaye türlerinin göstereni olabilecek “ayrım” çizgisini koruyan eylemlerin, paylaşılan ortak beğeni tarzlarının ve değerlerinin bir yansıması olabilecek organizasyonun gerçekleştirilmemesi durumunda ise kınanma, eleştirilme ve “alan”dan dışlanma söz konusudur.

Düğün törenleri her dönemde kişinin saygınlığını ve gücünü gösterebilmesi açısından önemli ve etkili bir araç olarak görülmekte hatta eskilerin tabiriyle “şanına şerefine yakışır bir düğün yapmak” söylemiyle de öneminin ne düzeyde olduğu ifade edilmektedir. Aslında ifade edilmek istenen, toplumsal varlık olarak insanın yapıp etmelerinin nedeninin ve sonucunun, toplumsallık dışında işleyiş ve anlam bulmaması, beğeniye ve eleştiriye maruz kalmasındandır. Eski dönemlerde bir akrabanın, arkadaşın veya komşunun düğünü varsa o kişinin yakın çevresi ve yardım etmek isteyen kişiler el birliğiyle düğün telaşını hep birlikte yine sermaye güçleri bağlamında, yapabildikleri kadar yapar ve paylaşırlardı. Bulunulan topluluk içerisinde el birliğiyle gerçekleştirilen bu etkinliklerin, biçim değişikliğine uğraması neticesinde ihtiyaç duyulan farklı sembollerin ve kullanımlarının varlığı söz konusu olmuştur. Günümüzde açıkça farklı kesimlere hitap ettiği belli olan ve etkinlik içerisindeki kullanımları bu doğrultuda sembolleştiren, aracı olan organizasyon şirketleri bulunmakta ve bu şirketler gelin, damat ve ailelerinin işlerini süreç doğrultusunda kolaylaştırmaktadır.

Düğünlerin günümüze kadar çeşitli biçimlerde ve farklı rollerde karşımıza çıkması, farklılaşan toplumların ve farklılaşan toplumsal ilişkilerin birer tezahürü olarak topluma yansımalarıdır. Yüksek gelire ve daha iyi bir sermaye ağına sahip olan aile de daha düşük gelire ve sermaye biçimlerinde bir diğeri kadar gelişmemiş veya iyi olmayan aile de bir organizasyon şirketine başvurabilmekte internet sitelerinden fikirler almakta ve düğün, kına, nişan gibi etkinlikler için son moda ne olduğunu yansıtan dergilerden, internet siteleri ve sosyal ağlardan yardım alma ihtiyacı duyar hale gelmiştir. Sermaye biçimlerinden diğeri alana kıyasla eksik kalan kişiler bir tutunma çabası içerisinde kalarak bulundukları alanı ve sınıfı kaybetmeme ve hatta bulundukları alanı sağlamlaştırma çabası içerisindeyler. Bu alanı sahiplenme ve devam ettirme iç güdüsü aslında kişinin kendi benliğini sunma çabasına işaret etmektedir. *“Özne, toplumdaki, yani bizzat toplum içinde yer alan mücadeleden başka bir yerde ortaya çıkamaz”* (Guy, 2022:55). Özel gün etkinlikleri gerçekleştirilirken görülen eğilimlerin tamamında bireyin sahip olduğu sermaye biçimlerini aile, köken ve benlik algısıyla, sonucunda da özne olarak gösterme eğilimi mevcuttur. Özne olarak toplum içerisinde gerçekleştirilen birbirinden farklı eylemlerle beraber, kişinin ait olduğu ortama gerçekten ait olup olmadığı, yaşam tarzına ait göstergelere hâkim olup olmadığı ve organizasyonlar baz alındığında da bunları organizasyonları dahilinde sergileyip sergileyemediği de kendi içlerinde özel bir anlam taşımaktadır.

Kişilerin kimlik inşaları ve toplum içindeki konumlanışları meslek, ekonomik durum, yaş, cinsiyet vb. süreçlerle inşa edilebilen ama aynı zamanda yan göstergelere de ihtiyaç duyan bir süreçtir. Yan gösterge olarak bahsedilen bu ihtiyaç, kişilerin özel günler olarak düzenlediği, düğün, kına ve isteme gibi etkinliklerde kullandığı, gündelik yaşam pratiklerinden farklı bir düzleme yerleştirilebilecek olan ayrıştırıcı pratikler ve sembollerdir. Özel gün etkinliklerindeki fark, gündelik yaşamda alışkanlık adı altında zaman zaman ayrıştırıcı etkilerini normalleştirebilen durumların ötesine geçerek onları özel günler ve etkinlikler bağlamında yeniden güçlü kılabilmek, mücadele alanlarında diri kalabilme etkisine sahip olmasından ileri gelmektedir. Örtük ve derin anlamların barındığı bu süreç içinde alt, orta ve üst sınıf olarak adlandırabileceğimiz her kesimden bireyin, “ayrım” çizgisinde nerede belirlediği veya durmak istediği, sınıflar arasındaki mücadelenin göstergelerinin özel günlerde anlam bulmasının biçimlerinden biridir. Bu anlamlar ise analizlere ihtiyaç duyan önemli örüntülerden oluşmaktadır.

Mikro ve makro bağlamda farklılıklar gösteren bu etkinlikler Gaziantep içerisinde çok kuvvetli bir sınıfsal mücadele alanı olarak görülmektedir. Gaziantep kent merkezinde yürütülecek olan çalışmanın evlilik sürecindeki davetler ve etkinliklerdeki seçimlerin altında yatan ve örtük halde toplumsallaştırılıp normalleşen farklı eylemlerin sosyoloji ışığında incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

METOD VE YÖNTEM

1.1 Araştırmanın Konusu

Geleneksel ve kültürel öğeleri bünyesinde barındıran ve geçmişten günümüze kadar her toplumda farklı ritüellerle gerçekleşen düğün, kına ve nişan gibi etkinliklerin içerisinde gizli iktidar ilişkileri bulunmaktadır. Kişinin ait olduğu alana göre bu tür etkinliklerin işlevi ve amacı da değişmekte ve her alanda bu etkinlikler farklı amaçlar doğrultusunda gerçekleşmektedir. Kişilerin yaşam standartlarına göre çeşitlilik gösteren bu etkinlikler, temelde günün anısı adı altında kutlama ve eğlence amaçlı gerçekleştirilse de ait olunan toplumsal uzama (mekân) göre ek göstergelere de sahiptir. Etkinlik içerisindeki dans, sanatçı, alanda kullanılacak ürünlerin ve yemeklerin seçimi gibi öğeler etkinlik sahibi ailenin toplumsal uzamını belli edebilmesinde önem taşımaktadır.

“İşçi sınıfına baktığımızda işlevselliğin mutlak önceliğini görüyoruz. İşlevsellik beklentisi hemen hemen tüketimin tümüne damgasını vuruyor: Yemeklerin doyurucu olması, spor egzersizlerinden beklendiği türde ‘vücut yapması’ ve güç vermesi (belirgin kaslar) bekleniyor. Burjuva cephesinde ise formun (biçimin) veya formculuğun (“biçime sokmak”) önceliği söz konusu” (Bourdieu, 2016: 35).

Yaşam standartları açısından farklılaşan işçi sınıfının yemek seçiminde şıklık ve görsellikten ziyade doyuruculuğu tercih ettiği görülürken daha farklı standartlarda yaşayan, daha üst bir sınıfı temsil eden ve Bourdieu açısından “egemen sınıf” içerisinde tanımlanabilecek kişilerin yemek seçimleri ise doyurucu olmasından ziyade görsellikle beraber ön plana çıkmakta ve daha fazla çeşit ihtiyacı oluşturmaktadır. İşçi

sınıfında yemek, amacına hizmet eden karın doyurucu bir etkinlik olarak görülürken daha üst sınıflara doğru bakıldıkça amacın yön değiştirdiği görülmektedir ve bu bağlamda önceliğin görsel şölenle önce göz doyuruculuğuna işaret ettiği belirginleşmektedir.

Toplumsal uzamla ilgili olarak şekillenebilecek düğün esnasında geline kırmızı kuşak takılması da bu alandaki cinsiyet rollerinin sansür yansıtılmasını ifade etmektedir. Kadın bedeni üzerinde gizli bir tahakküm ilişkisi barındıran bu durum Bourdieu perspektifinden hükmedilenler açısından da doğal bir durum olarak kabul görmeye yatkındır.

“Etnik, cinsel, kültürel veya dilsel, ne tür olursa olsun sembolik tahakkümün etkisi kendini saf bir tanıma bilinci mantığıyla değil, habitus’un kurucuları olan algılama, anlama ve eylem şemaları aracılığıyla gösterir; bunlar, bilincin kararlarının ve istencin denetimlerinin ötesinde, kendisi için dahi bütünüyle karanlıkta kalan bir tanıma ilişkisi yaratır” (Bourdieu, 2018: 53-54).

Yaşanılan habitus gereği örtük halde sunulan tahakküm biçimleri iki cinsiyet için de kabul görmüş pratikler haline gelmekte ve kabul görmesi neticesinde de devamını iki cinsiyetin de toplumsal uzamları dahilinde sürdürmesi söz konusudur. Toplumsal uzama göre farklılıklar taşıyan, hükmedilen kadın bedenine ait olan davranışlardan birisi de beğenilme isteği olarak belirlemekte ve düğün gibi özel günlerde kişiler toplumsal uzamları ve sermaye biçimleri ile doğru orantılı olarak beğenilme arzusuyla beraber, dışardan izlenme ve takip edilme düşüncesiyle hazırlıklarda ve seçimlerde değişiklikler açığa çıkarmaktadır. Mükemmel olarak sunulmuş kadın bedenleriyle kendi bedenini kıyaslayarak hareket etme içgüdüsüyle beraber, seçimler ve yönelimlerini kendi toplumsal uzamları ile birlikte şekillendirmeleri ve bu doğrultuda bir hazırlık içerisine girmeleri de kişilerin ait oldukları toplumsal uzamı kendi bedenleri üzerinde sunmalarının bir kaygısı niteliğinde de belirlemektedir. Bunlarla sınırlı kalmayan ve birçok seçimi etkileyen tüketim farklılıkları, kişilerin ait olduğu toplumsal uzama ve yaşadığı alana göre şekillenmekte bu durum düğün, kına ve nişan gibi etkinliklerin içerisinde Bourdieu’nun Sansür, toplumsal uzam (mekân), alan, habitus gibi kavramlarıyla sosyolojik perspektiften incelenmesi mümkün durumlar içermektedir. Açıklanan ve eklenecek olan problematik olaylar temelde Pierre Bourdieu perspektifiyle ele alınacak olup Gaziantep örneklem seçilerek gizli karşıt iktidar ilişkileri ve açığa çıkma şekilleri incelenecektir.

1.2 Araştırmanın Amacı

Günlük yaşam pratiklerinde kişiler, birçok alanda yaşam stilleri, tercihleri ve edindikleri alışkanlıklar ile birlikte bir grubu temsil etmekte ve eylem pratiklerini de bu düzen temelinde şekillendirmektedir. Yaşam temelinde zorunlu olarak duyulan ihtiyaçlar dışında kişisel ihtiyaçları olan insanlar, farklılaşan ihtiyaçlarını da toplumsal uzamları temelinde şekillendirmekte ve yaşam pratikleri seçilen objeler, giyilen kıyafetler, tercih edilen etkinlik biçimleri, dinlenen müzik tarzları ve yenilen yemekler şeklinde kendini yeniden üretmektedir. Belirli bir grubu temsil edebilecek bir obje diğer grubu temsil edebilecek bir objenin karşısında konumlanırken objeler arasında kendini var eden bir sınıflandırmadan da bahsetmek mümkündür. Her yönelim bir başka yönelimden ayrılırken içerisinde bulundurduğu tercihlerden beslenmekte ve bu besleniş farklı görüşlerin oluşmasını belli eden ana etmenlerin güzergahlarına yön vermektedir. Farklı güzergahların varlığı, her farklı güzergahın kendine has var oluş noktalarının oluşmasından beslenerek varlığına kavuşurken ayırt edici temellerin katmanlarını oluşturmaya da yardımcı olmaktadır. Gaziantep kent merkezinde yürütülecek olan tez çalışması Gaziantep sahasında düğün, kına ve nişan gibi organizasyonlar içerisindeki sınıflaşmaların temsiliyetleri ve bu temsiliyetlerin arasındaki farklılaşmaları temele alarak açığa kavuşturmayı amaçlamaktadır. *“Toplumsal uzamın, yani aynı zamanda da birer silah olan farklı sermaye türlerinin dağılım yapısının içinde sahip olunan konum, o uzamın temsillerini ve o uzamı korumak ya da dönüştürmek için verilen mücadelelerdeki tavır almaları belirler”* (Bourdieu, 2015: 27). Kişilerin birbirleriyle bağlantılı olarak ürettikleri ve aslında üretirken tükettikleri, tüketirken yeniden ürettikleri toplumsal konumlar, bireyin sermaye biçimleriyle şekillenen ve sürdürülen süreçlerdir. Devamlılığı sağlanan bu süreçlerin hepsi karşıt durumda konumlanan her türlü temsili, kendilerinin farklılıkları zemininde yok sayarak görmezden gelme, karşıt noktada konumlanma eğiliminde yaşarlar. Bir toplumsal uzamın varlığı diğerleriyle var olurken yine bir toplumsal uzamın güçlü ve kalıcı var oluşu diğerlerine meydan okumayla gerçekleşmektedir. Organizasyon süreçlerindeki toplumsal konumların yeniden üretimi, karşıt konumlanmalar ve görünür veya görünmez olarak yani Bourdieu perspektifiyle sansüre uğratılmış veya uğratılmamış her türlü eylem toplumsal bir varlık olan insanın toplum içerisindeki konumlanışının göstergelerine işaret etmektedir.

Sınıf kavramını kullanmak yerine daha çok toplumsal “uzam”, “alan” ve “habitus” kavramlarını kullanmayı tercih eden Bourdieu için kişiler içerisinde bulundukları “alan”, “habitus” ve “toplumsal uzam”ı sahip oldukları sermaye ve konumları sayesinde gerçekleştirmektedir. Gerçekleştirdikleri ve devamlılık sağladıkları ölçüde idame ettirirken aynı zamanda bu ayrımsal çizgilerini kaybetmemek üzere tavır almaktadırlar.

“Simgesel sermayeyi oluşturan bütün toplumsal tanıma biçimleri ve bilinen, görünür (visibility’si olan), meşhur (ya da yüceltilen), hayranlık duyulan, sözü edilen, çağrılan, sevilen, vs. toplumsal varlığı oluşturan bütün algılanma şekilleri, dokunduğu herkesi gerekçesiz varoluşun kederinden kurtaran ve onlara yalnızca ‘ayrıcılıklarının teodisesini’ değil (Max Weber için din gibi, ki az şey değildir), aynı zamanda varoluşlarının teodisesini de bahşeden lütfun (karizma) onlarca dışavurumundan ibarettir” (Bourdieu, 2019: 285).

Toplumsal uzamları dahilinde sosyal sermaye, ekonomik sermaye ve kültürel sermayeye sahip olan bireyler, sermaye biçimlerini eş değerde kullanamayan ve farklılaşan sermaye sahiplerinden ayrılarak kendilerini simgesel sermaye aracılığıyla “alan”da belli etmektedir. Görünür kılınmalarına sebebiyet veren ayırt edici ve konumlandırıcı göstergeler bütünü olan sermayelerinin dışavurumu, kişilerin toplumda yarattıkları gruplarını sunmaları ve kendilerine has olarak betimlenen özelliklerini sergilemeleri için araç konumunda olmaktadır. Ait olunan *habitus* dahilinde seçimlerde bulunan ve ayrılan bireylerin, kendilerini belirli alanların içerisinde konumlandırması, aidiyet hissetmesi, kabul etmesi ve alan içerisindeki devamlılıklarını sağlayabilmek adına sergiledikleri eylemler Gaziantep örneğinde evlilik süreci örüntüsünde yer alan nişan, gelin alma, kına, düğün ve örüntünün devamında yer alan organizasyonlar bağlamında incelenecektir. Alanlarını toplumsal uzamları dahilinde nasıl koruduklarının ve şekillendirdiklerinin incelenmesi, farklı uzamlarda ve alanlarda yer alan kişilerin bu etkinlikler içerisinde farklılaşan, çizgilerini belli eden noktalarının açıklanması amaçlanmaktadır.

1.3 Araştırmanın Önemi

Düğün, kına ve nişan gibi etkinliklerde mekân, mekân içeriği, dans, sanatçı, müzik, yemek, kıyafet ve dilsel söylem gibi tercihlerin belirlenmesinde sahip olunan habitusun, içerisinde bulunulan alanın ve toplumsal uzamın seçimlere etkisinin önemli olduğu kabul edilerek Bourdieu ve kavramsal yaklaşımları üzerinden bu konu içerisindeki yönelimler açıklanacak, Bourdieu çerçevesinden Gaziantep örneğinde

özel gün etkinlikleri incelenecektir. “*Bu verimli sentez ışığında Ayrım her şeyden evvel sınıfsal mensubiyetin hem psikolojik hem de estetik beğeniler oluşturduğu fikri üzerine bina edilmiştir*” (Bourdieu,2021: 31). Bourdieu’nun “Ayrım” isimli eserinde de açığa kavuşturmaya çalıştığı meselelerin başında gelen, farklı alanlarda bulunan kişilerin farklı sermaye türlerine sahip olması dolayısıyla farklı beğenilere ve farklı seçimlere yönelmesi, kişinin süreç içerisinde biriktirdiği sermaye türleriyle ilişkilidir. Kendi habitusu dolayısıyla seçimler yapan ve alanında beğenilerini sunan her kişi bir başka habitus dahilinde oluşan alanda yaşayanlardan ayrılarak kendi alanını sergilerken kendi toplumsal uzamını ve sermaye biçimlerini de yeniden üretmeye devam etmektedir. Bourdieu için yatkınlık anlamına gelen habitus kavramı, aynı alan içerisinde bulunanların beğenilerini ve seçimlerini diğer habitustan ayrı ve karşıt tutarak varlığını sürdürür. Varlığını ortak beğenilerle sürdüren bireylerin, sermaye biçimleriyle nasıl bir ayrım içerisinde olduğunu açıklamaya çalışan Bourdieu perspektifiyle düşün, kına ve nişan etkinliklerinde seçimlerle ortaya çıkan, açıkça sergilenmeyen mücadelelerin arka planındaki içselleştirilme önemli bir ayrımı beraberinde getirir.

Bir “habitus”un varlığı bir başka habitus üzerinde tahakküm kurabilmekte ve farklılaşan beğeniler habitusları da belirli bir çizgi de ayırarak kendi aralarında tahakkümün ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Bir kişinin içerisinde konumlandığı Alan dahilinde yaptığı tercihler, seçtiği objeler, söylemler, kıyafetler veya yemekler kişinin habitusunu belirtmesi açısından önemli bir etkidir ve bu etkenin açıklığa kavuşturulması konusunda Pierre Bourdieu’nun gizli sınıflaşmalara ışık tutarken anlamlandırdığı kavramları ve görüşlerinden yararlanılacaktır. “sansür” kavramına değinen Bourdieu açısından sansüre ilişkin olarak bakıldığında da düşün sırasında toplumsal uzama göre konumlanan kişiye karşı dilsel söylemlerimizde bir sansür uygulamamız gerekmemekte yani bir başka deyişle toplumsal uzamına ve alanına göre kişiyle iletişim kurulması gerekmektedir. Aynı alanda bulunan kişilerin özel günlerinde hizmet sektöründe çalışan kişilerin de misafirlerin toplumsal uzamlarına, yaşadıkları alanlara göre hitap şekilleri geliştirdiğini söyleyebiliriz. İşçi sınıfı ve egemen sınıf olarak ayırt edecek olursak sosyoekonomik açıdan farklılıklar barındıran bu iki sınıf arasında alan farkı ve dolayısıyla beraberinde gelen kültürel ve dilsel farklılıklar da bulunmaktadır. Farklılıklara göre şekillenen hitap ve konuşma biçimleri kişilerin alanlarında kendilerini yeniden var etmelerine olanak vermektedir. “*Kısaca,*

söylemin içinde üretildiği grubun oluşumunun toplumsal koşullarının analizini yapmak gerekir zira burada söylenebilecek ve söylenemeyecek olan şeylerin esas ilkesi orada yatmaktadır (Bourdieu, 2016: 171). Özel gün etkinlikleri içerisinde ele alınacak olan organizasyonlara baktığımızda alanlarına göre dilsel söylemde bulunan bireyler arasındaki ilişkinin, dilsel söylemlerle yeniden üretildiği de görülmektedir. Bu yeniden üretim süreçlerinin devamlılığı da alan içerisindeki söylemin kabulü sayesinde gerçekleşmektedir. Söylemlerin ve telaffuzların onay dışında kalması, hoş görülmemesi, alanı alan yapan söylemlerin karşısında konumlandırılması bu dilsel eylemi gerçekleştiren kişinin alan dışında olduğunu belirtmeye ve itilmesine sebebiyet verecek şekilde tepkileri de beraberinde getirecektir. Ancak kabul gören kalıplaşmış ve kabul görebilecek yenilikçi söylemlerin alana girişi mümkün olmakta ve kabullerin aksi yönde bir gerileme sergilememesi, söylemlerin aksi bir yönde evrilmemesi neticesinde devamlılık sağlanmaktadır. Alanda sabitlenen ve dolayısıyla hoş görülen söylemler başka bir alandaki bireylere çekici gelip örnek alınıp kullanıldığı takdirde ise bu söylemlerin taşıdıkları içsel anlam ve ifadeleri yansıtabilmeleri ve taşıyabilmeleri neticesinde alana oturacaktır. Söylem hoşluğu ve dilsel tatlılık her alanda bulunan bireyde aynı ifadeyi bulamayacağından ötürü habitus ve sermaye biçimleri vasıtasıyla şekillenen alanların hepsinde aynı anlamı, niteliği ve inceliği bulması, tam olarak alana uyum sağlaması mümkün olmayacaktır.

Özel gün organizasyonların ayırt edici noktalarından bir diğeri olarak görülebilecek nokta ise müzik zevkleridir. Zevklerin ve renklerin tartışılmaz oluşu sermaye türlerinin yansımasının kaçınılmaz oluşuna dönüşmekte ve bireylerin kültürlerini ifade etmeye olanak tanıyan müzik seçimleri kendisine evlilik sürecinde de ifade bulmaktadır. *“Hiçbir şey insanın ait olduğu ‘sınıfı’ doğrulaması noktasında, yani eksiksiz biçimde sınıflandırılması açısından müzik beğenileri kadar belirleyici değildir”* (Bourdieu, 2016: 185). İletişim biçimine ek olarak müzik zevki aracılığıyla da kendi toplumsal uzamını sunan kişiler, evlilik sürecindeki organizasyonlar esnasında alanını belli edebilecek, yaşamsal standartlarını sansürlenmiş yollarla gösterebilecek bir seçim yapma eğilimindedir. Kişinin yaşam tarzı vasıtasıyla maruz kaldığı ve habitusuna eklemlenen müzik türü ve sanatçılar, gündelik yaşamda dinlediği müzik kategorileri araştırmanın konusu olan organizasyonlarda da etkin bir biçimde rol almaktadır. Gizli sermaye izleri taşıyan bu müzik seçiminin eleştiri değil takdir alması gerekmekte bunun için ise benzer sermaye biçimleri taşıdıkları, organizasyona

davetli misafirlerin kulağına hoş gelen tınılar içermesi gerekmektedir. Davetlileri sermaye biçimlerine uygun olacak yani bulunan topluluğun ortak paydasındaki zevke aykırı olmayan, yenilikçi ve ortamda çığ, banal ve absürt görülmeyecek müziklerin sunulması onaylanmayı ve yeniden üretim çarkında dönmeyi mümkün kılmaktadır. Her onay kültürel sermayenin kabulü olarak görülür ve sosyal sermayenin alan içerisinde onaylanarak gelişmesine katkı sağlayıcı bir etmen olarak yer alır.

Benzer sermaye türlerine sahip olan kişilerin ortak payda da buluşacağı noktalardan bir diğeri ise benzer yemek tercihleridir. Daha çok ekonomik sermaye olanaklarıyla gösterilmesi mümkün olabilecek bu eğilimler, kişilerin tercih sebeplerindeki değişiklere odaklanacaktır. Sermayeleri dolayısıyla Weber’ci bakış açısıyla sınıflara ayrılan bireyler, farklı tüketim alışkanlıklarına sahiptir. Ekonomik sermayesi daha kuvvetli olanların, diğ er sermaye türlerinin de birleşimiyle beraber daha çok üst sınıf olarak tanımlayabileceğimiz bireylerin yemek içerikleri, alt sınıftaki bireylerin yemek içerikleriyle aynı olmamakla beraber zaman zaman farklı amaçlara da hizmet etmektedir. Türk kültüründe misafirperverlik olarak adlandırılan, misafir ağırlamalarda kullanılan gösterişli sofralar da sınıfsal mücadele alanlarında belirlemektedir. *“Türkiye’de yemek yedirmek konuşunu en iyi ağırlayabilmenin koşullarından biri olarak kabul görmektedir (Akarçay, 2016:61).* Farklı habitusları bulunan kişilerin farklı amaçlarla hazırlanan, farklı biçimlerde ifade bulan gösterişli sofraları bulunmaktadır. Üst sınıflarda tüketilen ürünlerin maddi boyutuyla inşa edilen güç yine üretilen sunumlarla inşasına devam etmektedir. Üst sınıfların yeme alışkanlıklarının içeriğindeki malzemeler daha pahalı olmakla beraber bu içeriklerin ekonomik sermayeye ek olarak simgesel sermaye boyutu da bir hayli önem taşımaktadır. Gelişigüzel olarak adlandırılacak sunumların aksine, daha minimize edilmiş yemek porsiyonları ve tabakta görsellik oluşturacak sunumların görünümü mümkündür. Çeşitli mezeler ve çeşitli içeceklerin de ek olarak yer aldığı sofralarda bolluğun ifadesi çeşitli ama öz, görselliğin ifadesi pahalı ve sunumu hoş içeriklerle kendine yer bulmaktadır. Karşıt alanda bulunan ve Weber’ci bakış açısıyla hiyerarşide daha alt konumda bulunan sınıfların sunumlarında hem görsellik hem de ekonomik sermayenin varlığı yemek içeriklerinin çok çeşitli ve minimize edilen porsiyonlarla sunulmasıyla değil, üst sınıfa kıyasla ekonomik sermaye doğrultusunda gerekirse daha az çeşitle ancak porsiyonun bol kepçe sunulmasında görülmektedir. Yani alt sınıflarda üst sınıfların tersi bir biçimde minimize edilen ve çeşitliliğin

arttığı porsiyonların aksine maksimum düzeyde doluluk sergilenmektedir. Alt sınıflarda ekonomik sermayenin kısıtlılığı farklı ve pahalı yemek içeriklerinin oluşmasının zeminini engellemiş ve damak zevklerinin, görselliğin ön plana çıkışının kısıtlayıcı noktası olmuştur. Evlilik örüntülerinde gözlemlenen verilerde de menü farklılığı ve içerik sunumları bunların sergilenebildiği alan olarak incelenmeye değer görülmektedir. Bir davet menüsünde farklılaşan sunumlar, yemek içeriklerinin maddi boyutu kişilerin sermaye türleriyle doğru orantılı olarak ilerlerken bu ilerlemenin alan içeriğiyle de uyumlu olması sansürlenmiş koşullu bir gerçeklik olarak belirmektedir.

Sermaye biçimleri ile doğru orantılı olarak kişilerin seçimlerindeki değişikliklerin zeminine açıklık getirmek ve kişinin kendini, seçimleriyle beraber alanını ve beğenisini yansıtmasıyla da keşfederek yeniden üretim sağlaması mümkündür. Alanları farklılaştıran farklı beğeni ve seçim tarzları olurken bu farklılıkların aynışması sonucunda alanlar arasındaki çizgi de kaybolmaktadır. *“Bir sınıf amblemi (terimin tüm anlamıyla) farklılaştırıcı gücünü kaybettiğinde, yani kitlesel manada yaygınlaştığı zaman çöker* (Bourdieu, 2016: 232). Ayrım çizgisinin kaybolması durumunda alanlar arası fark yok olmakta ve alanlar kendi kültürel sermayelerini belli edeceği yeni beğeniler, kabuller ve seçimler oluşturmaktadırlar. Bu yeniden üretim, farklılaştırıcı ve alanı koruyucu ritüellerin varlığı şartının sağlanmasıyla alanı alan yapan kişiler var olacak, karşıtlıkların devinimi gerçekleşebilecektir. Evlilik organizasyonlarındaki seçimlerin çeşitliliği de var olma çabasının bir ürünü olarak belirmektedir.

Düğün ve diğer etkinliklerde misafir olarak gidilen aileye takı takılması Bourdieu açısından gizli bağış olarak görülmektedir, dolayısıyla da Bourdieu için takı takma işlemi bir bağış işlevi görmektedir diyebiliriz. Bu gizli bağış, hediyeleşme süreci aynı zamanda bir borçlanma edimi de yaratarak kişileri bağımlı hale getirmektedir. *“Tüm durumlarda, başlangıçtaki edim, alan kişinin özgürlüğünün ihlalidir. Bir tehdit taşır: Kişiyi iade etmeye, hem de daha fazlasıyla iade etmeye zorunlu kılar; bunun ötesinde, yükümlülükler yaratır, karşılık vermekle yükümlü insanlar yaratan, bir tür elde tutma yöntemidir”* (Bourdieu, 2015: 170). Gaziantep örneğinde yürütülecek olan çalışmada, takı takma işleminin Bourdieu perspektifiyle bakılacak olursa aynı anlamı taşıdığı görülmektedir. Gaziantep genelinde de bir beklenti oluşturabilen takı takma eylemi, takıyı takan kişinin özel bir gününde yaklaşık olarak aynı değerlerde geri dönüt olarak beklenti oluşturmaktadır. Takı takan davetli

taktığı takının maddi boyutu dahilinde ekonomik sermayesini sergileme alanı bulurken evlenen çiftlerin aileleri arasında da bir ekonomik sermaye sunuş şekillerinin karşılığı bulunmaktadır. Takının, düğünlerde kullanılan altın ve pırlantanın değeri yıllardır ekonomik sermayenin sunuluşunun aracı halinde olmaktadır. Kişilere alanda itibar kazandıran bir araç olan takıların varlığı, gelin ve damat ailelerin süreç içerisinde hem birbirlerine hem de davetlilere kendilerini ispatlayabildiği, ekonomik sermayelerinin varlığını sunabildiği ve hafızalardaki güçlerini tazeleyip yeniden üretime dahil oldukları bir süreçtir.

Kişinin içerisinde bulunduğu alan, sermaye biçimleri, beğenileri ve habitusu üzerinden şekillenir. Evlilik sürecindeki oluşumların dışavurumu önemli bir sosyolojik mesele olarak değerli görülmüştür. Pierre Bourdieu öncelikli olarak ele alınarak, geleneksel ve kültürel öğeleri de içerisinde barındıran bu etkinliklerin kişilerin bulundukları toplumsal uzam dahilinde incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4 Araştırmanın Yöntemi

“Bireylerin ve ailelerin, toplumsal uzamdaki konumlarını korumak veya iyileştirmek için başvurdukları stratejiler, farklı sınıf fraksiyonlarının hacimlerini ve mal varlığı yapısını etkileyen dönüşümlerde kendilerini yeniden gösterir.”(Bourdieu, 2021: 189). Yeniden var etme çabaları ve bu çabanın sonucunda ulaşılan dönüşümsel sonuçlarla beraber sermaye biçimlerini yeniden düzenleyen ve varlığını daha güçlü hale getirip farklı alanlardaki sermayelerle karşılaştırarak alanlarını koruma içgüdüleriyle hareket eden bireyler, yaşadıkları uzam dahilinde var olmaktadır. Alandaki varoluş şekillerini güçlendiren ve sürekliliğini çeşitli şekillerde güncel tutmaya gayret gösteren alan kişisi, alanını ve alan içerisindeki varoluşunu ancak başka bir alan ve alan içerisindeki kişi veya kişilere borçlu olduğunu da bilerek devamlı olarak karşıtlıklar üretmeye mecbur bırakılmaktadır. Araştırmanın konusunu oluşturan evlilik sürecindeki organizasyonların içeriğindeki olgular da örtük seçimlerin yer aldığı bir karşıtlıklar tablosunu açığa çıkaracaktır. Kişiler sermaye biçimlerinin sürekli güncel olmasını talep etmekte ve farklı alanlara kıyasla karşıtlıklar oluşturarak habituslarını korumayı amaçlamaktadırlar. Karşıtlıklar mücadelesinin düğün alanındaki örtük göstergelerinin açığa çıkarılması, açıkça sunulmayan anlamların açığa kavuşturulması hedeflenerek çıkılan araştırma sürecinde, yarı yapılandırılmış

görüşme tekniği kullanılacaktır. Görüşme süreçlerinde görüşmecilerin keskin hatlara sahip, ucu açık olmayan cevaplar vermesinden ziyade soruların ve cevapların ucu açık bırakılarak görüşmelerin daha detaylı bir şekilde anlamlandırılması hedeflendiği için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği seçilmiştir. *“Derinlemesine mülakatların söylemsel sınırlılığıyla karşılaştırıldığında, gözlemci katılımcılık araştırma nesnesinin dile getirilmemiş gerçekliğini inceleyebilmek için kapı aralar”* (Akçaoğlu,2020:58). Evlilik süreçlerinde çiftlere ve aileye yardımcı olmak için organizasyon işini profesyonel şekilde yapan firmalarda bizzat çalışmış olup sahayı gözlemleme ve irdeleme imkânı bulan şahsım tarafından gerçekleştirilecek olan görüşmelerde, sahanın içerisinde uzun süre gözlem yapma imkânı bulunmuştur. Saha içerisinde alanı gözlemleme şansı bulmam kişilerin örtük olarak yaratmaya çalıştıkları mesafeleri daha net gözlemleme ve aynı zamanda onlara daha yakın olmam dolayısıyla o anın içeriğinde hissettiklerine de daha yakın olabilmemi sağlamıştır. Gözlem yapabilme şansı bulunan birçok organizasyon ve etkileri zihnimde şekillenen sorulara zemin hazırlamakla beraber neyi ne için yaptıklarını ve nasıl ilerletmek istediklerini de daha farklı perspektiflerden şahit olmama imkân vermiştir. Gaziantep örneğinde organizasyon gerçekleştirilebilecek mekânların birçoğu hakkında fikir sahibi olabilmemi sağlayan saha deneyimlerim, yeni açılan her mekânın üstüne neler eklemleyip bir başka mekânla farklılaşmasını sağlayan unsurların neler olabildiğini düşünme ve fark etme imkânı vermiş, farklılaşan mekânlar ve farklılaşan seçimlerin nedensel görüntülerini açığa çıkarmama yardımcı olmuştur. Saha içerisinde ve sahanın asıl sahipleri olan o günkü etkinlik sahiplerinin seçimleri ve yönelişleri, içsel olarak sahip oldukları kategorisel birçok anlamlandırma ögesi taşıyarak sermayelerini sergileme amacına hizmet ederken saha içerisinde kişilere bir araştırmacı, gözlemci olarak belirli mesafeler yaratarak görmek ve aynı zamanda organizasyon sahiplerinin perspektiflerini görebilmek şartıyla gerçekleştirilen araştırma sürecinde farklı sosyal ağlar geliştirebilme imkânı bulmuş ve bu ağların araştırma sürecinde kullanılması öngörülmüştür. Görüşmecilerin bir kısmı çalışma esnasında katılma imkânına sahip olduğum organizasyonlardan seçilecektir. Bu görüşmeler esnasında gelin, damat ve ailelerin organizasyon esnasındaki detaylı ve anlık talep bilgilerine sahip olmam görüşmelerin seyrini olumlu yönde etkileyecek olup soru eksenini esnetip daha detaylı irdeleme imkânı tanıyacaktır.

Çalışma içeriğinde özel gün organizasyonlarındaki etkinlik sahiplerinin yanı sıra o gün orada organizasyon şirketi ve fotoğrafçı olarak bulunan firmalardan da edinilecek bilgilerle desteklenecek olan tez çalışmamda, gelin ve damadın özellikle gelinlerin moda ışığında yaptıkları seçimleri irdelemek amacıyla gelinlik mağazaları ile de görüşmeler gerçekleştirilerek çalışma desteklenmiştir. Gelin, damat ve aileler olarak bu tür firma ve mağazalardan taleplerde bulunan bireylerin karşı tarafta konumlanan bir açıdan bakıldığında o gün içerisinde kişilerin işlerini kolaylaştıran ama aynı zamanda da çalışan olarak birçok görevi üstlenen firmaların ne tür istek ve arzularla karşılaştığı, farklı gelen talepleri nasıl değerlendirerek yol izledikleri de önemli bir etken olarak görülmektedir. Modanın, değişen beğenilerin günümüzde internet ağları aracılığıyla daha hızlı yayılmasına bağlı olarak farklı taleplerin de daha kolay ve daha kısa sürede doğuşuyla beraber firmalar tarafından kabulü ve firmalarında yeni beğenilerle gelen taleplere açık olması adına onlara ayak uydurması da bir mecburiyet haline gelirken karşılaşılan taleplerin farklılıkları irdelenmiştir. Örneğin stüdyo çekimlerinde ve zaman zaman dış çekimlerde de yaygın olarak kullanılan Kore tarzı stüdyo çekimleri bir örnek teşkil etmektedir. Bu tür çekimlerde birçok ildeki çekimlerden özellikle Gaziantep'teki çekimlerden farklılaşan bir çekim farklılığı gerçekleşmektedir. Daha sade, gelin ve damadın 5-10 karelik pozlarını içeren bir çekim şekli olarak karşımıza çıkan Kore tarzı çekimler 2018 yılından itibaren yaygın olarak çekimlerde talep edilebilmektedir. Modanın döngüsel oluşu Kore tarzı çekimlerin de Gaziantep'e uyarlanması ve çok rahat bir şekilde kabulünü bizlere göstermektedir.

Düğün, kına ve nişan için kıyafet satışı gerçekleştiren, araştırmaya dahil edilecek olan gelinlik mağazalarında, bireylerin kişisel tercihlerine yön veren arka plandaki etmenlere ulaşılmaya çalışılmıştır. Gelinlik mağazalarının sahiplerinin karşılaştığı taleplerin, gelin adaylarının seçimini mağaza içerisinde veya arka planda etkileyen unsurların neler olduğu, bu unsurların ortaya çıkmasına neden olabilecek durumların ortaya çıkarılması hedeflenerek araştırmaya dahil edilmiştir.

Çalışmanın sınırları evlilik konusunda özel gün olarak belirtilen düğün, kına ve nişan gibi etkinliklerin Gaziantep içerisinde incelenmesi olarak belirlenmiş olup aynı zamanda saha içerisinde gözlem yöntemi kullanılarak tez çalışması sürdürülmüştür. Sahada işleyen ve göstergelerin ardındaki hakikati daha iyi anlamak için yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniğine başvurulmuştur.

Görüşmeler Gaziantep’te organizasyon şirketlerine başvurarak törenleri ve düğünü otellerde, lüks olarak adlandırılan Gaziantep’te popüler hale gelmiş alanlarda yapan, yakın tarihlerde evlenen gelinler ile yapılmıştır. Görüşme yapılan gelinler dışında kavramsal çerçeveyi daha geniş bir perspektiften inceleyebilmek adına fotoğrafçı, organizasyon firması, gelinlik firması ve ebeveyn de görüşmelere dahil edilmiştir. Toplam 18 görüşme yapılmış olup görüşmelerdeki kişilerin özel bilgileri paylaşılmamış, görüşmeciler kodlarıyla cevapları aktarılmıştır.



İKİNCİ BÖLÜM

DÜĞÜN PRATİKLERİNDE SINIFLAŞMA GÖRÜNTÜLERİ

2.1 Evliliğin Biçimsel Gerekliliği

Her bakışın sürekli irdeleyici ve itici güç olması, toplumsal varlık olarak bireyin kendi varlığına ithaf edilen değerlendirmeleri kendi alanına uygun olan veya olmayan ayıricılığıyla değerlendirmesi söz konusu olsa da kişi kendi değer ve yargılarını, ait olduğu toplumsallıkla beraber yürütebilen bir bireydir. Evlilik sürecindeki toplumsallaşmanın, ülkemiz nezdinde farklı yöresel ve kültürel sığınakları bulunmakta ve bu değişen etkilerin beğenilere ve beğenilere bağlı şekillenmelere yansımaları da değişkenleri önümüze çıkarmaktadır. Evlilik sürecinde yöresel kıyafetlerin varlığı, kız isteme ritüelleri, başlık parası veya süt parası isteme, düğün gününün uzunluğu, bohça denilen hediyeleşme biçimleri, evden davullu zurnalı çeyiz çıkarma şekilleri, oyun havalarında farklı ezgiler, ikram edilen içecek veya yemeklerin zaman zaman farklı kültürel ve duygusal anlamlar barındırması, düğün öncesi ve sonrası yapılması gereken adetler gibi farklılıklar bulunmaktadır. Farklılıkların kendi habitusunda ideal olana dönüşmesi ve şanına şerefine yakışan söylemini destekleyici olması gerekmektedir aksi takdirde alanın dışlayıcılığına maruz kalma söz konusu olacaktır. Dilsel, sembolik ve işlevsel malların kurulumu ve işleyişi bütününde yer alan evlilik süreçleri, kişilerin sermaye biçimlerini elinde tuttuğunun bir göstergesidir ve bu göstergelere evlilik sürecindeki kutlamaların her biri farklılaştırıcı gerekçelerle dahil olma zorunluluğu da içermektedir.

Değişimin sıradanlığı ve durağan olmayı reddetmesi, evlilik süreçlerinde yaşanan dönüşümsel gereklilikleri süreç bağlamında açıklamayı mümkün kılmaktadır. Süreç içerisinde değişime ve yenilemeye uğrayan seçeneklerin varlığı,

sınıflar arası, bölgeler arası ve daha geniş bir açıdan bakıldığında ülkeler arasında bir iletimi ifade eder. Modanın ve beğeni tarzlarının günümüz dünyasında iletim biçimleri daha hızlı bir akış içerisinde. Sosyal medyanın etkisiyle beraber akış sürecinin ve popülaritesinin hızlanması, görünümünün ve yeni tarzların istek ve kabul süreçlerini de hızlı bir akışa sürüklemektedir. Ülkeler arasındaki geçişten sonra sermaye biçimlerine uygunluğa bağlı olarak sınıflar arasında geçişe maruz kalan yeni beğeniler, ülkelerin kendilerine özgü attıkları sadelik veya şatafatı bir başka ülkenin bir başka sınıfına hitap ederken de görülmektedir.

Bireysel olarak varlığını konumlandırmış kişiler, evlilik sürecine girilmesiyle sürecin içerisinde gelin, damat ve aile bireyi olmasıyla beraber gerekliliklerini sahip olunan sermaye biçimleri ve ait olunan habitusları bağlamında şekillendirirken alanın farklısı olmayı hedeflemektedir. Ekonomik, toplumsal ve kültürel öğelerin gelişmişlik düzeyiyle eş değer beğeni tarzlarının oluşumu, modernliğin gündelik hayatı da içerisine dahil etmekle kalmayıp özel günlerdeki etkileşimleri daha önemli hale getirdiği açıktır. Algı ve beklentilerin birbirine benzer oluşu, aile yapılarının birbirine uyum sağlaması, sermaye biçimleri bakımından eş değer konumlarda veya yakın konumlarda bulunabilme durumlarının mümkünlüğü de göz önüne alındığında iki farklı ailenin birleşimi, özelde gelin ve damadın uyumu olarak görülse bile ailesel yapıların da önemi görmezden gelinemeyecek derecede önem arz etmektedir. Bazı bölgesel yapılanmalarda, daha çok Batı kesimde azalan bu yaklaşım, öncelikle çiftlerin uyumunu gözetmekte, sermaye biçimlerinden önce kişilerin anlaşmasını ön plana almaktadır.

Çalışmanın yürütüldüğü Gaziantep genelinde, daha sıkı ailesel yapılanmaların görülmesi, ailenin evlilik sürecinde Batı'ya göre daha aktif rol oynaması söz konusudur. Doğrudan etkileşimin görülüp görülmemesi de daha mikro bağlamda aile yapısıyla ilişkili olmakta, söz hakkının kimde olduğuna aile yaklaşımları karar vermektedir. Aile yaklaşımlarını etkileyen en önemli unsurlardan bir tanesinin ise eğitim düzeyi olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal ve kültürel ihtiyaçların ortaya çıkmasında büyük bir role sahip olan eğitim ve gelişmişlik düzeyi, kişinin saygı ve alana dahil olabilme imkânını düşündürten bir etmendir. Eğitim düzeyiyle ilişkili olan bir başka durum ise evlilik yaşı olarak belirlemektedir. Lisans eğitimi tamamlamış olan bireyler daha çok 30 yaşına yaklaşırken evlenmektedir. Lisans eğitimi tamamlamayan kişiler ise 20'li yaşların başında evlenmektedir. Evlilik durumunun

başlangıcından itibaren süreçte yaşanan ve sürece dahil olan tüm etmenler, sosyalleşmekte olduğumuz toplumsal yapının izleriyle beraber şekil alır ve neden sonuç ilişkilerini de yaşanan toplumsal yapının izlerini taşıyarak gerçekleştirir.

Evlilik sürecindeki örüntülerin ve etkileşim biçimlerinin neden sonuç ilişkisine dayandırılması, oluşumunu biçimlendiren etkilerin incelenmesi Gaziantep bağlamında ve daha geniş bir perspektifle bakıldığında başka il ve bölgelerde hatta başka ülkelerde birbirinden oldukça farklı ilişki ve gereklilikler bütününe ışık tutarken her bölgesel yapılanma içerisinde araştırmanın ana temalarından birini seçerek oluşturan kendini yeniden gerçekleştirebilme biçimlerinden olan bir alan olarak evlilik organizasyonlarının başkalarının gözünde yer ettiği konumlandırmalar ve kabul veya reddediş biçimleri alanın öneminin vurgularındandır. İlişkisel bir biçimde ilerleyen toplumsal davranış biçimleri, var olma ve varlığını ispat etme ve konumlandırma açısından bireylerin kendi içsel deneyimlerini topluma atfedebilmesinde ve toplum nezdinde anlamını koruyabilmesiyle sağlamlaştırmaktadır.

Farklı bölgelerin farklı inançları, etkisini taşıdıkları gelenek ve görenek yapılarının her biri ait olunan habitusların ve alanlara imkân sağlayan sermaye türlerinin toplumsal uzamda ne derece gerçekçi ve tamamlanmış biçimde yaşandığıyla ortaya çıkmaktadır. Bir bölgeye göre yöresel kıyafetlerin kültürel sermayeye işaret etmesi nedeniyle günümüzde hala yer edinmesi mümkünken bir başka bölge yöresele karşı modern olanı savunabilir ve içselleştirmiş, kabul görebilecek yeni ve etkili biçimlerde hareket edebilme olanağı bulduğu ölçüde alanını kuvvetlendirebilecektir. Bireyin yapmış olduğu bir seçimin, farklı habituslara ve sermaye biçimlerine sahip kişiler tarafından aynı kabulü görmesi mümkün değildir. Gerçekte veya zihinde sembolleştirilmiş sınırlamalar içeren seçimler, sınıflar arasındaki farklılaşmayı açığa çıkaran etmenlerdendir.

Evliliğin gerçekleşme biçimleri her bölgesel ayrımda farklı sahne konumlanmalarıyla gerçekleşmekte ve her konumlanmada başlayan farklılaştırıcı etmenler dizini bireyin ve çevresinin yetiştirme ve gelişme biçimleriyle ilişkili olmaktadır. Evrimsel bir biçimde, alana göre ilerlemeci şekillerde gerçekleşen evlilik sürecine ait törenler, yöresel, bölgesel ve daha geniş perspektifte ülkesel olarak farklı sahne görünüşleri sergilemektedir. Gerçekleşen her etkinlik her mikro veya makro düzlemde çevrenin gelişiminin, biçimlenişinin, zevklerinin ve söylemlerinin barındığı

bir karşı hitap biçimi olarak belirlemektedir. Örneğin bir düğünde öncelikle ait olunan habitusun etkileri izlerini gösterirken bu izlerin düzenleniş biçimleri de sahip olunan sermaye biçimleri başta olmak üzere edinilmiş olan çevrenin gereklilikleri, zevkleri, söylemlerindeki onaylayıcı bütünselliğini de önemli kılarak etkinliğin işlevini yeniden düşündürtecek biçimde şekillendirecektir. Toplulukların ortak ve belirli bir ilerleme sürecinde olmayışı neticesinde kendilerine özgü şemalara göre değişen uygulamaları, kendi mikro alanlarının gösterenlerini içererek farklı oluşumlarını toplumsal yapı düzeninde makro ağlarda sunarak ayırımın sınıflaştırmasını belirtmektedir.

Ayrımsal olmak, kendinden olmayana anlık olarak ulaşamamak veya kendi olarak ulaşılamamak arasında olmakla aynı şeydir. Her alanın kuvvetlendirici ve yineleyici bağları bir başka deyişle çıkarlara hizmet eden kendi ortak koşullandırmaları vardır ve bunların tamamı alanın ayrımsal olmasının gerekliliğinden koşullanarak aradaki bağın kuvvetinden ötürü sürekliliğini de belirlemektedir (Bourdieu, 2016: 140). Sürekliliğin devam edebilmesi sermaye biçimlerinin gelişimsel düzeyindeki gereklilikle beraber şekil alırken sermaye biçimlerinin dışavurumu da kişinin kendine ve çevresine yaşayabileceği, muhatap olabileceği, faydalanabileceği, karşılayabileceği, etkileyebileceği veya tam tersi durumları nasıl oluşturabileceğinin boyutlarını göstermektedir. Bu boyutlanmalar, kişiyi ait olabildiği alan ve mekâna ait kılabilme göstergeleridir.

Bir bağ kurma biçimi olarak evlilik sürecindeki organizasyonlar, bağın etkilerinin söylesel ve pratik yaşamda kişinin varlığını destekleyici niteliklerde olmasını gerektirir. Farklı ülkelerde, kültürlerde ve yaşam biçimlerinde evlilik süreçlerinin kendine has gereklilikleri ve sunuş tarzları vardır. Her sınıfsal mücadele alanının kendi içerisinde barındırdığı dinamiklerle süreci tamamlaması yeniden üretim çarkının dönmesine eşlik etmektedir. Farklı sınıfsal göstergelerin bulunması, zevklerin seçicilik düzeyiyle ilintili olması, kişinin ait olduğu sınıfa hitabını kuvvetlendirecek tercihleri yapması ve tercihlerin kişiyi ve habitusunu ifade edebilmesi alanı kuran ve dahil olan herkes için onay ve kabulün gerçekleştiği ve yeniden üretim mekanizmasında döndüğünü ifade etmektedir.

Her yeni biçimlenme örüntüsünde, yeninin bir önceki yeniye eski adını verdirmesi, güzel olanın daha farklılaştırıcı biçiminin gelmesiyle bir başka sınıfsal düzlemde banallaşması veya bayağılaşması gibi durumların yaşanması her süreçte

muhtemeldir. Alanlarda yaşanan değişimler ve bu değişimlerin kendi varoluş gerçekleri, vazgeçilmez bir mücadele şeklinin yansımalarında ve kabullerinde kendisini göstermektedir (Bourdieu, 2016:233). Varoluş kabulleri, kendinden olana yönelimi gerektirir ve gerçekleştirir. Bu eylemsel yönelimler, kişinin kendi varlığını öncelikle kendi içselleştirmesi dahilinde sunarken daha sonrasında döngüsel biçimlerde kendinden olan dış etmenlerden de kabul görmesiyle ve kendinden olmayanla farklılaştırıcı zeminlerde bulunmasıyla ilişkilidir. Öyle ki ayırıcı etkilerin gerekliliği, sınıfsal oluşumların varlığı konusunda bir zorunluluğu beraberinde getirmekte ve ayırıcı etkiler mücadele alanlarının zeminini oluşturmaktadır.

Eski dönemlerde düğünler birlik ve beraberliğin, evlenecek çiftlerin bölgesel ve kültürel uygulamalarına yönelik gerçekleştirilen, yine aynı şekilde günümüzdeki gibi gündelik pratiklerden ayrılan ancak günümüz imkânlarının sunulmadığı ve çeşitliliğin olmadığı bir süreçten günümüzdeki çeşitliliğe ve şatafata imkân sunan bir döneme evrilmiştir. Lüks tüketimin sonsuz girdabında, ele güne karşı sahip olunan imkân ve tercihlerin olabildiğince fazla kullanılması gerektiğini savunan bir algıyla hareket edilmesi kaçınılmaz bir pratik olma döngüsündedir. Sosyalleşmenin ve sosyalliği yansıtan bir ilişki biçiminin özel görünümüne sahip olan etkinlikler, varoluş koşullarını performanslarıyla sunan birey topluluklarından oluşmaktadır. Hem düğün sahibi hem de alana katılımcı olarak dahil olan misafirlerin, alan dahilinde gerçekleştirmek durumunda olduğu roller bulunmaktadır. Bu rolleri başlatan ana nokta ise etkinliğin davetlisi olmalarıdır. Etkinliğe davetli olma durumu davet edenin ve edilenin aynı algılama ve değerlendirme kategorilerine sahip olduğunun simgesel tescili ve bunun gösterim biçimidir (Bourdieu,2015:178). Davetli olma, etkinlik sahibinin özel anlarına şahit olabilme, birlikte eğlenebilme, günlük rutinler dışında ortak paydada bulunabilme, hediyeleşebilme, ortak bir dayanışma ruhunda olabilme yetkinliğini kişiye tattırmaktadır ve bu doyum bireylerin sermaye biçimlerinin dağılımını ortak payda da bulunabilme adıyla yeniden sunar.

Eski zamanlarda gerçekleştirilen evlilik ritüellerine kıyasla, günümüzde sahip olunan seçeneklerin de etkisiyle sınıflaşmanın günümüz etkinliklerinde daha bariz biçimlerde karşımıza çıkması da oldukça normaldir. Özellikle mekânsal kısıtlamalar düşünöldüğünde eski zamanların düğünleri, mekânsal konumlanmalar dolayısıyla gruplaşmaların net çizgilerinin görünemeyeceği alternatiflere sahiptir. Sokak düğünleri düşünöldüğünde, davetliler aslında sokaktan geçen ve geğebilen herkestir.

Alana psikolojik bağlamda dahil olamasa bile izleyebilme yetkinliğiyle dahi etkinlik sahibinin ve çevresinin bulunabildiği bir mekânda bulunabilme özgürlüğüne sahip görülmektedir. Aynı şekilde şehirde ve köyde gerçekleştirilen düğünlerin de ayrıştırıcı etkeni mekânsallıkla başlayarak yapısal etkilerle şekillenerek zamanla başka etkenleri de içerisine dahil etmektedir. Etkinliği görüntüleyebilen olma eski zamanlarda açık alanların ortak paylaşım alanları olması sebebiyle anlık gerçekleşebilirken günümüzde ise işin içerisine sosyal medyadaki akış sürecinin etkileriyle dahil olmaktadır.

Bourdieu perspektifiyle ekonomik sermayeye işaret eden, geçmişte de günümüzde de etkinliklerin düzenleniş biçimlerinde harcanacak olan maddiyatın önemli oluşu da düşünüldüğünde, zengin ve yoksul ayrımına bağlı olarak gerçekleşen etkinliklerin, maddi olanaklarla bağlantılı olarak iki ayrı uçta yer alması söz konusudur. Bu iki ayrı uç biçimlenişine ek olarak orta sınıfa işaret eden semboller ve etkileri de bulunmaktadır. Ekonomik düzleme bağlı birçok etkenle şekillenen organizasyonlar, ülkemiz genelinde de farklı ülkelerde de maddiyat ve maddiyata da dayalı olan sermaye biçimlerinin birer tezahürü olarak hafızalarımızda yer edinen farklı göstergelerin etkinlik biçimlerinde izlenimini içermektedir. Ekonomik düzleme ek dinsel, sınıfsal ve kültürel ayrışmaları da içerisinde barındıran tüm hazırlık seçenekleri, kişinin tercihine, esasında habitusuna bağlı şekillenen zevkleriyle ilişkilidir. Fakat bu süreçteki tercihleri tek bir kişinin yönetmesi mümkün olmamakta, başta habitus işin içerisine girerken ortak paydadaki yaklaşımların tercihe neden olmasında gelin ve damat dışında ailelerinin de payı bulunmaktadır. Yetişilen aile ve evlilik sürecinde aileyi ve ailenin imkânlarını ifade edebilecek olma durumu, evlilik sürecinin gelin ve damat dışında ailelerini de bağlayıcılığını göstermektedir. İfade bulan davranış biçimleri olarak yapıp etmeler, ailelerin sermaye biçimlerini, çocuklarını yetiştirme biçimlerini ve habitusunu ifade edebilmesinin topluluk önündeki en kıymetli aktivitelerinden birisi olarak belirlemektedir. Özünde biçimselliğine ve ifade ediciliğine verilen önemle ön plana çıkan, Gaziantep'te yaşayan farklı kültürlerin bir arada bulunuşuyla da kendi kültürünü, sınıfını ve sermaye biçimlerini olabildiğince ifade etmek isteyen kişilerin anlatım biçimi olarak kullandığı evlilik süreçleri, geçmişten günümüze dönemsel farklılıkların ifadeleriyle her çağda vazgeçilmez bir sermaye yenileme ve güçlendirme işlevi görecektir.

2.2 Düğün Fuarları: Gaziantep Wedding Festival

Birçok farklı alanda uzmanlaşarak yer alan türlü şirketler farklı amaçlara ve farklı alanlara hizmet ederek çalışma faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Sunulan her hizmet karşısında bir alıcı beklerken talebin çokluğu da sunulan hizmetin kalitesi, fiyat ve performans açısından makul oluşu ve güvenilirliğine bağlı olmaktadır. Hizmet veren ve hizmet alan her kişi karşılıklı bir güven duygusuyla birbirine bağlanırken bu güvenin oluşması da karşılıklı bağların güçlenmesi sayesinde gerçekleşmektedir. Birçok ticari işletmenin günümüzde kendisine yer bulabildiği fuar alanları da bu güven duygusunun sunulduğu ve tatmin edildiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Firmaların ticari kaygılarına ek olarak, organizasyon sektöründe yer alabilen ve bu fuara katılan her firma tanınır ve görünür olma isteğiyle beraber aslında hali hazırdaki müşterilerine ek potansiyel müşterilerini de tanıma fırsatına erişmektedir. Kişilerin de fuar alanında bulunması, birey olarak sermaye biçimlerini, konumuna bağlı olarak kendini tanıtmaya iç güdüsünü ve o alana katılan firmalarla iş birliği ve alışveriş yapabilme gücünün elinde olduğunu gösterme fırsatı sunmaktadır. *“Alanların daha az göze çarpan bir başka özelliği de şudur: Herhangi bir alanla ilişkisi olan tüm faillerin paylaştığı ortak bir dizi temel çıkar söz konusudur ve bu çıkarlar söz konusu alanın varlık koşullarıyla bağlantılı hemen her şeyi kapsar”* (Bourdieu, 2016:140). Fuar alanlarında söz konusu olabilecek çıkarlar da fuara katılım sağlayan kişilerin birbirleriyle iletişim kurarak sosyal sermayelerini güçlendirebilme olasılığında kendine yer bulur. Katılım sağlayan firmaların hâlihazırdaki müşterileri ve potansiyel müşterileri, maddi olarak firmaların farklılaşması dolayısıyla, bireyin ekonomik sermayesine yakın kişilerle de iletişimini mümkün kılacak bir etmen olarak belirmektedir.

Kişilerin sosyal sermayeleri, kurdukları ilişkiler ve kurdukları ilişkileri ne ölçüde harekete geçirebildiğiyle yakından ilişkilidir. Kişinin sosyal sermayesi ailesi, arkadaşları ve katılım sağladığı topluluklar etrafında şekillenebilen ve neticesinde de kurulan iletişim ve paylaşılan ortak paydalar sayesinde ileriye dönük kuvvetlenebilen bir ağ oluşturur. Oluşturulan ağ sayesinde de söz konusu olan düğün fuarı ve benzer türden etkinlikler de kültürel, ekonomik ve simgesel sermayenin de kendini yeniden üretmesine olanak tanıyarak kendisini tekrardan ve daha güçlü bir biçimde temsil etmesi sağlanır.

Birçok iş alanında içeriklere erişim sunulan dosyalarla ve içerisindeki destekleme sağlayan görsellerle beraber müşteriye sunulur, bu sayede tercih edilmesi sağlanır. Özel gün etkinliklerinde kendilerine yer bulmuş olan organizasyon şirketleri de müşterileriyle görüşme yaptıkları ofislerinde tüm malzemelerine yer edindirme şansı bulunduramamakta sadece kısmi içeriklerini canlı olarak sunabilmektedir. Alan dahilinde tüm malzemelerini sunamamalarına ek olarak, organizasyon esnasında talep edilebilen özel isteklerden olan zeminin cam olması, cam içerisinde ışıklandırmaların olması veya masaları canlı güllerle detaylandırmaların istenmesi de organizasyon şirketlerinin her görüşme esnasında ofislerinde sunamayabilecekleri örneklerdendir. Daha öncesinde yapılmış olan işler her alanda firmalar için birer reklam ve referans aracı olmakta üzerine eklenerek çeşitlenen ve alanda kendini geliştiren, farklılıklar sunabilen firmalar da kalıcılık sağlamaktadır. Kalıcılığın sağlanması her alandaki görünürlükle yakından ilişkili bir durumu ifade etmektedir. Yapılan işlerin birçok farklı kanal aracılığıyla sunulması, örneğin sosyal medya ağlarında gezinmesi gibi durumlara ek olarak zaman zaman daha güçlü ve ses getirecek farklı boyutları barındırması da gerekmektedir. Farklı kanal araçlarından birisi olan fuar alanları da organizasyon şirketlerine, fotoğraf firmalarına, gelinlik mağazalarına, mücevherat mağazalarına ve bu tür özel günlerde ihtiyaç duyulan birçok sektördeki firmaya müşterilerine yeni ulaşım ve farklı biçimlerde kalıcılık ağları oluşturma imkânı sağlamaktadır.

Firmaların kendilerini pazar alanlarında gösterebilme imkânı buldukları fuarlar hem meslektaşlarıyla hem de alıcı konumundaki müşterileriyle güçlü bağlar oluşturabildikleri bir merkez konumuna gelmiştir. Nişan, kına ve düğün organizasyonları içerisindeki süreçlerde ihtiyaç duyulabilecek olan tüm işletmelerin bulunduğu bir fuar olarak, şehirlerde farklılaşan isimleriyle beraber genel anlamda adlandırabileceğimiz düğün fuarları, araştırmanın gerçekleştirildiği Gaziantep'te araştırma sürecinde gerçekleştirilmiştir. Aralık 2022 ve Şubat 2024'de Gaziantep Divan Otelde gerçekleştirilen Gaziantep Wedding Festival içerisinde de bu tür organizasyon süreçlerinde yer alabilecek olan birçok firmanın görünürlüğü söz konusudur.



Görsel 1: Wedding Festival tanıtımı. Kaynak: İnternet. Erişim tarihi: 03.01.2023

Divan Wedding Festivali Gaziantep'te

"Divan Wedding Festivali" serisi, Mersin ve Ankara'nın ardından Gaziantep'te devam ediyor. En özel günlerini unutulmaz kılmak için Divan Gaziantep, 18 Aralık Pazar günü gün boyu sürecek 'Divan Wedding Festivali'ne ev sahipliği yapıyor.

Divan Grubu'nun, Türkiye'nin farklı illerinde Divan otellerinde düzenlediği "Divan Wedding Festivali" Mersin ve Ankara'nın ardından Gaziantep'te devam ediyor. Divan Gaziantep, düğün hazırlıkları yapan çiftlerin ihtiyaçlarına çözüm bulmalarına yardımcı olacak 'Divan Wedding Festivali' düzenliyor.

Unutulmaz bir düğün organizasyonu yapmak isteyen çiftler Divan Wedding Festivali kapsamında; birbirinden farklı dekorasyonlarla süslenmiş salonlar, en trend yemek masaları, en güzel anlarını ölümsüzleştirecek video, fotoğraf, müzik ve orkestra gibi organizasyonlarla bir araya geliyor.

'Divan Wedding Festivali'nde gelinlik, damatlık, çeyiz, takı ve davetiyenin yanı sıra balayı tatili gibi evlilik hazırlığı için tüm detaylar bir arada sunularak çiftlerin en özel günü rüyaya dönüştürülüyor. 'Divan Wedding Festivali'nde katılımcılar sağlıklı beslenme ve evlilik terapisi gibi alanlarda düzenlenen söyleşilerden de yararlanabilecek.

Divan Gaziantep, hayalleri süsleyen en güzel düğünler için evlilik hazırlığı yapan tüm çiftleri 18 Aralık Pazar günü 10:00 – 22:00 saatleri arasında ücretsiz olarak gerçekleştirecek 'Divan Wedding Festivali'ne davet ediyor.

Sosyal ağda paylaş



12.12.2022 (Haber Merkezi)

Görsel 2: Wedding Festival duyurusu. Kaynak: İnternet. Erişim tarihi: 03.01.2023

Gaziantep'te gerçekleştirilen wedding festivale tez çalışmamın farklı perspektifleri daha detaylı görmesi ve göstermesi açısından yararlı olması amaçlanarak katılımım gerçekleşmiştir. Görsellerle destekleme imkânı da bularak araştırmanın çerçevesini daha net bir bakışla ve geniş bir perspektifle sunma imkânı oluşturulmuştur. Bireylerin farklılaşan beğeni ve arzularını tekrardan deneyimleme şansını yakalamış olmakla beraber, farklılaşan organizasyon konseptlerinin çeşitliliği

ve her konseptin içerisinde barındırdığı farklı ruhsal hazların görüntülenebilmesi mümkün olmuştur.

Fuar alanına katılım sağlayan bireylerin organizasyonların çeşitliliğine ve doğrudan organizasyon fikrine maruz kalması, bireysel olarak fikir alınabilecek olan bir topluluğun içerisinde konumlanması dahi organizasyonların farklı boyutlarının içerisine daha kolay ulaşımı sağlayabilecek bir noktadır.



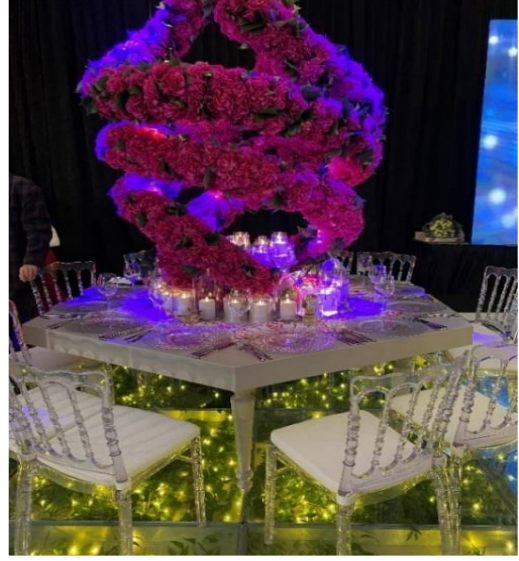
Görsel 3: Pembe çiçekli konsept.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 4: Işıklı konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 5: Beyaz konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 6: Sarmal konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 7: Renkli çiçek konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 8: Yeşil tonlarda konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 9: Gold konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 10: Oval masa konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 11: Avize konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 12: İşleme detaylı mendil.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



Görsel 13: Kırmızı gül konsept.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



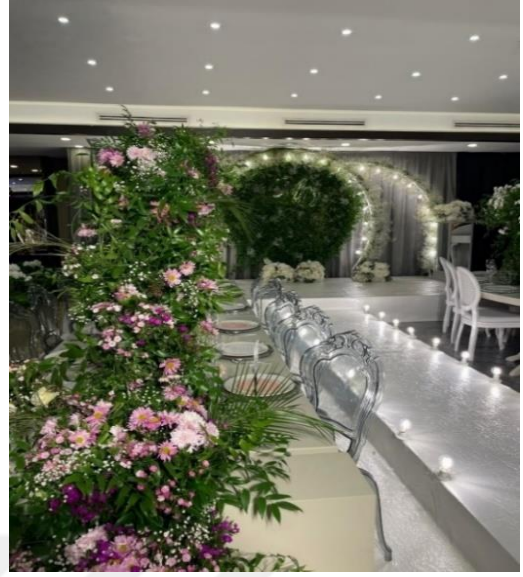
Görsel 14: Parıltılı tavan konsept.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



Görsel 15: Masada kuş konsept. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



Görsel 16: Avize tavan konsepti. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



Görsel 17: Işıklı giriş yolu konsepti. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



Görsel 18: Pembe konsepti. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024



Görsel 19: Zemin konsepti. Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi: 10.02.2024

Gaziantep’te 2022 ve 2024 yıllarında gerçekleştirilen, 18.12.2022, 10.02.2024 tarihlerinde katılım sağladığım festival alanından elde ettiğim görüntülerde de görüldüğü gibi hem kendi içlerinde hem de yıllara göre farklı konsept içerikleri ve birbirinden çok farklı zevkler görülmektedir. Her biri ayrı olan masa konseptleri, kişilerin yaşam tarzları dahilinde edinmiş oldukları sermaye türleriyle şekillenmekte ve her seçimde kişinin kendisine aynada bakmasıyla benzer işaretler içermektedir. Seçilen objeler, sunulan görsel alan da kişilere bakan diğer kişilerin yaklaşımını şekillendirmektedir. Daha yoğun çiçek konseptleri, daha yoğun işlemeli taş veya ışık konseptleri, tabanın vinil veya tamamen cam zeminle kaplanması gibi görünürlüklerle farklılaşan organizasyonlarda, kişilerin taleplerinin artan seçeneklerle her geçen gün daha da farklılaşan şekillerini gözler önüne sermektedir. Sandalye, supla, masa örtüsü, şamdan, şık görünen özenle işlenmiş mendiller ve konsept dekorasyon objelerine ek olarak talep edilen çiçek veya ışık süslemelerinin farkları, görsellik farklılığına ek bu görselliğin sunduğu farklı alanlara hitabın kuvveti doğrultusunda maddi olarak da farklılıklar barındırmaktadır. Seçilen objelerin bireyler için taşıdığı anlamlar ve simgelediği anlamlar dolayısıyla diğer bireyler için de ifade bulan anlamlar olarak farklı sınıfsal anlam içerikleri taşırlar. Masalardaki ve totalde alandaki tüm süslemeler, içerik farkları ve görünürlükler, her birisi en ince detayıyla kişinin kendinde anlam bulan ve dışarıya anlamlar sunmasını mümkün kılan içeriklerdendir. Bu öğelerin varlığı ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye biçimleri olarak alandaki tüm güçlerin sergilenmesinin birer aracı ögesidir.

“Estetik yatkınlık, her tür beğeni gibi, birleştirir ve ayırır; benzer koşulların ürünü olan her şeyi, onları tüm diğer şeylerden ve sahip oldukları en temel şeyler üzerinden varoluş koşullarının özel bir sınıfına bağlı koşullandırmaların bir ürünü olarak ayırarak birleştirir. Zira beğeni, sahip olduğumuz her şeyin -kişiler, şeyler-, başkalarının gözündeki ifade ettiğimiz her şeyin, kendi kendimizi sınıflama- mızdaki ve başkalarının bizi sınıflamasındaki her şeyin temelidir” (Bourdieu, 2021: 101-102).

Yaşanılan anda, olmak istedikleri kişiler olarak konumlanmak isteyen çiftlerin bu çeşitliliği bulmaları için kaçınılmaz bir saha olan organizasyon firmaları, dans firmaları, fotoğrafçılar ve gelinlik mağazaları gibi düğün fuarlarında yer alan işletmeler hitap ettiği uzamlara göre şekillenmektedir. Masa düzeninde tercih edilebilecek olan tüm detayları kapsayan sunumların yer aldığı, konseptleri farklılaştıran, talep doğrultusunda yenilikler içeren ve belki de o organizasyonun firmaların oluşumuyla beslenirken bu firmaları besleyenler de hedef kitleleri olarak

belirmektedir. Popülaritesini yükseltmiş ve egemen sınıf olarak tanımlanabilecek bireylere hizmet vermeye alışması dahilinde o sınıfa ait ve o sınıfın alanına hitap eden ürünlerin kullanımını sağlayan firmalar ve dilerlerse her alana hitap edebilecek sınıfa sunumlarda bulunabilecek firmaların oluşumu süreç dahilinde gerçekleşmiştir. Her çağda farklı görünümlere sahip olan özel gün organizasyonları, günümüzde bu görüntülerin sunulduğu fuarlarla da popülaritesini koruyup yine aynı şekilde yeniden üretilen popülarite ağları sayesinde devamlılık sağlarken eklemlenen her detay da güçlendirici etkiler sunmaktadır. Eklenen detaylar ister organizasyon firmalarından yardım talep eden çiftlerden gelsin isterse organizasyonların yeni fikirleri dahilinde gerçekleşiyor olsun organizasyonun hitap ettiği uzamda konumlanan bireylerin organizasyon firmasını seçme konusundaki eğilimini de belirlemektedir. Daha öncesinde yapılan işler ve bunların sosyal medyada paylaşımının da getirdiği güvenle beraber, fuar alanlarında firmaların konseptlerini daha detaylı içeriklerle sunması da organizasyon firmasından yararlanmayı düşünen çiftler için mutlaka uğranılması gereken bir merkez haline gelmektedir. Birçok iş alanında yıllık bazlarda veya yılda birkaç kez olmak üzere planlanan fuar alanları düğün organizasyonları sektöründe faaliyet gösterimine son yıllarda başlamıştır. Popülerleşen eğilimlere ayak uydurma, günümüz dünyasında popülarlığı sürdürme içeriklerine dahil olan organizasyonlar görülen ve edinilen bilgilerle geniş yelpazelerde kendisine daha kalıcı yerler edinmektedir.

Organizasyon firmalarının sunduğu içerikler maddi boyutuyla farklılaşırken maddi boyutu yüksek olana eğilimin de kültürel sermaye dolayısıyla maddiyatının yükselmesi aradaki takip çizgisini bizlere sunmaktadır. Düğün gününde özel sunumlar, firmada bulunmayan özel bardaklar, suplalar veya masa örtülerinin talep halinde sıklıkla gelmesi firmanın hitap ettiği kesimi yoğunluklu olarak değiştirebilmektedir. Elinde bulunan içerikten farklı içeriklerin talebiyle de genişleyen ve farklı yelpazelerdeki uzamsal alanlara sunuş imkânı bulabilen organizasyon firmaları, müşteri talepleriyle ve yeniliklere açık oluşu sayesinde yeniden şekillenmektedir. Sunuluş biçimleri ve içerik farkları bireylerin anlaşma durumunda olduğu organizasyon firmasından bekledikleri farklılıkların asıl sunuluş biçimlerinde görüntülenirken, sosyal sermaye bağlamında edilen hitap ve geri dönüşteki memnuniyette ailenin ve aile dolayısıyla sunum halinde bulunan firmanın sermayesini güçlendirmek için bir adım olmaktadır.

Fuar alanlarında sunulmuş olan içerikler organizasyon firmalarıyla sınırlı kalmayıp bir düğün ve kına gibi organizasyonlarda tercih edilebilecek olan kıyafetler, değerli olan ziynet eşyaları, organizasyonlarda tercih edilen ve anları anı haline getiren fotoğraf firmaları, dans firmaları, ses sistemcileri ve bando ekipleri gibi içerikleri de barındırmaktadır. Bir düğün konsepti için gerekli olan her şeyin a dan z ye kadar kendisine yer bulduğu Gaziantep'teki Wedding Festival'de de benzer örüntüler bulunmaktadır. Çeşitlilik ve çeşitliliğe bağlı olarak birçok firmaya ulaşım gücünün elinde bulunması evlenecek olan çiftler için büyük bir kolaylık alanı sağlamaktadır. Tüm bu kolaylıklara ek, bulunan firmalardan tanıtım ve eğitici içerikler amacıyla örneğin bir make up artistin festival alanında konuklara açıklayıcı ifadelerde bulunarak bir mankene makyaj yapması da buna dahil olmaktadır. Mankenine makyajını yaparken tüm tatlı dil ve hitap biçimleri, sıcak kanlı oluşu, çalıştığı sektöre hâkimiyetini belirtiş, makyajını yaparken verdiği tüyolarla belirtmekte ve tarza göre beğeni ve kabulleri almaktadır.



Görsel 20: Bando ekibi gösterisi.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi:
18.12.2022



Görsel 21: Dans gösterisi. Kaynak:
Festival alanı. Erişim tarihi:
18.12.2022



Görsel 22:Kaftan görünümü. Kaynak:
Festival alanı. Erişim tarihi: 18.12.2022



Görsel 23: Gelinlik modelleri. Kaynak:
Festival alanı. Erişim tarihi:18.12.2022



Görsel 24: Makyaj sanatçısına ilgi.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi:
02.10.2024



Görsel 25: Kına kıyafet tercihleri.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi:
02.10.2024



Görsel 26: Mankende gelinlik tanıtımı.
Kaynak: Festival alanı. Erişim tarihi:
02.10.2024



Görsel 27: Sezon gelinlik tasarımlarının sergilenmesi. Kaynak:
Festival alanı. Erişim tarihi:
02.10.2024

Wedding Festival’de kendisine yer bulmuş olan, düğün ve kına gibi organizasyonlar için gereklilik dahilinde bulunan içerik sahipleri, kendi pazar alanlarında sermaye biçimlerine uygun olan çiftlerle etkileşim kurup belirli temsil içeriklerini sergiledikleri kadarıyla kalmayıp buna ilaveten orda bulunduramadıkları, fuar dahilinde sahip oldukları alana sığdıramadıkları ürünlerini de görsel içeriklerle sunmalarıyla iletişimlerini daha kuvvetli hale getirebilmektedir.

Birbirinden farklı görsel şölenlerin gerçekleştiği düğün fuarının Gaziantep’te gerçekleştiriliyor olması ve gerçekleştirilen her iki senede de gözlemleyebildiğim katılımın çok fazla olması, il genelindeki evlilik sektörüne verilen değeri ve önemi gözler önüne sermektedir. Sadece başvurulma amacıyla değil, sosyal sermaye ağları dolayısıyla ziyaretlerde bulunulması ve döngüsellikle yine sosyal sermaye ağlarını kuvvetlendirmekte de önemli bir işlevsellğe sahip olmuştur. Aynı zamanda sosyal medya sayfalarında tanınmış hale gelen, make up artistler, organizatörler,

fotoğrafçılar, gelinlikçiler ve dans firmaları gibi kişilerin hepsiyle aynı alanda bulunup tanışabilme imkânı içinde katılımlar gerçekleşebilmektedir. Her açıdan katılımcılar için önem taşıyan, farklı sebeplerle ziyaret edilecek bir alan olma koşuluyla Gaziantep için oldukça önemli bir fuar konumuna yerleşmiş bulunmaktadır.

2.3 Beyaz Bir Gösterge: Gelinlik Seçimleri

Geleneksel ve kültürel olarak süregelen düğün etkinliklerinin çeşitliliğiyle beraber taşıdığı anlamlar değişirken birçok kişi tarafından beyaz bir elbise olarak görülebilecek olan gelinliğin, taşıdığı geleneksel ve kültürel öğelerin yanı sıra, bireylerin bulundukları toplumsal uzamları dahilinde onlara yükledikleri anlamlar da değişebilmektedir. Gelinlik üzerindeki ince detaylar, taş işlemleri, tül detayları ve gelinliğin kullanım alanındaki konfor sağlayan hem düğün esnasında hem de bir parçasının çıkabilmesi dolayısıyla after party de kullanılabilmesini mümkün kılan tasarımlar, yani işlevselliğinin artması gibi durumlar sınıfsal göstergeleri yansıtabilen görünürlükleri sağlayabilmektedir. Özel bir taş işlemesiyle şatafatlı bir gelinlik sunumuna karşılık daha sade bir gelinliğin sunumu arasındaki tezat dışavurumsal anlamların arka planındaki sermaye göstergelerinin çeşitliliği değişerek ve katlanarak ilerlemektedir. Beğenilen bir gelinliğin detaylarıyla bir bütünlük içerisinde olması kaçınılmazdır ancak bu detayların ince elenip sık dokunması, çeşitlendirilmesi veya doğrudan bir moda evinde tasarlanması kişilerin beğeni zeminlerinde şekillenirken maddi gereklilikler de içermektedir. Tasarlanan bir gelinliğin sunulacak alana karşıt olarak tasarlanması veya bu tasarım gelinliğin sunulan alanda kendisine yer bulmaması, değer görmemesi sermayenin bütünlüycilik gerektiren yapısını gösterir.

Gündelik hayatta toplumsal olarak var olan insanların toplum içerisinde kendini lanse ettiği giydiği kıyafetlerin modaya uyumu, kişiyi rüküş veya tarz göstermesi ve giyilen markanın maddi boyutuyla ilişkiselliği bağlamında değişkenlik gösterirken tüm bu unsurların bir arada bulunması sermaye biçimlerinin birleşimiyle kendisini daha da güçlü hale getirmektedir. *“Asıl mesele şu ki beden, patriarkal toplumsal ilişkilere bir kaçınılmazlık havası verecek şekilde, çeşitli toplumsal anlamların kabulünde ya da reddinde rol oynayabilir ve oynamaktadır da* (Gatens, 2018: 37). Bedensel ifade biçimleri, bireylerin görünüş biçimlerinde kendi bedenlerine neler ekleyebildikleri ve nasıl ifade etmek istedikleriyle ilgilidir ve bu durum görünürlük açısından toplumsal olanı yeniden üreten, toplumsallıkta

konumlanabilecek ve ifade bulabilecek bir etki içermektedir. Bedenin sunuluşu gündelik hayattaki tavırlarımız ve sunuş tarzlarımızın da içeriğiyle beraber şekil alırken özel gün etkinlikleri olan düğün, kına ve nişan gibi organizasyonlarda ise ayrı bir önem taşımaktadır. Günün planlayıcısı, ana karakteri ve sunulacak nesnelerin bütünü içerisinde kendisi de bir sunum aracı olan birey, varlığını, benliğinin sunumunu ve kendi oluşunu yaratan unsurları meşru bir şekilde lanse edişinin törensel dizaynını kendi istekleri doğrultusunda, karşı tarafta konumlanan bireylerin zihninde şematik olarak kodlandırmanın uygun bir anını yakalamış demektir. Beden imgesinde gelinlik seçimi ise kişinin alanına uygun zarif, şık, gösterişli ve belki de abartılı oluşunda sunulmaktadır. Alansal konumlanmalara göre değişen tüm bu işaretler, gündelik hayattan pay biçilebilecek olan bu durum bu tür organizasyonlarda, organizasyon sahibi ve ailelerinin sınıfsal göstergelerini sunabilecekleri araçlardan birini oluşturmaktadır. Bu nedenle o gün içerisinde sahip olunan göstergelerin büyük ve tamamlayıcı bir bütünlük içerisinde olması hem davet sahipleri hem de davete katılan kişiler tarafından zihinde konumlandırılmış ve kabul edilmiş bir biçimde öncelikler oluşturur.

Moda içeriklerinin beğeni tarzlarına yansımaları kültürel sermayenin, geçmişten gelen ailesel yapının bir göstergesi olarak tanımlanabilir. Bu boyutuyla düşünüldüğünde, sahip olunan moda anlayışı sahip olunan aile ve ailenin de geçmişten getirdiği kültürel sermayesiyle beraber büyümektedir. Gelinlik seçimlerindeki bu kültürel sermayenin kullanılışı tek başına yeterli olmayıp sermaye türleri arasında iş birliği gerektirmektedir. “*Aslında kültürel harcamaların çoğu, bir iktisadi maliyeti de beraberinde getirir*” (Bourdieu, 2021: 170). Kültürel sermaye yetkinliğinin üst düzeyde olması belirli harcamaları gerektireceğinden, kültürel sermaye ve ekonomik sermayenin birbiriyle daha yakın bir ilişkide olacağından söz edilebilir. Kültürel sermayeyle edinilen toplumsal beğeni anlayışlarının her biri birbirinden çok farklıdır. Farklı kültür odakları ve o odaklardaki değişken anlayışlar farklı yapılaşma ve toplumsallaşma süreçlerine işaret eder ve her farklılaşma da farklı beğeni alışkanlıklarıyla değişken şekillerde tüketim alışkanlıkları oluşturur. Kültürel beğeniler, sahip olunan habitustaki yapılaşmayla beraber yürürken sahip olunan ekonomik sermaye hacmi doğrultusunda harcama yapılacağı için beğenilerin gösteri simgesine dönüşmesi sürecinde harcanacak olan maddiyatın devreye girmesi ve aslında gelinlik seçimlerinde modanın ışığında ilerlenmek istense dahi kültürel

sermaye birikimi ekonomik sermayeyle desteklenmediği sürece tam olarak istenilen veri elde edilemeyecektir. Sermayeler arası bağıllık toplumsallık ve bireyin kendini ifade edebileceği topluluk bakımından hep beraber önem arz etmekte çoğu zaman bir sermayenin varlığı ve gücü diğer sermayenin de varlığı ve gücüne bağlı olmaktadır.

Moda kavramı tüketilebilirliği sayesinde sürekliliğini koruyan, değişen süreçsel akımlara ayak uydurabilmesi koşuluyla kavramsal olarak sonlanmayan, işlevsel olarak kendisine kişilerin bedeninde yer bulduğu takdirde gündemde kalabilen ve gündemi şekillendiren bir kavram oluşuyla devamlılık sağlayan ve yine kişiler tarafından üretildiği takdirde kullanılabilen bir kavramdır. Devinimsel bir kavram olarak moda, varoluşunu nesnelliğinin ancak bir topluluk tarafından üretilip kullanıma sunulması, kabul görmesi ve işlevsel olarak kullanımına bir süre devam etmesi sayesinde gerçekleştirir. Süreçsel olarak farklı modaların oluşumu, moda içeriğindeki erişilebilirlik farklarının ortadan kalkmasıyla doğru orantılı olarak ilerleyebilmektedir. Tek bir modanın olmayışı, toplulukların kendi tarzları ve sermaye biçimleri dolayısıyla farklı moda türlerini oluşturması, kişilerin ait oldukları toplumsal uzamlarına işaret eden etmenlerden birisi olarak görülmektedir. Moda kavramı sınıfsal göstergelere işaret etmekte ve modaya uyum sağlamanın farklı sınıfsal konumlarda farklı maddi güç gerekliliklerini de beraberinde getirmesi dolayısıyla moda kavramının çeşitli topluluklarda çeşitli biçimlerde varoluşunun zorunluluğuna işaret etmektedir. Topluluklar tarafından oluşturulması ve kabul edilmesi sayesinde nesnellik bulan moda ancak sermaye biçimlerinin bütünüleyici yapısı içerisinde kendisiyle özdeşleşen bireyler tarafından korunarak kendisine şekil oluşturur. *Kültürlü habitusun oluşturucu yatkinlikleri ancak bir alan içinde, bir alanla ilişki içinde oluşur, işler, geçerlidir (Bourdieu,2021:144)*. Moda olanın doğru anlaşılabilmesi ve modanın ait olduğu yerde sunulması sosyal sermaye gerekliliğini içermektedir. Kabul gören topluluk üyesi olunması kültürel sermaye ve nesnenin moda olması sayesinde arz talep ilişkisiyle, maddiyatının artması ekonomik sermaye gerekliliğine işaret etmektedir. Tek bir sermaye biçiminin var olmasıyla modaya uyum sağlama etkilerinin gerçekleşmesi moda biçiminin yerleştiği topluluk içerisine kabulün zorluğuna işaret edecektir. Beğeni çeşitliliğini sağlayan moda biçimleri kişilerin yer aldığı topluluk dolayısıyla edinilmiş yatkinlik ve neticesinde gelen alışkanlıklarını oluşturan bir tüketim biçiminin unsurlarındandır.

Modayı takip etme ve uyum sağlama beğenilme arzusundan ileri gelerek ait olunan alanı yeniden biçimlendirip var etme kolaylığını sağlamaktadır. Özel gün etkinliklerinde gelin adaylarının gelinlik seçimlerine bağlı olarak değişen ve görünürde modanın farklı yansımalarını oluşturan gelinlik tarzlarının çeşitliliği de bu sirkülasyonun moda zemininde kendine yer bulmasına olanak tanımaktadır. Arz talep ilişkisiyle farklı modellerin üretilmesi, çeşitliliğin artması, kişinin kendi benliğini moda zeminine oturtarak özel bir davette farklılaşan bir kıyafetle taçlandırması onay alma ve kabul görme sürecinin etkilerini taşımaktadır. *“Gösteri bu ayrılığın ortak dilinden başka bir şey değildir. İzleyicileri birbirine bağlayan şey, bizzat kendi tecritlerini sürdüren merkezde kurulan geri dönüşsüz bir ilişkidir. Gösteri ayrı olanı birleştirir ama ayrı olarak birleştirir* (Guy, 2022:43). Toplumsal koşullara bağlı olarak bireylerin kendi içlerinde oluşturdukları farklı topluluklar eşdeğer moda tarzlarına sahip olmayıp aynışmaya red göstergeler kullanmaktadır. Bir başka yaklaşımı reddeden olma koşuluyla fark oluşturanlar, alanını ve alanı dahilinde kendini biricik yapabilmektedir. Farklılaşma süreçlerine tabii tutulan bireyler, moda anlayışlarını bütünüleyici olmasa bile farklı ve tekil olacak şekilde sermaye türlerini kullanarak ulaşma imkânı buldukları bir moda anlayışına yaklaştırma ihtiyacı duymaktadır. Duyulan bu ihtiyaç, bulunulan toplumsal uzamdan kopuşu ve daha popüler ve gözde olan toplumsal uzama ulaşma arzusuyla ilişkili olmaktadır.

“Tüketim konusunda -ve hatta bunun dışındaki konularda- gözlemlenen farkların esas ilkesi, lüks beğeni (veya özgür beğeni) ile zaruri beğeni arasındaki karşıtlıktır: Lüks beğeni, zorunluluğa olan mesafe, özgürlükler veya bazen söylendiği gibi bir sermayeye sahip olmanın sağladığı kolaylıklar tarafından tanımlanan maddi varoluş koşullarının ürünü olan bireylere özgüdür; zaruri beğeni ise, tam da ifade ettiği gibi ürünü olduğu zorunlulukları ifade eder” (Bourdieu, 2021:234).

Farklılaşan uzamların ulaşılabilirliği veya ulaşılamazlığı burada bahsedildiği gibi lüks beğeni ve zaruri beğeni arasındaki farkın temsili olarak belirlemektedir. Kişilerin zaruri olarak adlandırılan beğenileri temel ihtiyaçları doğrultusunda şekillenirken lüks beğenileri ihtiyaç dışı, tamamen keyfi olarak şekillenebilmektedir. Lüks olarak kabul gören eğilimler kişilerin maddi olanaklarıyla yakinen ilişkili olurken bazen de aralarında mesafe bulunan uzamsal farklılıklara ulaşma eğilimi dolayısıyla da gerçekleşir ve var oldukları toplumsal uzamdaki yerleşimlerinin konumlarında değişikliği hedef alırken ulaşma ve yerleşme çabasıyla beraber bulunulan konumdan geçiş yapılmak istenen konumdaki sermaye türlerine tam

uyumluluk sağlama konusunda çatışmaların yaşanması da mümkün olabilmektedir. Maddi kaynakların doğrudan kalıcı olarak elde edilmesi değilse bile kısa süreli ulaşılması daha mümkündür. Alınan bir borç, çekilen bir kredi maddi kaynaklı ulaşılacak istenen nesnelere ulaştırır ve elde edilen ve kişi bazlı ekonomik sermaye gösterimi olan nesneyi alanına dahil etme fırsatı sunabilir. Moda şekillenmelerinde, bireylerin elde ettikleri veya etmek istedikleri maddi kaynaklı veriler kısıtlı maddi sermaye türüne sahip olsalar dahi elde etmek istedikleri takdirde bir boyutta ulaşabilecekleri bir veridir. Ancak elde edilen maddi boyutun sunulacağı kültürel ve sosyal alandaki bireylere hitap etmesi de önemli bir durum teşkil edecektir ve bu boyutuyla düşünüldüğünde de kişilerin uzamsal yerleşimleri dahilinde olmalarının aksine hareket edilmesi kişileri uzamdan dışlayıcı bir neden olarak belirebilmektedir. Bir alandan kopuşun diğer alana direkt geçişi mümkün kılma, sermaye türlerinin çeşitliliğinin ancak birbirine bağlılığı sağladığı takdirde geçişin kolaylığını simgelemektedir.

Avam veya banal olarak görülen davranış biçimlerinin dışlandığı ve dışlayıcı kişiler tarafından kendi uzamlarında yer verilmeyen pratiklerin alan dışı bırakılması alanı çevreleyici ve koruyucu bir işlevi üstlenmektedir. Belirli sınırlar dahilinde en kolay erişilen ekonomik sermaye türüne ilave olarak kültürel ve sosyal sermayenin yeterli güçte bulunmaması ve simgesel sermayenin kullanımına sunulurken gerçekçi ve yansıtıcı öğeler barındırmaması alan içerisindeki ait olmayan bireyin açığa çıkmasına, alana ait olmayışına tanıklık edilmesi için yeterli olmaktadır.

“Eğer, yetkinliği yaşama geçirme veya sahneye koyma, gösterme veya değerli kılma üslubunun tüm göstergeleri, yetkinliğin içinde bulunduğu pazardaki anlam ve değerlerine yakından bağlıysa, bu bir edinme biçimine (aileden veya okuldan) yani bir pazara dair izleri taşımasından kaynaklanır” (Bourdieu 2021:145).

Moda ışığında çeşitlenen gelinlik modellerinin bedene ve kişinin sermaye türleri dolayısıyla kişiselleştirmiş olduğu yapısal özelliklerine hitabının öneminin belirtileri de burada açığa çıkmaktadır. Sınıfsal olarak üst kademelerde yer alan ve sosyal, kültürel ve ekonomik sermaye türleri bakımından bütünleyici bir yapı içerisinde gelişmiş olan bireylerin gelinliğe yükledikleri anlamlar ve karşıt konumda bulunan, sınıfsal olarak farklılaşan ve sermaye türleri daha üst sınıf konumunda bulunanlara kıyasla daha az gelişmiş olan kişilerin gelinliğe yükledikleri anlamlar da bu çerçevede değişkenlik göstermektedir. Moda anlayışlarında görünürlük kazanan

daha şatafatlı, ince detaylı, işçilik gerektiren ve sunulması dahilinde kişinin bedenine ve benliğine hitap etmesi daha önemli görülen sınıfsal bakış açısına karşıt olarak gelinliğin beyazlığının ve o gün içerisinde giyilmesi gereken bir elbise olarak görülmesi gerektiğine inananların yine kendi alanlarına ve moda tarzlarına uyum sağlaması koşuluyla ince detaylı ek işlemlere gerek duymayan sadece moda yaklaşımlarına uygun olmasını gerekli görenlerin karşıtlığındaki ayrımlar görülmektedir.

Arzulanan nesnelerin ait olunan uzama uygun ve ait olması koşuluyla elde edilen nesnenin terzide kişinin tam bedenine göre dikilmiş bir elbiseye benzetilebilmesi mümkündür. Kişi üzerinde absürt veya yakışsız bir görüntü oluşturmayacak olan bu elbise kişinin sahip olduğu beden ölçülerine göre dikilerek tam kalıp yakışık bir görüntü oluşturur. Terzinin elbise için alınan bir ölçüde hata yapması sonucu dikilen elbise ise kişinin bedenine uyum sağlamayarak yakışsız ve istenilen görüntüyü elde edememesine sebebiyet verir. Moda stilleri de kişinin ait olduğu toplumsal uzamına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir ve ait olunmayan bir toplumsal uzamdaki moda stillerine kendi toplumsal uzamında ulaşarak bu alana taşınması kabul veya red aşamasına tabii tutulma durumlarıyla karşılaştırır. *“Böylelikle aynı pratikler farklı alanlarda, aynı alanın farklı durumlarında veya karşıt kesimlerinde karşıt anlam ve değerler kazanabilirler”* (Bourdieu,2021:144). Sınıfsal olarak bakıldığında maddi boyutuyla en üst sınıflarda bulunan bireylerin moda anlayışları yeni moda anlayışlarının olduğu ve taşındığı ana noktalar olarak belirlemektedir. Kültürel ve sosyal sermayeleriyle ilgili olarak ulaşım ağlarının güçleri ve farklılıklara açık oluştaki bu geçiş süreçlerinin belirginleşmesi aynı anlamsal özellikler taşımamaktadır. Uzamsal olarak ayrılan bireylerin sahip oldukları uzamları dahilinde edindiği alışkanlık ve beceriler pratik olarak aynı anlamlar taşımayarak alanlarını güçlendirici işlevlerini sürdürmektedir. *“Değişen ekonomik ilişkilere paralel olarak, lüks, güzellik, eğlence ve sorumluluk anlayışı yeniden tanımlanır”* (Akçaoğlu, 2020:109). Habitusları gereği farklılaşan alanlar ve sermaye türlerinin yapısı değiştikçe bulunulan konum ve değişim sonucu edinilen konumda her sermaye sahibinin edindiği alışkanlıklar ve beğeniler yeniden şekillenirken bunun neticesinde de bu şekillenmenin bir sonucu olarak yeniden üretilecek sunuş biçimleri oluşmaktadır. Ekonomik sermayelerinin artmasıyla birey, ailece daha iyi bir eğitime, farklı ilgi alanlarına, daha iyi konumlarda bulunan sunuş biçimlerine ulaşma imkânı

bulmakta ve bu imkân dahilinde de kendi alanı dahilinde yeniden tanımlanan birey olarak şekillenmektedir. Yeni lükslerin oluşumu gündelik hayatta kullanılan arabanın ve giyilen kıyafetlerin markası, yaşanılan evin konumu ve gidilen mekânların tercihleriyle bariz bir şekilde belirginlik kazanabilmektedir. Özel günler bağlamında incelenebilecek olan lüks tüketim değişkenliklerinin bulunduğu bir alan olarak düğünler, gösteriş biçimlerinin örtük anlamlarının kavramlar dahilinde açığa çıkışına imkân tanıyan ve irdelendikçe sınıfsal oluşumların sermaye biçimleri neticesinde simgesel olarak sunuluşunda nasıl kullanıldığını açıklayıcı düzeydedir.

Evlilik süreçlerine atılan adımların dayandığı başlangıçlar herkeste farklı olmak üzere esasında aynı habitusa denk düşme alan içerisinde eş düzeylerde bulunabilme üzerinden yapılmaktadır. Bireyler, sahip oldukları sermaye türleri dolayısıyla kurulan ilişkiler, arkadaşlıklar, ortaklıklar ve dolayısıyla edinilen çevre bağlamında konumlanırken bu konumlara sayesinde tanışılan bireylerin ve o bireylerin de çevresiyle çevre edinilebilecek bireylerin sirkülasyonu ile yani eşdeğer konumlandırmalardaki bireylerin varlığıyla çevrenirken aslında hayatındaki insanların konumlandırmasıyla konumlanan, kendi konumuyla arkadaş çevresini konumlandırabilen bir yapılaşma sürecinde yaşamaktadır. Farklı sermaye biçimlerinin farklı hayat tarzlarını dayattığı döngüsel süreçlerde, bireylerin evlilik süreçlerini etkileyen örtük iktidar ilişkileri bulunmaktadır. Sermaye biçimleriyle eş doğrultuda bireylerle hayatlarını birleştirme eğiliminde olan kişiler, sahip olunan çevre ve edinilen arkadaşlıklarla beraber kurduğu iletişim dahilinde de bu süreçlerde yer edinecek karşılıklı ilişkilerde kendilerine yer bulmaktadır.

2.4 Bir Nezihleştirme Biçimi Olarak Beslenme

Toplumsal olarak varlıklarının sürekliliğini sağlayan bireyler, gündelik yaşam pratikleri de dahil olmak üzere belirli tüketim alışkanlıklarıyla beraber yaşamlarını sürdürmektedir. Bir kişinin neler tükettiği, nerelerde tükettiği ve tüketiminin nelere bağlı olduğu kişinin konumlandırma sahnesine yakından tanık olmamızı sağlamaktadır. Günlük pratiklerde de tüketilen besinlerin neler olduğu, nereden alındığı veya doğrudan nerede tüketildiği önemli olarak görülmektedir. Tüketim alışkanlıklarını şekillendiren sermaye biçimleri ve bu sermaye biçimleriyle orantılı olarak edinilen alışkanlıkların döngüsünde, kişinin tüketim amacı ve tüketimini gerçekleştirdiği besinden beklentileri de farklılaşabilmektedir. Sınıflar arasında

değişkenlik gösteren tüketim alışkanlıkları görülmekle beraber bu tüketim alışkanlıklarının metalaşması ve sahne önünde gösteriye sunulması da artık çok daha farklı düzeylerde, popülerite düzleminde gereksinim duyulan yeni ihtiyaçlar oluşturmuştur. Karın doyurma veya alışkanlık dahilinde gerçekleşen belirli öğünler, alan içerisindeki bireyler için farklı anlamlar taşımakta ve bu anlamları gerçekleştirmek üzere belirli eylemlerde bulunma zorunluluğu içerisine girmektedirler. Markalaşma süreçlerinin de günümüz dünyasında çok daha önemli hale gelmesiyle beraber, beslenme alışkanlıklarında görülen farkların ve bu farklarında kişilerin statü kazanma dolayısıyla çok daha ciddi boyutlarda farklar yaratması koşuluyla, bireylerin tüketim alışkanlıklarının daha göz önünde bulunması, yemek süreçlerinin ve içeriklerinin daha önemli bir payda da yer alması mümkün hale gelmiştir.

Bir besinin sağladığı doyuruculuk, fayda, kişinin biyolojik olarak gelişimine ve sağlığına katkısı gibi durumlarına ek olarak kişinin sermaye biçimlerine sağladığı metalaşma sürecindeki göstergelerle farklı alanlara hitap edebilme gücünde ve özelliğindedir. Zengin sofrası sunumu olarak adlandırılan, çeşitlilik ve alanına göre şık göstergelere sahip sunumlar barındıran tüm sofralar, kişilerin sermaye güçleriyle doğru orantılı bir biçimde zenginleşirken her alanda var olan bireyi de alanı dahilinde sağlamlaştırma ve konumlandırma gücüne sahiptir. Temel bir ihtiyaç olan beslenme ihtiyacımız, gündelik yaşam pratiklerindeki göstergelere ek olarak özel günlerde daha da önemli görülerek hazırlanan ve deyim yerindeyse çok daha şatafatlı sunumlara tanıklık etmemizi sağlamaktadır. Yemek sunumlarına verilen önemin artması, sınıfsal boyutların göstergesi haline gelmesi ve aslında ayırım kategorilerinde kendisine yer bulabilmesi, toplumsal dönüşümün merkezinde bulunan bireylerin vazgeçilmez bir örüntü düzenine eşlik etmelerini sağlamaktadır.

Nesnelerin, bahsedilen düzlemde yemek içeriklerinin, içerik kalitelerindeki ulaşılabilirliğin ve ulaşımındaki kolaylık veya zorlukların zeminindeki farklılaşmalar, habitusun şekillenmesine, kabulüne ve sürdürülmesine katkı sağlayan unsurlardandır. Beslenme şekillerinin farklılığındaki göstergeler kişilerin ulaşılabilirlik zemininde ekonomik sermayesiyle, besinin damak zevkine uygunluğuyla kültürel sermayesiyle ve sunabileceği bireylerin varlığıyla sosyal sermayesiyle görünürlük kazanmaktadır. Yemek sunumlarının içeriğindeki tatlar ve besinlerin kalitesi, sunumlarda değerli ve

elzem bir yer barındırırken sunumlara eşlik eden objelerin yer edinmesi de sofralara şık olduğu kadar anlamlı göstergeler sunmaktadır.

Kullanılan çatal kaşık bıçak takımlarının, tabakların, bardakların, suplaların, şamdanların, bibloların, mendillerin ve canlı-cansız çiçeklerin her birinin kalitesi, şıklığı, farklı olanı çağrıştırması, tekliği simgelemesi daha genel bir ifadeyle farklılaşan toplumsal zeminlerde zeminini biricik kılabilme imkânı sağlaması durumunda kullanıma dahil edilebilecek ifadeler olarak tercih edilme sebebi olabilecek nesneler görevini üstlenmektedir. Bu nesnelerin taklit edilmesi en farklı, özel ve güzelin yapılışının somut göstergesini kaybettiği takdirde sermaye biçimlerindeki genişliği ve varoluşlarını simgeleyen alanlarını yeniden üretmek zorunda bırakılmaktadır. Bu zorunda bırakılma Weber’ci bakış açısıyla karizmanın yok oluşunun önüne geçilmesi amacına hizmet etmektedir. *“Sözcük anlamı ‘tanrı vergisi’ olan karizma, Weber tarafından, dertlilerin ve olağanüstü özelliklere sahip olduğuna inandıkları bir liderin peşinden gitme gereksinimi duyanların önüne düşen ve bu konuma kendi kendini atayan önderleri nitelemek için kullanıldı”*(Weber,2019:76). Kişilerin ayırt edici görüşlerinin yok olması demek sınıfsal mücadelede üst katmanlarda var olmalarının yok oluşu demek olurken kendilerini oluşturan özelliklerin erişilebilir olması da farklılıkları yok ediciliğin başlangıcıdır. Bu yok oluş, aynılaşıma ve benzer süreçlerin yaratılması kişinin karizmatik görüşünün yani bir noktada erişilebilir olma isteği uyandırmasının mümkünatı da yok edecektir. Çünkü her alanda benzerlerinin yaratılması demek ulaşılabilir olduğunu belirtir, bu belirginliğin çıkması anında yeni bir alana geçme isteği de karizmanın korunuşu, sermaye biçimlerinin farklı olduğunu hatırlatma isteği uyandırmaktadır. Özel gün organizasyonlarında görülen şık ve daha detaylı sunumların içeriğindeki detaylarda da farklılaşma süreçleri, kişilerin alanlarını güçlendirme şekillerinden birisi olarak görülebilmektedir.

Farklı habitusların kendilerini gerçekleştirme sahalarında sundukları içeriklerden birisi olan besin içerikleri ve sunuş biçimleri özel gün organizasyonlarında daha da görünür kılınmaktadır. Önemli görülen, aile için davete değer görülen ve sermaye biçimlerinin döngüsünü sağlamaya elverişli olan insanların toplandığı organizasyonlarında sunulan besin içerikleri farklılaştırıcı kılınması nedeniyle bu organizasyonlarda önem arz etmektedir. *“Barthes’a göre modern insan, yiyecek maddesi satın aldığı anda, tüketsin ya da servis etsin, onu basit bir objeden farklı*

bir şeye dönüştürerek manipüle etmez; bu yiyecek maddesi bir durumu özetler ve iletir; bir enformasyon oluşturur, bir enformasyonu gösterir” (Akarçay, 2016:63). Organizasyonlarda sunulan yemek içeriklerine bakıldığında, sunulan içeriklerin sunan aileler tarafından her gün masalarında olmazsa olmaz içerikler olarak yer vermedikleri ancak istediklerinde genel olarak ulaşabilecekleri ve özel günleri dolayısıyla yer verebilecekleri en zengin menülerle karşılaşmaktadır. Sermayeleri dolayısıyla alanlara tabii olan bireylerdeki sunum içeriklerinde en açık ve net görüntülenebilen ayırım et ve tavuk ayırımı olarak belirmektedir. Etin maddi boyutu ve maddi boyutunun dolayımında gereksinim duyulan ekonomik sermaye biçiminin farklılığı her organizasyon menüsünde etin içerikte yer alamadığını göstermektedir. Etin maddi boyutu, davete katılan misafirlerin sayısınca maliyet oluşturmamasından ötürü davete katılımın sayısal verileri de bu noktada önem teşkil etmektedir. Et ve tavuk ayırımına takiben gelen çeşitlikler de gösterge biçimlerindenidir. Bir menünün sunum farklılıkları organizasyon sahiplerinin sahip oldukları kültürel sermayelerine işaret ederken, sermayeleri dolayısıyla ayrılan bireyler besinlerin sermaye biçimleriyle ilişkiselliğine gizli atıflarda bulunarak yemekleri ve sunumları dolayısıyla bir hiyerarşi oluşturmaktadırlar. Meze çeşitliliği ve içecek farklılıklarının kendisine yer bulduğu gösterge biçimlerinin tamamı besinlerin bireyler tarafından ulaşılabilirlikleri koşuluyla konumlanan, kendi aralarındaki varoluşsal savaşlarına işaret etmektedir. Tercih edilen besinlerin sınıf ayrımlarını göstermesi, alansal kabulün farklı bir boyutunun oluşu, besin içerikleri dolayısıyla insanların bireysel konumları hakkında fikir edinebileceğimizin göstergesi durumundadır.

Sermaye biçimlerinin genişliğini ve sermaye biçimleri dolayısıyla bireylerin sermaye biçimlerinince gelişmişliğine işaret eden farklı tatların, farklı içeriklerin ve ilgi çeken menülerin sunumu bireylerin alana dair bir tüketim kültürü yaratmasıdır. *“Deneyimlenen dünyanın bir bölümü kişiseldir; fakat bir bölümü de toplumsal veya ortaktır. Kişisel olan, yalnızca ortak olanın üzerinden tanımlanabilir”* (Mead, 2019:25). Kişinin sahip olduğu tüm göstergelerin toplum nezdinde bir anlam kazanması gerekmektedir. Tek başına anlamlandırma, bireysel olarak bir anlam yükleyip yine yeniden anlamı kendi içerisinde yaşaması mümkün değildir. Bir konu, durum, eşya, ürün ve geriye kalan her şey ancak bir toplumda sunulma imkânı bulunur ve sunulan nesne sunulan toplulukta iyi veya kötü bir anlam bulduğu takdirde toplum içerisinde değerli veya daha az değerli şekilde konumlanan anlamlara sahip olabilir.

Deneyimlenen tatlardan her birinin sunuluşu organizasyonlardaki sermaye biçimlerini devam ettirici rollere sahiptir. Toplumsallaşan tatlar ve sunumlar ve topluluk içerisinde kabul edilebilecek tatların ve sunumların seçimi, davete katılan misafirlerin damak zevkine hitap ederken davetliler tarafından toplumsallaştırılabilen ve toplumsallaşabilen ürünler olmaktadır. Zihin içerisinde olup biten durumların nesneler dünyasında anlam bulup işlevsellik kazanması neticesinde toplumsallık süreci başlamaktadır. Toplumsallaşma sürecinde ve sonrasında değer kazanan birçok eylem ve içerikleri, toplumsallaşma süreci dahilinde bir yerleşme kazanmaktadırlar. Bu süreçsel durumdan da anlaşıldığı üzere beğenilerin toplumsal kabul süreçleri, alana dahil oluşları, alanda yetkinlik kazanmaları ve kabulleri neticesinde alan dahilinde kullanımında ve uygunluğunda, aslında kişinin yaşam tarzı olarak adlandırılan, kişi hakkında belli konularda fikir sahibi olmayı sağlayan özellikler hakkında fikirler beyan edilmesine de katkıda bulunmaktadır. *“Wundt, belli uyaranlara karşılık gelen fiziksel şartların olduğunu ve bunlar arasında bir ilişki olduğu varsayımıyla işe koyulur. Belli görüntüler, kokular ve özellikler sesler belli düşüncelerle birleştirilir”* (Mead, 2019: 96). Toplumsallaşan içerikler, nesneler, eylemler ve kabullerin her biri, bireylerin zihninde belli anlamlandırmalara sahip olmakla beraber, küçük veya büyük herhangi bir içeriğin zihinde konumlanması dahilinde taşıdığı anlamla beraber, içeriği sergileyen kişi hakkında fikir sahibi olunmasını sağlamaktadır. Yemek içerikleri de bu konuda bireylerin sahip olduğu sermaye türlerinin yapısı ve gücü bakımından bir anlamlandırma gücüne sahip olmaktadır.

Organizasyonlarda sunulan her içerik bir arzu nesnesi olması durumunda değerli anlamlar taşımaya daha müsait hale getirilmektedir. Alan içerisinde bulunan bireyler tarafından haz nesnesi olarak kabul görmekte alana hâkim ve sahip olmayanlar tarafından da daha çekici unsurlar barındıran içerikler olarak kabul görmektedir. Arzulanan olması, içerik üretimlerinde gösteri farklılaşmasının artan sayısına ve çeşitliliğine gereksinim duyulmasına sebebiyet verir. Farklılaşan isteklerin, tek ve biricik olma arzusunun getirilerinde görülen popülerlik ihtiyacı, alanı dahilinde bile olsa farklılaşan arzulara yönelimi gerektirebilmektedir.

2.5 Anı Kalıcılığında Mekân ve İşlevi

Ait olduğu habitusu ve sermaye biçimlerini belli etmek isteyen kişilerin, gündelik yaşamlarına da yansıyan kıyafet, yemek, mekân ve müzik tercihlerindeki seçimler, eklemlenerek ve daha özenli hale getirildikten sonra sunularak, davet törenlerindeki seçim farklılıklarında toplumsallaşmış biçimde daha belirtili şekilde görülmektedir. Birey, varlığını toplumsallık sayesinde kazanırken hangi toplulukta bulunarak kazandığını da belli etme iç güdüsüyle hareket eder. Bulunulan topluluğun mekânsal konumlanması, topluluğa atfedilen değerin ve biçimlenmenin etkenlerinden sadece bir tanesidir ve bu etmen bireyin hâkimiyetini ayırt edicilik sayesinde ve sermaye biçimleri dolayısıyla açıklayıcı konumda bulundurma araçlarındandır. *“Ona göre, aktörlerin gündelik tercihlerini belirleyen estetik hassasiyet, onların birbirleriyle toplumsal benzerliklerini ve farklarını sembolize ettikleri bir araç işlevi görür”* (Özet, 2020:33). Bireyler günlük yaşam pratiklerinde ve birçok alanda, yaşam stilleri ve tercihleri sayesinde edindikleri alışkanlıklarla birlikte bir grubu temsil etmekte ve mekânsal pratiklerini de bu düzen temelinde şekillendirmektedir. Bir mekânda bulunabilme, benzer sermaye türlerine sahip bireylerle etkileşim halinde olabilme imkânı verirken temelde mekâna ait sermaye türlerine sahip olan olduğunu da ifade ettirir. Bireyler veya topluluklar tarafından gerçekleştirilen bu mekânsal tercihlerin, benzerlikleri ve farklılıkları örtük ama ayrıştırıcı şekilde ifade etme amaçları bulunmaktadır. Sermaye biçimleri ve habitusları gereği kişilerin yaşam standartlarını, aynı yaşam standartlarında bulunanlarla ortak bir payda da buluşturması olağan bir durumdur. Süreç özel gün etkinlikleri olarak şekillendiğinde ise temsiliyetin niteliği, önemi ve sunuş tarzı gündelik pratiklerden ayrılarak daha önemli hale gelmektedir.

Özel gün etkinliklerinin gerçekleştiği mekânlar gün geçtikçe artmakla beraber, bu artışın içerisinde de oluşturulan mekânların farklılıklarını had safhaya taşıyarak büyük bir artış göstermeye devam etmektedir. Farklılaşan her mekân yeni bir uğrak mekân olmaya başlayana, farklılıkları yeni farklılıklarla karşılaşana dek ayrı bir ilgi odağında kalabilecek olan bir oluşum içermektedir. Mekân seçiminde ailenin genişliğine, etkinliğe katılacak olan davetli sayısına bağlı olarak seçimler gerçekleşmekle beraber bu etkenlerden sadece bir tanesini oluşturmaktadır. Ancak birazdan bahsedilecek olan etkenlerin tamamını içerecek olsa bile mekân kapasitesinin

davetli sayısını karşılayabilecek olması en önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir. Öyle ki geniş bir aile ve geniş bir çevrenin katılacağı bir davet olma olasılığı yüksek olan bir etkinlikte, mekânda aranan tüm koşullar sağlansa bile kapasite yetersizliğinden veya kapasitenin maksimum düzeye çıkarılması durumunda tutulacak olan mekânın dar veya sıkışık bir görüntü sağlaması gibi durumlar öne çıkan ve seçimi etkileyen hususlardan olmaktadır. *“Mekan, kim olduğunu unutan özneye, kendisini hatırlaması için çağrıda bulunmaktadır. Böylece hatırlanması istenen anlam, bir mekan üzerinde cisimleştirilerek sabitlemekte, anlamın sürekliliği ve gücü mekanla özdeşleşecek biçimde kurulmaya çalışılmaktadır”* (Çınar, 2020:106-107). Farklılaşan mekân tercihlerinde, seçilen mekânın bir başka mekân veya mekânlarla karşıt konumlarda bulunması ve konumlandırma neticesinde de anlamlar barındırması mümkündür. Mekânın içeriği, sunmuş olduğu imkânlar ve alternatifler, farklılıklar zemininin kıstası olarak bir başka mekânın varlığı, bireyin içselleşen ve sermaye türleriyle etkileşim halinde bulunan seçim yönelimlerini etkileyen etmenlerdendir. Sermaye biçimleri ve dolayısıyla yaşam biçimleriyle özdeşleşmesi muhtemel her mekân, bireyin söylem ve eylem dışı biçimlerde kendisini ifade edebilmesine imkân veren, görselliğin bireyin zihninde oluşturduğu sınıfsal mücadeleleri ve konumlandırmaları kimlik inşasına çevirmenin bir başka yolu olarak belirlemektedir.

Düğün töreni için seçilen bir mekânın prestijli ve gösterişli olması, düğün sahibinin sermaye biçimlerini ve habitusunu belli etmesi bakımından önemlidir. Kişi sahip olduğu sermaye biçimleri, habitus, toplumsal uzam ve güç göstergeleri sayesinde alanda yer bulurken aynı zamanda bunları her daim yeniden üretmek zorundadır. Her konu da kendi habitus sınırları içerisinde en iyi olabilmek adına bu etkinlikleri kusursuz, popülerizm ışığında gerçekleştirme ihtiyacı da konumlarını korumak isteyen kişiler için önem arz etmektedir. *“Bilgi ve bir konuyu ‘en iyi bilen’ olma kuşkusuz bir ‘güç’ kaynağıdır”* (Çamoğlu, 2018: 69). Tüm süreçlerde kendi bulunduğu toplumsal uzam içerisinde mükemmeli yakalamak isteyen bireyler, her detayda en iyi, en bilgili olmanın mücadelesinde kalarak evlilik sürecindeki güç kaynaklarını da farklı kanallar aracılığıyla sermaye biçimlerine dönüştürmektedir. Bu sermaye biçimlerinin yansıtanı olarak mekân konumlandırması, sürecin içerisine anlamlı ve bütünleyici bir şekilde dahil olmaktadır. Mekân seçimi ve bu seçimde göstergelerini ve gücünü en iyi şekilde yansıtan olabilme, alandaki başarısının gösterenlerinden sadece birinin temsiliyetidir. Tüm sermaye biçimlerinin ifadesi olarak süreç sadece mekân üzerine kurulu değildir

ancak bütünleyici yapısı gereği içermesi gereken öğelerden bir tanesiyle dahi alandaki hâkimiyetin güçlendirici temsiliyetini verir.

Mekân seçimi, çiftlerin organizasyonlarını sahip oldukları alanları dahilinde kendi habituslarına uygun olabilecek nezih bir ortamda gerçekleştirme isteğiyle şekillenerek ilerler. Mekânın merkeze yakınlık konusunda herkesin kolayca ulaşabileceği bir noktada olması, açık alan tercih edilecekse açık alan olan mekânların gerçekten göze hitap edip etmediği, eğer ki kapalı alandaysa kalabalık veya kalabalık olmayan etkinlikler olsun mekânın ferahlığı gibi etkenler rol oynamaktadır. Sermaye biçimlerine göre önem arz etmesinin değişikliğe uğraması muhtemel olan bu etmenlerin her biri, sınıfsal oluşumların ve mekân seçimi sonucuyla gösterimlerinin birer sembolik biçimlendirmesidir. *“Özellikle sömürgeleştirme, kültürel emperyalizm ya da ayrımcılıkla karakterize olan karşılaşma deneyimlerinde, aşağılanma duygusu kolektif düzlemde açığa çıkar”* (Tokdoğan, 2018:106). Mekânsal farklılıklarda, habitusuna uygun olanı seçebilme de bir başka habitus ve sermaye biçimlerine uygun mekânı dışlayıcı bir eylemde bulunma hali olarak belirir. Ayrıştırıcı karakter taşıyan her seçim, kendini ayrıştırırken başka eğilimleri ve kabulleri de dışlayıcı bir güç sunmaktadır. Sermaye biçimleri ve habitusu etrafında şekillenen sosyal sermaye ağındaki davetli bireylerin, davet edilen mekâna uygun görülmesi davet edilmeyenlerden onları ayrıştırmakta ve alana ait olmayışını en başta sosyal sermaye bağlamında daha sonra ise habitusları bağlamında gerçekçi bir şekilde belirtmektedir.

Birçok kapalı mekânda karşılaşılan sorunlardan bir tanesi olan salon düzeninin içerisinde belirgin konumlarda kolonların bulunması ve bulunan kolonların da masa düzenini etkilemesiyle yerleşime daha çok dikkat edilmesine rağmen etkinlik esnasında kolonlardan dolayı misafirlerin sahneyi görememesi, masa düzeninin dağınık görünümü gibi durumlar söz konusu olabilmektedir. Bireylerin mekân seçimlerinde, sahip olunan habitusla ve sahip olunan sermaye biçimleriyle doğru orantılı olarak kimileri için önemsiz olabilecek kimileri içinse çok önemli olabilecek bu türden görünüm de seçimleri sınıfsal olarak etkileyebilmektedir. *“Yani mimari üslup, bize fiziki görüntü sunmanın yanı sıra, mekana yüklü sembolik anlam(lar)ın görsel tercümesi, fotoğrafı olarak, o görüntünün altındaki niyeti de anlamamızı sağlayan önemli bir alandır* (Çınar, 2020:124). Mekânın sembolik gücü sayesinde toplumsal konumu ifade eder hale gelmesiyle beraber, bireylerin gündelik hayatta dahi tercih ettiği mekânların seçimi daha özenli hale gelmiştir. Sermaye biçimleriyle

şekillenerek üst sınıfa hitap edebilecek konumlarda daha şatafatlı ve gösterişli mekânların varlığı görünürlük kazanmış ve sınıfsal konumlanmaların ayrımcı simgesel görünümünü mekânların verdiği görünmüştür. Özel gün etkinlikleri esnasında ise bireyin tüm çevresinin mekâna ve mekânda gerçekleşen eylemlere izleyici olacak olması nedeniyle ekstra özen gösterilmesi gereken bir seçim konumuna gelmiş olduğu görülmektedir. Örnek verilmiş olan salon içerisindeki kolon sebebiyle sahnenin görünmemesi veya kolonun doğrudan salonun birbirinden kopuk görünmesine sebebiyet vermesi, kişilerin organizasyon esnasında misafirlerini yeterince memnun edememesine dahi sebebiyet verebilmektedir. Çünkü burada söz konusu olan durum, salonda rahatsız edici bir durumdan etkilenmiş olan misafirin, mekân, mekânı seçen ve mekânda kendisine uygun görülmüş olan yer için eleştiride bulunabilmesi ve eleştiri hakkını da davet etmekle düğün sahibinin kendisinin kişiye vermesi söz konusudur.

Gaziantep genelinde, daha küçük ve yeni modern yapıya sahip olmayan sınırlı mekânda, kolonların salon içerisindeki varlığı salonu darlaştırmakta ve kullanımı zorlaştırmaktadır. Bu mekânlar, daha minimal organizasyonlar için kullanılmakta, masalar arasındaki mesafenin arttırılması ve doğru konumlandırılmasıyla tercih edilmektedir. Mimari üslup olarak bahsedilen görsellerden bir diğeri ise mekân içerisinde tercih edilmiş olan renk tonları olarak belirebilir. Renk cümbüşünün her organizasyona uyum sağlamaması dolayısıyla daha sade ve soft tonların kullanıldığı, ışıklandırma sistemlerinin yeterince ışık vermesiyle salonun aydınlık olması ve ferahlatıcı bir düzende sunulması tercihleri etkilemektedir. Kişinin mekâna ilk bakışı organizasyon firmalarından yardım almayı planladığı konularda ve aklında yer edinmiş konseptlerde ne şekilde oluştuğuyla da ilişkili olmaktadır.

Mekânlar arasındaki çeşitlilikte en uygun mekânın da en pahalı mekânın da davetli sayısı arttıkça fiyat değişimine uğraması söz konusudur. Eğer ki düğün, kına veya nişan herhangi bir etkinliğin gerçekleştirilmesi esnasında bu etkinlikler yemekli bir davet şeklinde gerçekleştirilecekse sadece mekân olarak kiralamanın dışında ek maliyetlerde devreye girmektedir ve kişi burada ekonomik sermayesi ölçüsünde kararlar vermek durumundadır. Eğer ki davet yemekli gerçekleştirilecekse et veya tavuk menü farklılıkları da gözetilerek, servis başına farklı fiyatlandırma listeleri göz önüne çıkmaktadır. Bir başka seçenek olarak da yemekli değil ancak mezeli veya kuruyemişle gerçekleştirilen organizasyonlarda bulunmaktadır. Bu durumda kapasite

açısından geniş iki alanı ele aldığımızda, uygun olarak görülen mekândaki uygun olarak kalan şey, kişi sayısını karşılayabilecek olan mekânın genel kiralaması olarak belirmektedir.

2.6. Kültürel ve Sınıfsal Tüketim Biçimi Olarak Müzik Tercihleri

Evlilik süreçlerine giren bireylerin organizasyon içeriklerinde büyük çaplı bir unsur olarak görülebilecek olan müzik tercihleri, kişilerin yaşamına etki eden, kültürel sermayeleriyle yakından ilişkili verilerden bir tanesidir. Çeşitli tarzlarda müziklerin bulunması organizasyon süreçlerinde şekillenecek olan müzik zevki yelpazesini de oldukça genişletmektedir. Ait olunan yöreye ve geleneklere göre genel bir seçim eğilimi söz konusu olmakla beraber, yeni evlenecek çiftlerin sosyal yaşamlarında edinmiş oldukları çevreyle de ilişkili olan bir seçim sürecidir. Gaziantep genelinde incelenen genel perspektifle, bireylerin organizasyon alanına girişinde veya organizasyonun çeşitli zaman dilimlerinde davul zurna çaldırması, davul ve zurna ikilisinin bir veya birden çok sayıda talep edilmesi de mümkün olmaktadır. Gaziantep genelinde eğlence anlayışı ve şartlarına genellikle uyum sağlayan davul ve zurna, yöresel anlamda gerekli görülebilecek bir çalgı aleti olarak belirmektedir.

Değişen talepler ve görülen farklılıklarla beraber davul zurna ikilisinin de değişime uğrayan noktaları bulunmaktadır. Gaziantep için önem arz eden bu çalgılara alternatif olarak görülebilecek olan, bazı kesimlerce daha modern olarak atfedilen bando ekiplerinin de organizasyon alanlarına popüler bir girişi olduğu görülmektedir. Geleneksel görülen davul ve zurna ikilisi uzun zamandır düğün, kına ve nişan gibi alanlarda kendisine yer bulabilmiş olmasıyla daha düz ve sade nedenlerle, bazen gelenek ve görenek söylemleri doğrultusunda belirgin hatlarla kendisine yer edinmiş bir hatta sahip olmuştur. Bando ekiplerinin organizasyon alanlarına girişi davul ve zurna ikilisi kadar eski olmayıp, popülerleşmeyi sağlayan sınıflar arasındaki geçiş isteği ve sosyal ağlar sayesinde güçlenerek gelişmeyi sürdürmüştür. Modern olana yönelimde kendisini gösteren öğelerden bir örnek olan bando ekipleri, müzik tarzlarında kulağa daha hareketli gelmesi, ekipteki bireylerin giyim tarzlarının belirli kalıplarda olmasıyla daha düzenli ve şık görünümü ve çalınan aletlerin geçmişten günümüze kadar gelmiş olan davul ve zurnaya kıyasla daha klasikleşen aletleri de içinde barındırması gibi farklılıklarıyla günümüzde daha modern görünen öğeler grubuna yerleşmeye gönüllü ve görünürde de başarılı bir aday olmuştur. Davul ve

zurnaya göre bando ekiplerinin seçimi daha farklı olana yönelimi, olağan ve klasik tercihlerin dışına çıkmayı, farklılaşmayı ve farklılaşmanın getirdiği ayrıcalıkları bireylere daha derinden hissetmeyi sağlayan bir nokta olarak belirlemektedir. Bu belirgin ayırım çizgisinde kendisine yer bulan davul zurna ikilisine karşılık bando ekiplerinin varlığı, geleneksel karşısındaki yeni modernliğin bizlere sunduğu ayırıcı farklılıkları da görmemizi sağlayan etmenlerdendir.

Tüketilmek istenen bir nesne, ürün, müzik türü, yemek veya mekân kültürel ve sosyal sermaye ile uyum sağlanmasına karşılık ekonomik sermaye dolayısıyla bu tüketimi sağlayamıyor olabilir. Ekonomik sermaye ve sosyal sermaye tüketmek istenilen ürünle uyumlu olmasına karşılık kültürel değerlerle özdeşleştiremeyeceğini düşündüğün minimal düzeydeki bir arkadaş veya aile bireylerinden oluşan bir grup insan da buna engel olabilmektedir. Katılımcı olarak gözlemlediğim bir düğün merasiminde, melek kostümleri eşliğinde çalınan keman sesleriyle bir karşılama müziği planlanmış olmasına karşılık, kültürel olarak farklı ezgileri anımsatabilecek, birbirinden oldukça zıt olan keman ve davul zurna ikilisinin karşılaşması kültürel düzeydeki bu çatışmanın bir örneğidir. Kültürel olan ve modern yaşama uygunluk çerçevesinde düşünülmüş olan bu iki farklı tondaki müzik tınıları, tek bir düğün içerisindeki farklı kültürel yönelimlerin açığa çıkmasındaki işaretlerden bir tanesidir. Sermaye biçimlerindeki eşdeğer olmayan dağılımların neticesi olarak tanık olunan bu organizasyon, edinmiş olduğu sermaye biçimlerine eklenen değişiklikleri eski ve yeni çatışması içerisinde sunmak durumunda kalmıştır. Popülerite gereksinimi doğrultusunda gerçekleştirilen birçok eylem, alana ve sermaye biçimlerine bariz bir şekilde uyum sağlamaması neticesinde, sermaye biçimlerinin yönetimindeki başarısızlığı ve alanlar arasındaki farkı daha fazla belirginleştiren eylemler olarak belirlemektedir.

Tüketilebilen nesneler evlilik sürecinde ihtiyaç hiyerarşisinin de ötesine taşmaya meyilli bir sürece girmektedir. Bulunulan toplum, sahip olunan kültür ve bunlarla beraber etkileşimde olan sermaye türleri tüm bunların şekillenmesinde ana etkenler olarak belirlemektedir. Tüketim nesnelerinin kişinin olmak ve sergilemek istediği kişiye ulaştırmada önemli bir rolü olması azımsanamayacak derecede kritik bir noktadır. Olmak ve sergilemek istedikleri anlar bir yandan sahip olunan habitusla diğer yandan da sonradan eklemlenen sermaye türleri ve kapitalist düzenin önüne getirdiği farklı seçeneklerin karmaşasından türemektedir. Bu karmaşık haldeki

labirentten olabildiğince alanına uygun veya alanına yenilikleri getirebilecek ölçüde kalmak ise belli bir düzen ve ölçü istemektedir.

2.7 Tercihleri Şekillendiren Organizasyon Firmaları

Günümüzde davetlerin düzenli, kusursuz ve hatta hiçbir eksiklik barındırmaması amaçlanabilmekte bu durumda da günümüzde popüler hale gelen organizasyon şirketlerine büyük bir görev düşmektedir. Davetlerin en başından en sonuna kadar yer alan organizasyon şirketleri, sektörün başlangıcında daha çok üst sınıfa hitap edebiliyorken şimdilerde her türden sınıfa hizmet edebilecek organizasyon şirketi yelpazesi de bulunmaktadır. Tüm kesimlere hitap edebilecek çeşitli organizasyon şirketleri günümüzde kendi paylarına düşen görevleri yapmakta, çiftlerin ve ek olarak ailelerin iş yüklerini hafifletmektedir. Çiftlerin ve ailelerin en başta maddi durumuna göre seçimde farklılık gösterebilen organizasyon şirketleri, aynı organizasyon şirketi içerisinde dahi farklılıklar barındırabilmektedir. Bir organizasyon şirketi aracılığıyla seçilen şamdan, masa örtüsü, sandalye ve kına tahtı gibi detaylar kişiler arasındaki zevk ve moda farkını yani Bourdieu perspektifiyle bakıldığında kültürel sermaye biçimlerini gösterebilirken organizasyon şirketlerinden ayrıca talep edilen tavan süslemeleri, canlı çiçek kullanımları, özel fotoğrafçılar, video ve kamera kaydına ek drone aracılığıyla görüntü talep edilmesi gibi ilave istekler kişilerin ek harcamalar yapmasını gerektirmekte ve maddi güçlerini yani Bourdieu perspektifinden, ekonomik sermayelerini kullandıkları bir alan oluşturmaktadır. Sosyal sermayelerini sergiledikleri nokta olarak ise düğüne davetli olarak kabul ettikleri saygın, belirli bir mevki sahibi olan insanlar olarak belirir. Bir kişinin kimlerle ilişkisinin bulunduğu, kimleri tanıdığı ve ağlarını kimler vasıtasıyla kuvvetlendirdiği her zaman kendini gerçekleştirme ve kendini topluma yeniden sunma gücünü elinde bulundurmasını sağlarken, günümüz toplumunda da önemli kabul edilen bir iletişim ağı olarak gücünü sergilemekte ve evlilik sürecinde de kendisini özel gün etkinliklerinde göstermektedir.

Gaziantep içerisinde yer alan organizasyonların her biri farklı sınıflara hitap edebilecek özellikleri kendi içlerinde barındırmakta ve zamanla değişen moderniteye göre şekillendirmektedir. Firmaların obje olarak kullandıkları malzemelerden iş birliği yaptıkları firmalara kadar değişkenlik göstererek farklı sınıfsal zeminlerde kendilerine yer bulan organizasyon firmaları, farklı sınıfsal mücadelelerin kendilerini

gösterebildiği sahalardan birisi olarak belirlemektedir. Kullanılan bir masa örtüsünün kalitesi ve buna yansıyan pahalılığı veya ucuzluğu, talep edilen şamdanın sadece gümüş renkte olması veya daha üst bir seviye olarak gerçek bir gümüş içeriğine sahip olması, seçilen sandalyenin standart ayaklarının ve sırt yaslama noktalarının demir olmasına karşılık tamamen şeffaf olup üzerine sandalyeye uygun şık bir minder atılması ve kalitesi doğrultusunda oluşan fiyat farklarının tamamı da bir organizasyon firmasından beklentileri belirlemektedir. Örnek olarak belirtilen şeffaf sandalyenin, daha pahalı göstergeler sunmayı sağlayan şamdanın ve şık masa örtüsünün bulunduğu bir firmanın, sınıfsal olarak talep beklediği habitusa sahip insanlar ile bu ürünlerin bulunmadığı başka bir firmanın müşteri potansiyeli aynı olmamaktadır.

Sermaye biçimleriyle doğru orantılı olarak tercihlerde bulunan gelin ve damat adayları, organizasyon firmalarının ürünleri doğrultusunda seçim yapabildiği surette sermaye biçimlerini sunma olanağı bulmaktadır. Bu sunuş biçimlerinin her birinin detaysal olarak bir sermaye türüne işaret ettiğini, sermaye biçimlerinin bireyleri daha da güçlü hale getirmesiyle sermaye döngülerini katlayarak döngü içerisinde kendisine daha sağlam düzeyde yer edindiklerini görmek, sermaye türlerinin paydaşları arasında daha net bir düzlemde kendisini gösterebilmektedir.

“Sosyal sermayenin insanların sağlığı üzerinde büyük bir etkisi olduğunu savunan geniş bir literatür vardır. Bağlantıda olmak başlı başına bir kaynaktır. Öyle ki sosyalleşmenin kendi başına bir tatmin edici deneyim olmasının yanında, insanlar bağlantılarını genellikle başka faydalar sağlamak için de kullanırlar” (Field, 2008:87).

Seçim yapılacak olan organizasyon firmasının maddi boyutları da düşünüldüğünde bireyler, kendilerine hitap edebilecek olan nesnelerin bulunduğu ve bulunabileceği firmalarla iş birliği halinde olan, daha öncesinde kullanılan nesneleri gerek sosyal medya aracılığıyla gerekse tanındıklar aracılığıyla deneyimleme şansı buldukları, sermaye türleri açısından en elverişli olan organizasyon firmasıyla iş birliği içerisinde olmaktadır. Bu iş birliği sürecinde, sosyal ağlarını seçtikleri organizasyon firması dahilinde de güçlendirebilme ve görünür kılabilme imkânına da sahip olabilmektedir. Seçilen firma dahilinde, ürünlere ulaşım ve aslında ulaşılmak istenen sermaye türüne uygun ürünlere ulaşım dahilinde ekonomik sermaye dolayısıyla diğer sermaye biçimlerini görünür kılabilir.

Firmaların gelin ve damat adayları ve hatta ailelerinin de sorumluluklarını azaltabildiği bu süreçte, talep edilen konsept, konsepte ek tercihlerle gelen

süslemelerin tamamı seçilen organizasyonun kendisini işleriyle gösterme imkânı sunarken, aynı zamanda aile bireylerinin de sermaye biçimlerini sergilemesi dolayısıyla büyük önem taşımaktadır. Kendi sermaye türleriyle örtüşmeyen, sermaye türlerini anlamlı bir biçimde göstermeye yardımcı olamayacak, eksik ve anlamsız olarak nitelendirilebilecek türdeki her organizasyon firması ve içerikleri, çiftlerin ve ailelerinin tercih etmeyeceği bir firma olarak belirecektir. Bireylerin sermaye türlerini yansıtabilecekleri, üst sınıftakiler için objelerin seçimine ek olarak il bazında da kendisini kanıtlamış, adını duyurabilmiş organizasyonların tercihi de mümkündür. Tercihteki üstü kapalı ama sermaye biçimleri açısından büyük önem taşıyan durum, davetli misafirlerinin onayını almaları sonucunda sermayelerini güçlendirmiş olacak olan düğün sahibi olan ailelerin ileriye dönük bir yatırımı olarak adlandırılabilir. Özel gün etkinlikleri esnasında habitusa hitap eden ve misafirler tarafından kabul gören her etmen, alana sahip çıkmayı da ifade etmiş olacağından, alanını sağlamlaştıran aile bireyleri sermayelerini göstermeleriyle beraber sermayelerini güçlendirmiş ve sosyal olarak da güvenceye almış olacaktır.

Her durumun başlangıcı olarak kabul edilebilecek bir labirentte, iki veya üç farklı yol bulunacaksa bu yolların başlangıç noktası olarak kabul edilebilecek organizasyon şirketleri, sunabildiği tüm içerikleri sergiledikten sonra sınıfsal olarak kendisine ihtiyaç duyan ailenin labirentteki farklı yolları bulmasına aracılık edecek olan en önemli konumda belirmektedir. Bireylerin sınıfsal olarak varoluş alanlarını korumaya oldukça meyilli olması, yaşanan habitusunu ve aynı habitus biçimlerine sahip olan etkileşim kurdukları bireylerle ağlarını kuvvetlendirme çabası gereği seçimlerini alanlarına uygun bir şekilde tamamlamaları beklenir. Sermaye biçimlerine uygun olarak beliren seçimler, tamamen eğilim odaklı olmakta ve bireylerin habitusuna uygun şekillerde hareket etmesini zorunlu kılmaktadır. Bilincin habitus ve alan uygunluğunun gerisinde kaldığı süreçte sahip olunan sermaye biçimlerinin dışındaki bir beğeni türünün kabulünü imkânsız kılması söz konusudur. Alan dışına yönelimin, ileriye dönük yani bir başka deyişle ileride alan içerisine girebilecek bir yenilik söz konusu olmadığı takdirde, gerçek bir seçim olmayacağı da görülecektir.

Organizasyon firmasından beklenen içeriklerin yanı sıra beklenen düzen ve aksaklık kabul etmeyişe ek olarak, organizasyon esnasında görevli olarak çalışan herkesin de misafirlere ekstra nazık bir dille yaklaşması önemli bir etkidir. Organizasyon içerikleri konusunda masa düzeni, seçilen objelerin doğruluğu ve

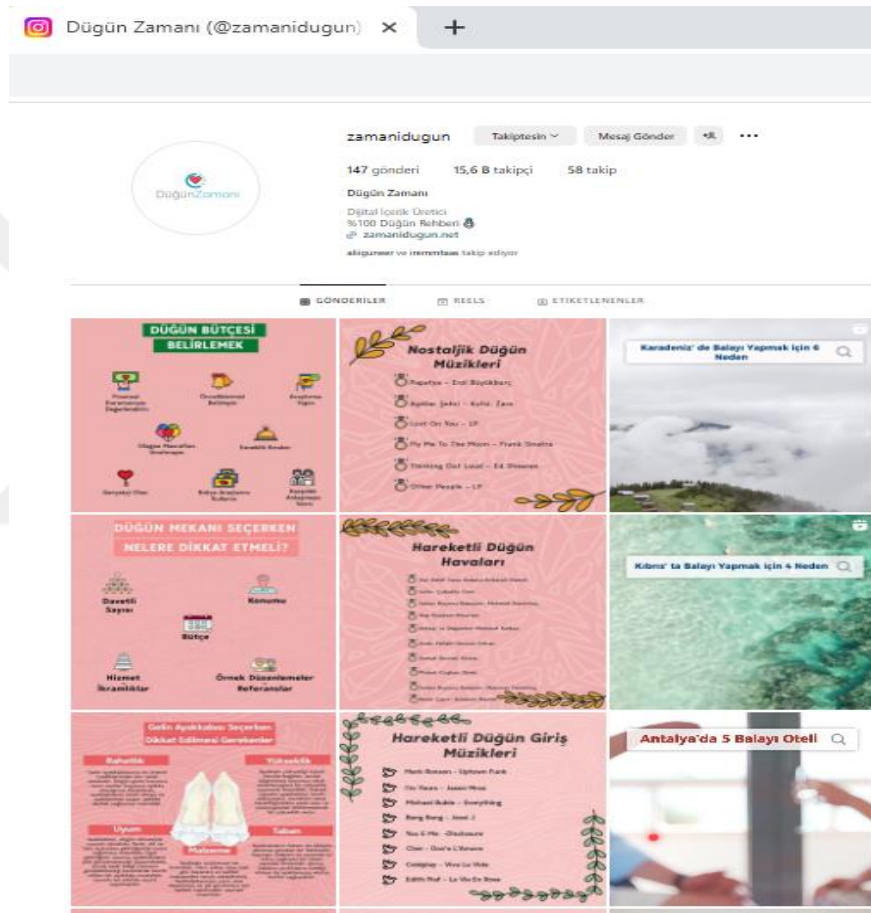
düzenli sunuluş şekilleri, organizasyon yönetimi dahilinde gelin ve damada ek olarak ailelerine de sorun ve aksaklık oluşturmayacak şekilde ilerletilmesinin yanı sıra iletişimde gerekli dikkatin önemi de görmezden gelinemeyecek kadar önemlidir. Hizmet sektörü olarak tabir edilecek organizasyon firmaları aileye ve misafirlere kibar ve nazik bir dille ve güler yüzle yaklaştığı takdirde hem organizasyon firmasının prestiji yükselecek hem de davetli misafirlerin aileye geri dönütlerinde olumlu yaklaşımlarla memnuniyetin arttığı görülecektir. Sözlü iletişim biçiminin temeli olan dil, kişilerle kurulan iletişimin sesli ifadesi olarak, jest ve mimiklerle desteklenen ancak temelde ses tonu ve söylemdeki açık ifadenin kendini belirtme biçimidir.

2.8 Görünürlük Çağında Sosyal Medya Sayfaları

Evlilik süreçleri geleneksel olarak ayrışarak çeşitli biçimlerde var olurken bulunulan değişim çağında teknolojinin de farklı deneyimleri daha kolay ve net bir biçimde gözler önüne serebilmesi, bireylerin çeşitliliği ve farklılığı daha kolay tanımlayabilmesi ve gerçekleştirebilmesine olanak sunmaktadır. Teknoloji çağında yaşayan bireyler olarak gelin ve damat adaylarıyla beraber aileleri de sürdürülen geleneksel etkinliklere ek olarak günümüz dünyasına ayak uydurabilmek adına birçok internet ağından faydalanmaktadır. Her alanda fayda sağlanabilecek olan internet ağları, evlilik süreçlerindeki bireyler için de farklı zeminlerde yenilikler sunmaktadır. Gaziantep bağlamında araştırma sürecine girilen tez çalışmasında, Gaziantep içerisinde de geleneklerin sürmesine ek olarak popülerleşen uygulamaların kullanımı söz konusu olmaktadır. Gaziantep içerisinde bulunan organizasyonların sosyal medya sayfalarında görülebilecek olan farklı konseptlerdeki nişan, kına ve düğün organizasyonları alana dahil olan her yeni objeyle beraber çeşitlilikler oluşturmaktadır.

Sosyal medya sayfalarının tek kullanım amacı gün içerisinde organizasyon anına doğrudan dahil edilecek olan etkenler olmamaktadır. Sosyal medya ağları kolay erişilebilirliğiyle, kişinin etkinlik içeriğine dair her konuda fikir verebilecek bir seçenek olmasıyla, fikir almak için tercih edebileceği öncelikli seçeneklerdendir. Bireyin evlilik sürecindeki tüm hazırlıkları için fikir veren, bu fikirleri görsellerle destekleyen sosyal medya sayfaları hem gelinler hem de damatlar için pratik tüyolar vermesiyle ve bazen de minimal hatırlatıcı detaylarıyla evlilik sürecindeki bireylerin dikkatini çekmektedir.

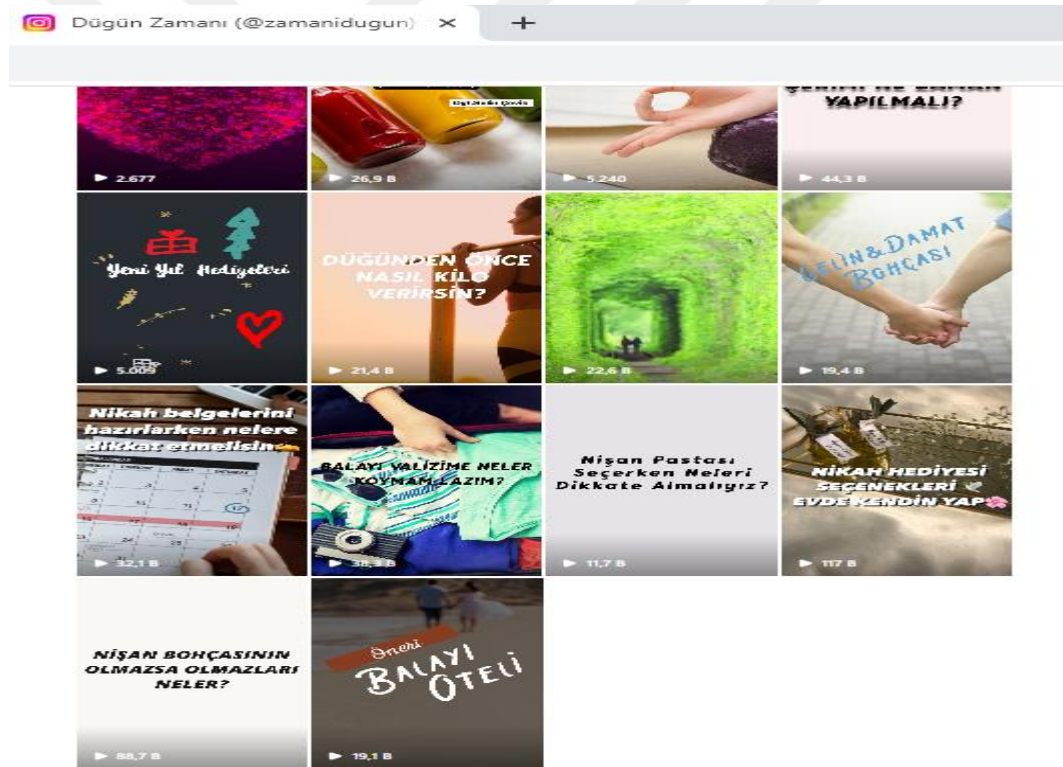
Evlilik sürecinde her şeyinin tam olmasını isteyen, tabiri caizse ince eleyip sık dokuyan kişilerin, tüm mevzubahis organizasyonları için alanlarında profesyonelleşen kişilere de günümüzde daha fazla ihtiyaç duymasını gerektirmektedir. Bu gereklilik, kına veya düğün gibi organizasyonların son raddesinde bire bir görüşmeleri gerektirirken, sosyal medya sayfaları karşılarında fiziki bir kişi barındırmasa da fikren bir birliktelik halini gerektirmektedir. Söz konusu sosyal medya sayfalarında da bireylerin farklı bakış açılarını görmeleri, son modayı takip etmeleri, gerekliliklerin neler olduğunu fark etmeleri ve kendilerine uygun olanı oradan almaları beklenir.



Görsel 28: Düğün gereklilikleri hakkında öneriler sayfası. Kaynak: instagram. Erişim tarihi: 19.09.2023

Görselde görülen sosyal medya sayfasının paylaşılan bölümünde de görüldüğü gibi mekân seçimini doğrudan yapmak için il bazlı bir gönderiden ziyade mekânı seçerken dikkat edilmesi gereken unsurlardan bahsedilmiştir. Müzik tercihlerini etkileyebilecek olan paylaşımlarla, kişilerin kendi tarzlarına uygun olabilecek türü seçmesine yardımcı olabilecek gönderiler de görülmektedir. Paylaşılan sayfanın daha farklı gönderilerinde, gelinlik seçerken dikkat edilmesi gerekenler, pırlanta çeşitlerinin

neler olduğu, ilkbahar düğünü yaparken dikkat edilmesi gerekenler, nişan bohçası hazırlarken nelere dikkat edilmesi gerektiği, gelin ve damat bohçasında nelerin olması gerektiğine dair bilgiler içeren gönderiler bulunmaktadır. Görselde görünen takipçi sayısı bizlere bu konuda fikir almak isteyen kişilerin sadece belli bir kısmını göstermektedir. Öyle ki sayfanın reelslerinin olduğu bölüm incelendiğinde, takipçi sayısından çok daha fazla kişiye ulaştığı, bir başka deyişle ilgi gördüğü reels gönderileri de mevcuttur. Bu türdeki içerik paylaşımını sağlayan birçok sosyal medya sayfası bulunmakta, hashtagler yardımıyla ilgilenilen konu alanlarına göre sayfaları keşfetmekte oldukça kolaydır. Bahsedildiği gibi sadece takipçi olmanın yanı sıra keşfet kısmında karşımıza çıkan gönderilen belirli bir algoritmayla da ilgili olduğunu göz önüne aldığımızda, bu tarz içeriklerle ilgilenen ve merak eden birçok bireyin varlığından söz edilebilir.

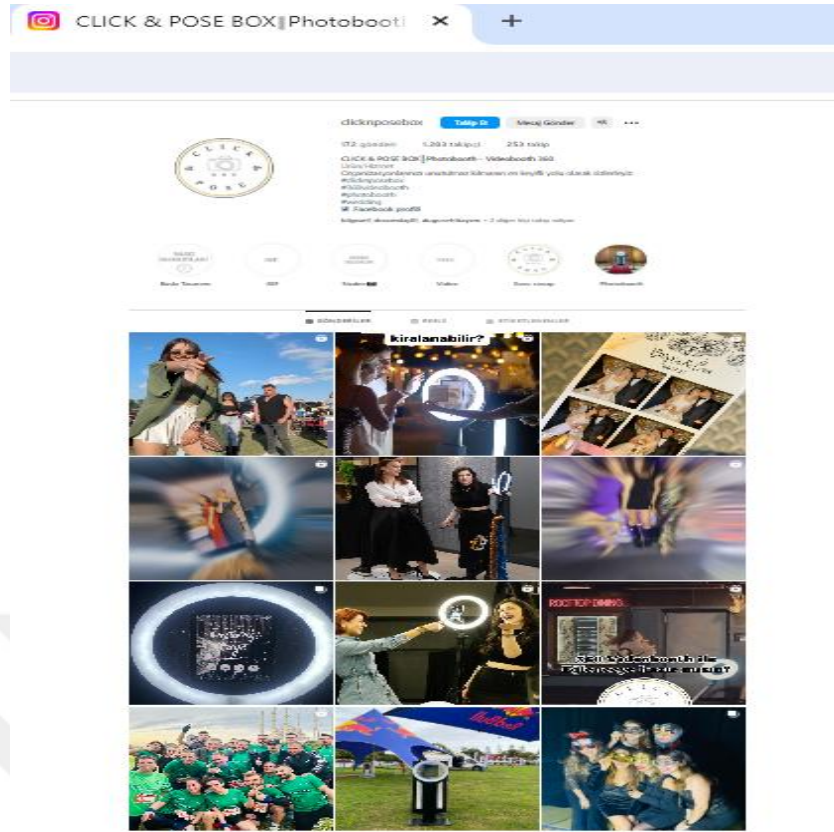


Görsel 29: Düğün için yapılması gerekenlere gösterilen ilgi. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 19.09.2023

Söz konusu olan sosyal medya sayfasının reels kısmında etkileşim almış olan ve takipçi sayısına kıyasla çok daha fazla kişiye ulaşmış olan gönderileri, öncelikle sayfa sahibinin elbette kapak fotoğrafı olarak yerleştirdiği görsel ve üzerine yazmış olduğu kanca cümleyle de ilgili olmaktadır. Bu ilgi, kişilerin akışta gönderileri

geçerken dikkatini çekebileceği bir görsele denk gelmesi neticesinde o videoyu izlemesi, etkileşim vermesi neticesinde de algoritmayı olumlu yönde etkileyerek bir başka kullanıcının önüne çıkarmasıyla ilgilidir. Öyle ki gönderide kapak fotoğrafı ve kanca cümle insanları videoya çeken bir öge ise, görselde takipçi sayısına kıyasla çok fazla izlenmiş olan reelsleri bulunan sosyal medya sayfası evlilik sürecinde veya sadece düşüncesinde olan bireylerin taleplerini izlenme sayılarıyla bizlere sunmaktadır.

Bireyler varoluşlarını başka varoluş biçimleri ve var olan kişilerle tamamlayabilmektedir. Fikir alışverişinde bulunmak bireylerin düşünme eylemi gerçekleştirmeleri dolayısıyla yeni fikirlerin ortaya çıkmasını, farklılaştırabilmeyi ve değiştirebilmeyi mümkün kılmaktadır. Sosyal medya sayfalarında, gönderi etkileşimi olarak yorum yapma seçeneğinin bulunmasıyla da bir alışveriş biçimi görüntülenmektedir. Yorum yapabilme, bireyin özgürlüğünü kullanabilmesi ve belki de sahip olduğu habitus bağlamında birçok kişiden farklılaşarak yorumlar yapabilmesi, sosyal medya ağlarında da farklı alanların karşılaşması neticesinde alanların yeniden var oluşlarını simgelemektedir.



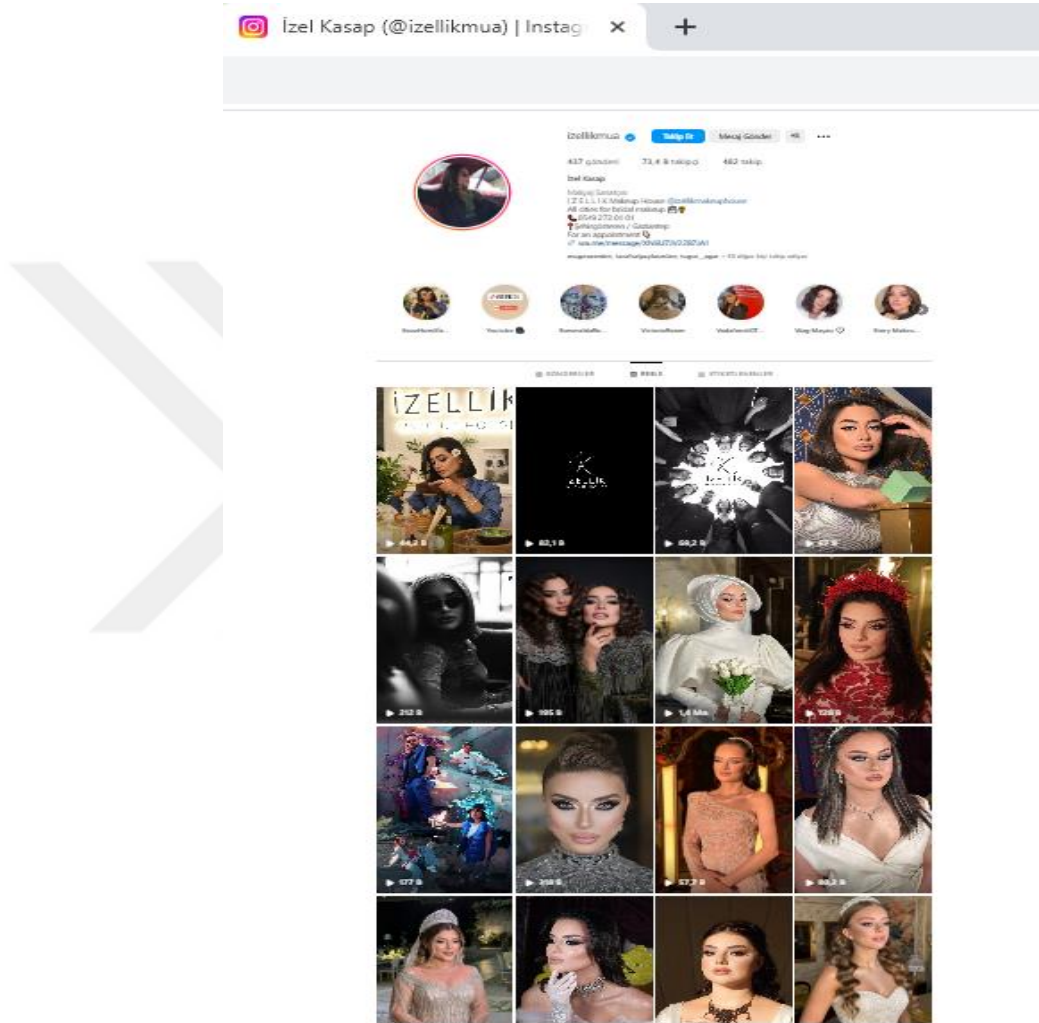
Görsel 30: Düğünlerin yeni başrolü. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 22.03.2024

Fikir alışverişlerinin dışında evlilik sürecindeki etkinliklere yansıyan bir diğer yenilik ise ipadbooth olarak isimlendirilen cihazın organizasyona dahil olmasıdır. Sosyal medya sayfasındaki açıklamasında da görüldüğü gibi vadedilen durum organizasyonu unutulmaz kılmak ve bu unutulmaz kılma işlemi ise çekilen fotoğraf, video ve boomerang gibi görüntülerle gerçekleştirilmektedir. Bu unutulmaz olma durumu cihazın kullanıma başlamasıyla alana bir yenilik katmak ve ilk gerçekleştirenlerden olmak şeklinde görüntülenmektedir. Daha sonraki süreçlerde ise yeniliklere açık ve görünür olmak adına gerçekleştirilebilecek bir düzen olarak görülebilir çünkü alışlagelmiş etkinlikler dışında bir süreci temsil etmektedir. Bu temsiliyet sosyal medyanın her alanda kullanımının artmasıyla da ilişkili bir duruma işaret etmektedir. Evlilik sürecindeki bireylerin sermaye biçimleri dolayısıyla gerçekleştirdiği her eylem bir sosyal medya aracılığıyla paylaşımına açık konuma getirilmektedir. Bu paylaşımlar görünür olma konusunda bireylerin destek aldığı ve kullandığı bir paylaşım aracıyken bahse konu olan sayfa da farklı paylaşma ve paylaşırma dürtülerini oluşturmaktadır.

Bu cihazla birçok alanda hizmet veren firma, ilk başta kişiye özel tasarım kartlar düzenleyerek günün anlam ve önemine uygun hale getirmektedir. Fotoğrafçılık için önemli bir etken olan, herkesin kendini güzel ve alımlı hissedebileceği gerekli ışıklandırmaları hazırlamakta, konsepte uygun olabilecek maske, gözlük, şapka ve taç gibi malzemeleri getirmekte ve istenilen alanda etkinlik sahibine özel tasarlanmış baskı kartlarıyla çekim yapılacak cihazı hazır konuma getirmektedir. Bu cihazın kullanımı davetliler tarafından gerçekleştirildikçe baskıya hazır hale getirilmiş şablon açısından etkinlik sahibinin görünürlüğünü sağlarken, anlık fotoğraf ve video çekimleri olmasına rağmen sağlanan ışık dolayısıyla oldukça hoş fotoğraflar elde eden davetlilerin sosyal medya ağlarında paylaşımıyla kendi görünürlüklerini sağlaması açısından da bir araç konumundadır. Bu cihazın tamamen etkinlik esnasında kullanılan fotoğraf makineleri, kameralar ve drone kayıt cihazlarının dışında ekstra var olduğunu düşünürsek maddi açıdan sermayeleri güçlü olan kişilerin daha çok tercih edebileceği, açıklamalarında da belirtildiği gibi unutulmaz olmak isteyenlerin ekonomik sermayeleri imkân verdiği sürece kullanabileceği bir araç olarak belirlemektedir.

Sosyal medya sayfalarında popülerleşen bir başka şey ise gelinlerin hazırlık sürecinde tercih ettiği mekânlar olarak belirlemektedir. Hazırlık sürecinde en çok ilgi çeken noktalardan bir tanesi de tercih edilen kuaför olarak belirlemektedir. Gaziantep genelinde popülerlik dolayısıyla tercih edilen birçok isim bulunmaktadır. Bireyler etkinlik sahibi olarak en küçük detaylarla dahi ön plana çıkabilmekte, bu sebepten dolayı da seçim yapılan kuaför yani daha sık kullanılmaya başlayan adlarıyla ‘make up artist’ ve ‘hair design’ seçimleri de önemli bir tercih olmaktadır. Kadınların evlilik sürecindeki organizasyonlarda görünürlükleri erkeklere kıyasla daha fazladır bunun sebeplerinden bir tanesi de hazırlanma süreçleri olarak kabul edilebilir. Gündelik hayat görünümlerinden oldukça farklılaşan davetli kadınlar bu görünümü sağlayabilmek adına da oldukça detaylı hazırlık süreçlerine dahil olmaktadırlar. *“Bizim buralarda düğün gibi aktivitelerde, gündeliğin dışına ne kadar çıkarsanız, o denli kendinizi göstereceğiniz düşüncesi hakimdir”* (Çöcel, 2017:261). Gaziantep’teki kuaförler üzerine bir araştırması bulunan Çöcel’in de, yaşadığı şehirde yürüttüğü çalışmada elde ettiği veri ve gözlemlerinde de belirttiği gibi, farklılaşma süreçlerinin abartısı Gaziantep’te öne çıkmanın bir gerekliliği olarak görülmektedir. Bu gerekliliğin sunulmasına hazırlıkta katkısı bulunan mekân olarak kuaförler, Gaziantep genelinde sıradan kuaför olmanın ötesinde kişiye özel konumlandırmalar sağlayabilen mekânlar

haline gelmiştir ve bahsedildiği gibi aslında adları da kuaför olarak geçmekten ziyade ‘make up artist’ ve ‘hair design’ bulunduran bir mekân olarak ‘make up studio’ olarak kabul görmektedir. Abartının gösterişe dönüştüğü, bu gösterişin gruplar halinde sınıflara ayrışmasının bir belirtici olarak hazırlık sürecinde yeri olan make up stüdyolar hitap ettiği ve hitap edebileceği sınıflara özgü iç mekân tasarımlarında ve belirli dil söylemlerinde bulunarak müşterisi olan bireylere özgü tavırlar sergilemektedir.



Görsel 31: Gaziantep’te ünlü makyaj stüdyosuna gösterilen ilgi. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 28.11.2023

Gaziantep genelinde oldukça popüler hale gelen, İzellik ismiyle ve makeup stüdyosunun rengi dolayısıyla İzellik yeşiliyle de bilinen makyaj sanatçısının popülerliği il genelinde oldukça fazladır. Sıradan bir kuaför olmanın çok ötesinde, tamamen gelinler düşünülerek hazırlanmış bir mekâna sahiptir. Biricik olma ve özel hissetme gün içerisinde gelinler için oldukça önemli olduğundan, tercih edebilecek

gelinleri de düşünerek birçok kişi için ultra lüks kabul edilebilecek olan konsept odalar da stüdyoya dahil edilmiştir.

“Dolayısıyla toplumbilim ortaya şu koyutu atar: Eyleyicilerin yaptıklarını yapmalarında bir neden vardır (bir dizinin nedeninden söz ettiğimizde kullandığımız anlamda); söz konusu olan o nedeni bulmaktır; ve o neden, açıklanabilecek, görünürde tutarsız, keyfi bir tutumlar dizisini tutarlı bir diziye, tek bir ilkedden ya da tutarlı bir ilkeler bütününden hareketle kavrayabileceğimiz bir şeye dönüştürebilecek bir nedendir. Bu anlamda, toplumbilim, toplumsal eyleyicilerin boş eylemlerde bulunmadıklarını varsayar” (Bourdieu, 2015:142).

Bu tercih edilmiş biçimleri, günlük hayatta bireylerin saç ve makyajı yapan kişilerin daha önceki işlerini görmesinin kritiğini de yaparak gerçekleştirilen ve orayı tercih eden kişilerin kimler olabildiğini yani sınıflaşma dahilinde ortak paydada bulunup bulunmadıklarını veya tercih eden kişilerle ortak paydası olmasını isteyip istemediğinin de kararı etkili olmaktadır. Bu kararı vermede etkili olan, aslında tüm bu bilgilere kolayca ulaşım sağlama imkânı veren sosyal medya sayfaları da olabilmektedir. Takipçi sayısına kıyasla izlenme oranının farklılaşması hatta milyon sayılara ulaşması da bunu gösterir niteliktedir.

Farklılaşma isteği biricik olabilmeyi arzulatırken bireylerin biricik olma arzusu da sektörde biricik hissettirecek uygulamaların başlamasına yol açmaktadır. Toplumsal olarak kabul görebilecek, alan dahilinde iyi hissedebileceği bir yerde konumlanmak, kişi için amaçsız ve arkası boş gerçekleştirilebilecek bir eylem değildir, tamamen apaçık nedenlerin görüntülenmesi mümkün olmasa bile alanları dahilinde nedensel bir yaptırım içerisinde yer almaktadırlar. Bireylerin doğdukları ve büyüdükları, habituslarını oluşturan toplumsal çevresinde edindiği belirli roller ve yaptırımlar doğalarında da yer alan konumlanma, habitus ve alanına göre hareket etme, daha iyisine ulaşabilme ve görünür olma isteği kendi varlıklarının toplumsal ihtiyaç ve gerekliliklerinin bir neticesidir.



Görsel 32: Gelinlere tasarlanan özel oda Victoria. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 28.11.2023



Görsel 33: Gelinlere tasarlanan özel oda Esmeralda. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 28.11.2023

Victoria ve Esmeralda isimlerini verdiği konsept odaları, gün içerisinde hazırlanırken seçilen alan içerisinde dahi farklı bir ortam yaratarak özel hissetmenin de dışında tek ve biricik hissedebilme olanağı veren ve bu olanağa kavuşmak için uygun sermaye türleri olan bireyler için tasarlanmıştır. Bu tasarımlar, bireyin kişiliğiyle de özdeşleştirilebilecek, seçimlerini etkileyebilecek, farklı ifadeler bulabilecek olan farklı renk tonları ve moda biçimleriyle de sunularak kişilerin kendilerine ait bir alanda hissetmelerine de olanak tanıyabilecek durumlardadır.

Elbette ki bireyler, bu özel olarak tasarlanmış odaları tercih ederken tüm masraflara ek bir ödemeyi de gözden çıkarırken, habituslarını sosyal medya ağlarında ifade etme biçimi olarak kullanabilme imkânına da sahip olabilmektedir. Hem stüdyo sahibi makyaj sonrası elleriyle hazırlamış olduğu gelinini paylaşırken bizi tercih etti demekte hem de kendisini tercih eden gelininin kendisini tercih edebildiğini ifade etmektedir. *“Kavranabilmesi için, çarpıcı derecede basitleştirerek şöyle söyleyebiliriz: yazarlar, ekoller, dergiler vb. ancak kendilerini ayıran farklılıklar dahilinde ve bu farklılıklar aracılığıyla vardır. Ve bir kez daha Benveniste’in sözünü anımsatabiliriz: Ayrımsal/ayrıştırıcı (distantif) olmakla anlamlı olmak aynı şeydir”* (Bourdieu, 2015:64). Evlilik sürecindeki örüntülerde de görülen birçok farklılaştırıcı edimden sadece bir tanesi olan hazırlık sürecindeki make up studio unsuru, sosyal medya görünürlüğündeki başarısı ve farklılaştırıcı etkileri sayesinde tercihlere konu olabilecek niteliktedir. Standart kalıplardan ayrılarak, farklı bir anlam bulma biçimi olarak bireylerin seçimlerine ayrıştırıcı bir seçenek olarak eklenmiştir. Ayrıştırıcı olmak yani bir bakıma mesafeli olmak ve mesafelerdeki anlamlandırıcı etkenleri ortaya koymak, gereklilikler dahilinde açıkça gerçekleşmese dahi örtük anlamlar dahilinde zihnimizde taşınan kalıpların varlığından ötürü belirli sınıflaşmaların varlığına işaret eder. Marx’ın yaklaşımına göre bireyleri sadece ekonomik düzlemde ayırıştırmanın mümkünlüğü söz konusuysa Weber sosyal ve siyasi yapılarında ayrıştırıcı etkilerinin olduğundan söz etmektedir. Bourdieu ise hem Marx hem de Weber’den farklı olarak simgesel sermayeden de bahsetmektedir ve süreç dahilinde hazırlıklara dahil olan gelinlerin kuaför serüveninin de özel make up artistlerin tercih edilebilmesi ve daha ileri noktasında konsept odalarla kişilerin ekonomik sermayesine ek kendilerini yansıtan bir odayı daha fazla ekonomik sermaye harcayarak tercih edebilmesi de simgesel sermayenin görünürlüğüne uç noktalarda işaret etmektedir. Ayrıştırıcı olan konumlandırmaların her birisi de bahsedildiği gibi anlamlandırıcı bir etki taşımakta ve taşıyabildiği ölçüde yeniden anlam bulabilecek bir konumlandırma biçimine sahip olmaktadır.

Kişinin habitusuna ve sermaye biçimlerine bağlı olarak sıradan kuaför olarak nitelendirilen, yeniye kişiyi çağrıştırmayan ve kişiyi farklı örüntü düzenlerine taşımayan her düzen alan dışılığa, kabul edilmeyen olmaya yani mecburen yok oluş girdabına girmeye mecbur bırakılındır. Make up studio olarak anılan modern kuaförler, aslında eski tip kuaförlerin yerine geçişi daha popüler, kişiselliğe ve

biricikliğe daha önem verdiğini gösteren yollarla sağlayan bir oluşum olarak belirmektedir. Oluşumları ve oluşumlarının devamlılığını sağlayan, kişilerin make up studio tercih ettiklerinde ayırıştırıcı ve anlamlandırıcı etkilerini, sermaye biçimlerini ortaya çıkarması ve alan içerisinde kalabilmenin güvencesini taşıması olarak simgelenir. Bir bakıma make up studio olarak anılan yeni nesil kuaförler, eski tip kuaförlere kıyasla besledikleri anlamsal ve işlevsel farklılıklarıyla bir güç göstergesinin farklı bir ifade biçimi olarak görüntülenmektedir.

Sosyal medyanın günlük olağan akışımız içerisinde fazlasıyla yer alması ve hayat tarzlarımızın şekillenmesinde etkili olması göz önüne alındığında, sınıflara göre farklılaşarak lüks ve ultra lüks olarak ayrışacak olan tüm görünümüler istek ve arzularımızı da tetikleyen etkiler olarak hayatımızda yer edinebilmektedir. Sosyal ağların bu kadar güçlü olması ve etkilerini ulaşabildiğimiz seviyeleri zorlayarak hayatımıza katmamız da sürekli bulunduğumuz alan içerisinde farklı sınıflaşmaların bulunduğu alanlara doğru ilerleyişlerimizi ifade eden biçimlenmeler olarak belirecektir. *“Güç ilişkileri, insanları çevreleyen maddi ve simgesel dünyanın düzeni ile bütünleşir ve bireylerin davranışlarına sinmiş bir dizi kalıcı eğilim yaratırlar”* (Aytaç, 2015: 116). Her edimin bireyin günlük yaşamında veya özel günlerdeki seçimlerini etkilemesi, güç ilişkileri ve bu güç ilişkilerini açığa çıkarılma şekilleriyle ilişkilidir. Gündelik hayatın akışı ve evlilik süreci etkinliklerinin akışı arasında belirleyici farklılıklar barınırken bir yandan da sermaye biçimlerinin ortak paydada yer alması dolayısıyla birbirini etkileyen temaların varlığından söz edilebilir.

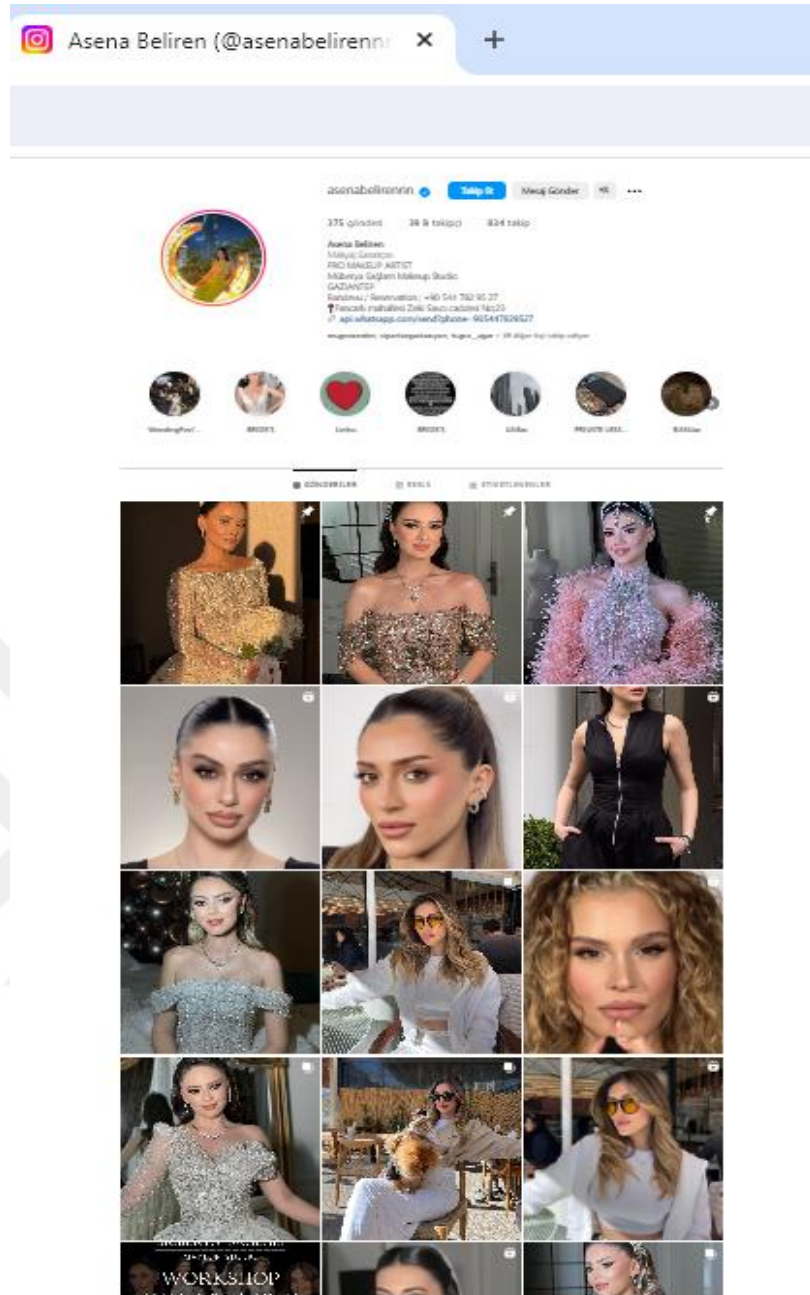
Gündelik hayat akışı bireyin habitusuna bağlı olarak kendini konumlandırabildiği, sermaye biçimleri dolayısıyla var olabildiği ve alanla etkileşimi daha plansız pratiklerle gerçekleştirebildiği bir süreci ifade ederken evlilik sürecindeki etkinliklerin her birinin planlı olması zorunluluk gereğidir. Zorunluluk olarak belirtilen nokta ise, kişiler günlük pratiklerinde doğrudan birçok seyircinin odak noktası olmaması dolayısıyla hatayı daha kabul edilebilir bir pratik olarak görebilirken etkinlik esnasında ana odak noktası olmaları dolayısıyla hatanın kabul edilebilirliği, sermaye türleriyle çelişebilecek herhangi bir edimin gerçekleşmesi kişi ve alana özellikle akrabalık bağıyla bağlı olan yakınları için kabul edilmesi daha zor olan bir işlev taşımaktadır. Tam da bu sebeplerden ötürü, bireyin günlük hayatında tercih etmeyebileceği ancak özel gününde özellikle tercih etmek isteyeceği, sınıfsal

popülaritesi sağlam ve işçiliği güzel, mekân konumlandırması dolayısıyla da herkesin bilebileceği makyaj stüdyoları rağbet görmektedir.

“Bizim buralarda son dönemlerde düğüne ve diğer törensel aktivitelere verilen önem gitgide arttı. Tabii bu artış, bu tarz aktivitelere harcanan paraları çoğaltmakla kalmadı, insanların daha titiz ve memnuniyetsiz olmalarını beraberinde getirdi. Düğünlerde gelin odağa konur, çünkü damatların saçları ve giyimleri hemen hemen aynıdır, nüanslar dışında... Gelin ise gelinliğinden saçına kadar birçok konuda değerlendirilir, gelinliğin nasıl olduğu konusu hızlı geçilir, çünkü gelinliğin büyük bir şehirden alınma olasılığı vardır ve siz belki de bahsi geçen mağazaları bilmezsiniz. Bu durum gelinin saçı için geçerli değildir, herkes az çok kuaförleri bilir, bu yüzden gelinin gittiği kuaför konuşulur, değerlendirilir. Bu değerlendirme çok önemlidir, çünkü bana göre gelin saçı yapmak bir defile yapmakla eş anlamlıdır” (Çöcel, 2017:261).

Sermaye birliğinin aileler arasında yinelenmesinin evlilik süreçlerinde eş seçimini etkilemesine kadar gidilecek böyle bir süreçte, başından sonuna kadar sermaye biçimlerinin göstereni olabilecek, toplumsal düzeyde konuşulacak çok fazla detay vardır. Günümüzde toplumsallaşabilmenin mekânsal ayrımlarından biri de kuaför seçimlerinden belirlenebilmektedir. Çöcel’in de Gaziantep’te gerçekleştirdiği çalışmasında vurguladığı gibi kuaförler hemen hemen her bireyin fikir sahibi olabileceği, daha fazla hâkim olunabilecek bir seçim olması dolayısıyla ön plana çıkan etkenlerden bir tanesi olarak görülmektedir. 2017 yılında gerçekleştirilen çalışma, make up artist ve hair design popülaritesinin yükselişte olmadığı, daha salonvari ve kuaför adıyla hazırlık süreçlerine dahil olan bir zamanı kapsamaktadır. Bu kapsam içerisinde, kuaförlerin daha gösterişli hali olan yenileşme süreçleri başlamamış, salon konseptlerinde daha şık, sınıflara özgü tarzlara uygun alanlarla görünürlük sağlanmaktadır. Bireyin toplumsallaşma mekânlarından biri olarak kuaförler, ayrıştırıcı etkenlerden kadının saç ve makyajı üzerinde önem taşımakta ve bazen de sadece kuaförün adıyla dahi sınıflaşma sirkülasyonu devam edebilmektedir. Bir başka deyişle Gaziantep’te gösterişin, şıklığın, farklı ve görünür olmanın işaretlerinden biri olarak; nerede, neyi, ne kadara yaptırdığın ve seçtiğin mekânda kimlerle veya kimlerin iletişim kurduğu kişilerle iletişim kurabildiğin önemli bir gösterge olarak belirmektedir. Habitusa uygunluğu zıt düşen ve sermaye biçimleriyle çelişen her ifade özel gün etkinliklerinde bireylerin daha fazla dikkat etmek durumunda kaldığı pratikler olarak alanda kontrol halinde olmaktadır. Alan dahilinde kalabilmek kişinin güvencesi ve varlığının ispatı niteliğindedir ve bu sebepten ötürü de her edimin örtük mesajlar taşıdığı alan sahibi tarafından kabul edilmiştir.

Tercihler hayatın ayrılmaz bir parçasıdır. Her bir birey gün içerisinde basit pratikler dahi olsa eyleme geçebilmek için bir seçim yapmaktadır. Her seçimin basit ama kurallı ve düzenli bir biçimde belki açıkça görünür belki de açıkça görünmez olan ancak bireyin hayat akışına yön veren eğilimlere yol açması kaçınılmazdır. “*Sempati ve antipatilerimizle, duygularımızla ve nefretimizle, beğeni ve tiksintilerimizle kendimize ‘evimizde’ hissettiğimiz ve mutlulukla özdeşleştirdiğimiz var olma arzumuzu gerçekleştirebileceğimiz bir ortam yaratırız*” (Bourdieu, 2019:180). Seçimlerin oluşturduğu ortam veya ortamlar, bireyin habitusu, sermaye biçimleri ve yaşam sahası içerisinde sahip olduğu alanla ilişkilidir. Beğenilerin ve tiksintilerin, sahip olmak istediklerinin ve bir köşeye bırakılıp görmezden gelinenlerin, mutluluk kavramına sığınanların veya sığdırılmak istenmeyenlerin tamamı, kişinin sermaye biçimleri dolayısıyla yaşadığı ve sahip olduğu alana bağımlı bir seçimler mücadelesini oluşturmaktadır. Bu mücadelenin hazırlık sürecindeki görünümü olan makyaj stüdyoları da özel bir ilgi beklenen, seçeni farklılaştıran, seçilenin popülerliğini hafızalara tekrardan kazıyan ve iki taraf için de alanı kuvvetlendirici etkiler taşıyan bir rol üstlenmektedir. Bir alanı kullanabilme o alanın sahibi olabilme hissiyatı verebilmesi dolayısıyla alana hâkim olduğunu bir diğerine ifade etmenin en kolay yollarından biri olmaktadır. Bu hâkimiyetin etkileri de evlilik sürecindeki etkinliklerde farklı biçimlerde ve farklı noktalarda belirleyici görünümeler sunmaktadır.

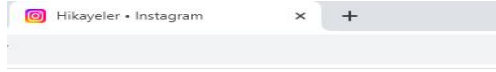


Görsel 34: Gaziantep’te sevilen makyöz görünürlüğü. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 22.03.2024

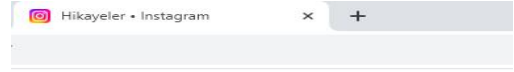
Gaziantep’te popüler hale gelen makyaj stüdyoları ve özelinde makyözleri, bağlı oldukları stüdyolar dışında da kendi emekleriyle görünürlük kazanmışlardır. Sosyal medya hesapları sayesinde yaptıkları işleri tanıtmaya olanağı bulan makyözler, hazırladıkları gelinleri özel hissettirmekte aynı zamanda da makyöz olan kendini tercih eden gelinlerin özel olduklarını da vurgulamaktadırlar. Bu vurgunun yanı sıra sosyal yaşamlarında oldukça aktif olmaları ve sosyal medyalarında da yansıtılmaları onları tercih edebilecek gelinlerin potansiyelini artırıcı bir etken olabilmektedir. “*Sembolik*

güç, ona maruz kalanların katkısı olmaksızın hayata geçirilemez ve onların bu güce maruz kalmalarının sebebi de onu bu şekilde inşa etmiş olmalarıdır” (Bourdieu, 2018: 56). Sembolleştirilerek sunulan, farklılaştırıcı bir etki sağlayarak ilerleyen ve tercih edebilecek olma veya tercih edemeyecek olma noktasında sınıflaşmalara ayıran ancak her daim özenle yapıldığı noktada arzulanan olma niteliğindeki işler, bireylerin kabulleri, beğenileri ve arzulamaları dolayısıyla sürdürülebilir olma potansiyelindedir. Bu potansiyelin sınıflara hitap etmesinden ötürü, hitap edilen sınıfın altında bir ivmeye gerilemesi durumunda ise eskiden hitap edilen sınıfın ordan ayrılmasıyla muhtemel yeni bir oluşum söz konusu olacaktır. Bu sebeple de sınıflaşmaların da ötesinde her kitleden takipçinin bulunması da amaçlanarak, inşa edilen güce ulaşamayanların sembolik güce maruz kalmasıyla ve ayrıştırıcı etkilerin belirlenmesiyle sınıfsal tatmin hazları elde edilebilmektedir.

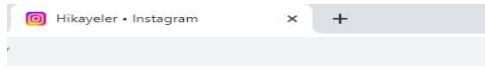
Sınıflara bağlı olarak zaman zaman ulaşamayacak alanda rol alabilen kişiler olarak makyözler, sadece ulaşabilecek kişilerin ilgi odağında olmadığından ve belli sınıflaşma kategorilerinde yer alarak sınıflararası geçişte rol oynamasından ötürü her sınıftan bireyin ulaşımına sosyal medya ağlarında açık konumdadır. Sosyal ağlardaki paylaşımlarına isteyen herkesin ulaşabilmesi de çekebileceği kitlenin imkânını genişletmektedir. Doğrudan makyözü olarak ulaşamayan kişiler için de bilgi sunması ve önerilerde bulunması mümkündür.



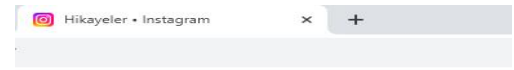
Görsel 35: Gelinlere özel. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 03.12.2023



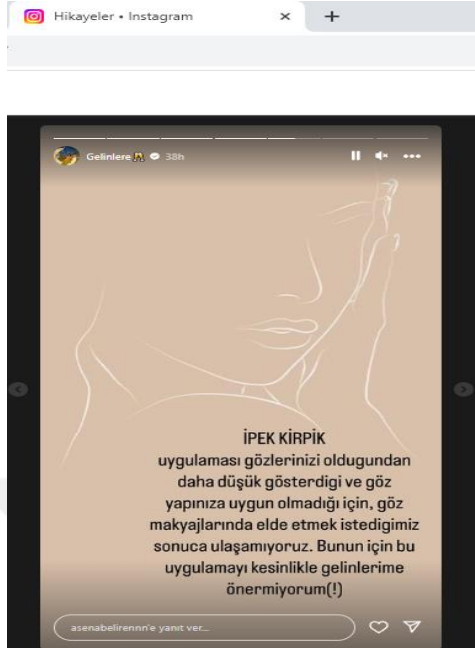
Görsel 36: Düğünden önce tavsiyeler. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 03.12.2023



Görsel 37: Makyajın oturması için bilgi. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 03.12.2023



Görsel 38: Makyaj öncesi işlemler. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 03.12.2023



Görsel 39: Göz makyajı için tüyo. Kaynak: Instagram. Erişim tarihi: 03.12.2023

Sosyal medya sayfasında “Gelinlere” başlığı adı altında sunulan bazı bilgi aktarımları görsel olarak eklenmiştir. Moda dünyasının kadınlara sunmuş olduğu bazı güzellik algılarıyla yaptırılan işlemlerin, özel günlerine yakın zamanlarda yaptırılmaması veya özellikle bazı işlemlerin hiç yaptırılmaması hazırlanacak olan gelin adayının makyajının daha güzel yapılabilmesi için önemli olduğu belirtilmektedir. Yaptırılmaması veya özel günlerinden birkaç gün önce yaptırılması gereken uygulamaların dışında aslında herkesin dikkat etmesi gereken, sağlığı için önemli olan su tüketimine dair öneriler de barındırmaktadır. Tüm bunların bilgi akışı olarak sağlanması, yapılan işin ince detaylı olduğunu ve dolayısıyla makyözün de ince detaylara hâkim olduğunu belirtmenin bir yolu olarak görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SAHA BULGULARI VE YORUMLAR

3.1 Saha Deneyimlerinden Veriler

Yaşanılan toplumsal dönüşümler iletişim olanaklarının gelişimiyle ve ulaşımın ve bilinir olmanın boyutlarının da değişmesiyle, dönemsel geçişlerini daha hızlı halde ilerletmektedir. Bu dönüşümler gündelik hayat pratiklerine yansırken aynı zamanda kişinin benliğini her defasında yeniden sunma ve iyileştirme rutininde yeni olanakların verildiği ve kazanımların süreklilik biçimlerinde ilerleyici tutumlarını da sunmaktadır. Tüm değişkenlerin etkisinde kalan, dinamiklerin yeniden yapılanmasına ışık tutan bireyler de bu dönüşümlerin her birine kendi alanlarında uyum sağlamaktadır. Araştırılan konu kapsamında, sınıflaşma göstergelerinin özel gün etkinlikleri olan pratiklerinde, bireyler benliklerinin sunumuna başka bireylerin gözlerindeki bakışla onay alabilmektedir. Gelişimin etkisinde kalan moda kavramının yineleyici ve dönüştürücü gücü sayesinde, birbirinden farklı sınıflarda farklı beğenilerin görülmesi ve beğeniyi onaylayacak olan aynı sınıftan bireylerin varlığı, kontrol mekanizmasının önce aynı sınıflaşma kategorisinde daha sonra farklılaşan kategorilerinde önem taşıdığını göstermektedir. Bu göstergelerin tamamı eski ve yeni arasındaki geçişi, geçişin sebeplerini ve geçişte yaşanılan dönüşümün etkilerini sosyoloji ışığında açığa çıkarmaktadır.

Temelde ele alınan perspektif eski ve yeni arasındaki gelişimsel düzeye etki eden faktörler, faktörleri etkileyen içerikler ve içeriklere maruziyet durumları, sınıfsal oluşumları temsil eden göstergeler, pratiklerin nasıl ve niçin gerçekleştirildiğidir. Yeni zevklerin doğuşu ve gösterme biçimlerindeki amacın sınıflar arasındaki erişim imkânları da düşünüldüğünde, düğün ritüelinin gerçekleşmesinin sadece düğün

merasiminin olmuş olması değil, eskilerin söylemiyle “şanına şerefine yakışır bir biçimde” sınıfsal mücadele alanlarında bireyin ve aile yapılanmasının temsiliyetlerini de sunması beklenmektedir. Alt, orta ve üst sınıf pratiklerindeki değişimin temelleri habitus ile atılırken pratiğe geçirme sırasında sermaye biçimlerinden yararlanılmaktadır.

Süreçte gerçekleşen isteme, nişan, kına ve düğün etkinlikleri çiftlerin, ailelerin ve davetlilerin karşılaşma sirkülasyonlarının aktif olduğu bir gösterim sahasında yer edinir. Her kişi sınıfını ve dolayısıyla kendisini temsil edecek olan saç, makyaj, kıyafet, aksesuar, iletişim ve eğlenme biçimleriyle bir başkası gözünde anlam bulur ve kişi başkalarını da aynı şekilde anlamlandırır. Sürecin gösterenlerinden olan organizasyon firmaları, gelinlik firmaları ve fotoğraf firmaları da sınıfsal mücadele alanlarında hâkimiyet kurmanın bir başka göstereni olarak belirlemektedir. Firmalar arasında tarz ve maliyet değişikliklerinin olması, onları seçebilecek bireylerin de firmaları sermaye biçimleri dolayısıyla seçebildiğini göstermektedir.

Gelinlik firması seçimlerinde gelinlerin en büyük beklentisinin içine sinmesi olduğu görülürken, aile bireylerinin sürece dahil olmasıyla kafa karışıklığı yaşandığı da görülmektedir. Sınıfsal ayrımlarda gelinlik tercihlerine yansıyan en önemli etken ise ekonomik sermaye olarak belirlemektedir.

...Kiralamayı bile o zamana göre pahalı bulmuştum ama mağazanın ürünlerini bildiğim ve çok beğendiğim için kiraladığım kınalığima 12.500 tl vermiştim. (G1)

... Nişan elbiseleri de bulunan güzel bir mağazasından 4000 tl civarı gibi bir rakam hatırlıyorum. Döneme göre pahalı bulanlar oldu ama bir kere evleniyordum bizim için önemli değil böyle şeyler. (G2)

...Gelinliğimi Güngör mağazasından aldım. Gelinliğimin çoğu ayrıntısı kendi isteğim üzerine yapıldı. Her zaman hayalim olan prenses model bir gelinlik tercih ettim ve üzerindeki detayları biraz da kendim şekillendirdim diyebilirim. Bize olan maliyeti 15000 tl'ydi ama şu an aynı şeyi alacak ve detaylarıyla uğraştıracak olsam fiyatı muhtemelen 3-5 katıdır. (G2)

...bindallıyı ve kınada giydiğim normal elbisemi toplamda 18.000 tl'ye aldım. (G3)

...60.000 tl'ye özel tasarım bir gelinlik aldım. Tasarım derken direkt ben tasarlatmadım ama tek üretilmiş bir üründü. (G3)

... Gaziantep'te sayılı mağazalardan biri olan mağazadan ikisini yani normal taşlı elbisemi ve bindallımı toplam 20.000 tl'ye kiraladım. İkisine de ayrı ayrı âşık olmuştum. (G4)

.... İlk denediğim andan itibaren çok beğendim gelinliğimi. Biraz ağır olsa da bir gece boyunca onu taşımaya değerd. Gelinliğim Gaziantep'te herkesin bildiği, harika ürünleri bulunan bir mağaza markası ve kiralama fiyatı 25.000 tl idi. (G4)

... Kaftanımı Gaziantep'ten 4.500 tl'ye kiraladım diğerini yine İstanbul'da bir mağazadan 9.000 tl'ye kiraladım. Bu fiyatlara satın alabileceğim ürünlerde vardı ama bunlar bir daha giyilmeyecek şeyler, kira bedelini verip özel günümde içime sinen en güzelini giymek daha mantıklı geldi. (G5)

... Gelinliğimi İstanbul ziyaretimde baktığım bir mağazadaki gelinlikleri çok beğenmem sebebiyle yine direkt oraya bakıp karar verdiğim bir modelle o mağazadan kiraladım. Kiralama bedeli 21.000 tl'ydi. (G5)

Görüşmecilerin yıllara göre değişkenlik gösteren fiyat aralığına kıyasla, orta sınıf veya üst sınıf olması farkı da alana dahil edildiğinde, çok beğendiği veya hayalindeki ürünlere ulaşma iç güdüsüyle içine sinen, aklında kalan ürünlerin tercihinin yaptığı görülmektedir. Tüm bunlara ek, zamana göre pahalı bulunabilecek kına veya düğün kıyafetlerinin satın alınmış olmasına, en iyisine ulaşarak içine sineni gerçekleştirenlerin olmasına bağlı olarak da incelendiğinde görüşmecilerin ifade biçimlerinden de anlaşılmaktadır ki içine sinen öğeler bir benliğin sunumu ifadesi için gerekli kılınan öğeler barındırmaktadır.

.... Çok düz tamamen tok beyaz saten bir kumaştan düz bir gelinlik isteyip gelinlik çeşitliliğini görüp üstüne bir de deneyince fikrini değiştirende oluyor ama bunlar çok nadir, çünkü prenses model dışındaki modeller Gaziantep genelinde düz elbise gibi yorumlanıyor o yüzden taşlı ve dikkat çekici gelinlik alımları daha çok oluyor. Maddi durumuyla da ilgili, ona göre istediği modeller arasında fiyatlandırma yapar. (G12)

... Her gelin kendi vücut yapısına göre ve giyeceği ortama göre yani kır düğünü mü yoksa otel düğünü mü olduğuna bağlı olarak ve yaşına göre çocuksu kalmayacak veya çok olgun göstermeyecek modellere yönelir. Kırsal kesimde daha çok kabarık modeller tercih edilirken diğer tarafta sade ve özgün tasarımlar daha fazla tercih ediliyor. Etkileyen belirli çevreler yani arkadaş ilişkileri veya aile faktörleri de işin içerisine giriyor tabi. E bir de maddiyat, o olmazsa beğense bile alamıyorlar. (G13)

Gelinlik firmasından alınan bilgilerin de desteklediği şekilde, ekonomik durumun önceliği ve sınıfsal seçimlerin görüldüğü gelinlik seçimi nitelikleri söz konusudur. Bu seçimlerin bulunulan sınıfın dışına çıkması başta ekonomik sermaye ile ilişkili olmasından ötürü farklı alternatiflerin kabulü ancak modaya eşlik edebildiği ölçüde kabul edilebilir konumda görülmektedir. Moda ışığından ayrılan tercihlerin

rüküş olarak adlandırılabilir olması ihtimalinden dolayı bireylerin seçimleri beğeni tercihleriyle yaptığı aşikardır. Moda dergileri ve fikir veren sosyal medya içerikleri sınıfsal beğenilerin açıklandığı ve sınıfı uymaya neredeyse uyumlu kıldığı alternatif içerikler içermektedir.

... Tüm sosyal ağlarda aktif kullanıcınız, zaman zaman sosyal medyadan da fikir almak isteyenler olabiliyor. Ama bence daha önceki sorularda da belirttiğim gibi en önemlisi gelinin denedikten sonra içine sinmesi çok önemli. Her model de bizde sosyal medyada paylaşılmıyor, özel olan modeller ayrı tutuluyor mesela ve bunu bilen farkında olan müşteriler özellikle mağazayı ziyaret etme taraftarı olurlar. (G13)

... O gün için içime sinecek şekilde güzel görünmekti elbette. Gelin sensin yani başrol sensin demek oluyordu bu da bende hem mutlu olacağım hem de iyi hissedeceğim bir şekilde hazırlanmak istedim. (G1)

...küçüklüğümde beri hayal ettiğim modeldi, çok ağır bir gelinlikti çok yoruldum ve en yakın arkadaşımı da yordum bana sürekli yardım ettiği için ama en çok da içime sinen ve gerçekten istediğim bir tercih olmasını istediğim için üzerime yakışmasına ve zevkime hitap etmesi önceliğim oldu. (G2)

Arz talep ilişkisine bağlı olduğu kadar, detaylı seçimlerin bir bakıma özel ürünlerin mağazada ziyaretçilerini beklemesi de deneyip gördükten sonra satın alma arzusunun daha kuvvetlendirici etkisinden ileri gelmektedir. Özel dikim ürünlerin gizliliği satın alacak kişiye özel hissettirmekle beraber aynısının kopyalanmasını istememekle de ilişkilidir. Tek ve biricik olma arzusunun, taklit edilemez gelinlik seçimleriyle de ilişkili olması açıktır. Gelinlik seçimine ek mekânı güzelleştiren unsurları günümüz dünyasında kolaylıkla buluşturan organizasyon firmaları da çiftlere tek ve biricik hissettirmenin yollarından bir tanesidir. Farklı konseptler ve içerikler, özel ilgi sağlamaları ve tüm nişan, kına veya düğün merasimi boyunca akışın kontrol altında olmasını sağlamaları firmaların çiftlere hayallerindeki anları yaşatmanın temennisini verecek şekildedir.

... Tabi en başta beğenilme arzusu var hepsinde. Herkes bir kere oluyor yapabileceğimizin en güzeli olsun istiyor, en güzeli tabiri de davetlilerden övgüler alabilmesi demek onlar için. Yani zaten beğenilmek istemeseler, kendilerine göre en güzelini yapmak istemeseler de bize ihtiyaç kalmazdı. Bizlerde konsept oluşturmak için onlara yardımcı oluyoruz, kusursuz olmasını istiyorlar dedim ya bize başvuran herkes bunu istiyor aslında ama bazıları asla hatayı kabul etmeyecek şekilde istiyor. (G14)

Bir organizasyon firmasının yanıtladığı soruda da açık bir şekilde belirttiği gibi, beğenilme arzusu istekleri oluşturmaya iten güç olarak görünüyor. Toplumsal varlık olarak birey, bir başkasının gözündeki imajını olabildiğince üst seviyede çizme çabasıyla hareket etmeye özen gösterir ve bu amaç günümüzde profesyonelleşmiş ekiplerden yardım alma ihtiyacını da doğurmaktadır.

...yüksek fiyatlı organizasyonların hepsi ticaretle uğraşanlar, siyasetçiler ve iş adamları oluyorlar. Bu kişiler birçok organizasyona başvurabilirler sonuçta maddi bir kaygıları yok. Firmam adına seçilme sebeplerimden birisi böyle büyük işlerin çoğunu yapıyor olmam ve bu işleri yaptıran kişilerin çevrelerini de çok iyi tanıyor olmamdan kaynaklı. Organizasyon sadece süsleme değildir olayın ve mekânın tüm detaylarına hâkim olmayı gerektirir. Yani düşününü organize etmemi isteyen bir aile bizim düşünümüzü ve bizi yönetecek kişinin sen olmasını istiyoruz hem her detay için sana güveniyoruz hem de protokolü sen tanıyorsun diye özellikle belirtip benim sıkışabileceğim bir tarih aralığında işlerini bana vermek için ısrarcı oldular. Sonuçta onlar da eğer büyük ve gösterişli bir düşün yapıyorlarsa elbette kendi işlerini döndürdükleri çevreyi de ekstra önemseyeceklerdir. (G15)

Yardım alma ihtiyacının bir başka boyutu da artık organizasyonlar arasındaki popülerlik savaşlarının başlangıcıdır. Gaziantep genelinde organizasyon firmalarının gün geçtikçe artmasına karşılık, bilindik ailelerin işlerini yapan sayılı organizasyonlar vardır. Görüşmecinin de belirttiği gibi, protokolü tanıyor olma veya doğrudan firmanın bilinir olması gibi durumlardan ötürü, büyük diye anılan işleri belli firmaların yapması söz konusudur. Sektörde yeni olan firmaların önce küçük işlerle başladığı ve eğer organizasyon işinde başarısını gösterebilirse belki bilindik ailelerin organizasyonlarını doğrudan almak söz konusu değildir, ancak hitap ettiği sınıflar arasında bir değişiklik olması muhtemeldir. Gaziantep'te gösterişin ve şatafatın en yoğun olduğu alanlardan birisi olan evlilik süreçlerinde, bilindik ailelerde seviyeyi oldukça yukarı taşıyan seçimlerle gündeme gelmektedir. Bu seçimleri karşılayabilecek olan veya olmayan firmalardan dolayısıyla uzun zamandır sektörde olan ve genel olarak büyük işleri tamamlayan firmaların rağbet halinde olduğu görülmektedir. Öte yandan, sermaye biçimleri dolayısıyla bir işin aksamasını göze alamamak gibi bir eğilimde söz konusu olduğundan, davetli veya davetsiz her kesimden insanın bu kişide organizasyonunu şuraya yaptırmış gibi bir söylemlerde bulunması önemli hale gelmiştir.

...Bu insanların her birinin arkadaş çevresi de var sonuçta, ister istemez sosyal medya gibi ağlarda var. Herkes paylaşım yapıyor mu yapıyor neden paylaşım yapıyorlar ilan etmek, beğenilmek için bence. Seçim yaparken de mesela seçiyorlar ya eşine ya yanında kim varsa işte ailesi veya arkadaşları bir de nasıl diye onlara soruyorlar mesela. E işte bu bence beğendirmek, ben öyle görüyorum en azından. (G16)

Bir başkasının fikrinin ve değer yargılarının zihninizde anlam bulması dolayısıyla, eleştirilebilir düzenlerde ve toplumsal eylemlerde gerçekleştirilecek olan pratiğin beğenmek ve beğendirmek üzerindeki inşası yadsınamayacak bir gerçektir ve seçimler ve eylemler her zaman anlamsal şemalarında düzene oturmak zorundadır. Aile ve akrabalık güçlerinin devamlılık sağlaması adına, sermaye güçlerinin sergilenme alanı olarak evlilik süreçleri, bir güç temsiliyeti ve hikayesi oluşturma etkililiğinden bir tanesidir. Sadece aile dışı değil, akrabalık ilişkilerini de içerisine alarak dahil olunan bu tüketim sürecinde, modern sürece adaptasyonun ve geride kalmak yerine çağa en iyi şekilde layık olarak ayak uydurmanın bir adımıdır.

Çağa ayak uydurma biçimlerinden biri olarak sosyal medya kullanımı, evlilik sürecindeki birçok eylemi etkilemektedir. Yeni moda biçimleri, kimlerin nasıl hazırlıklar yaptığı, nasıl bir mekânda evlendiği, hangi organizasyonla ve fotoğrafçıyla çalıştığı, gelinliğini nerden aldığı, hangi kuaföre veya yeni popüler ismiyle make up artiste makyajını yaptırdığı gibi meselelerin her birisi, istesek de istemesek de sadece internet aracılığıyla görebildiğimiz ve hakkında fikir yürütebildiğimiz bir akışı ifade etmektedir. Akışın hızlılığı aslında dönüşümün hızlılığını da bize ifade etmektedir ve bu sınıflar arasında gerçekleşen bir sermaye gösteriminden sonra aynı sınıfa hitap eden iki ailenin dahi kendi arasında kıyasa uğrayabileceği, zevklerinin tartışılabilirliği veya özenilebilirliği bir konuma gelmektedir.

... Yani bize de çiftler geldiğinde bazen yaptığımız işlerden konuşurken o gün gördüm sayfanızda şunlara şöyle bir düğün yapmıştınız bazı detayları çok hoştu bilgi alabilir miyim diyorlar onun gibi bir şey sanırım, konuşulmak ve gündemde kalmak önemli. (G15)

...Aile yapısı olarak daha geri planda kalmak isteyenler oluyor tamamen aile yapılarıyla alakalı olduğunu düşünüyorum. Sadece bir çift şöyle belirtmişti, bizim ailelerimiz çok hoş karşılamıyorlar davetli kişiler dışında sizleri takip eden herkesin bizleri görmesini biz de onları kırmak istemiyoruz o yüzden paylaşım yapmazsanız seviniriz diye. Biraz nazar inancıyla da ilgili olabilir. (G14)

Firmalar tarafından yapılan paylaşımlara olumlu dönütler gelebilirken hatta bazı çiftler görünür olmak adına paylaşım yapılmasından da oldukça mutlu olabilirken bakış açısı veya nazar diye nitelendirilebilecek dini eğilimlerinde görülmesi söz konusu olmaktadır.

... Evet müsaade ettik, müsaade edilip edilmemesi bence aile yapısıyla ilgili bir durum. Bizim için bir sakınca yoktu. (G8)

... Evet bir sorun yoktu bizim için, paylaşmışlardı. Sonuçta bu da onların mesleği, benim rahatsız olacağım aşırı bir durum yoktu, düz bir gelin damat resmi olarak bakılması gerekiyor bence müdahaleye gerek yok. (G7)

... Paylaşım yapmalarında bir sakınca yoktu bizim için müsaade ettik. Herkesin özel ve mahremiyet anlayışı çok farklı olabiliyor paylaşım istemeyende oluyor anlayışla karşılanması lazım bence ailesel bir yetişme tarzıyla alakalı. (G5)

... Müsaade ettim. Başkaları da fotoğrafı ararken onlara fikir olsun istedim ben de sonuçta sosyal medyadan araştırırken fikir edindim, iyi kalple bakan herkesin fikir almasında bence bir sakınca yok. (G4)

... Evet bu konuda bir sorun yoktu bizim için, zaten sporcuyuz ve gün içinde biz de kendi sosyal medya hesabımız için yani aslında işimiz için hem kendimizi hem de danışanlarımızı paylaşıyoruz. Yapılan iş ve emek sonuçta paylaşılar kendileri de. (G3)

Görüşmecilerin her biri inançları ve bakış açıları doğrultusunda iyi niyet, emek ve mahremiyet duygusuyla ilişkili durumları içerdiğinden bahsetmektedir. Bir etkileşim biçimi olmasından ötürü kimilerine göre bu kadar halka açık bir biçimde görünmek hoş karşılanmayabiliyorken kimisine göre de hiçbir sorun teşkil etmemekte ve hatta kendisinin de fotoğraf firması seçerken bile firmanın gönderilerine bakması durumu özetler niteliktedir.

... Sosyal medya kanallarında birçok düğün fotoğrafçısının yaptıkları işleri bizlere sunması elbette çok yardımcı oldu, bir ışık tonlamasının bir açının tek bir karede neler değiştirdiğini günlük hayatımda da fotoğraf çekmeyi çok seven biri olduğum için fark edebiliyorum. O yüzden daha önce yapılan işlere internet aracılığıyla bakarken en çok zaman ayırdığım kısımlardan birisi bu olabilir. (G2)

... Birçok çift özellikle gelinler internette çok etkileniyor. Önceki sorularda da bahsettiğim gibi farklı konseptlerde istekler geliyor en kolay olan Kore tarzı çekimler buna bir örnek ve sosyal medya olmasaydı bu çekimi belki biz kullanmayacaktık çünkü talep olmayacaktı. (G10)

Konseptlerin ortaya çıkışı ve görünürlüğünün olmasında büyük payı olan sosyal medya, fikir alma süreçlerinde oldukça etkili bir konumda yer almaktadır. Bir başka ülkede popüler hale gelen bir fotoğraf çekimi veya düğün giriş müziğinin bizim ülkemizde hızlıca yayılabilmesini sağlamaktadır. Arz talep dengesine göre kendisini yenileyen sektördeki her firmada talepleri karşılayabilmek adına sürekli güncel kalmak zorundadır. Sadece fotoğraf firması, gelinlik firması veya organizasyon firmasıyla da sınırlı olmayan fikir almalar, düğüne hazırlanırken yapılması gerekli

görülen her şey için bir fikir alışverişinin gerçekleştiği, akışın daima güncel olduğu bir mecradır.

... Antepli olduğumuz için oyun havası çok çalındı, çok az halay çekildi. Düğünün sonuna doğru daha çok 90'lar pop devreye girdi tabi, zaten sonlara doğru daha çok gençlerin kaldığı bir ortam haline geldi. (G1)

... Müzik türü olarak Türk sanat müziği, oyun havaları, halay müziklerini tercih ettik. Eşim de ben de Gaziantepliyiz, Gaziantep yöresine ait şarkıların dışına çıkıldığını pek söyleyemem. (G2)

... Slow müzikle dans edip, pop müzik ve yöresel müzikler şeklinde tercih ettik. (G4)

... Giriş müziğimiz Game of Thrones müziğiymiş keman eşliğinde girdik, Gaziantep'te yerel ve çok sevilen bir sanatçı bize kınada eşlik etti ayrıca bir de şehir dışından ünlü bir dj çağırmıştık. Genellikle düğünde Gaziantep'e özgü oyun havaları hâkim olsa da biraz daha modern pop müziklerde düğünün yarısından çoğuna hâkimdi. Düğünde TRT sanatçısı Mehsem Hanım ve sonrasında Murat Kurşun sahne aldı. (G6)

Sınıfsal ayrıcalıkların belirlediği, zevk ve imkânlarla göre şekillenen her detay gibi müzik unsuru da erişilebilirlik etrafında şekillenmektedir. Görüşmeciler genellikle yöresel oyun havalarına ağırlık verdiğini belirtirken sınıfsal ayırmada daha fazla sermaye türüne sahip olan G6 kodlu görüşmeci, ekonomik sermayesini olabildiğince fazla kullanabilen ve birçok standart kalıbın dışında müzik tercihleriyle görünür hale gelmiştir. Düğün tarihindeki fiyatlandırmalara göre oldukça yüksek meblağlarda ödemeler gerçekleştirdiğini de belirtirken, sosyal çevresinin etkisinin de fazla olduğunu ifade etmiştir.

... Yakın akrabalarımın dışında benim üniversite arkadaşlarım çocukluk arkadaşlarım eşimin de yakın arkadaşları ve biraz da ticaretle ilgilendiği için iş arkadaşları davetliydi. Ailelerimizin zaten uzun süredir tanıdığı komşuları ve yakın dostları gibi çevresi de buna dahil edilebilir. (G1)

... Antrenör olduğumuz için spor camiasından değerli dostlarımız geldi, eşimde aynı zamanda fitness alanında madalyalar kazanmış gerçekten işinde çok başarılı bir sporcu. Bizim de çevremiz bu şekilde evrildi o yüzden özel davetlilerimiz de spor camiasıydı. (G3)

... Akrabalar, dostlar, arkadaşlar ve komşularımız yani sayamayacağımız kadar çok kişiyi davet ettik aslında. Herkes bizim için özeldi ama hatırı sayılır kişiler olarak kastediliyorsa eğer ailemin işleri dolayısıyla tanıdığı siyasi kişilerde davetliydi. Yerleşimde mesela onlara önlerden masalar ayarlanmıştı, arkaya oturtamayız bir bakıma evet özel davetlilerdi. (G5)

...Eşimin ve ailesinin işi dolayısıyla özel olan birkaç davetlimiz vardı evet onun dışında herkes yakın çevremizdi. Nikahımızı da belediye başkanı kıymıştı o zaman, bir süre de bize eşlik etti mesela o da oldukça özeldi bizim için (G6)

Alana davetli konumdaki herkesin elbette özel olmasına ek olarak başka açılardan daha özel misafirlerin davetli olması, yani siyasi konumlarda yerleri olan, sermaye açısından oldukça güçlü olan kişiler gibi davetlilerin varlığı da süreç açısından önemlidir. Aynı alanda bulunabilme, alandaki herkese iletişim kurabilme gücü vermesiyle bile alandaki sermaye ağlarının gücünü belirten etkilerdendir. Böylesi ifade süreçlerinde her etkenin ifadesi sınıflaşma boyutuyla daha önemli hale gelmektedir. Sınıflaşma örüntülerini düzenleyen etkenlerden birisi olan beslenme biçimleri de buna dahil olan ifade biçimlerindendir. Etkinlik sahibi ailenin tüketim alışkanlıklarını sermaye biçimlerine atıfta bulunarak ifade etme biçimi olarak beslenme, yemek sunuş tarzlarındaki ve içeriklerindeki tüketim farklarıyla sunumda yer almaktadır. Davetlerin yemekli mi yoksa yemeksiz mi gerçekleştiği, eğer yemekli ise et menü mü yoksa tavuk menü mü olmasına bağlı olarak en başta bu sürece harcanabilecek olan ekonomik sermayenin bir kısmının görünürlüğü tespit edilebilmektedir.

... kınam yemekli değildi ara sıcakların olduğu atıştırmalık bir menü gibiydi ama düğünüm yemekliydi. Klasik et menüydü, eti, pilavı ve mezesi içeceği şeklinde bir servis yapıldı. (G1)

... Nişan ve düğün organizasyonumuz yemekliydi. Etli menüler tercih ettik. Genellikle her damak tadına uygun olan mezeler tercih etmeye çalıştık. (G2)

... kınamda meze olarak atıştırmalıklar vardı, düğünde et menü tercih ettik. Tavuk menü biraz basite kaçmak gibi oluyor bunun düşünülmesini istemedik, aradaki farkı da zorlanmadan karşılayabildik bizim için sorun oluşmadı çünkü biraz da davetli sayısı ile ilgili bir durum. (G3)

... Yemeksiz yapmayı tercih ettik. (G4)

...Aperitiflerin olduğu bir yemek sunumumuz vardı. (G5)

...Et menü ve oldukça çeşitli mezelerin ve sınırsız içecek türünün olduğu bir servis planlamasıyla ilerledi süreç. (G6)

Görüşmecilerin verdiği bilgilerde, Gaziantep'li olmak, önemli hissettirmek, basite kaçmamak veya doğrudan ifadeler belirtmeyip açık büfe misali olması gereken en iyi menü ve seçeneklerin olduğu belirtilmektedir. Bir tüketim biçimi olarak beslenme ve bunların sunuluş biçimindeki özen gösterme şekilleri, hitap eden ve hitap

edilen olma konumundaki her birey için ifade biçimleri yaratır. Zengin sofraya sunumlarına karşılık ortalama veya vasat olarak sınıflandırılabilir olan bir sunum, kişilerin alanda bulunuşlarını ve alana verdikleri önemi temsiliyet açısından önemli kılmaktadır. Besin içerikleri, ürünün sermaye biçimlerine ve alana uygunluğu, masa düzeni ve şıklık etkilerinin her biri, bireyin hem görüş hem de görünüşü açısından konumlandırıcıdır.

... Benim yaptığım orta sınıflar için ortalama organizasyon fiyatı 250.000 olabiliyor üstlere doğru gidildikçe 1.5-2 milyona kadar gidebiliyor bu işler ve buna otelin hizmetleri dahil değil. 1 Ocak 2024 tarihinden sonrada hatırı sayılır bir otelin 500 kişilik bir düğün için vereceği rakam 750.000 tl den başlayacak zaten e bunu karşılayabilecek olan kişilerde organizasyonda tamlık istiyor, Gaziantep halkı gösterişi seviyor, parası olan da bunu elbette yapıyor. Zaten bunu yapanın da bunu yapmaya değecek bir çevresinin olduğunu düşünürsek ona karşılık gelecek takı bile düşünülüyor. (G15)

Gerçekleştirilen pratiklerin uğruna harcanan meblağların, gerekli görülen ve takı yoluyla geri dönüşü olduğu yerlerde, gösterişin sermayeye dönüşümü dolayısıyla gerçekleştirildiği görüşmecinin söyleminde olduğu gibi aşıkardır. Boş bir zemine amaçsızca ve sonucunu düşünmeden işlem yapmak yerine sonucu öngörülebilir eylemlerde bulunabilmek gibi, güçlenecek olduğu bilinen olan sosyal sermaye, çeşitli desenlerle tekrardan kanıtlanacak olan kültürel ve ekonomik sermaye ve seçimlerin görünüşünde sunulacak simgesel sermayenin tazelenmesi söz konusu olacaktır.

Alternatifler ve küçük sanılan ama birbirini tamamlayıcı durumlarda bulunan her seçim sermaye biçimlerinin gizli etiket ifadelerini yansıtırken, açıkça görsel şölene dönüşen ve işin maddi boyutunu gözler önüne seren eylemlerde bulunmaktadır.

...Pamuk prensese hayranlığımdan dolayı farklı bir kına konseptim vardı, Pamuk Prenses olmak gibi. Çalıştığımız organizasyon firmasıyla beraber daha detaylı düşünerek yaptık her şeyi. Kına hediyelediği kırmızı elma şekeriymiş mesela, cücülerim vardı ben Pamuk Prenses kostümü içerisindeyken. E kına konseptiyle kırmızı zaten bütünleşmiş bir renk, farklı bir şey oldu bizim içinde davetliler içinde. Şu an aklıma gelmeyen birçok detay için şehir dışından siparişler verildi aylar öncesinde, her şey istediğim gibiydi. Düğünümde de kendi yorumlarımı kattığım, tasarladığım bir gelinlik tercih ettim, özel detaylı işlemeleriyle eş olmayan, sadece benim giydiğim bir gelinlikti. Daha sonrasında after yapacağımız için mesela ek parçaları çıktığında partiye uygun bir elbise haline geliyordu. (G6)

Görüşmecinin özel olanı kendi üretmesi, işini şansa bırakmaması ve her noktada tek ve biricik olma isteği gibi durumlar, bireysel görünüşlerin aslında moda,

ulaşılabilirlik, farklılık ve yatkınlık gibi meselelerden türeyip kendine has olan noktasıyla şekillenmesinde sonuç bulur. Hayallerini süsleyen karakter olabilme, daha önce yapılmamış olanın yapılması ve tüm bunları hem yapabilecek ekonomik sermayeye sahip olabilme hem de kültürel ve sosyal sermaye ilişkilerinin bu durumu toparlayabilecek olması önemli bir husustur. Bir simgesel sermaye biçimiyle görsel şölene dönüşen pamuk prenses olma hikayesi, daha önce gerçekleştirilmeyen olmayla zaten farkını sunan bir eylem olurken aynı zamanda ilk kez Gaziantep’te görölmesinden ötürü karşılaşılabacak tepkiler, beğenilme güdülenmesinin tatmin edilip edilemeyeceğinin riskini de barındırmaktadır. Oldukça farklı olan bu pratik, kendi habitusunu ve sermaye biçimlerini her açıdan sunabilen bir şemayı evlilik sürecindeki etkileriyle göstermektedir.

Toplumsal uzamları farklılaştıran farklı beğeni ve seçim tarzları olurken bu farklılıkların aynılaşması ve gücünü kaybetmesi sonucunda alanlar arasındaki çizgi de kaybolmaktadır. (Bourdieu, 2016: 232) Ayrım çizgisinin kaybolması durumunda alanlar arası fark yok olur ve alanlar kendi sermayelerini belli edeceğı yeni beğeniler, kabuller, seçimler ve ağlar oluştururlar. Bu farklılığın temeli Bourdieu için kendisini farklı sermaye düzlemlerinde yapılandırmakta ve birbirinden farklı olan ama aynı zamanda birbiri ile bağılantısı yok sayılamayacak sermaye tiplerinin kendisini yeniden bir düzlemde sunmasına işaret etmektedir. G6 kodlu görüşmecinin kendi özel günü için yeni hikayeler yazması ve gerçekleşmesi de bulunduğı alanda kendisine yeni bir ayrım çizgisi oluşturmak ve farklı olmak adına gerçekleştirdiğı bir sunuş olarak belirmektedir.

Görünür olma pratikleri ve bunları etkileyen bir dizi etmen arasında anı kalıcılığı konusunda oldukça etkili görölün fotoğraf çekim işlerinde de bireyler, uzun yıllar sonra bakacakları fotoğraflar ve sosyal medyadaki akışlarını da düşünerek bu konuda da oldukça seçici görünmektedir.

.... Benim için çekilen her fotoğraf birer anı ve ister istemez güzel olmasını istiyorum. Sosyal medyada paylaşımlarını çok beğendiğim bir fotoğrafçıyla görüşerek onunla anlaştım tam da istediğim gibi oldu. (G1)

... Güzel anıları her zaman özenle saklamak isterim günlük hayatta bile bu böyleyken evlilik sürecinde çok daha fazla araştırdım her şeyi. Sosyal medyada birçok düğün fotoğrafçısının yaptıkları işleri bizlere sunması çok yardımcı oldu, bir ışık tonlamasının bir açının tek bir karede neler değıştirdiğini günlük hayatımda da fotoğraf çekmeyi çok seven biri olduğum

için fark edebiliyorum. O yüzden daha önce yapılan işlere internet aracılığıyla bakarken en çok zaman ayırdığım kısımlardan birisi bu olabilir. (G2)

...Hem benim hem de eşimin hazırlık sürecinde video klipte oluşturmak istediğimiz için fotoğrafçılar vardı. Klibimiz eşimin bekarken ailesiyle yaşadığı bahçeli evlerinde çekildi bunun için yeterli ve güzel bir alan olduğu için çokta beğendim zaten. Tüm hazırlık süreci makyajımız saçımızda aynı yerdeydi. Kayınvalidemin fikriydi bende neden olmasın ki dedim çok mantıklı geldi. Daha sonra konsept bir çekimde şehir dışında yaptık ama video değildi tabi. Evlilik teklifini Dubai’de yaptı mesela eşim, fotoğraf çekmeyi çok sevdiğimi bildiği için orda da anı ölümsüzleştirmek için fotoğrafçı ayarlamıştı. Düğünümüzdeki fotoğrafçımızı sosyal medyada hep görüyordum, çok güzel ışıklandırmaları var ve bunun sayesinde tercih ediliyor bence. (G6)

... Bazı çiftlerde aile baskısı görülüyor yani şöyle aile aktüel ve kamera üzerinde yoğunlaşıyor e bunu çoğu gelin damat zaten koşulsuz alıyor. Ama gençler ve her biri farklı sosyal ağları da kullanıyor hem oralaradaki paylaşımları için hem de daha çağa uygun görüntülemeler için bizden daha güncel ve modern çekimler isterler her zaman. Şehir dışı çekimleri, klip çekimleri, kuaför veya gelin alma çekimleri gibi. Yani aslında popüler hale gelen çekimler yeni evlenecek çiftlerde de farklı ihtiyaçlar oluşturuyor ama aileler bazen bütçe bazen müsriflik olarak görmesinden dolayı olaya müdahil olup fazla görebiliyorlar. (G11)

Fotoğrafçıya gösterilen özenin dijitalleşme çağının da etkisiyle beraber keskin uçlarda olması ve tüm detayların zorunlu ihtiyaçlar dahilinde anı kalmasını istemek söz konusudur. Anı arşivimizin eskisi gibi daha çok klasik albümler olması yerine dijital albüm olarak kullanılan sosyal medya kanallarımız olması ve gösterişçi tüketimin belki de en aktif kullanım sahası içerisinde etkinliklerde bulunmayı önemli hale getirmektedir. Daha önce yapılan çekimlerin yine sosyal medya ağlarından görülmesi ve tanınmayan kişilerin görüntülerinin referans alınması, kişi gibi olmak ve kişi gibi sermaye türlerine ve görünümüne sahip olabilme arzusunu da çağrıştırarak harekete geçirme dürtüsünü canlandırır.

Ebeveyn fikirleri ve yönlendirmelerinin olabildiği evlilik süreçleri, Gaziantep genelinde kimsenin kimseyi açıkça kırmak istemediği ancak ister istemez yönlendirmeleri yaptığı aktif katılımlarla gerçekleşir. Gelenek ve görenek yaptırımlarının fazla olduğu ve aile büyüklerinin çiftlerin tercihlerine çok müdahale etmesi durumlarının yaşanması muhtemel görülmektedir. Kimi zaman emir kipiyle gerçekleşmeyen, adetlerimiz böyle, şöyle yapsak daha güzel olmaz mı yönlendirmeleriyle ilerleyen bir süreç olarak karşımıza çıkar.

... Müdahale eden kimse olmadı ama belki de aykırı bir tercih yapsaydım müdahale olabilirdi çünkü iki farklı ailenin de misafirleri aynı yerde olacağı için absürt bir durum oluşturabilecek bir tercihe yönelsem eşimin bunu yerinde ve zamanında bana iletceğini düşünüyorum. (G1)

... Ailelerimizle fikir alışverişlerimiz oldu ama büyüklerimiz oldukları için nasıl daha güzel olabilir veya bu model nasıl olmuş diye yapılan konuşmalardan ileriye giden bir yönlendirme söz konusu değil. Bunu birazda yaşam tarzlarımızın arasında çok büyük uçurumların olmamasından kaynaklı olduğunu düşünüyorum çünkü bu konuda sorun yaşayan arkadaşlarım oldu beğendiği gelinliği damadın ailesine göre açık bir model olduğu için alamadı mesela e o süreçte de eğer eşin ailesine bir şey diyemiyorsa gelinler bazen sessiz kalabiliyor benim arkadaşım da onu yaşadı. (G2)

... Benim ailemde eşimin ailesi de bu süreçte her şeyi bize bıraktılar. Kıyafetlerimde, seçimlerimde birçok kişiye göre açık veya uçuk olarak bile düşünülebilecek şeylerdi ama ben zaten abartıya kaçmadığım için, benim için doğru olanı giydim. Gelinliğim mesela göğüs dekoltesi aldığım zaman çok açıktı onu kimsenin söylemesine gerek yok ben kendim parça eklettirdim daha uygun bir hale getirdim. (G3)

... Zaman zaman yönlendirmeleri oldu. Ben de kültürel öğelerime değer verdiğim için bu konuda orta yolu bulmamız zor olmadı. Yani yönlendirmeler, ufak istekler benim için çok büyük problem oluşturmadı bende dediğim gibi kültürel öğelerime önem verdiğim için çok zorlanmadım. Bizden büyüklerin de bildikleri ve gördükleri çok şey olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. (G4)

... Okumuş kendini bilen insanlar bu konuda bir yönlendirme olmadı, ben de kültürel olarak birçok görüşümüze oldukça bağlıyım, aşırıya kaçacak ve ailelerimizden birini rahatsız edecek bir seçimde de bulunmadım bunun da etkisi olabilir. Yani aile yapılarımızın yakın olduğunu söylemiştim. Belli yetişme biçimlerimiz var ben de bu düzende büyüyen biri olarak aykırı bir insan olmadım o yüzden kimse buna gerek duymadı. (G5)

... Genel olarak bize illa şöyle olacak gibi bir yaklaşımda bulunmadı kimse, biz fikir almak istediğimiz her şeyde ailelerimize danıştık onlarda bizlere fikir verdiler ama dediğim gibi illa şöyle böyle olsun demedi kimse. Yetişme tarzlarımıza uygun davrandık elimizden geldiğince. (G6)

... Bizim de bildiğimiz birçok şey illaki var ama, yaşları dolayısıyla örneğin beyaz eşyayı, oturma gruplarını, elektronik ürünlerin çoğunu ailelerimizle seçtik ve karar verdik iyisini onlar bilir anlar diye. Sadece biz önce bir kere çıktık her şeye baktık aklımıza yatan yerlere sonra ailelerimizle gittik, içlerinden eleyerek aldık yani. (G7)

.... Sadece biz çok sade şeyler isteyen bir çift olarak düğün gibi şeyleri yapmak yerine nikah ve after gibi küçük çaplı şeyler yapmak istedik ama ailemiz düğünümüzü görmek istedikleri

için bir tek o noktada değişiklik ailemiz için yapıldı, çok net ve katı çizgilerle asla demiyorduk zaten o yüzden bize de yük edecekleri bir şey olmadı. (G8)

...Nişan veya düğünü düşününce de elbette iki farklı aile ve istekleri gündemdeydi ama kimse kimseyi yormadı diye düşünüyorum. Eşimin ve benim beğendiklerine ve isteklerine göre hareket edildi diyebilirim. (G9)

Çiftlerin genel yorumlamaları işlerine çok karışılmadığı ve zaten çiftlerin de kendilerince uygun davranmasıyla da ilişkili olabildiğidir. G8 kodlu görüşmecinin düğün istemeyişine rağmen düğün yapmış olması gelenek ve görenek öğelerini içerisinde barındırmaktadır, zorlanmadan ve yorulmadan yaptığını belirtmesi de ailelere duyduğu saygının önemini yansıtmaktadır. Ailenin hangi neden sonuç kapsamında düğün istediği de önemli bir etken olmakla beraber, çiftlerin evlilik sürecinde istisnasız her şeye tek başlarına karar veremeyişlerinin göstergelerinden bir tanesidir.

... Gelin bohçası, damat bohçası önemli şeyler bizim adetlerde, iki gelinimde bohça yapmak istemediler ama benim isteğimle yaptılar mesela. Hediyeleşme gibidir bunlar ya, gönlü hoş tutar adetlerimizde de varken niye yapmayalım, kızıma da yaptım mesela. Ben bütün adetlerimiz olsun yapılsın istedim, elimden geldiğince de yaptırdım çeyiz alma, gelin alma tabi bu gelin alma biraz daha modernleşmiş bizde öyle yaptık, gelin hamamı, bohça falan her şey vardı. Gaziantep'te biraz böyledir işte bilirsin hem eğlencesine hem adetleri layığıyla yerine getirebilme içtenliğiyle yaparız böyle şeyleri. Gelinlerim için organizasyonlar biraz daha kendi isteklerine göre yöneldi en başta, ama eksik yerlerde müdahale ettim ya da yanlışını doğrusunu gösterdim onlarda baş üstü ettiler sağ olsunlar. (G17)

G17 kodlu görüşmecinin ifadelerinden de anlaşılacağı üzere, bir kaynana rolüyle yaptırılması veya yol gösterilmesi gereken bazı adetler vardır ve bunların yaptırılması aile için önemli görülmektedir. Bir şeyin eksik kalmamasını istemesi, gelenek ve göreneklere tam uyum ebeveynler için çok önemli görülürken yeni evlenen çiftlerin çoğu daha modern olanın yapılmasıyla ilgilenmektedir. Bohça götürme mesela, eskiden beri Gaziantep'te görülen bir hediyeleşme biçimidir ve bu hediyeleşme ailelerin gönlünü hoş tutma ve değer verdiğini ifade etme biçimlerinden bir tanesidir. Düşünceli olmanın ve önemsemenin bir göstergesi olarak ebeveynlerin eskiyi yad etmek istemeleri de söz konusudur.

... Genelde adetlerimizi yapmak istediğim küçük şeylerde tabi beni kırmadılar ama tabi bende ilk kez çocuk evlendirdiğim için her anlarında yanlarında olmak istedim. Ben bu işin gelenek ve görenek kısmında, yapılması gereken ve aileye düşenler kısmında hep yardımcı

oldum. Bunu güzel bir düğün yapmak olarak düşünebilirsiniz veya gelinime taktığımız altınlar olarak düşünebilirsiniz açıkçası onların kendimin de gözlerinde bir şey koymak istemedim. Ama tabii ki de özel alanları mesela evleri veya giyecekleri kıyafetler gibi şeylere ben ses çıkarmadım onlar ne yapacaklarını çok iyi biliyorlardı. (G18)

Ebeveyn yaklaşımlarında en çok görülen detay gelenek ve göreneklerin yerine getirilmesi olarak belirmektedir. Eskiden yapılanların yeni çağda unutulmaması, adetlerin önemli olduğunu hatırlatabilecek bu yaptırımlar ve onun dışındaki detaylarda evlenecek çiftlerin yani çocuklarının her şeyi layığıyla yerine getireceğine dair inançlarını belirtip aynı zamanda küçük müdahalelerde bulunduğunu ifade etmekte söz konusudur.

Tüm pratiklerin geri dönüş, eylemdeki anlamsal bütünlük ve kendini kanıtlayabilme ekseninde yürüdüğü evlenme biçimlerinin sınıflama kategorileri, Gaziantep’te yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak ve katılımcı gözlem yöntemiyle sosyoloji perspektifinden incelenerek irdelenmiştir. Yeni zevklerin oluşumu, bir başkasının gözünden kendimiz, şan ve şeref meselelerinin evlilik sürecine dahil olduğu, tüm sermaye biçimlerinin en üst düzeylerde sergilenmesiyle alanın en iyisi olduğunun kanıtlanması ve pekiştirilip kabul görme isteği de en görünür istek noktalarını oluşturmaktadır. Gündelik pratiklerden ayrılan, evlilik sürecinde daha görünür hale gelen anlamsal zeminde gerçekleşen eylemlerin her biri, bireyin kendini gerçekleştirme dürtüsünün, habitusu ve sermaye biçimleri temelinde toplumsal uzamda ürettiği uygunluklar ve farklılıklara göre yorumlanmaktadır.

3.2 Gaziantep’te Düğünleri Etkileyen Tematik Söylemlere Bakış

Ailesel tüm değerlerin sergilenme alanı olarak düğünlerdeki telaş ve simgesel ifadeler “bir kere evleniyorlar/evleniyoruz sonuçta, bir tane kızımız/oğlumuz var en iyisi olsun ve el alem ne der?” kalıplarına sığdırılan eylemler içermektedir. Her kalıplaşma içinden farklı zihniyetlerin ve ifade etme biçimlerinin açığa çıktığı pratiklerin eylem sahasında yer edinmesiyle işlerlik kazanır. Arzulanan deneyimlerin toplumsal yapıdaki yüceltilen değerlere erişebilme yakınlığı, ait olunan alan dahilinde ve alana ait göstergelerle anlamını bulurken “şanına şerefine yakışır şekilde yapmak” söyleminin her alandaki hâkimiyet kuran gelişmiş göstergelere, en iyisi ve gerekli görülene yaklaştırması da süreçte kişilerin pratiklerine yön vermektedir. Benliğin ve benliğin sunumunun açık ve göstergelerle çevrilmiş olan büyük bir sahada başka

benliklere sunumu, evliliğin ilanıyla beraber evlenen çiftlerin ve ailelerinin de göstergelerini sunabilecek oldukları ölçüyü belirleyebilmiştir.

Evlilik sürecini Gaziantep'te anlamak ve yorumlamak üzerine odaklanan çalışmada, bireylerin var olabilme ve bunu kanıtlayabilme biçimlerinin özel günler ekseninde şekillenmeleri yaş grubuna, sahip olunan mesleğe, şehrin yerlisi veya sadece yerleşimcisi olmasıyla şekillenen örüntülerle başlamaktadır. Başlangıcından itibaren habitus ve sermaye biçimlerinin verdiği imkanlarla ilerleyen süreç, başkalarının varlığının bilincinde olmaktan etkilenmektedir. Başkalarının varlığının kabulü, toplumsallaşmanın kabulü ve eylemlerin toplumsallıkla farklı anlamlar bulduğunu da kabul etmenin bir yoludur. Çalışmada Düğün Fuarları: Gaziantep Wedding Festival başlığı altında incelenen ve festivalde bulunan göstergeler, ziyaretçiler, taleplerin çeşitliliği ve eklerle desteklenerek sunulan görsellerde de görüleceği üzere birbirinden farklı konsept görüntülemeleri ve arkasındaki ifade ve haz biçimleri, bireyler arasındaki sınıflaşmanın alandaki sınıflandırmasıdır. Alt sınıfa mensup kişilerin ekonomik sermayesiyle dahi ulaşamayacağı görünümünün her biri, sınıflaşma içindeki bireylerin kendi arasındaki sınıflaşmayı güncel ve modern olana kıyasla eski ve rüküş olan arasındaki ayırmda kategorilere ayırmaktadır. Gaziantep'te düğünleri kapsayan bir fuarın gerçekleştirilmesi, Gaziantep'te düğünlere verilen önemin ve özenin bir göstergesi niteliğindedir.

Mekân seçimi ve mekâna özgü görünümün sergileme çabaları, mekâna ait olabilme ve uyum sağlama noktasında bütünleştirici göstergeler sunmaktadır. İnceleme alanındaki mekân kavramı, içeriğinde barındırdığı tüm öğelerle bütünleşip uyum sağlayabildiği ölçüde anlamsal tamamlanışını gösterebilecektir. Şehrin yerlileri ve sermayesi güçlü olan her kişi varlığını korumak istediği sermaye türleri için konforlu ve görseelliği olabildiğince yüksek mekân seçimlerinde bulunurken bunlara ek herkesin ulaşamayacağı, ulaşsa dahi ayırıcı göstergeleri sunamayacağı yerlerde konumlanmaktadır. Bu konumlanış, mekânın sınıflaşma kategorilerinde kabul görmesiyle anlam bulan ve kabul gören etmenlerdendir.

Tercih edilen gelinlik modelleri her sınıfın anlamlandırdığı modaya göre şekil alırken, kumaş türü ve kalitesinin maddi olana yansımaları seçimlerde değişmektedir. Gelinliğe yüklenen anlamı bir bedeni simgelemesi ve bedene ait görünümü kumaş ve modelin kalitesiyle beraber farklı oluşu verirken, satın alınabilecek kadarını

deneyimleme ve deneyimini etkinlik esnasında sunma imkanına sahiptir. Beyaz bir gelinlikten beklentiler arasına giren, güzelliğine benzetmelerle değinilen “kuğu gibi gelin olmak” söylemiyle de gelinin gelinlik seçimindeki öneminin ifade edildiği durumlar söz konusudur. Sağlığı ve zarafeti ifade etmesi beklenen gelinlik tercihi kişinin bedenine ve alanına uygunluğuyla kabul görebilecek ve ifade bulabilecektir.

Organizasyon esnasında sunulan yemek veya aperatiflerin, sınıflaşmaya göre ekonomik sermayeyle ilişkisi de belirleyici etken olmakla beraber, kültürel yemeklerin veya alana uygun seçilebilecek menülerin ne biçimlerde ve oranlarda sunulduğu da önemli bir noktadır. Tüketebildiği ve ne tüketebildiğine ek ne biçimlerde tüketebilen olduğunu ifade etmenin en gösterişçi yolu olarak düğünler, bir haz nesnesi olarak yemeklerin hiyerarşisini sunabilme alanıdır. Doğrudan yemek sunumuna karşıt olarak, aperatiflerin sunulduğu veya yemeksiz gerçekleşen organizasyonlarda da ekonomik sermayenin ne derece var olduğu açığa kavuşmaktadır. Gösterilen özen ve emeğin sunulan yemek türlerinde ve sunuş biçimlerindeki detaylarda hayat bularak kişinin sermaye türleriyle etkileşim kurdurtması, evlilik sürecinin kişiler arasındaki bağlayıcı tutumlarına işaret etmektedir.

Süreçte yer edinen fotoğraf çekimlerindeki farklılar, aileler için anıların kağıt üzerindeki baskısı ve izlenebilecek bir kayıt üzerinden şekillenirken genç çiftler için, dijital dünyanın farklı konseptleri ve yenilikleri gerekli kılmasıyla beraber fotoğraf firmalarından beklentileri de değiştirmiştir. Farklı çekim alternatiflerinin oluşması ve sınıfsal olarak farklılıkları içerici olmasıyla beraber, ekonomik sermayenin el verdiği ölçüde talepte bulunabilmekte ve yine kendi içerisinde farklı sınıflara hitap etmeye hazır olan fotoğraf firmalarının da bölünmesiyle hangi fotoğrafçıyla çalışıldığının dahi sınıflaşma göstergeleri bulunmaktadır.

Evlilik sürecinde gerçekleştirilen tüm seçim süreci ve devamındaki organizasyonlarda bireyi toplumsal yapının da etkileriyle belirli seçimlere iten etmenler arasında bireyin sahip olduğu unvanlar, ailesi dolayısıyla sahip olduğu gelenek-kültür öğeleri, geliştirdiği ağlar sayesinde edindiği tüm güçler ve meşru kılmak istediği tüm sermaye biçimlerinin etkisi yadsınamaz bir gerçek olarak araştırma sonucunda görünür kılınmıştır. Bir başka bakış açısıyla da “düğünü yapmadığına pişman olursun en özel günün sonuçta” söyleminin de etkilerini barındırabilen organizasyon yapma zorunluluğunun bulunması, düğünün gerekliliğine

ve en özel gün olarak nitelendirilmesiyle en ihtişamlı biçimlerde gerçekleştirme dürtüsünü oluşturmaktadır. Alansal konumlanmasına göre gücü elinde bulunan ve yine alanına göre otorite sahipliği bulunan kişilerin eylemleri ve eylemleri sergiledikleri saha olarak düşünlerin, bir başkasıyla karşılaşılan toplumsal değerlendirme sahası olarak yer edindiği görülmektedir. Değerlendirme biçimlerinin bir başkasıyla karşılaştırma yapma, en iyi olabilme, başkasının söylemini dikkate alma, bir kere gerçekleşecek bir eylem olma kabulüyle en iyisini yapma dürtüsüyle şekillendiği görülmektedir.



SONUÇ VE TARTIŞMA

Mikro bağlamda her kentin makro bağlamda ise her bölgenin ve ülkenin geleneksel ve kültürel öğeleri çeşitlilik gösterirken mikro ve makro bağlam kendi arasında çeşitli özellikler barındırır, farklı kimlik inşalarına olanak tanır ve bireyleri farklı şekillerde konumlandırabilir. Farklı konumlandırma stratejileri ve gereklilikleri, kişinin ait olduğu habitusla şekillenmeye başlarken sahip olunan sermaye türleri ve sermaye türleri arasındaki eş değer düzeylerde konumlandırmaları farklı biçimlerde şekillendirmektedir. Bu şekillenmeler, gündelik hayat pratiklerinde birçok alana göre daha normal veya bir başka deyişle alışlagelmiş görünümsergilemektedir. Eylem sahası olarak evlilik ritüelleri ve ritüellere sahne olan nişan, kına ve düğün organizasyonları sınıflaşma örüntülerinin özel günler ekseninde incelenebilmesi ve anlamlandırılabilmesi açısından önemli bir konumu işgal etmesiyle, sınıfsal mücadelelerin bireyin kimlik inşasıyla ilişkisini de açığa çıkarmanın bir aracı konumundadır.

Geçmişin parmak izleriyle günümüzde yer bulan ve farklılaşan saha görünümüleriyle beraber yeni dönem kimlik inşalarına olanak tanıyan evlilik pratikleri, sınıflaşma kategorilerini geçmişten günümüze özel gün etkinlikleriyle beraber taşıyan örüntüleri oluşturmaktadır. Örüntülerin yeniden şekillenmesi, değişen ve değişikçe ayak uydurulması gereken pratiklerin eylem sahasına dahil olması neticesinde gerçekleşmektedir. Yeni moda biçimlerinin ve gerekliliklerinin alana dahil olması, Gaziantep’te evlilik sürecinde değişime uğrayan birçok unsuru her geçen gün yeniden var etmektedir. Evlilik süreçlerine son yıllarda verilen önemin artışı, sermaye biçimlerinin yeniden düzenlenişi açısından önemli olmakla beraber sosyal medyadaki görünürlüğün de etkisiyle sosyal etkileşim ve görüntülenebilme dolayısıyla pratiklere yön vermeler farklı koşullarda gerçekleşmektedir.

Çağın getirdikleri sınıflaşma gerekliliklerini şekillendirmekte ve sermaye biçimleri dolayısıyla sınıfların ayırım çizgisini ortaya çıkarmaktadır. Dijitalleşen çağla birlikte sosyal medya, internet siteleri gibi istenilen her noktadan ulaşılan sadece bir tık uzağımızda olan fikir verici araçlar sayesinde, davetlerin çeşitliliğinin artması ve toplumsal konumlarıyla ilişkili olarak kişilerin farklı olma isteğiyle ayrıştırıcı seçimleri, günden güne daha farklı fikirleri ön plana çıkarmış ve bu değişim süreçleri sınıflaşmaları özel gün etkinliklerinde daha görünür ve zorunlu hale getirmiştir. Habitus ve sahip olunan sermaye biçimleri dolayısıyla gerçekleştirilebilmesi mümkün olan ve gerçekleştirilmesi gereken kabul biçimleri, yaşanan alanın otoritesini ve otoritenin kabulü dahilindeki etmenleri bir başka alana kıyasla var etmenin yükümlülüklerini içermektedir. Alana uygun gereken eylemlerin gerçekleştirilmesi Gaziantep'te farklı sınıflara mensup kişilerin, ait olduğu sınıfı belirtebilmesi açısından önemli bir ayırıcılık içermektedir.

Evlenmenin sadece evlenmek olmadığı, evlenmenin ve bunun ilan edilmesinin sınıflaşma görünümüleri oluşturmasıyla bir hareketlilik sirkülasyonuna davetiye çıkarmış olması, yeni sınıflaşma görünümünün en önemli ayırım kategorisini sunmaktadır. Her bölgede farklı görünüm ve moda takipleriyle şekillenen etkinlikler, Gaziantep'te evlilik sektöründe bulunan işletmelerin oldukça gelişmiş ve çeşitlenmiş olması dolayısıyla rekabetinde güçlü olduğu bir noktadadır. İşletmelerin de kendi aralarında hitap etiği ve edebileceği sınıfsal mücadele alanları bulunmaktadır. Birbirinden farklı oluşunu sunduğu içerikler ve kaliteleriyle, dilsel söylemleri ve sermaye biçimleriyle oluşturan işletmeler, Gaziantep'teki ailelerin tercih yelpazesini genişletirken sınıflaşmalarını da yeniden üretmektedir.

Saha gözlemlerim ve yarı yapılandırılmış görüşmelerden de elde edilen bilgilerle ulaşılan verilerin neticesinde, Gaziantep'te farklı sınıflara mensup bireylerin habitus ve sermaye biçimlerine uygun koşullarda gerçekleştirme eğiliminde bulunduğu pratiklerin her biri, bulunulan alanı koruma ve belirtme ekseninde gerçekleştirilen, alan dışına kaymaların olmayacağı veya alan dışından müdahalelerin bulunmayacağı eylemlerin sahası olarak varlığını sürdürmektedir. Evlilik sürecindeki organizasyonlarda artarak varlığını daha fazla gösteren sürdürülebilirlik duygusu, aile büyükleri tarafından geleneksel ve kültürel öğelerin daha fazla önem taşıdığı, genç çiftler içinse sosyal medya, moda biçimleri ve görünürlükteki en iyisi olabilme duygusuyla popüler olana doğru yönelerek yazılıp çizilen senaryolar içermektedir.

Gaziantep'teki evlilik süreçlerinde aidiyet hissinin gerçekleşeceği, kolektif bilincin oluşacağı, duygu ve düşünce biçimlerinin aynılığına güvenilecek bir alan ve alandaki ifade özgürlüğünün aynı veya yakın dilsel söylemler içerebileceği bir topluluk düzenini içeren, içerdği ifade biçimleriyle bireylerin mikro ve makro düzlemde ayrımsal sınıf temalarına işaret eden, sosyal etkileşim biçimleriyle alanın tüm katılımcılarını kapsayan biçimler görüntülenmiştir. Bu biçimlenmelere sebebiyet veren toplumsal koşullanmalar ve toplumsal varlık olarak insanın kendini gerçekleştirebilme dürtüsü ise evlilik sürecindeki her birey ve çevresindeki yapılanmayı etkileyici ve yenileyici unsurlar sunmaktadır.



KAYNAKÇA

- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi; Orta Sınıf(lar)ın Yeme İçme ve Eğlence Örüntüleri*. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Akçaoğlu, A. (2020). *Zarif ve Dinlen Makbul: Muhafazakar Üst-Orta Sınıf Habitusu*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aytaç, A-M. (2015). *Ailenin Serencamı: Türkiye’de Modern Aile Fikrinin Oluşması*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Pratik Nedenler*. (Uğur Tanrıöver, H. Çev.) İstanbul: Hil Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri*. (Öztürk, F. Uçar, B. Gültekin, M. Sümer, A. Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2018). *Eril Tahakküm*. (Yılmaz, B. Çev.) İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bourdieu, P. (2019). *Akademik Aklın Eleştirisi*. (Yalım, B. Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Bourdieu, P. (2021). *AYRIM: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. (Berkkurt, G. Fırat D. Çev.) Ankara: Nika Yayınevi.
- Çöçel, G. (2017). *Abla O Topuzu Oraya Nasıl Koydular?: Antep’te Kuaför Deneyimleri*. Aynanın Önünde Cımbızın Ucunda, F. Şenol-Cantek (der.), İstanbul: İletişim Yayınları, 241-264.
- Debord, G. (2022). *Gösteri Toplumu*. (Ekmekçi, H. Taşkent, O. Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Field, J. (2008). *Sosyal Sermaye*. (Bilgen, B. Şen, B. Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Gatens, M. (2018). İmgesel Bedenler: Etik, Güç ve Bedensellik. (Eren, D. Çev.) İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- Mead, G- H. (2019). Zihin Benlik ve Toplum. (Erdem, Y. Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Özet, İ. (2020). Fatih Başakşehir: Muhafazakar Mahallede İktidar ve Dönüşen Habitus. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tokdoğan, N. (2018). Yeni Osmanlıcılık: Hınç, Nostalji, Narsizm. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çınar, R. Ü. (2020). *Ecdadın İcadı: Akp İktidarında Bellek Mücadelesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Weber, M. (2019). Sosyoloji Yazıları, (Parla, T. Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Çamoğlu, D. Y. (2018). Kaynana Ne yaptı, Gelin Ne Dedi?: Ailedeki Kadınlar ve İlişkiler. İstanbul: İletişim Yayınları.

EK 1: Görüşülen Kişilere Dair Notlar

Görüşme 1: Kadın, 27 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Ev hanımı. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 08/11/2023. Görüşme yeri: Kafe.

Görüşme 2: Kadın, 26 yaşında. Evli. Üniversiteyi bırakmış. Ev hanımı. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 23/10/2023. Görüşme yeri: Görüşmecinin evi.

Görüşme 3: Kadın, 29 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 17/02/2023. Görüşme yeri: Spor salonu.

Görüşme 4: Kadın, 26 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 15/10/2023. Görüşme yeri: Görüşmecinin evi.

Görüşme 5: Kadın, 29 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 27/09/2023. Görüşme yeri: Kafe.

Görüşme 6: Kadın, 30 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Ev hanımı. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 07/02/2023. Görüşme yeri: Görüşmecinin evi.

Görüşme 7: Erkek, 34 yaşında, Evli. Lise mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 21/01/2024. Görüşme yeri: Kafe.

Görüşme 8: Erkek, 29 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 27/01/2024. Görüşme yeri: Kafe.

Görüşme 9: Erkek, 34 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 21/02/2023. Görüşme yeri: Kafe.

Görüşme 10: Erkek, 33 yaşında, bekar. Lise mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 01/12/2023. Görüşme yeri: Kafe.

Görüşme 11: Erkek, 36 yaşında. Evli. Lise mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 10/02/2024. Görüşme yeri: Divan otel festival alanı.

Görüşme 12: Erkek, 37 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 07/11/2023. Görüşme yeri: Görüşmecinin iş yeri.

Görüşme 13: Kadın, 65 yaşında. Evli. Üniversiteyi bırakmış. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 10/02/2024. Görüşme yeri: Divan otel festival alanı.

Görüşme 14: Erkek, 26 yaşında. Bekar. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 18/12/2023. Görüşme yeri: Görüşmecinin iş yeri.

Görüşme 15: Erkek, 58 yaşında. Evli. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 02/12/2023. Görüşme yeri: görüşmecinin iş yeri.

Görüşme 16: Erkek, 27 yaşında. Bekar. Üniversite mezunu. Çalışıyor. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 10/02/2024. Görüşme yeri: Divan otel festival alanı.

Görüşme 17: Kadın, 55 yaşında. Evli. Ortaokul mezunu. Ev hanımı. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 15/02/2024. Görüşme yeri: Görüşmecinin evi.

Görüşme 18: Kadın, 50 yaşında. Evli, lise mezunu. Ev hanımı. Gaziantep'te yaşıyor. Görüşme tarihi: 27/02/2024. Görüşme yeri: Görüşmecinin evi.

