CYPRUS INTERNATIONAL UNIVERSITY
ULUSLARARASI KIBRIS ÜNİVERSİTESİ

DOI: 10.22559/folkloredebiyat.2017.46

folklor/edebiyat, cilt:23, sayı:91, 2017/3

GELENEKSEL ÇÖPÇATANLIK KURUMUNUN GÜNÜMÜZ SOSYAL MEDYASINA EVRİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME *

Aslı Büyükokutan TÖRET**

1. Giriş

Kentleşme, küreselleşme ve teknoloji üçgeni ile yakından ilişkili olan insan ve hayat modeli sürekli değişimi ve yeniliği gerektirmektedir. Bu bağlamda, gerek geleneklerin gerekse geleneğin icra edildiği mekânların insanlar tarafından yaratıldığı ve insanların zaman içinde bunları çeşitli tarzlarda şekillendirip değiştirdiği olgusunu görmezden gelemeyiz (Bates 2013: 50). Bir diğer ifadeyle, gelenekleri, "insanların eskiden yeniye değişen birçok yönünü kapsayan" (Glassie 2002: 17) kültürel verimler olarak gördüğümüzde gelenek ile birey arasındaki ilişki daha iyi anlaşılacaktır. Gelenekler, tıpkı bireyler gibi, teknolojideki baş döndürücü değişmeye kayıtsız kalamazlar. Her kuşakta değişen kültürel çevre ve özellikle kültürün teknolojik yönü, toplumdaki sosyal örgütlenme ve ideolojik yapının değişmesine sebep olmaktadır (Ekici 2004: 20). Söz konusu teknolojik değişiminin takip edilebileceği kitle iletişim araçları arasında internet ve televizyon ilk sıralarda yer almaktadır. Internet Security Systems'in IBM şirketi rapo-

** Bu makale, Motif Vakfı tarafından düzenlenen "Halk Kültüründe Aile Uluslararası Sempozyumu"nda (25-27 Mart 2016 Edirne) sunulan bildirinin genişletilmiş ve düzenlenmiş hâlidir.*

*** Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Balıkesir / Türkiye, abuyukokutan@hotmail.com.*

runa göre, 2006 yılından 2007'ye kadar dünya genelinde çöpçatan siteleri yüzde 16,4 oranında artmıştır.* Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2015 yılı verilerine göre, bireylerin internet kullanım oranı % 55,9'dur. Mevcut çöpçatan sitelerine üye sayısının yedi milyona ulaştığı bilgilerini göz önünde bulundurursak, Türkiye'de internet kullanıcılarının % 20'ye yakınının internet üzerinden görüştüğünü, tanıştığını, evlendiğini ya da buna teşebbüs ettiğini söylemek mümkündür. Bunun yanı sıra hanelerde % 97,7 oranında bulunan televizyonlarda (uydu yayını ve kablo TV dâhil) hafta içi her gün yayınlanan "Esra Erol'da" adlı evlenme programının, günlük izlenme oranı birçok televizyon programın önündedir.[2]** Teknolojinin bireyin hayatına bu denli girmesi, Walter J. Ong'un (2003: 23-24) ifade ettiği üzere, kültürel ürünler üzerinde dönüştürücü bir etki yaratmakta ve onlara yeni bir şekil kazandırmakta, dolayısıyla yeni bir sözlü kültür dönemi ortaya çıkmaktadır. Sözlü kültür ürünlerini, yeni görünüm ve dönüşümleriyle elektronik kültür ortamı içerisinde takip edebilmemiz açısından internet ve televizyon halk bilimi çalışmaları için de önemli bir veri kaynağıdır.

Geleneğin, teknolojik ve kentsel unsurlara ayak uyduran, değişmelere izin veren bir yapıya sahip olduğunu göstermesi açısından, Türkiye'de yaygın olarak görülen geleneksel evlenme modellerinde, aracılık etme işlevini üstlenen çöpçatanlık kurumunun, günümüz sosyal medyasına taşınması dikkat çekicidir. Hayatın ikinci önemli geçiş dönemi olan evlenme ve bu sürece geçiş aşamasına destek olan çöpçatanların yeni görünüm ve dönüşümlerle karşımıza çıkmasının temelinde toplumun çekirdeğini oluşturacak olan aile kurumunun kurulacak olması yatmaktadır. Toplumun geleceği açısından oldukça önemli olan bu kurum, kadın ve erkeğin sosyalleşme süreçlerinin önemli bir parçası olmanın yanında, aileler arasındaki dayanışmayı, toplumsal ve ekonomik ilişkiyi belirlemesi ve düzenlemesi açılarından tüm toplumlarda önemli bir yer işgal etmektedir. Sağlam temeller üzerine kurulmuş olan bir ailenin toplumu olumlu yönde etkileyeceği ve sağlıklı nesiller yetiştireceği düşüncesindeki ortaklık evlenme olayına evrensel bir karakter kazandırmıştır. "Sanal ve dijital çağ"da (Özdemir 2008: 208) Türkiye'de çöpçatanlık geleneği, yeni görünüm ve yaratımlarıyla karşımıza çıkmaktadır. Nitekim çalışmamızın çatısını oluşturacak olan, geleneksel sosyal mekânların televizyon ekranları ve sanal ortamdaki yeni versiyonlarında, geleneksel çöpçatanlık kurumunun yeni görünüm ve dönüşümlerinin ne olduğu, evlenme ve aile olma yolunda sağlam adımlarla ilerlemek adına sosyal medya ortamında gerçekleştirilen iletişimin halk bilimi açısından ne şekilde değerlendirileceği soruları bu noktada karşımıza çıkmaktadır.

Teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde, televizyon ekranlarında ya da "bilgisunar ortamında eşzamanlı olarak yazışarak konuşma" (Türkçe Sözlük 2012) şeklinde tanımlanan "çet"te evlilik amacıyla tanışma, evlenme model, aşama ve uygulamalarında yeni bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel çöpçatanlık kurumu temsilcilerinin, birbirlerine uygun gördükleri çiftlerin tanıştırılması ve olumlu olduğu takdirde evlilik hazırlıklarının başlaması esasına dayanan geleneksel evlenme modelinden, kitle iletişim araçları vasıtasıyla, bireylerin belirlemiş oldukları kriterler doğrultusunda eş adayları ile tanıştırılması temelli evlenme modeline geçişte işlev aynı ancak bağlam farklıdır.

*http://www.habera.com/haber/Dunyadaki-copcatan-sitelerinin-sayisi-hizla-artiyor/24177 (11. 03. 2016).
**"Esra Erol'da" evlenme programı ile diğer programların günlük izlenme oranlarının karşılaştırılması açısından bk. http://www.medyatava.com/rating (11. 03. 2016).

Evlenme model, aşama ve uygulamalarındaki bu dönüşümün sebebi, tarihsel akış içinde her dönemin, genel karakteristik özelliklerini belirleyen koşullarla bağlantılı olarak, bireylerin ihtiyaçlarında meydana gelen değişimdir. Çalışmamızın amacı da bu değişim, dönüşüm sürecine ait kodları tespit etmek, halk bilimi açısından bu süreci değerlendirmektir. Mahalleden tanıdık erkeklerle kadınların evlenmelerine vesile olan çöpçatanların, sosyal medya ortamında oluşturulan zeminlerde hiç tanımadıkları erkeklerle kadınların bir araya gelmelerini sağlamaları, bireylerin karşı cinsle tanışarak bu geçiş sürecini aşma çabalarına destek olmanın yanı sıra kültürün korunması ve aktarılması, toplumsal düzenin devam etmesine hizmet etmesi bakımından işlevsel olan bu çalışmanın, aile ile ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma, sosyal medya ortamına aktarılan geleneksel bir sosyal mekânda soru sormaksızın yapılan gözlemlere dayanmaktadır. 2000 yılından beri faaliyet gösteren beş milyonun üzerinde üyesi bulunan www.siberalem.com adlı online arkadaşlık sitesi, www.evlilikmerkezi.com, www.ecift.com, www.pembepanjur.com, www.islamievlilik.com, www.zevac.merihnet.com adlı İslami ve seküler evlilik sitelerindeki yazışmalar ile dokuz sezondan beri televizyon ekranlarında canlı olarak yayınlanan "Esra Erol'da" adlı evlenme programından elde edilen veriler literatür eşliğinde yorumlanmıştır. Böylece sosyal medyanın geleneksel evlenme model, aşama ve uygulamalarını ne şekilde etkilediği sorusuna da cevap aranmıştır. Söz konusu internet sitelerinden alınan yazışmalardaki anlatım bozuklukları, yazım ve noktalama hatalarına mümkün olduğunca az müdahale edilmiştir. Metin içinde vurgulanmak istenen yerler tarafımızca tırnak içinde ve italik olarak gösterilmiştir. Bahsi geçen çöpçatanlık sitelerine üye olan ve paylaşımlarda bulunan, internet terminolojisiyle "giren" kişiler ile adı geçen evlenme programına katılanların "profillerine" bakıldığında her meslek grubundan insanları görmek mümkündür.

2. Sosyal Medyadaki Çöpçatanlık Kurumları

İnternet kullanan bireylerin çevirimiçi bir araya gelerek, eşzamanlı yazışarak konuştukları, internet diliyle, "çetleştikleri" (Karaboğa 2008: 43) ya da televizyon ekranlarında tanışıp uygun gördükleri takdirde evlenme amacıyla iletişim ve aktarımda bulundukları mekânlar, yeni bir evlenme modelinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Teknolojinin imkânlarıyla ortaya çıkan "sohbet ortamı" ve "stüdyo ortamı" olarak adlandırılabilecek söz konusu sanal mekânların işlevlerini ve gelenek içerisindeki yerini daha iyi anlayabilmek için öncelikle yapı ve işleyiş özelliklerinden bahsetmek gerekmektedir.

2.1. Çöpçatanlık (Online Arkadaşlık) Siteleri

Teknoloji, geleneksel çöpçatanlık kurumunu, internet üzerinden sanal ortamda yeni görünümüyle karşımıza çıkarmaktadır. Online arkadaşlık siteleri hakkında, Akşam Gazetesi tarafından yazılan, *"Falancanın güzel kızıyla filancanın mühendis oğlunun arasını yapan akraba ya da komşu çöpçatanlar devri bitti bitecek. Modern dünyada özellikle de internet kullanımının giderek yaygınlaşmasıyla sosyal hayatımız da alışkanlıklarımız da kökten değişti. Hal böyle olunca online arkadaşlık siteleri de giderek daha cazip hale geldi"*[*] şeklindeki cümleler konuyu en iyi şekilde ifade etmektedir.

*Gazete yazısının tamamı için bk. http://www.aksam.com.tr/cumartesi/sanal-alemin-iliski-haritasi-istanbul-evlilik-izmir-guzellik-ariyor/haber-489510 (11. 03. 2016).

2000 yılından beri faaliyet gösteren, *"Türkiye'nin internetteki ilk, en büyük ve güvenilir arkadaşlık platformu"* olarak nitelenen "siberalem.com" adlı sitesinin veri tabanından çıkan istatistikler, çöpçatanlık kurumunun sanal ortamdaki seyrini görmemize imkân sağlamaktadır. Bu yıl 15 yaşına giren ve bu 15 yıl içinde 18 milyon kişiyi ağırladığı belirtilen sitenin genel müdürü Ayşe Gözde Ekmekçi'nin yaptığı açıklamaya göre, *"Siberalem'in aktif kullanıcı sayısı 1,2 milyona ulaşmıştır. Bunun yanı sıra her ay 63 milyon kez arama yapılmakta, 100 milyon mesaj gönderilmekte, 300 bin yeni fotoğraf eklenmekte, 55 milyon kez de göz kırpılmaktadır. Üyelerin % 68'i* İstanbul, Ankara ve İzmir'de yaşamaktadır."*

Siberalem, aktif üyelerinin profillerinde yer verdikleri bilgilerden yola çıkarak şu tespitlerde bulunmaktadır: *"İstanbul'da evlilik ve uzun ilişki arayan erkeklerin sayısı oldukça fazla. Ankaralılar tercihlerini eğitimli ve iyi bir mesleğe sahip kişilerden yana kullanıyor. İzmir, ilişki profilinde fiziksel özelliklere daha çok önem veriyor. Bursa, fotoğraf yükleme konusunda en cesaretli şehir. Balıkesir, evlilik arayan erkeklerin en çok olduğu şehirlerden. Trabzon, aradığı kişinin tuttuğu takıma bakıyor"*.** Bu istatistiksel veriler aynı zamanda Türkiye'nin sanal ilişki tercihleri hakkında bilgi sahibi olmamıza imkân sağlamaktadır.

2009 yılının Haziran ayından beri aktif olan, *"Türkiye'nin ilk ve tek bilimsel evlilik sitesi"* olduğu belirtilen "evlilikmerkezi.com" adresli sitenin temel misyonu, *"İnternette kişisel hayata saygılı, seçkin ve güvenli bir platformda, 18 yaşın üzerinde, evlenmek isteyen bekâr kişileri kriter ve karakterlerine göre bir araya getirerek, sosyal ortamlarına alternatif bir imkân sağlamaktır"*. Sitenin bugün toplam 756.000'e ulaşan üyesi bulunmaktadır (www.evlilikmerkezi.com).

Türkiye'de, benzer amaçlarla kurulmuş örneklerini arttırabileceğimiz yüzden fazla çöpçatanlık sitesinin varlığı ve bu sitelere kayıtlı üye sayısının her geçen gün artması, günümüzde kadın ve erkeklerin evlenecekleri eş adayını ararken, interneti sanal çöpçatan olarak aktif şekilde kullanmaya başladıklarını göstermektedir: *"Kalbimde ailesine kayıtlı üye sayısı 3019183'tür. Siteye bugün 1042 kişi kayıt olmuştur. Şu an sitede 2058 online üye bulunmaktadır"* (www.kalbimde.com).

Evlenmek isteyen kişilerin, ilk olarak internet üzerinden sanal ortamda sayıları yüzü aşan evlilik, çöpçatanlık, arkadaşlık, sevgili ya da eş bulma sitelerinden birini seçerek, elektronik posta adresini girmeleri, şifre belirleyerek ilgili siteye üye olmaları gerekmektedir. Ardından yaş, boy, kilo, saç rengi, meslek gibi kendi bilgilerini belirttikten sonra benzer şekilde eş olarak düşündükleri kadın ya da erkeğin özelliklerini de yazarak profillerini oluşturmaları ve "evlenmek istiyorum" hanesini tıklamaları, evlenebilecekleri adaylara ulaşmaları yolunda ilk adımlardır. Böylece bireyler yerlerinden dahi kalkmadan birçok kişinin profilini inceleyerek ön elemeyi bilgisayar başında yapabilmektedir. Ayrıca birinin profilinde, sorulara verdiği cevaplardan onun hakkında çocukluk kahraman-

*Akşam Gazetesi yazarı Arzu Akyol'un, Siberalem arkadaşlık sitesi genel müdürü Ayşe Gözde Ekmekçi ile yaptığı röportaj için bk. http://www.aksam.com.tr/cumartesi/sanal-alemin-iliski-haritasi-istanbul-evlilik-izmir-guzellik-ariyor/haber-489510 (11. 03. 2016).

**Siberalem'in veri tabanından çıkan diğer istatistiki bilgiler için bk. http://www.aksam.com.tr/cumartesi/sanal-alemin-iliski-haritasi-istanbul-evlilik-izmir-guzellik-ariyor/haber-489510 (11. 03. 2016).

larından, nefret ettiği yönetmene kadar pek çok bilgiye hızlıca ulaşabilmektedir. Mesajlaşmalar, bireylerin daha tanışmadan birbirleri hakkında birçok bilgiye sahip olmalarını sağlamaktadır.

Çöpçatanlık sitelerine üye olmak isteyen kişilerin onaylamaları gereken üyelik sözleşmesi metninde, oluşturdukları profilde doğru bilgiler vermeleri gerektiği aksi takdirde üyeliklerine son verilebileceği belirtilmektedir. Bu tip sitelerde her ne kadar haftanın yedi günü ulaşılabilir deneyimli bir müşteri ilişkileri departmanı bulunsa da verilen bilgilerin güvenilirliğini, doğruluğunu sistem kendi özelliğinden kaynaklı olarak sınayacak yeterliliğe sahip değildir. Öyle ki bu zeminlerde kimlik değiştirerek konuşmak da mümkündür. Kişisel güvenlik konusunda site yöneticileri, tüm üyelerine kişisel bilgilerini verirken temkinli olmalarını, fotoğraf istemelerini, özellikle ilk buluşmalarda ihtiyatlı davranmalarını tavsiye etmektedir.

2.2. **Seküler Evlilik Siteleri**

İnternet üzerindeki sayıları her geçen gün artan "Seküler Evlilik Siteleri" incelendiğinde, ortak amaçlarının, *"Yoğun kent ve iş hayatının koşuşturması içinde uygun biriyle tanışma fırsatı bulamayanları, ideal eşlerini bulmak için internet çatısı altında bir araya getirmek"* olduğu görülmektedir. Aynı amaçla 2009 yılında kurulan bilimsel kişilik analiz testleri ile üyelerini birbirine eşleyen "ecift.com" adresli internet sitesine, her gün 4 bin civarında üyenin katıldığı, ilk iki yılda 30'dan fazla çiftin "muradına erdiği", üyelerinin yüzde 85'inin doktor, mühendis, avukat, bankacı, işletmeci ve yöneticilerden oluştuğu ifade edilmektedir.* 2010'da aktif hâle gelen, 3.370.000 üyesi bulunan "pembepanjur.com" adlı internet sitesi editörü, üyeleri arasından ilk bir yılda 500'e yakın çiftten birliktelik, evlilik ya da nişan haberleri geldiğinin altını çizmekte, yeni mutlu çiftlerin hikâyelerini okumak için sabırsızlandıklarını belirtmektedir (www.pembepanjur.com).

"Seküler Evlilik Siteleri"nde sohbet odalarına girebilmek için bireylerin, amaçları doğrultusunda (evlilik, çöpçatanlık, arkadaşlık, sevgili ya da eş bulma) sitelerden birini seçip, elektronik posta adreslerini girmeleri ve üye olmaları gerekmektedir. Ardından kendilerinin, doğum tarihi, boy, vücut yapısı, medeni durumu, mesleği, hobileri ve ilgi alanları hakkında bilgi vermeleri istenmekte, bu bilgilerin *"profillerine özel bir hava katacağı ve doğru insanı bulma şanslarını arttıracağı"* ifade edilmektedir. Son olarak, istedikleri kadın ya da erkeğin özelliklerini işaretledikten sonra kişisel profillerinin büyük kısmı oluşturulmaktadır. İsteyen kişiler daha sonra kişisel bilgileri hakkında detaylı açıklamalarda bulunarak profilini tamamlayabilmektedir. *"Evlenmek istiyorum"* hanesini tıklayan adaylar, sohbet odalarına giren, eş adaylarıyla yazışarak ya da görüntülü olarak sohbete başlamaktadır.

Üye olunan evlilik sitelerinin başlangıçta bireylere verdiği "kullanıcı kodu" daha sonra istenilen takma adlar (nickname) ile değiştirilebilmektedir. Söz konusu takma adlar, karşı cinsi etkilemenin ilk yolu olarak algılandıkları için özenle seçilmektedir. Yine istenildiği takdirde, profile fotoğraf eklenebilmekte, sohbetin diğer günler de devam edebilmesi için karşılıklı elektronik posta adresleri ve telefon numaraları verilebilmektedir.

* eçift hakkındaki basın bildirileri için bk. http://www.ecift.com/editorial/basin/basin.html (12. 03. 2016).

Bu konuda site yöneticileri, *"Hayır deme hakkınız olduğunu aklınızdan çıkarmayın"* şeklindeki tavsiyelerle üyelerini dikkatli olmaları gerektiği konusunda uyarmaktadır. Sohbet odalarında, davranış kurallarına ve kullanım şartlarına aykırı hareket eden üyeler "chat odası operatörü" tarafından uyarılmakta ve site yönetimi gerekli gördüğü takdirde bu üyelerin üyeliğini - yasal takip hakkı saklı kalmak kaydıyla - iptal edebilmektedir.

Yapı ve işleyiş özellikler açısından "Seküler Evlilik Siteleri"ne çok benzeyen ancak kurulma amaçları ve işleyişleri arasında ince bir fark olan "İslami Evlilik Siteleri" üzerinde de durmakta fayda vardır.

2.3. **İslami Evlilik Siteleri**

İslami kurallar çerçevesinde yaşayan ve evlenmekte zorluk çeken kişileri, kendi yaşam tarzlarına uygun kişilerin üye olduğu internet sitelerinde tanıştırarak, evlenmelerine aracılık etmek üzere kurulmuş olan internet siteleri de bulunmaktadır. Bu siteler incelendiğinde, ortak amaçlarının,*"İslami prensip ve hassasiyetler taşıyan, ahlaki değerlere önem veren Müslümanlara, Allah'ın sınırlarını gözeterek helâl sınırlar dâhilinde tanışmak, arkadaşlık kurmak, sohbet etmek için uygun ortam sağlamak"* şeklinde ifade edildiği görülmektedir.

"İslami Evlilik Siteleri"nden "islamievlilik.com" kendini, *"Göz zinasından uzak, helal sınırlar içerisinde evlenme niyetiyle tanışmak için en uygun mekân"* olarak nitelendirmektedir. *"Fazla aşinalık husumet doğurur"* diyen söz konusu site, amacını şöyle belirtmektedir: *"Özellikle coğrafik ya da sosyal çevre şartlarından dolayı birbirlerinden uzakta bulunan ve evlilik niyetinde olan inançlı insanların ilk tanışmalarına ve birbirleri hakkında ilk bilgileri edinmelerine vesile olmaktır"* (www.islamievlilik.com).

"Sitemiz sadece bir vesiledir, esas sonuca ulaştıran çiftlerin samimiyet, dürüstlük ve niyetlerinin doğrultusunda Hazreti Allah'ın onların dualarına icabet etmesidir" açıklamasını yapan "zevac.merihnet.com" aracılığıyla evlenen çiftlerden birinin, sitedeki paylaşımı şöyledir: *"Şu kirli net ortamında böyle kaliteli evlilik sitesi kurduğunuz için siz site editörlerine öncelikle teşekkür ediyorum. Eşimle bu site sayesinde Ekim 2006 tanıştık ve Ağustos 2008 de evlendik. 40 günlük bir bebeğimiz var. Aradığımızı birbirimizde bulduk diyebilirim. Çok mutluyuz… Rabbim herkese nasip etsin"* (zevac.merihnet.com).

Eş adaylarının giyim tarzlarından, aile yapılarına, yeme içme alışkanlıklarından, insan ilişkilerine kadar İslam dininin kurallarına uygun olmasını isteyen "muhafazakâr" kesim, ağırlıklı olarak "İslami Evlilik Siteleri"ni tercih etmektedir. İslam esaslarına göre aile kuracak çiftlerin flört dönemi de ailelerin gözetiminde ve ilişkinin mümkün olduğu kadar çabuk evliliğe taşınması yönünde olmaktadır. Tanışma döneminden evlenme dönemine kadar olan süreçte, ilişkiye dinî bir kimlik kazandırmak için nikâh kıydırma isteğinde olan kişiler de bulunmaktadır. Öyle ki "www.zevac.merihnet.com" adlı sitede, sitenin kadrolu imamına evlenme niyetinden bahsedilerek onun duası ile *"helalinden sevgili"* olunabilmektedir.

"İslami Evlilik Siteleri"ne üye olmak isteyenlere, "Seküler Evlilik Siteleri"nden farklı olarak, üyelik kayıt formunda, "Farz namazları kılar mısınız?", "Kur'an-ı Kerim'i orijinal metninden okuyabiliyor musunuz?", "Farz orucu tutar mısınız?", "Başörtüsü kullanıyor musunuz?", "Farz zekâtı verir misiniz?" şeklinde dinî içerikli sorular sorularak, kişilerin dindarlıkları hakkında fikir edinilmektedir. Üyelik kayıt formunu dolduran aday, formda yer alan üyelik bilgilerinin tamamının doğru olduğuna dair yemin etmektedir. Üyeliği kabul edilen kişinin profili, "Evlilik Adayları Listesi"ne kaydedilerek "tesettürlü hanımlar"

ya da "dindar beyler" listelerinde gözükmektedir.

İslami siteye üye olan kişilerin kullandıkları takma adların da İslami çağrışımlı olması gerekmektedir. Kübra, Büşra, Rabia, Yusuf, Kerim gibi takma isimler rağbet görmekte ve öncelikli olarak tercih edilmektedir. İslami olmayan takma adla sohbet odalarına girenler hemen odanın dışına atılmaktadır. Bunun yanı sıra mahremiyet esaslarını zorlayan konularda sohbet açanlar da odadan atılmaktadır. Birkaç kez uyarıldığı halde ısrarcı davranan, "tövbe edip" davranışlarını düzeltmeyen kişilerin üyeliği askıya alınmaktadır.

2.4. **Esra Erol'da**

ATV kanalında hafta içi her gün 16.20'de yayına başlayan ve yaklaşık 2,5 saat süren "Esra Erol'da" adlı evlenme programı, *"Bu programdaki kişiler, olaylar ve yaşananlar tamamen gerçektir"* **cümlesinin yer aldığı videonun özel bir vurguyla okunmasıyla başlamaktadır.** Evlilik programları arasında izlenme oranları açısından en büyük payı alan,*"Aşka dair umutları her daim yeşerten, gelin ve damat adaylarını buluşturan, bugüne kadar yüzlerce mutlu yuvanın kurulmasına vesile olan evlilik programı"* Esra Erol'un ev sahipliğinde yürütülmektedir.

Orkestranın müziği eşliğinde Esra Erol stüdyoya girmekte ve müzik bitene kadar bazen dans bazen de müziğe eşlik etmektedir. Müziğin bitmesiyle Erol, stüdyodaki konukları ve izleyicileri, âdeta onları evinde ağırlıyormuşçasına, "Hoş geldiniz" diyerek selamlamaktadır. Program akışında da "Burası benim evim, ailem" gibi ifadeleri sıkça kullanmaktadır. Ardından, stüdyoya ilk defa gelen biri olup olmadığını sormakta, ilk defa gelenlere mikrofon uzatarak kendini tanıtmasını istemektedir. Programa ilk kez katılan adaylara, "Kaç yaşındasınız?", "Programa nereden katılıyorsunuz?", "Aslen nerelisiniz?", "Eğitim durumunuz ne?", "Çalışıyor musunuz?", "Çalışıyorsanız mesleğiniz ne?", "Daha önce hiç evlilik yaptınız mı?", "Çocuğunuz var mı?", "Neler yapmaktan hoşlanırsınız?", "Nasıl biriyle evlenmek istiyorsunuz?" şeklinde sorular yöneltmektedir.

Taliplerini aramak için gelen eş adaylarının verdiği cevaplara göre sohbetin gidişatı değişebilmekte, farklı sorular da gündeme gelebilmektedir. Esra Erol, sorduğu sorulara karşılık olarak, adaylardan ayrıntılı cevaplar isteyerek kendilerini tanımaya ve izleyicilere tanıtmaya çalışmaktadır. Katılımcılar belirli bir noktadan sonra özel hayatları hakkında detaya girerek yaşadıkları olumsuzlukları, dertleri ve sıkıntıları anlatmaya başlamaktadır. Adayların üzüntüsü Esra Erol, stüdyodaki konuklar ve diğer adaylar tarafından paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra neşeli, şarkı söyleyen ya da dans edip eğlenen adayların mutluluğuna da ortak olunmaktadır.

Program sırasında katılımcıların başvuru yapabileceği telefon numarası ve sosyal medya adresi sıklıkla hatırlatılmaktadır. Programa gelen başvuruların hepsinin kabul edilmediği, katılımcıların titizlikle incelenerek seçildiği vurgusu yapılmaktadır. Programa katılan adaylara program sırasında mikrofon verilerek, televizyonu yeni açan izleyiciler için kendileri tekrar tanıtmaları ve evlenmek istediği kişinin özelliklerini belirtmeleri istenmektedir.

Bir adaya talip geldiğinde öncelikle paravan kapanmaktadır. Adaya gelen talibin müzik eşliğinde paravanın diğer tarafına alınmasının ardından sohbet başlamakta, adaylar birbirlerini tanımaya yönelik sorular sormaktadır. Paravan açıldığında aday, talibini

beğenirse, çift önce "canlı oda"ya sonra da "çay içme"ye gitmektedir. Canlı oda, çiftin seyirci ve kameralar önünde birbirlerine sorular sormaya devam ettiği bir mekândır. Çay içmek tabiri ise "birbirimizi daha yakından tanıyalım" anlamına gelmektedir (Eren 2012: 60). Aday gelen talibini beğenmediyse çoğunlukla "geldiğiniz için teşekkür ederim" diyerek reddetmekte ve nedenini "elektrik alamadım" cümlesiyle açıklamaktadır. Program bu şekilde karşılaşmalarla devam etmektedir.

Seyirci, daha önce tanışan çiftlerin evlenmeye karar verip vermediğini merak ettiği için kısa videolarla, *"Acaba neye karar verdiler, nikâh masasına mı oturacaklar yoksa ayrılıyorlar mı?"* denilerek seyircinin ilgisi canlı tutulmaktadır. Yine programda tanışıp evlenen, mutlu bir aile hayatı olan çiftler, bebekleri ile birlikte programa özel konuk olarak davet edilerek, tanışma hikâyelerinden kesitler içeren kısa videolara yer verilmektedir. Yayın, Esra Erol'un müzik eşliğinde, *"Bir sonraki programda görüşmek üzere, Allah'a emanet olun, hoşça kalın"* diyerek kameraya selam vermesi ile sona ermektedir.

3. Geleneksel Çöpçatanlık Kurumunun Sosyal Medyadaki Seyri

Çöpçatanlık (online arkadaşlık siteleri), seküler evlilik siteleri, İslami evlilik siteleri ve evlenme programları örneklerinden, geleneksel çöpçatanlık kurumunun sosyal medyadaki seyrine bakıldığında, evlenmelerde aracılık etme işlevini, geleneksel evlenme kodlarının dışında, kendine özgü bir zaman, mekân, araç ve aracılarla devam ettirdiği görülmektedir.

Geleneksel toplum yapısında evlenmek isteyen gençlerin bu isteklerini ailelerine doğrudan ya da çeşitli davranış değişiklikleri ve semboller aracılığıyla bildirdikleri andan itibaren çöpçatanlar devreye girmekte, uzun ömürlü ve mutlu bir evlilik için en uygun kişi aranmaya başlanmaktadır. Sosyal medyadaki çöpçatanlık kurumlarına üye olan ya da katılan kişilere bakıldığında, "çetleşerek" ya da televizyon ekranlarında boy göstererek evlenme isteklerini sadece ailelerine, dolayısıyla geleneksel çöpçatanlara değil, tüm dünyaya duyurdukları aşikârdır.

Geleneksel çöpçatanlık kurumu, evlenmeleri için aracılık ettiği kişilerde, geleneğin ön gördüğü evlenme yaşı, evlenme sırası, askerlik bitimi, iş sahibi olma unsurlarını göz önünde bulundururken sosyal medyada bu kodlar bireyler tarafından belirlenmektedir. Evlilik için sohbet odalarında ya da televizyon ekranlarında tanışan kişiler, kendileri için "uygun" ya da "ideal" olan zamanı belirleyip bu doğrultuda adaylarını beklemektedir. Bu açıdan bakıldığında sanal ortamın, geleneksel hayatın bireyi zamana ilişkin sınırlıklarından bağımsızlaştırdığını söylemek mümkündür.

Geleneksel toplum yapısında belli bir yaşa geldiği halde evlenemeyen, kısmeti kapalı olduğuna inanılan kızların bu durumu sadece kendilerini değil yakın çevresindeki çöpçatanları da rahatsız etmektedir. Kızı bu sıkıntılı durumdan kurtarmak için çeşitli fallara ve yıldıznamelere bakma, dinsel ve büyüsel içerikli bir takım uygulamalara başvurmanın ardından uygun birini bulma gayretleri hızla devam etmektedir. Sosyal medyadaki çöpçatanlık kurumlarında ise bireyler içinde bulunulan zamanın sunduğu yöntemlerle bu süreci aşmaya çalışmakta, bir anlamda gelenekselin sokak, mahalle aralarında çözmeye çalıştığı sorunu şehir ve hatta ülke sınırları dışına taşımaktadır.

Evlilik kurumu her ne kadar kadın ve erkeğin bir araya gelmesiyle oluşan bir kurum

olsa da evlenme girişiminde bulunmada geleneksel toplum yapısı, erkeği ön plana çıkarmıştır. Bir başka ifadeyle oğlan evi, aile olarak kendisine dünür olmaya uygun gördüğü bir aileye, çöpçatanlar vasıtasıyla akrabalık teklifi götürmektedir. Bu durumda erkek ve erkek tarafı aktif bir konumdayken, kız ve kız ailesi pasiftir. Sosyal medyada evlenme niyetinde olan kişileri birbiriyle buluşturmak amacıyla kurulan çöpçatanlık sitelerine ya da televizyon programlarına bakıldığında, oğlan evi devre dışı kaldığı gibi ilk girişim kızdan da gelebilmektedir.

Geleneksel modelde evlenme girişimi, erkek tarafının yakın çevresinden başlamak üzere kız bakması ile başlayan, kendilerine komşu ve tanıdıkların desteğiyle, görücülük, dünürcülük adı altında devam ederken, sosyal medyada "bireyin kendisi" ön plandadır. Sosyal medya ortamında eş seçimi yapmak isteyen kişiler, çöpçatanlık sitelerine ücretli-ücretsiz üye olarak ya da evlenme programlarına katılarak kişisel özelliklerini ve aradıkları adayın özelliklerini belirtmektedir. Bu durumda, sınırlı bir çevrede, sınırlı sayıda kişilerin aracılığıyla gerçekleşen "uygun eş" arama sürecinde geleneksel çöpçatanların işlevi daha geniş bir mekânda devam etmektedir. Bunun yanı sıra birey, eş adayını seçerken birçok "profili" göz önünde bulundurarak kendi kararları doğrultusunda hareket etmektedir.

Geleneksel hayatın çöpçatanları, tavsiye edecekleri kızın ailesinin toplum içindeki saygınlığına, dürüstlüğüne ve namusuna oldukça önem vermektedir. Köklü bir aileden gelmesine, ailesinde hırsız, uğursuz veya kötü işlerle uğraşan kişilerin olmamasına dikkat edilmektedir. Aynı zamanda kızın annesinin toplum tarafından ne şekilde değerlendirildiği de göz önünde tutulmaktadır. Sülalesini sormadan, pişirdiğini yemeden, süpürdüğünü görmeden, diktiğini giymeden alınan kızdan hayır gelmeyeceği düşünülmektedir. Sosyal medyadaki çöpçatanlık kurumları da bünyesine dâhil olan kişilerin cinsiyet, doğum tarihi, medeni hali, eğitim durumu, mesleği, boyu, kilosu, aradığı cinsiyete dair özellikleri vb. bilgilerine yer vermekte ancak soy sop ile ilgili bilgi araştırmasına gitmemektedir.

Geleneksel toplum yapısında evlenilecek kızın bakire olması "temiz" olduğu anlamına gelmekte ve hâlâ bazı yerlerde bu konuya önem verilmektedir. Özellikle küçük yerleşim birimlerinde, evlenmeden önce kızın başka biriyle adının çıkmamış olmasına özen gösterilmektedir. "Kız çıkmayan" gelinlerin, hiçbir soru sorulmadan eşeğe ters bindirilerek baba evine geri gönderildiği zamanlardan bahsedilmektedir (Büyükokutan 2012: 416). Sosyal medyadaki çöpçatanlık kurumlarında bekârete dair sorgulama yapılmamaktadır. Belki özel görüşmelerde bu konu ifade edilmekte ancak televizyon ekranlarında milyonların önünde dile getirilmemektedir. Erkeğin bu konuda hassas davranması halinde bakire olmayan kadın, kendine sunulan birçok profil arasından başka seçenekleri değerlendirmektedir.

Geleneksel yapıda evlilik için aracılık edilecek erkeğin asaleti, ailesinin geçmişi, içki ve kumar alışkanlığının olup olmadığı, evini rahat geçindirip geçindiremeyeceği, askerlik durumu hakkında ayrıntılı bir şekilde konuşulmaktadır. Erkeğin yaş olarak kadından biraz daha büyük olması tercih edilmektedir. Sosyal medyadaki karşılaşmalarda ise kimi zaman erkeğin fiziksel özellikleri tüm bunların önüne geçebilmektedir. Kadınlar öncelikli olarak "elektrik alabileceği", duygusal ve sadık erkekleri eş adayı olarak tercih

ederken, yaş olarak kadının erkekten büyük olduğu birlikteliklere de olumlu bakılabilmektedir.

Geleneksel çöpçatanlık kurumunun detaylı inceleme ve soruşturmaları neticesinde aracılık edilen kız hakkındaki bilgiler, evlenmek isteyen erkeğe annesi ya da yakın akrabaları tarafından duyurulmaktadır. Park, çarşı gibi açık mekânlarda ya da ortak bir tanıdığın evinde bir bahaneyle adaylar birbirine gösterilmekte, birbirlerini beğendikleri takdirde evlilik yolundaki adımlara geçilmektedir. Sanal ortamdaki sosyal mekânlarda, evlenmeyi düşünen kişiler eş adayları ile internet gibi geniş bir sosyal ağ üzerinde ya da televizyonda aile büyüklerinin gözetimi dışında görüşmektedir. Diğer taraftan sosyal medya, bireylere rahat davranma özgürlüğü vermektedir. Geleneksel çöpçatanların tanıştırdığı ve sürdürülmek istenmeyen ilişkinin sonlandırılması, çöpçatanlara karşı hissedilen sorumluluk duygusu nedeniyle, bireye sıkıntı verirken, sohbet odalarında konuşma bir tuşla sona erdirilebilmekte, televizyon ekranlarında, *"Geldiğiniz için çok teşekkür ederim ama cevabım olumsuz"* cümlesiyle bitirilebilmektedir.

Geleneksel toplum hayatının çöpçatanları, evlenmelerini uygun görüp bunun için aracılık ettikleri kişileri, aileleri de dâhil, yakından tanıdıkları gibi bu kişilerin birbirlerini tanımaları için fırsat tanımaktadır. Buradaki ilişkiler yüz yüze ve samimidir. "Çetleşirken" yüz yüze sohbetteki karşılıklı jest ve mimikler görülmemekte, göz göze gelinmemekte, beden diline başvurulmamaktadır. İletişimin söz konusu temel unsurlarının yerine, içinde bulunulan duygu durumunu yansıtan, ne kadar içten olduğu anlaşılamayan, ":-)", ":-("gibi birtakım işaretler kullanılmaktadır. Evlenme programları, kriterleri birbirine uygun olan adayları karşılaştırmakta ancak adaylar hakkında onların anlattıkları, kimi zaman da kendilerini tanıyan kişilerin canlı yayına bağlanıp verdikleri bilgiler dışında bilgi sahibi olmadıkları için güvenilirliği tartışmaya açıktır.

Sosyal medyadaki çöpçatanlık kurumları, geleneksel çöpçatan kurumunun, evlenilecek kişiye karar verme sürecini değiştirip yeni bir modele dönüştürmekte ancak evlenme aşama ve uygulamaları açısından geleneksel olana devam edilmektedir. Bir diğer ifadeyle sosyal medya üzerinden tanışıp evlenmeye karar veren bireyler, tıpkı geleneksel toplum yapısının evlenme aşamalarında olduğu gibi, söz, nişan ve düğün törenlerini gerçekleştirmektedir. Bu aşamada toplum tarafından sıkça sorulan, "Nasıl tanıştınız?" sorusuna çoğu zaman geleneksel toplum yapısının kabul edebileceği tanışma hikâyeleri anlatılmaktadır.* Sürecin yeni olmasının yanı sıra sosyal medyanın kaygan zemini, bu zeminde başlayan evliliklerin olumsuz örnekleri, konuyla ilgili basının olumsuz değerlendirmeleri, kanaatimizce, bu uydurma hikâyelerin nedenidir.

4. Sonuç

Yirmi birinci yüzyılda bireyler eğitim, çalışma hayatı, ideal olanı bulamama gibi faktörlerle, geleneksel toplum yapısındaki kadar erken yaşta evlenemeseler de evlenip aile kurabilmek için kendilerini ifade edebilecekleri, birbirleriyle görüşüp tanışabilecekleri sosyal mekânlara ihtiyaç duymaktadır. Bugün hâlâ evlilik kurumunun üzerinde ısrarla durularak, toplumda önemli bir değer olarak görülmesinin nedeni, evlenme sonu-

*Bu tür evlilik yapanların hikâyeleriyle ilgili olarak bk. http://www.ecift.com/editorial/ecift-nedir/basari-hikayeleri.html (01. 06. 2017).

cunda oluşan ailenin, toplumun temeli ve modeli olarak nitelendirilmesidir. Geleneksel çöpçatanlık kurumunun, internette oluşturulan evlilik siteleri ve televizyondaki evlenme programları altında, evlenmelerde aracılık etme işlevini devam ettirmesi, evlenme amacıyla bireyleri bir araya getiren ortamların, yaşanılan zamanın ve mekânın gerçekliği, birey ve toplumun ihtiyaçları doğrultusunda değişmekte, gelişmekte ve güncellenmekte olduğuna işaret etmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medya, geleneksel toplum yapısının evlenilecek kişiye karar verme sürecini farklılaştırmakta, yeni bir model sunmakta ancak bu noktadan sonraki uygulamalar tıpkı geleneksel modelin uygulamaları şeklinde süregelmektedir. Bir başka ifadeyle, geleneksel bir sosyal mekândan sosyal medya ortamına aktarılan çöpçatanlık kurumunun, çiftlerin uzun ömürlü ve mutlu bir evlilik geçirmelerine aracılık etme işlevi korunarak, güncellenmektedir. Bu durum, sosyal çevre ve şartlar "bağlam" değişse de, işlevin, bağlamın üzerinden devam etmekte olduğunu göstermektedir.

Geleneksel çöpçatanlık kurumunun, "uygun görüp" evlenmeleri için aracılık etme işlevinin, sosyal medyada, *"Bilimsel araştırmalardan yola çıkarak tasarlanan ideal çift metodu ile üyelerine, ideal bir uyumluluk gösterdikleri üyeleri öneren"* internet sitelerine ve evlenme programlarına bırakmış olması, gelenekselin değişip güncellenerek kendine özgü araç ve aracılarla yoluna devam etmekte olduğunun işaretidir. Benzer şekilde evlenme programlarında yapılan eşleştirmelerde, programa davet edilen psikolog, ilişki uzmanları ve aile terapistlerinin görüşlerinin alınması bunun en açık göstergelerindendir. Katılımcıları arasında eğitimli ve kariyerli kişilerin de yer alması, hayatın ikinci önemli geçiş aşamasında karşılaşılabilecek sorunları en aza indirmek isteyen eş adaylarının, toplumun temel yapı taşlarından olan ailenin yerine getirdiği işlevlerin öneminin farkında olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Evlenme programlarının geniş bir izleyici kitlesine sahip olması nedeniyle, gelen eş adayları hakkındaki birtakım olumsuz gerçeklerin, canlı yayına bağlanan kişiler tarafından açıklanması, her ne kadar bireyleri zor duruma düşürse de, ileride meydana gelebilecek bazı olumsuzlukların baştan önlenmesi adına önemlidir.

Geleneksel mekânlarda ve dar bir çerçevede yapılan evlenmelerde aracılıkların, gelişen teknolojiye bağlı bir şekilde sosyal medya ortamına aktarılması, aynı zamanda toplumsal cinsiyet algısının değişimini de göstermektedir. Kadının ekonomik yaşama katılımı, mülkiyet üzerindeki denetim hakkı ve ürettiği ürünler (Kottak, 2002: 461-463) bağlamında toplumsal cinsiyete ilişkin tutumlar değişmiştir. Evlenme niyetlerini göstermek amacıyla içine kapanan ve en basit bir konudan dahi tartışma çıkaran, bulaşıkları sert hareketlerle yıkayan, sürekli gerinip of çeken, aynanın karşısından ayrılmayan kadın profili, yerini kariyer sahibi, kadın kimliğinin avantajlarının farkında, sosyal medyada oluşturulan mekânlarda kendini ve isteklerini rahatça ifade edip doğru kişiyi arayan bilinçli kadınlara bırakmıştır. Zamana ve mekâna göre meydana gelen değişim, kanaatimizce, toplumsal cinsiyet olgusunun değişmeye devam edeceğinin de habercisidir. Bunun yanı sıra bu siteleri sadece kadınlar değil erkekler de kullanmaktadır. Karşılaştığı kadın ya da erkeğe evlenme isteğini rahatlıkla söyleyemeyenler, kendilerini bu tür ortamlarda ifade edebilmektedirler.

Bireyin doğası ve temel gereksinimleri doğrultusunda, her ne kadar birtakım gün-

cellemeler ve uyarlamalar meydana gelse de sosyal medyada sayıları hızla artan çöpçatanlık siteleri ve programları, geleneksel çöpçatanlık kurumunun işlevini devam ettirebilecek yeni ortamlara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Sosyal medyada bireylerin birbirlerine gerçekten uygun eş adaylarını arayıp bulmaları, geleceğin sağlıklı ailelerinin kurulmasına ve bireylerinin yetişmesine hizmet edeceği için, özellikle çöpçatan sitelerinin konuyla ilgili uzman ekipler tarafından sıkı bir şekilde kontrol altına alınması yerinde olacaktır. Söz konusu sitelerin sayıları azaltılıp, üye olmak isteyen kişilerin, T.C. kimlik bilgileri saklı tutulmak kaydıyla, siteye üye olabileceklerinin ifade edilmesi sahte kimlikleri bir nebze olsun azaltacaktır. Bunun yanı sıra site editörleri tarafından belli aralıklarla yazışmaların ve paylaşımların ciddi anlamda kontrol edilmesi istismar, taciz, tecavüz ve ölümle sonuçlanan olayları aza indirebilecektir. Devlet, söz konusu denetleme için maddi destek vermeli, yasal düzenlemeler yapmalıdır. Toplumun küçük bir minyatürü olan ailenin, sağlam temeller üzerine kurulması, geleceğin sağlıklı nesillerinin yetişmesini sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

1. **Yazılı Kaynaklar**

_____ (2012), *Türkçe Sözlük*, Üçüncü Baskı, Dil Derneği Yayınları, Ankara.

Bates, Daniel G. (2013), *21. Yüzyılda Kültürel Antropoloji İnsanın Doğadaki Yeri*, (Çev. Suavi Aydın vd.), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Büyükokutan, Aslı (2012), *Muğla Yöresi Kadın Merkezli Geleneksel Uygulamalar ve İşlevleri*, Kömen Yayınları, Konya.

Ekici, Metin (2004), *Halk Bilgisi (Folklor) Derleme ve İnceleme Yöntemleri,* Geleneksel Yayınları, Ankara.

Eren, Şükriye (2012), *Popüler Kültür ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Evlilik Programları: "Esra Erol'da Evlen Benimle" Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Antalya.

Glassie, Henry (2002), Tradition-Gelenek (Çev. Ruhi Ersoy), *Folklor / Edebiyat,* S. 32, s. 17-32.

Karaboğa, Figen (2008), *Evlenme Geleneğinin Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme: Sanal Ortam ve Evlenme,* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı, Ankara.

Kottak, Conrad Phillip (2002), *Antropoloji -İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış-*, **Çevirenler: Serpil N. Altuntek, Balkı Aydın Şafak, Dilek Erdal vd.,** Ütopya Yayınları, Ankara.

Ong, Walter J. (2003), *Sözlü ve Yazılı Kültür,* Metis Yayınları, İstanbul.

Özdemir, Nebi (2008), *Medya Kültür ve Edebiyat*, Geleneksel Yayıncılık, Ankara.

2. İnternet Kaynakları

http://www.tuik.gov.tr

https://www.siberalem.com

http://www.evlilikmerkezi.com

https://www.ecift.com

http://www.pembepanjur.com

https://elitislamievlilik.com
http://www.zevac.merihnet.com
http://www.kalbimde.com

ÖZET

GELENEKSEL ÇÖPÇATANLIK KURUMUNUN GÜNÜMÜZ SOSYAL MEDYASINA EVRİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Bireyler için yeni bir hayatın başlangıcı ve toplumsal yapının temeli olacak olan aile birliğinin kurulma şekli, kentleşme, küreselleşme ve teknoloji üçgenine bağlı bir şekilde değişmekte, güncellenmektedir. Türkiye'de yaygın olarak görülen geleneksel evlenme modellerinde, aracılık etme rolünü üstlenen "çöpçatanlık kurumu" gelişen teknolojiye bağlı bir şekilde sosyal medyaya da taşınmakta, çok daha geniş katılımlı mekânlarda sürdürülmektedir. Bir diğer ifadeyle teknoloji, geleneksel çöpçatanlık kurumunu, yeni görünüm ve dönüşümleri ile karşımıza çıkarmaktadır. Evlenme programları, çöpçatanlık (online arkadaşlık siteleri), seküler evlilik siteleri, İslami evlilik siteleri şeklinde televizyon ekranlarına ve sanal ortama aktarılan geleneksel çöpçatanlık kurumu, evlenmelerde aracılık etme işlevini sokak, mahalle aralarından çıkararak şehir ve hatta ülke sınırları dışına taşımaktadır. Sosyal medya, mahalleden tanıdık erkeklerle kadınların evlenmelerine vesile olan çöpçatanların, kendilerini sosyal medya ortamında oluşturulan zeminlerde hiç tanımadıkları erkeklerle kadınların bir araya gelmelerini sağlarken, bireylerin de karşı cinsle tanışarak bu geçiş sürecini aşma çabalarına destek olmaktadır.

Makalede, geleneksel çöpçatanlık kurumunun, hayatın önemli bir geçiş aşaması olan evlilikle ilgili söz konusu işlevini, geleneksel sosyal mekânların televizyon ekranları ve sanal ortamdaki yeni versiyonlarında ne şekilde yerine getirdiği, evlenme ve aile olma yolunda sağlam adımlarla ilerlemek adına kimlerle ne şekilde iletişim içerisine girdikleri üzerinde durulmuştur. Günümüz sosyal medyasına aktarılan geleneksel bir sosyal mekânda soru sormaksızın yapılan gözlemlere dayanan çalışmada, tespit ve yorumlar, bugün birden fazla kanalda yayınlanmakta olan evlenme programları, hali hazırda aktif olan ve her geçen gün üyeleri artan çöpçatanlık ve evlilik sitelerindeki yazışmalar ışığında yapılmıştır. Bu çalışma ile sosyal medyanın geleneksel evlenme model, aşama ve uygulamalarını ne şekilde etkilediği sorusuna da cevap aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: gelenek; çöpçatanlık kurumu; sosyal medya; değişim; dönüşüm; evlilik; aile

ABSTRACT

An EVALUATION ABOUT EVOLUATION of TRADITIONAL MARRIAGE BUREAU in the CONTEMPORARY SOCIAL MEDIA

Beginning of a new life and the way of starting a unity of family that will be the basis of social structure is changing and updated based on urbanisation, globalisation and technology triangle. "Marriage bureau", which is carried the role of intermediator in the traditional marriage models that is seen widely in Turkey, is also relocated into social media according as developing technology and it is continued in a much wider participation places. In other words, technology appears the traditional marriage bureau with its new views and transformation. Traditional marriage bureau such as marriage programs, match-making (online dating sites), secular marriage sites is transferred to the television screens and virtual environments, carries out the intermediator of the marriage function from street, neighborhood to outside of city and country's borders. While social media make unfamiliar people to come together in platforms that is created in social media environment it is also supportive for individual's transition period when individuals get to know each other. On the other hand, match-makers caused familiar males and females to get married.

It is dwelled on this article that how the traditional marriage bureau fulfils its duty related with marriage which is an important transition period of life in new versions of traditional social places in television screens and virtual environment, how they are in communication with each other in the manner of being a family. The study which is based on observations that is made by without asking questions in a traditional social place that is transferred to present social media is conducted in the consideration of determination and commentaries, marriage broadcasts in many TV channels, communications in match-making and marriage sites which is active and having members increasingly. It is searched for an answer with this study that how social media affects the traditional marriage models, stages and practices.

Keywords: tradition; marriage bureau; social media; change; transformation; marriage; family