Makale Türü: Araştırma / *Research Article*
Makale Geliş Tarihi: 13.02.2026
Makale Kabul Tarihi: 18.05.2026

DUYMAZ, Elif Nur (2026), Geçmişten Günümüze Evlilik Müessesesinin Popüler Kültür Bağlamında Değişimi *Tezkire Dergisi*. Yıl: 35 Sayı: 96. (213-222).

Geçmişten Günümüze Evlilik Müessesesinin Popüler Kültür Bağlamında Değişimi

The Effects of the Institution of Marriage from the Past to the Present within the Context of Popular Culture

Elif Nur DUYMAZ*

Özet

Evlilik müessesesi, bulunduğu toplumsal yapının kültürel kodlarıyla yeniden şekillenen en köklü kurumlardan biridir. Geleneksel toplumlarda evlilik, toplumsal bir sözleşmeyi ifade etmekte ve toplumların süreklilik sembolü olarak varlığını sürdürmektedir. Ancak günümüzde popüler kültürün etkisiyle evlilik müessesesi radikal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşümle beraber evlilik, sadece manevi birlikteliği temsil etmeyi bırakıp popüler kültürün oluşturduğu; estetik kaygıların, dijital onaylanma ihtiyacının, metalaşmış duyguların, tüketim pratiklerinin nesnesi ve gerçeğin ötesinde temsili haline gelmiştir. Bu durum, geçmişin idealinden günümüz popüler kültürüne doğru şekillenen evlilik olgusunun zeminini hazırlamıştır. Bu bağlamda bu çalışma; geçmişten günümüze evlilik müessesesinin popüler kültür bağlamında değişimini sosyolojik bir perspektifle incelemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması ve doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Makalenin konusuyla ilgili kaynaklardan makale, kitap ve lisansüstü tezlerden faydalanılmış elde edilen veriler sistematik bir biçimde tasnif edilerek bütünleştirilmiştir. Bulgular arasında ilişkilendirme yapılmış, yargılar oluşturulmuş ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Evlilik Müessesesi, Toplumsal Değerler, Sosyal Değişim

Abstract

The institution of marriage is one of the most deeply rooted institutions reshaped by the cultural codes of the social structure in which it exists. In traditional societies, marriage represents a social contract and continues to exist as a symbol of the continuity of societies. However, today, under the influence of popular culture, the institution of marriage has undergone a radical transformation process. With this transformation, marriage has ceased to represent only a spiritual union and has become an object and a representation beyond reality, shaped by popular culture; encompassing aesthetic concerns, the need for digital validation, commodified emotions, and consumption practices. This situation has laid the groundwork for the phenomenon of marriage, which has evolved from the ideal of the past to today's popular culture. In this context, this study aims to examine the change of the institution of marriage from past to present within the framework of popular culture from a sociological perspective. In this research, qualitative research methods of literature review and document analysis were used. Articles, books, and postgraduate theses related to the topic of the article were utilized, and the obtained data were systematically classified and integrated. Relationships were established among the findings, judgments were formed, and evaluations were made.

Keywords: Popular Culture, Institution of Marriage, Social Values, Social Change

* Sakarya Üniversitesi, SBE Sosyoloji Bölümü ABD, YL Öğrencisi, elif.duymaz1@ogr.sakarya.edu.tr, ORCID: 0009-0009-9302-7344

Kadim Kültürden Popüler Kültüre Evliliğin Kısa Bir Seyr-ü Seferi

Her birey bir kültürün içine doğmakta ve bulunduğu kültür bireyin doğumundan ölüm sonrası ritüellerine kadar yaşamını şekillendirmektedir. Bireylerin içine doğduğu kültür, öğrenilen bir süreç olmakla birlikte pasif bir döngüyü ifade etmemektedir. Her bireyin, bulunduğu kültürü algılayış ve uygulayış tarzı farklılık gösterirken; kültürün her toplumda aynı formda var olmasını beklemek doğru değildir. Bireyler ve davranışları bulunduğu toplumun kültürü tarafından belirli kalıplarla şekillenirken, aynı zamanda o kültürü de yeniden biçimlendirmektedir. Dolayısıyla birey bulunduğu kültürün kalıplarını yaşarken ya da aktarırken kendi özgün algısından sıyrılamayacağı için aslında öğretilen kültürü mutlak bir biçimde değil dönüştürerek aktarmaktadır. Erdoğan ve Alemdar (2010), öğretilen ile öğrenilen arasındaki ilişki mutlak olmadığı ve yeni buluşlar çıktığı için, kültürün sürekli değişiklik göstereceğini belirtmektedir.

İnsanın toplumsal bir varlık olması ve sosyal bir alanda yaşaması kültürün varlığını gerekli kılmaktadır. Anthony Giddens, kültürü, belirli bir grubun üyelerinin sahip oldukları değerler, izledikleri normlar ve yarattıkları maddi ürünler olarak tanımlamaktadır (Kanıpek, 2017). Toplumsal süreçlerle birlikte sürekli yeniden üretilen kültür, geçmişten günümüze kadar; sanayi devrimi, kentleşme ve küreselleşme gibi birçok unsurdan etkilenerek değişime uğramaktadır. Bu değişimin hızlanmasında ve yayılmasında kitle iletişim araçlarının gelişimi önemli rol üstlenmektedir. Günümüzde, kitle toplumunun da payı ile oluşan; geçmişin gelenekleri ve bugünün modernliği arasında sıkışan yeni bir kültür inşa edilmiştir. İnşa edilen yeni kültür, popüler kültür olarak adlandırılmıştır. Toplumun en küçük yapı birimi olan evlilik müessesesi de bu dönüşümden payına düşeni almıştır.

Türk kültüründe evlenme olgusu, başlangıcından bitişine kadar içerisinde birçok uygulama, inanç ve pratikler barındıran unsurlardan oluşmaktadır. Evlilik olgusunun aşamaları, devamlılığı veya bitme sebepleri bulunduğu toplumsal yapının kültüründen etkilenerek şekillenmektedir. Örneğin bazı toplumlarda evliliğe giden yolda kızın kaçırılması gerekirken bazı toplumlarda isteme, nişan, kına gibi adetler olmadan evliliğin inşası mümkün değildir. Her toplumda farklılık gösteren kültür olgusu; bireyin nasıl, kaç eşle, kiminle, nerede, kaç yaşında evlenebileceğine dair bazı gelenekler oluşturmaktadır. Bu bağlamda evlilik, toplumsal gelenek ve inanç kapsamında erkek ve kadın arasında toplumsal bir anlaşma niteliği taşımaktadır (Gökçe, 1978'den Aktaran: Kartal, 2023). Her toplum kendi yapısına uygun evlenme biçimlerini tercih ederken, yapısına aykırı düşecek olanları da önlemeye çalışmaktadır (Artun, 2011). Çünkü evlilik sadece iki birey arasında yaşanan bireysel bir süreç olmaktan ziyade toplumsal işlevleriyle de önem kazanan bir müesseseyi

ifade etmektedir. Evlilik olgusuyla "iyi günde kötü günde" eşlerin birbirlerinin yanında olmaları ve "bir yastıkta kocamaları" gibi temennilerde bulunularak toplumun bazı işlevlerini yerine getirmeleri beklenmektedir.

Günümüzde evlilik, yalnızca geleneksel normlar çerçevesinde şekillenen bir kurum olmaktan çıkmış ve popüler kültür aracılığıyla yeniden şekillenmiştir. Bu çalışmada, popüler kültürün aracı olan kitle iletişim unsurlarıyla evliliğin işlev ve pratiklerinde meydana gelen bazı dönüşümler incelemektedir. Bu bağlamda önce evlilik müessesesi daha sonra popüler kültür kavramı ele alınmakta ve son olarak geçmişten günümüze evlilik müessesesinin popüler kültür bağlamında değişimi sosyolojik açıdan incelenmektedir. Böylece hem kültürel değişim dinamikleri hem de evlilik kurumunun günümüzdeki inşa sürecinin ortaya konması planlanmaktadır.

Tarihsel Süreçte Popüler Kültürle Dönüşen Evlilik Pratikleri

Her kurum, toplumsal yapı içerisinde belirli işlevler üstlenerek toplumun sürekliliğini sağlamaktadır. Evlilik, bu kurumlardan biri olarak hem normların aktarılmasında hem de toplumsal düzenin üretiminde hayati bir önem taşımaktadır. Ancak bu kurum, tarihsel süreç içerisinde değişen ekonomik, kültürel ve ideolojik koşullarla ilişkili olarak sürekli değişime uğrayabilmektedir. Geleneksel toplumlarda, değişimin oluşması daha uzun sürse de günümüz toplumunda; modernleşme ve popüler kültürün araçları sayesinde bu durum giderek hızlanmaktadır.

Ailenin menşei hakkında sosyologlarca ileri sürülen cinsel içgüdü, mutlak cinsî serbestlik, insanlığın gelişimi sonucu ortaya çıkma ve insanlığın başlangıcından beri her zaman mevcudiyeti gibi görüşlerden hangisinin geçerli olduğu hususunda kesin karar kılınamamaktadır. Ancak onun, klan ailesinden günümüzün ailesine kadar çeşitli değişimlerle süregelen ve bireyi her gelişimiyle çevreleyen bir sosyal varlık olduğu bilinmektedir (Celkan, 1991). Biyolojik, psikolojik, ontolojik ve sosyolojik olmak üzere pek çok işlevi bulunan aile kurumu, evlilik sonucu oluşturulmaktadır. Günümüzde de vazgeçilmez bir sosyokültürel unsur olarak kabul edilen evlenme olgusunun her toplumda devam ettirilmesi kaçınılmazdır (Kunt, 2022'den Aktaran Derdiçok, 2023). Bu devamlılığın önemli nedenlerinden bazılarını evlilik olgusunun; toplumun varlığında, devamlılığında ve kültürün aktarımında aktif rol üstlenmesi oluşturmaktadır. Evlilik, yapısı gereği bireysel işlevselliğinin yanında toplumsal işlevlerini de bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle sadece kadın ve erkeğin yuva kurmasından çok daha fazlasını ifade etmektedir.

Aile, bireyin topluma uyum sağlamasında önemli bir fonksiyonu yerine getirmektedir. Topluma ait değer yargıları, dünya görüşleri, örf ve adetler,

aile aracılığıyla bireylere aktarılmaktadır (Kurtkan 1972'den Aktaran Kaya & Tuna, 2010). Fakat popüler kültürün küresel hegomanyası ailenin elinden bu aktarım sürecini almakta ve dönüştürmektedir. Günümüzde aile, toplumun geleneksel değerlerini aktaran kaynak olmaktan ziyade; popüler kültürün kitle iletişim araçlarıyla oluşturduğu yeni yaşam biçimlerinin birer uygulayıcısı rolünü almaktaktadır.

Evlilik Müessesinin Popüler Kültür Bağlamında Değişimi

Bir taş yerdeyken doğadır; insan taşı alıp bir hayvanı kovalamak için attığında, taş, amacını gerçekleştirmek için kullandığı doğal bir araç olur. Bu taşı alıp, yontup işleyip bir araç yaptığında, artık o taş, kültürel bir üründür. Bu ürünün yapılış/ifade biçimi ise kültürdür (Erdoğan & Alemdar, 2010). Kültür kavramının birçok farklı tanımı mevcuttur. En geniş anlamıyla Ziya Gökalp'e göre; "Bir kavmin vicdanında yaşayan kıymet hükümlerinin toplamına o kavmin kültürü denir." Bir diğer tanımında ise Gökalp; "Kültür yalnız bir milletin dinî, ahlâkî, aklî, estetik, lisanî, iktisadî ve fennî hayatlarının ahenkli bir bütünüdür" der (Celkan, 1991).

Kültür; toplumların tarihsel deneyimleri boyunca ürettikleri anlam sistemleri, inançlar, değerler, normlar ve sembollerin bütününü bünyesinde barındırmaktadır. Bireylerin düşünme biçimlerini ve sosyal ilişkilerini biçimlendiren kültür, toplumsal yaşamın düzenlenmesi ve devamlılığının sağlanması gibi bazı işlevlere sahiptir. Bu işlevlerin yerine getirilmesi amacıyla kültür kuşaktan kuşağa aktarılırken aynı zamanda yeniden üretimi de sağlanmaktadır. Bu nedenle değişmez, sabit ve tek tip kültür kavramından bahsetmek mümkün değildir. Kültür, mevcut olduğu toplum içindeki unsurlarla veya toplumların birbirleriyle etkileşimleriyle birlikte sürekli olarak değişime uğramaktadır. Kültürün üretimi, özellikle günümüzde kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapıldığından sürekli değişebilmekte ve popüler olana ulaşmak için bireyler maddi manevi ne gerekiyorsa düşünmeden verebilmektedir.

İlk olarak popüler kültür kavramına, Amerika'da, kitle kültürü, elit kültürle halk kültürünü açıklamak için gerçekleşen tartışmalarda rastlanmıştır (Coşgun, 2012'den Aktaran: Kanıpek, 2017). Kitle kültürü, geniş kitlelere yönelik üretilen ve medya araçlarıyla yayılan kültürel ürünleri ifade etmektedir. Bu kültürde bireyler pasif tüketici konumuna yerleştirilir ve üretim standartlaştırılır. Elit kültürü, toplumun üst statü gruplarına ait olduğu düşünülen sanat ve edebiyat gibi düşünsel üretim biçimlerini içermektedir. Halk kültürü ise belirli bir toplumun geleneksel yaşam pratiklerini içeren unsurlardan oluşmaktadır.

Kitle kültürü, halk kültürü ve elit kültürü modern toplumlarda birbirinden net sınırlarla ayrılmamaktadır. Günümüzde özellikle kitle kültürünün

etkisiyle üretilen popüler kültür hem elit hem de halk kültürünü içinde barındırarak yeniden üretilmektedir. Üretilen yeni kültür geniş kitlelere ulaşmaktadır. Kitle iletişim araçları, yüksek ve aşağı tabakalar arasındaki kültürel ilişkileri değiştirerek popüler grupları oluşturmaktadır. Bu kültür, yüksek kültür, folk inançları ve yöresel gelenekleri barındıran; politik ve ticari merkezlerde ortaya çıkmış pratiklerden oluşmaktadır (Kara, 1997: 87- 90'dan Aktaran: Artun, 2011).

Popüler kültürün üretimi, kültür endüstrisi aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Böylece liberal kapitalist düzenin itikadını oluşturan değerler üretilip bireylere aşılanmaktadır. Sinema, Müzik, Medya, İnternet, Spor gibi enstrümanlar aracılığıyla üretilen ikonlar, idoller, starlar vs. gibi taşeronlar üzerinden yeni ürünler ortaya konarak kitlelere sunulmaktadır (Aktay, 2020). Bireylerin, sunulan yeni kültürel öğeleri tüketmeleri için belirli bir dayanağının bulunması gerekmemektedir. Çünkü amaç sadece tüketimdir. Tüketici kültürün üretildiği yeri, kendi içindeki tutarlılığını ya da işlevini düşünmekten ziyade sadece varlığıyla yani görünürlüğüyle ilgilenmektedir.

Popüler kelimesinin günümüzde iki temel tanımı bulunmaktadır. Birinci tanımda yaygın, beğenilen ve tüketilen; ikinci tanımda ise halka ait, halkın yaptığı anlamları mevcuttur (Özbek, 2013'den Aktaran: Eroğlu & Karakoç, 2019). Günümüzde popüler kültür, "halk tarafından üretilen ve halka ait olan" anlamından giderek uzaklaşmış ve ticari bir meta olarak üretilen, piyasada pazarlanan ve her geçen gün daha fazla tüketilen "gündelik bir tüketim kültürü" şeklini almıştır (Kaya & Tuna, 2010). Ancak bu durumdan yola çıkarak popüler kültürün halktan tamamen bağımsız bir şekilde ortaya çıktığı söylenemez. Halk tarafından beğenilmeyen yani tüketilmeyen kültür öğesi geçerliliğini ve devamlılığını sürdüremez. Böylece popüler kültürde yer alan kültürel öğelerin en önemli şartlarından birinin tüketiminin yapılması olduğu görülmektedir.

Gündelik bir tüketim kültürü olan popüler kültürden evlilik kurumu da payına düşeni almıştır. Evlilik öncesi, sırası ve sonrasında yapılan uygulamalarda geleneksel kültürden uzaklaşılmış; popüler kültürün sınırları içerisinde yeni bir biçim oluşturulmuştur. Sürekli olarak değişen bu biçimlere uyum sağlayıp yetişebilmek adına bireylerin devamlı bir çaba halinde olması gerekliliği doğmuştur. Evlilik pratiklerini uygularken bireyler, sürekli değişme potansiyeli bulunan "popüler kültür" e ulaşma çabası içerisinde olmaktadır. Bu kültüre ulaşalamadığı zamanlarda ise rol yapmaya başvurmaktadır. Bu rollenme, yani "-mış" gibi davranma, bireyin gerçeklikle bağlarının kopmasına neden olabilmektedir. Böylece gerçeklik zemininden uzak temsili bir kültür oluşmakta ve bireyler bu kültüre ulaşmayı, bir mutluluk ya da başarı ölçütü olarak görmeye başlamaktadır. Kanıpek (2017), popüler kültürün anlık mut-

luluklar yaratarak uzun süreli kültürel değerlerin sorgulanmaya başlamasına neden olduğunu belirtmektedir. Evlilik ve aile kurumu gibi unsurlar popüler kültürün metalaştırmasıyla değersiz hale getirilerek gelecek nesillere değersiz, anlamsız kültürel aktarım yapılmasına neden olmaktadır.

Geleneksel kültürel değerlerin günümüzde sorgulanmaya başladığı ve yerini popüler kültürün öğelerinin aldığı görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının da etkisiyle oluşturulan popüler kültür; evlilik öncesinde, sırasında ve sonrasındaki uygulamalarda kendisini göstermektedir. Böylece toplumların yerel gelenek ve göreneklerinden sıyrılmasının zemini hazırlanmaktadır. Toplumlar artık, evlilik olgusunun gerçekliğine değil; temsiline odaklanarak, evlilik pratiklerini yerine getirmektedir. Bu durumda evlilik olgusu gerçekliğin ötesinde oluşturulan temsili bir durum olmanın ötesine gidememektedir.

Geçmişten Günümüze Evlilik Müessesinin Popüler Kültür Bağlamında Değişimi

İnsanın en belirgin özelliklerinden biri aile ile başlayan topluluk hayatıdır. Toplu halde yaşamanın somut şekli sosyal realite, yani toplum olarak karşımıza çıkar. Toplum, antropologlara göre kültürel bir varlıktır ve var olduğu yerde kültürü de beraberinde getirir. Yani kültür toplum hayatının ürünüdür (Celkan, 1991). Geleneksel toplumlarda ailenin oluşumu genel olarak evlilik yoluyla mümkündür. Evlilik, bireyin yeni bir döneme girmesi olarak görülmektedir. Bu yeni dönem toplumun temel taşı olan ailenin başlangıç adımıdır.

Fransız sosyolog Emile Durkheim aileyi, "aralarında kan bağı bulunan ya da aynı soydan geldiklerine inanan fertlerden oluşan sosyal varlıktır", diye ifade etmektedir (Celkan, 1991). Evliliğin sosyal, psikolojik ve inanç boyutları açısından birçok yönüyle amaçları bulunmaktadır (Kartal, 2023). Evlilik kurumu, insanlık tarihinin en köklü kurumlarından biri olarak yüzyıllar boyunca; toplumsal düzenin ve soyun devamlılığının teminatı olarak kabul edilmiştir. Günümüzde ise geleneksel kalıplarından sıyrılarak kişisel özgürlüklerin ve eşitlikçi değelerin şekillendirdiği yeni bir kimlik üstlenmiştir. Bu yeni, kimlik sanayileşme ve dijital çağın getirdiği popüler kültürle evliliği; sürekli değişen toplumsal normlara uyum sağlayan bir organizma haline getirmiştir. Popüler kültür, üstlendiği rol gereği mutluluğu; anlık hazlar, görünürlük ve maddi başarı üzerinden tanımlayarak aile bağlarını çözmektedir. Günümüzde bireysel özgürlük mutlak değer haline gelmekte, aile kurumunun ve evliliğin ifade ettiği anlam dönüşüme uğramaktadır.

Bu dönüşüme etki eden unsurlardan bazıları; sanayileşme, kentleşme, AB'ne uyum süreci, göç, turizm, seyahat, haberleşme ağları ile bireysel etkilenmelerdir. Bu unsurların da etkisiyle günümüzde evlilik yaşı yükselmekte,

evlilik kararında ebeveyn etkisi azalmakta, eşitlikçi karı koca ilişkileri yaygınlaşmakta, romantizm yükselmekte, çocuk istemeyenler ya da en fazla iki çocuğu yeterli görenler çoğalmakta, biraz geç yaşlarda çocuk sahibi olmak istenmekte, boşanmalar artmaktadır (Amman, 2010). Bu dönüşümün çıktıları, özellikle Türk ailelerin gelenek yapısıyla uyuşmamaktadır. Ancak popüler kültürün bir tezahürü olduklarından, bireyler geleneksel olan pratiklerden ve ideallerden uzaklaşarak modern olan pratiklere doğru yönelmeye başlamıştır.

Günümüzde, Türk aile yapısının geleneksel özelliklerini tamamen kaybettiğini söylemek de pek doğru bir çıkarım değildir. Çobanoğlu (2020), çalışmasında tarihsel süreç içinde Türk aile yapısında meydana gelen değişim ve dönüşümleri inceleyerek; yakın gelecekte (10 yıl) gerçekleşmesi mümkün gelişmeleri sıralamaktadır. Bu gelişmelerden bazıları şunlardır;

- Tek ebeveynli aile sayısı artacak.
- Nikâhsız yaşam ve evlilik dışı çocuk sayısı artış gösterecek.
- Geniş aile ve çekirdek aile tipi daha da azalacak.
- Aile içinde cinsiyete dayalı iş bölümü azalacak.
- Eşcinsel evlilik söylemleri artacak.
- Aile ve akrabalar arası iletişim dijitalleşecek.
- Doğum oranları azalacak.
- Kadınların eğitim düzeyi erkekleri geçecek.
- Çalışan annelerin sayısı artacağı için kreş ve bakıcı hizmetlerine rağbet artacak.

Kültür endüstrisinin ürettiği pratikler, Çobanoğlu'nun bahsettiği dönüşümlerin gerçekleşmesine hizmet eden; yeni ve güncel idealleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu idealler; özgürleşme, bireyselleşme, kendini bulma gibi söylemlerle varlığını idame ettirmektedir. Tüm bireyselleştirici, özgürleştirici vurgu ve vaadi olan felsefeler, psikoloji ekolleri aslında tüketim kültürüne iyi bir müşteri kazandırma işlevi görmektedir. Dünyanın pek çok ülkesinde modernleştirici birçok ideolojik aygıt bu konuda işlev görmektedir (Aktay, 2020).

Frankfurt Okulu, popüler kültürü insanları güdüp yönetme anlayışı olarak tanımlamakta ve bu durumun kültür endüstrisi tarafından gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Adorno'nun öncülüğünde okul, sistem içerisinde metalaşmış kültür endüstrisi ürünleriyle insanların kültürel aptallara dönüştürüldüğü düşüncesiyle hareket etmektedir (Kanıpek, 2017). Marksist anlayışa göre üretim araçlarını elinde tutan sınıf, ekonomik gücü de elinde bulundurmakta, bu gücünü kaybetmemek için de kültür unsurunu kullanabilmekte-

dir. Ekonomik gücü elinde bulunduran taraf, kültüre ve kitle iletişim araçlarına da hâkim olabilmektedir (Kellner, 2016'dan Aktaran: Kanıpek, 2017). Dolayısıyla, popüler kültürün inşası belirli bir sınıf tarafından ticari amaçlar doğrultusunda oluşturulmaktadır. Bu sınıf varlığını devam ettirebilmek ve gücünü koruyabilmek adına sürekli yeni bir tüketim unsuru inşa etmektedir.

Çeşitli evlenme uygulamaların sürdürülebilirliği onun ticarî amaçlarla kullanılabilmesine neden olmaktadır. "Düğün paketi" , "kına paketi" gibi belirli konseptler altında toplanmış ve bir bütün hâlinde sunulan (evlilik teklifi, bekârlığa veda gecesi gibi) paket yapılar, geleneğin yapısını bozmakla birlikte uygulamanın neredeyse tek tipleşmesine de neden olmaktadır (Derdiçok, 2023). Günümüzde; evlenme yaşı, eş seçimi, evlenme biçimleri gibi unsurlar popüler kültürün ürettiği kültürel öğelerle yeni bir form almaktadır. Böylece evlilik teklifi, gelin alma, dans arkadaşları, (nişan/kına/düğün) çekim mekanları, müzik tarzı gibi evlilik uygulamaları yeniden şekillenmekte ve tek tipleşmektedir.

Standartlaşan popüler kültür ürünlerinin kullanım değeri, bireylerin doğal veya hayati bir ihtiyacına cevap vermez. Daha çok endüstri tarafından yaratılan hayali ihtiyaçlara cevap vererek tüketicilerin haz almalarına yardım eder (Korkmaz ve Yaylagül, 2008'den Aktaran Eroğlu & Karakoç, 2019). Bu nedenle günümüzde popüler kültür belli bir yerel topluluğun ürünü olmaktan çıkıp yerelin yaşam ilişkisini de içermeyen popüler bir unsur haline gelmiştir. Herkesin olmasa bile kitleleri içerine çekmesinden dolayı çoğunluğundur (Kara, 1997'den Aktaran: Artun, 2011).

Popüler kültürün en önemli özelliği Adorno'nun (2003) deyimiyle "eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikle birleştirip" satmasıdır. Kültür endüstrisinde, bildiğimiz kültürü alıp yeniymiş gibi çeşitli ikna tekniklerini kullanarak izleyicilere satma çabası sergilenmektedir Toplumda tüketilebilecek başka bir şey bırakmayan endüstri, artık evlilik ve aile kurumlarını da metalaştırmaya başlamıştır. (Kanıpek, 2017). Artık bu metalaştırma bireyleri, ailenin gerçekliğinden ziyade nasıl göründüğüne (temsiline) odaklanmaya yönlendirmiştir. Aile fenomeninin inşasının yeniden oluşturulması; evlilik ve aile olgusunun gerçeğin ötesinde bir kimlik kazanmasına neden olmuştur.

Gerçek-ötesi (Hyperreality) "Hyper" aşırı, üstünde, ötesinde anlamına gelmektedir. Hyper-reality ise, gerçek-üstü veya gerçek-ötesi demektir. Buadrillard'a göre (1994:2) hiper-gerçek artık taklit, kopyalama (duplication) veya parodi değildir. Gerçeğin yerine "gerçeğin göstergesinin/işaretinin" konmasıdır. Sanal-gerçekte "miş gibi" (temsil) olmaktayken; hiper-gerçekte, temsil (sanal olan) sadece gerçeğin yerini almamakta; gerçek silinmekte veya gizlenmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2010). İnşa edilen yeni gerçekliğin bireylerin hür iradesiyle kendileri tarafından inşa edildiği pek söylenemez.

Çoğunlukla maddi kaygılardan dolayı popüler kültürü inşa eden kitle tarafından üretilmektedir. Bu durumun, yani kültürün oluşumunda belirli bir sınıfın yönlendirmesi bulunmaktadır. Ancak bireylerin söz hakkının tamamen elinden alındığını belirtmek de pek doğru değildir. Çünkü halk tarafından kabul edilmeyen ve tüketilmeyen kültür ne popüler kültürde yerini bulabilir ne de devamlılığını sağlayabilir.

Sonuç ve Öneriler

Evlilik müessesesi, popüler kültürün etkisiyle birlikte kutsallığını yitirmemiş ancak biçim değiştirmiştir. Oluşan yeni evlilik biçimin en önemli kurucularından biri kültür endüstrisidir. Kültür endüstrisi öğelerinin etkisiyle evlilik, yeniden şekillenen bir obje haline gelmiştir. Bu obje, adeta bir ürün gibi dijital alanlarda sergilenmekte ve varlığını kanıtlamak amacıyla sosyal medyanın onayına ihtiyaç duymaktadır. Sosyal medyada kabul görmek uğruna evlilik sürecinde birçok farklı pratiklere yer verilmektedir. Bunlardan bazıları iki taraf için de hiçbir anlam ifade etmemesine rağmen sadece gerçekleştirmiş ve sunmuş olmak için yapılabilmektedir.

Günümüzde evlilikte, mahremiyet alanının sınırları dışına çıkılmakta ve evliliğin gerçekliğinden ziyade temsiline yani nasıl göründüğüne odaklanılmaktadır. Bireyler evliliğin daha kaliteli versiyonu için olmasa da daha iyi görünümü için en iyi temsiline layık olduklarını düşünmektedir. Bu düşünce dizi, film ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçlarıyla da desteklenmektedir. Örneğin, eskiden aile içinde kutlanan gebelik süreci "baby shower" gibi etkinliklerle kutlanmaktadır. En küçük ayrıntısına kadar planlanan bu kutlamalar özel mekanlar ve birçok süsleme eşliğinde yapılmaktadır. Türk geleneklerinde "bebek görme" olarak mevcut olan ve zamanla "baby shower" a evrilen kutlamalarla birlikte odak bebeğin gelişinin kutlamasından ziyade ailenin statüsünün ortaya konmasıdır.

Kültür endüstrisi aracılığıyla sürekli yeniden oluşturulan evlilik idealinin popüler kültür bağlamında incelenerek ortaya konması aile kurumunun geleceği için önem arz etmektedir. Bu nedenle geleneksel anlamını kaybetmeye yüz tutmuş evlilik kurumunun dönüşümünün incelenmesi ve içi boşalan pratiklerin uygulanmasındaki temel nedenlerin araştırılması gerekmektedir. Yapılan araştırma sonucunda ortaya çıkan sonuçlardan yola çıkarak yine bireyler bilinçlendirilebilir. Bu bilinçlendirme yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşları yoluyla yapılacağı gibi popüler kültürün araçlarıyla da yapılabilir.

"Mükemmel evlilik" veya "mükemmel aile" gibi kavramların sadece birer temsil ve kurgu olarak gerçekliğin yerini aldığı gibi konular verilen eğitimler, kamu spotları veya dijital medya üzerinden vurgulanmalıdır. Popüler

kültürün oluşturduğu yeni pratiklerin (baby shower, cinsiyet partileri, bekarlığa veda gibi) temsil ettiği değerler sorgulanmalıdır. Burada amaç popüler kültürün tamamına karşı çıkmak yerine içi boşaltılmış ve yıkıcı etkilerini en alt düzeye indirgemektir.

Sonuç olarak, popüler kültürün inşasıyla evlilik müessesesi yok olmamış ancak daha kırılgan bir hal almıştır. Geleneksel toplumlarda evlilik olgusu aileler arası bir bağ kurmayı ifade ederken, bugün iki taraf için de fayda sağlamayı ifade etmektedir. Düğün endüstrisi, sosyal medya görselliği ve mükemmel çift temsili, evliliği satın alınabilir bir prestij nesnesi haline getirmiştir. Bu durum evliliğin, artık toplumsal işlevini yerine getiren unsur olmanın ötesinde kişisel bir proje olarak varlığını korumasına neden olmaktadır.

Kaynakça

Aktay, A. (2020, Aralık). Kültür Endüstrisinin Tüketim Toplumu İnşa Çabası. *Sosyoloji Divanı, 8*(16).

Amman, M. T. (2010). Aile ve Eğitim. *Türkiye'de Ailenin Açık ve Örtük Sekülerleşmesinin Sosyolojik Analizi*. İstanbul.

Artun, E. (2011). *Türk Halkbilimi* (7 b.). Adana: Karahan Kitabevi.

Celkan, H. Y. (1991, Mart). Beşeri Kültürün Temel Öğesi Aile. *Aile ve Toplum, 1*(1).

Çobanoğlu, A. (2020, Aralık). Türk Aile Yapısında ve Kültüründe Yakın Gelecekte Önem Kazanacağı Öngörülen Değişimler. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4*(2), 68-80.

Derdiçok, N. S. (2023). Paketleşen Bir Gelenek: Kent Ortamında Evlenme İle İlgili Uygulamalar. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 3*(1), 57-81.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram* (3 b.). Ankara: Erk Yayınları.

Eroğlu, E., & Karakoç, E. (2019). Popüler Kültür Ürünü Olarak Evlilik Programları. *Uluslarası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5*(1), 158-181.

Kanıpek, K. (2017, Ekim). Evlilik Programlarında Kültürel Değerler: 'Evleneceksen Gel' Programında Evlilik ve Aile Temsili. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10*(52).

Kartal, A. (2023). Türkiye'de Evlilik ve Evlenme Kültürü: Geleneksel Normlara Halkbilim Perspektifinden Bir Bakış. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 36*, 730-753.

Kaya, K., & Tuna, M. (2010, Mayıs). Popüler Kültürün İlköğretim Çağındaki Çocukların Aile İçi İlişkileri Üzerine Etkisi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*(21), 237-256.