



ISSN: 2587-2621

Volume 4 Issue 2, July 2020

ORCID ID: 0000-0002-3592-0996

Makale Gönderim Tarihi: 13.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 03.07.2020

DOI: 10.30692/sisad.750563

COVID-19 SALGINI SÜRECİNDE DİJİTALLEŞEN EĞLENCE ANLAYIŞI: ÇEVİRİM İÇİ KONSERLER

*The Conception of Digitalized Entertainment in the Period of Covid-19 Pandemic:
Online Concerts*

Aysun KAYA DENİZ

Dr. Öğretim Üyesi

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,

Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

akaya@gelisim.edu.tr

Özet: Bireylerin gündelik yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan temel ihtiyaçlarından birisi de sosyalleşmektir. Günümüzde birbirleri ile paylaşım içerisinde olup iletişim sürecini yürüten bireyler gerek yüz yüze gerekse de iletişim araçları ile sosyalleşme ihtiyaçlarını gidermektedir. 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Yeni Koronavirüs hastalığı olan Covid-19 salgını ile birlikte tüm dünya “evde kal” çağrısı ile birlikte aylarca dışarı çıkmadan ve birbirleri ile yüz yüze iletişime geçmeden evlerinde kalarak sürecin geçmesini beklemiştir. Bu dönem içerisinde iletişimden tüketime, iş yaşamından eğitime kadar gündelik yaşamı oluşturan birçok süreç bir anda tamamen dijital ortamlar üzerinden var edilmeye başlanmıştır. Konser, tiyatro gibi toplu halde gerçekleştirilen eğlence faaliyetlerinin dijital dönüşümü de bu süreç içerisinde ortaya çıkan yeniliklerden birisidir. Sosyal ve fiziksel izolasyon süreci içerisinde birbirinden uzak, evlerinde yaşam süren bireylere destek olmak amacıyla dünyaca ünlü sanatçılar başta olmak üzere birçok sanatçı konserlerini çevrim içi olarak gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu çalışmada sosyal ve fiziksel izolasyonun yaşandığı salgın döneminde eğlence anlayışının dijital dönüşümü çevrim içi konserler üzerinden ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal ve fiziksel izolasyon, Sosyal Medya, Eğlencenin Dijitalleşmesi, Çevrim içi Konserler

Abstract: One of the basic needs of individuals to sustain their daily lives is to socialize. Today, individuals are carrying out their communication process both face to face and with communication tools. With the epidemic of the Corona virus, which influenced the whole world in 2020, the whole world waited for the process to pass by staying in their homes for months without going out and communicating with each other face-to-face with the call to stay at home. During this period, many processes that constitute the life from communication to consumption, business life to education started to be given over completely digital media. The digital transformation of the sense of entertainment is one of the innovations that emerged in this process. Many artists, especially world-renowned artists, started to perform their concerts online in order to support individuals who are distant from each other and live in their homes during the social isolation process. In this study, the digital transformation of the sense of entertainment during the social isolation process will be discussed through online concerts.

Keywords: Social and physical isolation, Social Media, Digitalization of Entertainment, Online Concerts

GİRİŞ

Türk kültüründe bireyler kişilerarası iletişim sürecinde kişisel mesafe sınıflandırılmasına çok dikkat etmeden ve aynı zamanda da dokunma davranışının iletişimsel anlamına önem vererek iletişim süreçlerini var etmektedir. Birbirini tanımayan iki yabancıya bile toplum içerisinde çok kısa bir süre içerisinde sosyalleşebilmesi ve yeni tanışmış olmalarına rağmen iletişim boyutunun bir anda derinleşebilmesi söz konusudur. Birçok farklı kültürde kişisel mesafe sınıflandırılması doğrultusunda bireyler birbirlerine belirli mesafeler içerisinde yaklaşmış iletişim süreçlerine devam ederken, Türk kültüründe bu mesafeli duruş olumsuz bir davranış olarak anlamlandırılmaktadır.

Bireyler toplum içerisindeki konumlarını belirleyebilmek ve saygınlık elde edebilmek için sosyalleşmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Sosyalleşmek, bireylerin toplum içerisindeki varlığının sürekliliği için temel bir ihtiyaçtır. Bir toplumun siyasi, ekonomik ve sosyolojik yapısı ve aynı zamanda da yaşanan teknolojik gelişmeler o toplumda yer alan bireylerin sosyalleşebilme davranışlarını da etkilemektedir. Ayrıca toplum içerisinde yaşanan beklenmedik olaylar da aynı zamanda bireylerin sosyalleşme davranışlarında değişimlerin yaşanmasına yol açmaktadır. Bu beklenmedik durumlardan birisi de sağlık alanında ortaya çıkan salgın hastalıklardır. Bireyleri hazırlıksız bir şekilde yakalayan salgın hastalıklar toplumun sosyal yaşantısından ekonomik yapısına kadar her alanını etkisi altına almakta ve kurulu olan toplumsal düzen içerisinde yeni yapılanmaların ortaya çıkması ile sonuçlanmaktadır. 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan bölgesinde ortaya çıkan ve çok kısa bir süre içerisinde tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını ile birlikte tüm dünyada gerek toplumsal gerekse de ekonomik anlamda büyük değişimler ve dönüşümler yaşanmaktadır.

Tarihsel süreç içerisinde farklı dönemlerde ortaya çıkan ve ciddi sayıda ölümlerin yaşanması ile sonuçlanan salgın hastalıklar sürecinde bireylerin birbirlerinden izole bir şekilde yaşamaya teşvik edilmesi alınan ilk önlemlerden biri olmuştur. Covid-19 salgınının ortaya çıkması ve çok kısa bir süre içerisinde tüm dünyayı etkisi altına alarak ciddi sayılarda ölümlere yol açması, bireylerin toplumsal yaşamdan ev yaşamına geçişi ile sonuçlanmıştır. Evlerde izole bir yaşam ile salgının etkisinden korunabilmek için yaşam mücadelesi veren bireylerin eğitimden iş yaşamına, sosyal hayatlarından ekonomik durumlarına kadar birçok alanda değişimler yaşanmaktadır. Alınan tedbirler doğrultusunda sokağa çıkma yasaklarının yaşanması ve gündelik yaşamın eve sığdırılması ile birlikte bireyler yaşamlarını yeniden şekillenmeye başlamıştır. Gündelik yaşamın yeniden şekil almasında sanal ortamların katkısı oldukça fazladır. Temel ihtiyaçların giderilmesinden sosyal aktivitelere kadar birçok gündelik yaşam alanları sanal ortamları üzerinden var edilmeye başlanmıştır. Tiyatrodan konserlere kadar eğlence faaliyetlerinde yaşanan dijitalleşme de bu sürecin bir ürünüdür. “Hayat eve sığar” çağrısı ile virüsten korunmak amaçlı

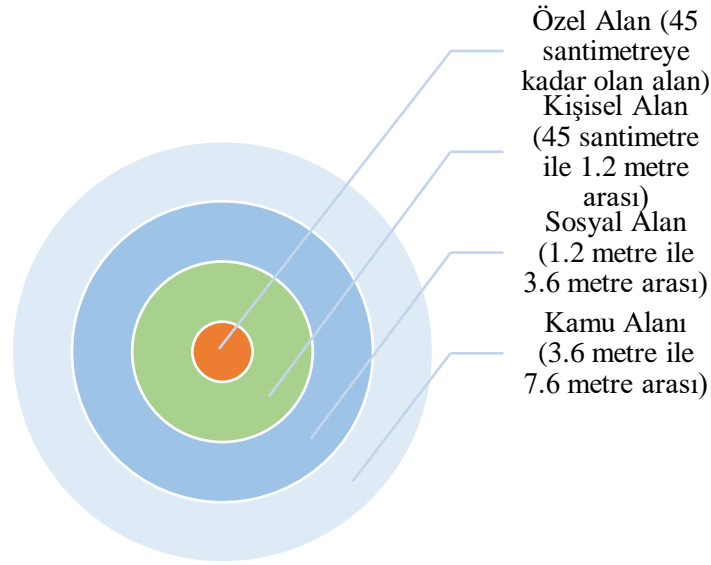
aylarca evlerine kapanan bireyler, sosyal medya platformları üzerinden çevrim içi olarak birçok tiyatroları ve konserleri canlı olarak izleyebilme olanağına sahip olmuştur.

Normalleşme sürecinin yaşanmaya başlaması ile birlikte artık birçok yaşam alanının ve faaliyetlerinin eskisi gibi olmayacağı ve “yeni normalleşme” adı altında yeniden yapılacağı gerçeği çerçevesinde sosyal faaliyetlerde yaşanan bu dönüşüm Covid-19 salgını sonrasında da sürekliliğini devam ettirecektir. Bu çalışmada, Türkiye’de ilk vakanın görülmeye başladığı Mart ayından itibaren Youtube ve Instagram üzerinden gerçekleştirilen çevrim içi konserler incelenerek, bir eğlence faaliyeti olan konserlerin salgın döneminde yaşadığı dijital dönüşümü ele alınacaktır.

1. YAKIN TEMASTAN SOSYAL MESAFELİ İLETİŞİM SÜRECİNE GEÇİŞ

İnsanoğlu gözlerini açtığı andan itibaren farkında olmaksızın gereksinimlerini karşılamak için ilk kişilerarası etkileşiminde bulunmaya başlamaktadır. Çevresiyle etkileşime geçmeye başlayan bir bebeğin bulunduğu bu etkileşim süreci gereksinimlerini giderebilmek için bir araçtır fakat ilerleyen zaman diliminde bebeklikten çocukluğa ve çocukluktan da birey olmaya başladığı anlardan itibaren iletişimin kendisi anlam kazanarak bir gereksinim olmaya başlamaktadır. Doğduğu andan itibaren ilk sosyal davranışını ebeveynleri ile yaşayan bir bebeğin bebeklik döneminden çocukluk dönemine geçiş ile birlikte toplum içindeki sosyalleşme süreci ortaya çıkmaya başlamaktadır. Büyüdükçe diğer bireyler ile iletişim içerisinde olmaya başlayan çocuklar artık toplum içinde sosyalleşmeye başlayarak kendi toplumsal kimliklerini var etme çabası içerisine girmektedir. İçinde yaşadığı toplumun bir üyesi haline gelen birey, aynı toplum içerisindeki diğer bireyler ile benzer davranış faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bireyin toplum içindeki çevre faktörü ve topluma katılımı onun toplumsallaşma sürecinin oluşmasında oldukça etkilidir. Sosyalleşme bireyin toplumsal varlığının devamlılığı için temel unsurlardan birisidir.

Türk kültüründe kişilerarası iletişim sürecinde bireylerin birbirleri arasındaki mekânın kullanımı ve dokunmanın iletişimsel boyutu büyük bir yer sahiptir. Canlılar arasındaki fiziksel mesafeler onların iletişim sürecinde bir role sahiptir. Bu mesafelerin sahip oldukları rolleri bölgesel alanı ve bireysel mesafeyi kapsayan proksemi kavramı ile ele alan Hall’a göre tüm canlılar iletişim süreçlerinde farkında olarak ya da olmayarak merkeze kendilerini konumlandırmakta ve diğer canlılar ile aralarında oluşturdukları mesafelerin anlamlarına göre davranışlarını şekillendirmektedir. Hall ayrıca bireylerin birbirleri arasında oluşturulan bu mesafelerin bireylerin kültürleri ile bağlantılı olduğunu belirtmekte ve her kültürde bireylerin arasındaki mesafelerin farklılaşabileceğine ve farklı anlamlara sahip olabileceğinin altını çizmektedir. (Hall, 1966, s.99). Hall, özel alan, kişisel alan, sosyal alan ve kamu alanı olarak adlandırdığı dört çeşit mesafenin varlığından bahsetmektedir. (Hall, 1966, s.116-125).



Şekil-1 Mesafe Sınıflandırılması

Bireylerin etrafında yer alan bu görünmez sınırlar kültürden kültüre değişiklik göstermekte ve ona göre de bireylerin iletişim boyutları ve yaşam alanları da farklılaşmaktadır. (Dinç, 2018, s.212). Etkileşim ve iletişim süreçlerinde kişisel ilişkiler için öngörülen alanın yakın olmasının sürece kolaylık sağladığı görüşünde olan toplumların yanında, kişisel ilişki alanlarının mesafeli olması gerektiğini savunan toplumlar da söz konusudur. İngiltere ve Almanya gibi bireyciliği ön planda tutan kültürler toplulukçu kültürlerle oranla kişisel ilişkilerinde daha fazla bir alanın olmasını tercih etmektedirler. Bireyciliğe önem veren kültürlerin aksine toplulukçu kültüre sahip olan bireyler kişisel ilişki alanlarında birbirlerine oldukça yakındırlar ve iletişim süreçlerinde birbirlerine yakın mesafede olmaya özen gösterirler. (Hall, 1966, s.129). Bireyciliği ön planda tutan kültürler daha çok sanayileşmenin etkisi altında olan batı medeniyetlerdir. Toplulukçu kültürün ise doğu medeniyetlerinde hâkim olduğu bilinmektedir. (Özyer, Orhan ve Orhan, 2012, s. 178). Allosantrik olarak adlandırılan toplulukçu kültürün hüküm sürdüğü bir toplumda yaşayan bireyler birbirleri ile işbirliği içerisinde olmaya, eşitliğe ve sosyal dayanışmaya önem vermektedir. İdiyosantrik olarak adlandırılan bireyci kültürün hüküm sürdüğü toplumlarda ise, bireylerin birbirlerinden yabancılaşması söz konusudur. Bu bireyler yalnız ve rahat yaşamaya daha çok meyillidirler. (Hogg ve Vaughan, 2007:665). Türk toplumunda bireyci mi yoksa toplulukçu kültürün mü hüküm sürdüğüne dair kesin yargılarda bulunmak güçtür. Bu konu üzerine birçok farklı çalışmalar ve tartışmalar vardır fakat Hofstede tarafından yapılan araştırmaya göre, bireycilik anlayışı Türkiye’de düşük orandadır. (Hofstede, 2001, s.41). Türk kültüründe bireylerin iletişim süreçlerinde birbirlerinin özel alan ya da kişisel alanlarına kadar girmiş olması bir samimiyet göstergesi, mesafelerin egemen olduğu tersi bir iletişim süreci söz konusu olduğu zaman ise ilişkilerde bir samimiyetsizliğin olduğu algılanmaktadır.

İletişim ve etkileşim süreçlerinde kültürel temelli oluşturulan mesafe alanlarına ek olarak, dokunma davranışının iletişimsel açıdan öneminin altının çizilmesi gerekmektedir. Farklı kültürlerde dokunma eyleminin hangi anlamlar taşıdığını ve işlevlerini araştıran çalışmalar “haptik” olarak tanımlanmaktadır. Dokunarak iletişime geçmenin taşıdığı anlamlar ve dokunma miktarı kültürden kültüre değişmektedir. (Dinç, 2018, s.215). Dokunsallığın iletişim işlevi vardır. İletişim sürecinde kaynaktan alıcıya giden mesajlar dokunsallık ile gelişmektedir. İletilen mesaj sonrasında alıcının verdiği dokunsal geribildirim ile de iletişim sürecine tamamıyla dâhil

olmaktadır. Bu süreçte el, mekân ve beden ile dokunma gibi sınıflandırılmaların da yapılması davranışın anlamlandırılmasında etkili olmaktadır. (Çamdereli, Şener, 2016, s.153). Hall'a göre iletişim sürecinde temas etmeyi tercih edenler ve etmeyenler olarak kültürler arası bir iki ayırım söz konusudur. Güney Amerika, Akdeniz ve Arap kültürleri gibi temas etme davranışı içerisinde olan kültürlerde bireyler etkileşim halindeyken birbirlerine daha yakın durmakta ve birbirleriyle göz teması içerisinde olmaktadır. Ayrıca etkileşim süreçlerinde dokunma eylemi aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Kuzey Avrupa, Doğu Asya ve Uzakdoğu kültürleri gibi etkileşim sürecinde temas etme davranışı sergilemeyi tercih etmeyen kültürler ise birbirleriyle belirli bir mesafe içerisinde iletişim sürecine girerken aynı zamanda da daha az göz teması kurmaktadır. (Hall, 1963, s.1005- 1017). Türk kültüründe birbirleriyle iletişim sürecinde olan bireyler arasında dokunma davranışı oldukça tercih edilmektedir. Baş, kol, el ve sırt iletişim sürecinde olan bireylerin gündelik yaşamlarında en çok dokunma davranışı sergilediği bölgelerdir. (Kartarı, 2006, s.196-197).

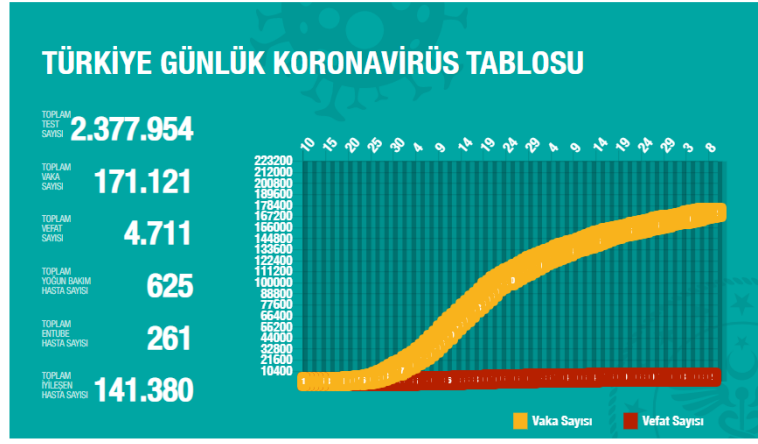
Türk toplumunda yakın mesafe içerisinde birbirlerine dokunarak iletişim sürecinde bulunmayı tercih eden bireyler için salgın hastalık dönemi ile birden bire sosyal mesafeli iletişim sürecine geçiş alışılmadık bir durumdur. Sokağa çıkma yasağı uygulaması çerçevesinde aylarca evlerinde yaşam sürerek gündelik yaşamı evlerine sığdırmaya çalışan bireyler için yasakların kaldırılmasıyla birlikte sosyal mesafeli yeni normalleşme sürecine uyum sağlamaları zaman alacak bir süreçtir.

1.1.“Evde Kal” ve “Hayat Eve Sığar” Çağruları ile Salgın Döneminde Sosyal ve Fiziksel İzolasyon

21. Yüzyıl'da hastalıklar iki ana grupta ele alınmaktadır. Bunlar; tansiyon, şeker hastalığı, kalp,kanser olarak ele alınan hastalıklar diğer grup ise virüs ve bakteriden kaynaklanan hastalıklardır. Ülkemizde de tarih boyunca toplumsal ve ekonomik alanlarda derin etkiler yaratan verem ve lepra gibi bulaşıcı hastalıkların yaşandığı bir süreç söz konusudur. (Alpago ve Alpago, 2020, s.101-104). Ülkemizde yaşanan salgın hastalıklardan uzun bir dönem sonrası Covid-19 salgınının ortaya çıkıp küresel boyutta tüm dünyayı etkine almasıyla birlikte tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de ekonomiden toplumsal yaşantıya kadar birçok alan derinden etkilenmiştir.

Çin'in Wuhan kentinde yaşayan bireylerin enfekte olmasıyla birlikte 2019 yılının sonlarında ortaya çıkan Covid-19 küresel boyutta tüm dünyaya yayılarak ortaya bir pandeminin çıkmasına sebep olmuştur. (Yanardağ ve Selçuk, 2020, s. 1). Tüm dünya bu pandemi dönemine hazırlıksız yakalanmıştır. Hazırlıksız olmanın vermiş olduğu durum ile ülkeler ekonomiden sosyal yaşantıya, eğitimden çalışma hayatına kadar her alanda olumsuz bir şekilde etkilenmiştir. Yaşamın her süreci pandemi dönemi ile birlikte köklü bir şekilde yeniden şekillenmeye başlamıştır. (Alpago ve Alpago, 2020, s.109).

Tarih boyunca ortaya çıkan ve kitlesel ölümlere yol açan salgın hastalıklar söz konusu olduğu zaman salgının daha fazla yayılmaması için alınan önlemlerin başında izolasyon gelmektedir. Covid-19'un küresel bir pandemiye dönüşmesiyle birlikte ülkeler sınırlarını kapatarak kendi içlerinde sosyal izolasyon başta olmak üzere birçok önlemler almışlardır. Ülkemizde resmi makamlar tarafından onaylanan ilk vaka 10 Mart 2020'de kendini göstermiştir. 10 Mart 2020 tarihinden günümüze vaka sayılarında oldukça değişkenlik söz konusudur. Hızlı bir şekilde ülke içerisinde yayılmaya başlayan salgın karşısında enfekte olmuş birey sayısı belirli bir dönem oldukça yüksek rakamlara erişmiştir. (covid19.saglik.gov.tr, 2020).



Grafik-1 Türkiye’de Koronavirüs Salgı

Bu rakamlar karşısında devletin aldığı önlemlerin başında sokağa çıkma yasaklarının getirilmesi olmuştur. Sosyal izolasyon amacı altında “evde kal” ve “hayat eve sığar” çağrıları ile bireylerin mümkün olduğunda dışarı çıkmamaları konusunda uyarılar yapılmış ve hafta sonları da sokağa çıkma yasakları getirilmiştir. Yüz yüze eğitimlere ara verilirken gündelik yaşamın birçok alanı dijital platformlara aktarılmaya başlanmıştır.

Sosyal izolasyon, genel anlamı ile ele alındığı zaman, bireylerin birbirleriyle ilişki içerisinde olmaması veya iletişim sürecinin çok az olması anlamına gelmektedir. Sosyal izolasyon sürecinde olan bireyler kendilerini bir kuyunun dibindeymiş gibi yalnız hissedebileceği gibi aynı zamanda da başkalarının onu önemsemediğini, yardım isterse bile kimsenin onu duymayacağını fikri ile bu dünyada görünmez olduklarını düşünmektedirler. (Erbaş ve Zaganjori, 2017, s. 41). Koronavirüsün dünya genelinde bir pandemiye dönüşmeye başlaması ile sosyal izolasyon kavramı artık herkes tarafından bilinir bir hal almıştır. Salgının hızlı bir şekilde yayılmasının önüne geçebilmek amacıyla bireylere yapılan sosyal izolasyon çağrısı kavramın sahip olduğu gerçek anlamından sıyrılarak farklı bir anlama sahip olmaya başlamıştır. Salgın sürecindeki sosyal izolasyon bireylerin yalnızlık hissetmeleri ya da toplumdan yabancılaşmış hissine kapılmalarını teşvik etmek anlamı ile değil, tamamen bireyleri daha az temas ile salgından korumak amacını barındırmaktadır. Bu bakımdan salgın döneminde çağrıları yapılan sosyal izolasyon kavramı aslında temelinde bir fiziksel izolasyonu barındırmaktadır. (Taştan, 2020, s.10).

Türkiye’de de sosyal ve fiziksel izolasyonun öneminin vurgulanması ve herkes tarafından bilinir bir hal alması için “evde kal” ve “hayat eve sığar” çağrıları çok sık yapılmış ve medyada her fırsatta vurgulanmıştır. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan “hayat eve sığar” uygulaması ile de bireylerin vaka haritalarına ulaşabilmesi ve salgının fazla olduğu bölgeler yaklaştığı zamanda uyarılmasıyla da salgından korunabilmeleri amaçlanmıştır.

Covid-19’un salgın hale gelmeye başlaması ile bazı ülkeler sosyal izolasyona dikkat ederek çok katı kuralları hemen uygulamaya başlarken, bazıları ise bu salgını çok önemsemediği için sosyal izolasyon yerine toplu etkinliklere devam etmiştir. Salgının ortaya çıktığı Çin’de vakalar fark edilmeye başladığı andan itibaren sokağa çıkma yasaklarının uygulanması ve bireylerin toplu halde bir yerde bulunmasının engellenmesi ile salgın daha erken kontrol altına alınırken, İspanya ve İtalya gibi salgını ilk başlarda çok ciddiye almayarak bireylerin toplu halde bir arada buldukları etkinliklere devam etmesi ile vaka sayılarında kısa sürede hızlı bir artış yaşanmıştır. Sosyal ve fiziksel izolasyonun vakaların yayılımının durdurulması ve kontrol altına alınmasındaki

yeri oldukça büyüktür. Salgının yayılımının engellemesini sağladığı gibi salgının yavaşlatılmasını sağlaması ile de hastanelerde vaka sayılarının yavaş yavaş artmasını sağlamıştır. (Temel ve Ertin, 2020, s. 71).

Salgın sürecinde yapılan çağrılara uyarak sosyal ve fiziksel izolasyon kurallarına uyan ve hayatlarını eve sığdırmaya çalışan bireylerde zaman içerisinde kaygıların oluşması oldukça olası bir durumdur. (Taştan, 2020, s.5). Özellikle toplulukçu kültür anlayışının baskın olduğu Türk toplumunda bireylerin iletişim kurarken fiziksel olarak sosyal mesafe kuralına uyum sağlaması bireyciliğe önem veren kültürlerle göre daha zaman alacak bir süreçtir.

2. EĞLENCE KAVRAMI, TOPLUM VE MEDYA

Kültür kavramı toplumların eğlence anlayışını etkileyen bir kavramdır ve farklı kültürlerle sahip toplumların eğlence anlayışında da farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bireylerin eğlence anlayışı ve tercihleri bireyler hakkında bilgi edinilmesini sağlamaktadır. Bireylerin eğlence tercihleri onların kültürünü ve kimliklerini yansıtmaktadır. (Fincham, 2018, s. 43). Kültür kavramına ek olarak toplumların üretim şekillerinden iletişim ve ulaşım araçlarında yaşanan gelişmelere kadar tarihsel süreç içerisinde yaşanan birçok toplumsal gelişme ve değişme toplumun eğlence anlayışında da dönüşümlerin yaşanmasına yol açmaktadır. Toplumların eğlence yaşamındaki değişim, o toplumların gelenek ve göreneklerine, inanç ve değer yargıları bakımından yaşanan değişimlere kadar birçok alanı kapsamaktadır. Bu değişimleri gözlemlemek o toplumların eğlence yaşamındaki değişimler hakkında da bilgi edinilmesini sağlamaktadır. (Çoruk, 2010, s. 491). Eğlence kavramının anlamlandırılabilmesi için toplumsal şartların neler olduğuna bakılması gerekmektedir. Eğlencenin tanımlanmasında toplumsal şartların ne ve nasıl olduğu çok önemlidir çünkü eğlence beraberinde toplumsal ilişki inşasını getirmektedir. (Podilchak, 1991, s. 135).

Eğlence kavramının kelime anlamı üzerinde çok farklı açıklamalar bulunmaktadır. Eğlence fiziksel ya da fiziksel olmayan etkinlikler sonucunda bireylere mutluluk veren ve onları tatmin eden bir deneyim olarak ele alınmaktadır. (Vogel, 2014, s. 15). Eğlence, bireylerin yoğun tempo içerisinde çalıştıkları ve bunun sonucunda da bunaldıkları iş yaşamından bir kaçış olarak da ele alınmaktadır. Eğlence ortamları ile birlikte bireyler keyif ve haz aldıkları faaliyetler içerisinde bulunmaktadırlar. Eğlence ile birlikte bireyler toplumsal sorunlardan uzaklaşmakta ve birlikte keyif aldıkları güzel zaman dilimleri geçirmektedirler. (Tellan, 2016, s. 148). Sanayileşme ve üretim süreçlerinin makineleşmeye başlaması ile birlikte işlerin belirli bir rutin içerisinde yapılmaya başlanması boş zaman ve iş kavramı arasındaki çizgilerin belirginleşmesini sağlamıştır. İş sürecinde belirli bir tempoda çalışan birey için eğlence bir ihtiyaç olarak doğmaya başlamıştır. (Blythe ve Hassenzahl, 2004, s. 92). Adorno'ya göre de eğlence, geç kapitalizm şartlarında çalışmanın bir uzantısıdır. Bireylerin üretim süreçlerine ve emeklerine hâkim olmaya başlayan makineleşmeden uzaklaşmak isteyen bireyler eğlence arayışı içerisine girmektedir. (Adorno, 2007, s.68). Özellikle büyük ve kalabalık şehirlerde yaşayan ve çalışan bireyler günlük yoğun tempolarından sonra rahatlayabilmek için eğlence faaliyetlerinin arayışı içerisine girmektedir ve bu süreçte eğlence faaliyetleri için harcayacakları ücretlerden ziyade ne kadar eğleneceklerini ön plana almaktadırlar. (Argan, 2007, s.7). Eğlence, yoğun iş temposu ile baş edebilmenin bir yolu olarak günümüzde bireylerin karşısına bir çözüm olarak çıkmakta ve gündelik yaşamın temel dinamikleri arasında yer almaktadır.

Özellikle toplulukçu kültürün hüküm sürdüğü toplumlarda bireyler genel olarak birbirleriyle eğlenmeyi ve vakit geçirmeyi tercih etmektedirler. Böylelikle bireyler arasındaki ilişkiler de güçlenmektedir. (Fincham, 2018, s. 42). Bireyler eğlence ortamlarında yer almaya ve eğlenmeye

başladıkları anda kendi kimliklerinden farklı olarak başka bir kimliğe bürünmeye başlamaktadırlar ve bu durum da birbirleri ile aynı eğlence ortamının paylaşan bireyler arasında bir eşitlik durumunun oluşmasını ortaya çıkarmaktadır. (Podilchak, 1991, s. 145).

Eğlence genel olarak çocukluk dönemine ait bir kavrammış gibi görünse de bireylerin gelişim süreçlerinin her evresinde eğlence anlayışlarının da farklılık yaşandığını söyleyebiliriz. Çocukluk döneminde ilgi çekmeyen ve sıkıcı gibi görünen şeyler yetişkinlikte eğlenceli bir hale dönüşebilmektedir. Bireylerin yetişkinlik sürecinde mekân ve eğlence arasında bir ilişkinin varlığından bahsedilmektedir. Açık hava gibi eğlenceye elverişli müzikli ortamlarda eğlenebilmek söz konusu iken, kütüphane ortamında eğleniyormuş gibi görünmek pek mümkün olamamaktadır. Çocukluk ve yetişkinlik döneminde eğlence ortamlarına ait iki özellik bulunmaktadır. Bunlar; eğlence ortamlarında başka bireylerin de yer alması ve eğlencenin açık havada gerçekleşmesidir. Eğlence ortamları ve eğlence ortamlarına eşlik edenlerin yaş ve benzeri unsurları değişkenlik gösterse de eğlencenin temelinde yaratan düşünce aynıdır; eğlence sosyallik içeren toplumsal bir faaliyettir. (Fincham, 2018, s. 83-120).

Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler toplu halde yapılan ve bireylerin sosyalleşebilmesine olanak sağlayan eğlence ortamlarında değişimlerin yaşanmasına yol açmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde dönemlerin şartlarına ve teknolojik gelişmelerine göre eğlence araçları değişse bile, araçların kullanım amacı hep aynı kalmıştır. Antik dönem içerisinde arenalarda ve meydanlarda yapılan gösteriler eğlence kültürünün bir parçası iken, modern dönemde bu süreç kitle iletişim araçları üzerinden var edilmeye başlanmıştır. (Kırık ve Altun, 2018, s.117). Sinema filmlerinin ortaya çıkıp yaygınlaşması ile endüstrileşmeye başlayan eğlence kavramı, televizyonun icadı ile de geniş izleyici kitlesine ulaşabilmeyi başarmıştır. Sinema, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçları bireylerin gündelik yaşamlarında eğlenceli vakit geçirebilmeleri için ortamların hazırlanmasında oldukça etkili olmuştur. Devam eden teknolojik gelişmelere bağlı olarak internetin ortaya çıkması sonrasında eğlence endüstrisi çok hızlı bir şekilde ilerleme kaydetmiştir. İnternetin de kendi içerisinde gelişerek bireylere daha kapsamlı ve etkileşim temelli sanal ortamlar sunmaya başlaması ile eğlence içerikli sanal ortamların çeşitliliği artmaktadır. (Argan, 2007, s. 91). İletişim araçlarında yaşanan gelişmelerden önce bireyler eğlence ortamlarına erişebilmek için eğlencenin gerçekleştiği ortamlara gitmek zorunda kalırken, sinema ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler sonucunda buldukları yerlerden eğlenceye erişebilme olanağı bulmuşlardır. Özellikle internet ile birlikte eğlence küresel bir köy içerisinde evrensel bir boyutta geniş kitlelere yayılabilmektedir. İnternetin bireylerin gündelik yaşamlarında eğlence aracı olarak çok yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması ile birlikte eğlence sektörü çok hızlı bir şekilde dönüşüme uğramıştır. (Kaser, Oelkers, 2005, s. 16).

İnternetin kendi içerisinde gösterdiği teknolojik gelişmeler sonucu web 1.0'dan Web 2.0'a geçişi ile birlikte bireylerin iletişim süreçlerine etkileşim kavramı girmeye başlamıştır. Etkileşim kavramı ile birlikte bireyler pasif kullanıcılıktan aktif kullanıcıya geçiş yapmışlardır. Web 2.0 ile birlikte bireylerin yaşamlarına sosyal medya platformları girmiştir. Geleneksel kitle iletişim araçları karşısında pasif bir konuma sahip olan bireyler bu platformlar aracılığıyla artık kendi içeriklerini üreten aktif bir konuma sahip olmuştur. Facebook, Youtube ve Instagram gibi bireyler tarafından oldukça yoğun kullanılan sosyal medya platformlarının bireylerin gündelik yaşamını ele geçirmeye başlaması ile birlikte bu platformlar eğlence kültürünün yayılmasında oldukça etkili ortamlara dönüşmeye başlamıştır. Bireylerin sanal ortamlarda kendi içeriklerini üretmeye başlaması haz alma güdülerini arttırmaktadır. Kendi içeriğini üreten ve paylaşan bireyler bu durumdan bir haz elde ederek mutlu olmaya başlamaktadır. İçeriğin oluşturulması, oluşturulan içeriğin beğenilmesi, fotoğraf paylaşımları, düşüncelerin rahat bir şekilde ifade edilebilmesi ve bunları gerçekleştirirken bireylerin eğlenebilmesi sosyal medya platformlarında bireylerin haz

alabilmelerini sağlamaktadır. İnternet ile birlikte eğlence mekânlarında değişimler yaşanmıştır. Birliktelik içerisinde açık ve müzikli ortamlarda eğlenmeyi tercih eden bireyler artık eğlence ihtiyaçlarını sanal ortamlar üzerinden gidermektedir. (Kırık ve Altun, 2018, s.117).

3. COVID-19 SALGINI SÜRECİNDE SOSYAL MEDYA İLE DİJİTALLEŞEN EĞLENCE ANLAYIŞI: ÇEVİRİM İÇİ KONSERLER

İletişim araçlarında yaşanan ilerlemeler bireylerin eğlence anlayışlarında ve mekânlarında bir dönüşümün yaşanmasına yol açmaktadır. Tarihsel süreçte birliktelik içerisinde eğlence mekânlarında toplu bir şekilde eğlenerek sosyalleşen bireyler günümüzde bu anlayışı sanal ortamlar üzerinden var etmektedir. İnternetin ortaya çıkması, web 1.0'dan web 2.0'a geçiş ve bireylere sunulan etkileşim temelli sosyal medya platformları ile aktif bir şekilde kendi içeriğini üretme imkânına sahip olan bireyler için eğlence mekânları da belirli çerçeveler doğrultusunda sanal ortamlar üzerinden dijitalleşmeye başlamıştır. Bireyler sosyal medya platformları üzerinden canlı yayınlar, anlık hikâye ve fotoğraf paylaşımları yapabilmekte ve filtreler sayesinde paylaşımlarını daha da eğlenceli bir hale getirebilmektedir. Bireyler artık sinemaya gitmek, televizyon izlemek ya da birlikte toplu halde oyun oynamak yerine tüm bu eğlence ihtiyaçlarını sosyal medya platformları üzerinden gidermeye başlamışlardır. İnternetin gelişmesi zaman ve mekân kavramındaki sınırlılıkları ortadan kaldırarak bireylerin küresel bir köy içerisinde yaşamalarına olanak tanımaktadır. Bu olanak doğrultusunda bireylerin faydalandığı alanlardan birisi de bu salgın sürecinde gerçekleştirilen çevrim içi konserler olmuştur.

2019 Aralık ayında Çin'in Wuhan bölgesinde ortaya çıkan ve hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılarak küresel bir salgına dönüşen Covid-19 süreci ile birlikte konser, tiyatro ve dinleti gibi eğlence faaliyetlerinin mekânlarında da bir dijitalleşme söz konusu olmaya başlamıştır. Sosyal ve fiziksel izolasyon ile birlikte gündelik yaşamı eve sınırları içerisinde sürdürmeye başlayan bireylerin bu süreçte moral ve motivasyonlarının yüksek olması adına bazı firmalar sponsorluğunda sosyal medya platformları üzerinden canlı çevrim içi konserler gerçekleştirilmektedir. Video paylaşım sitesi olan Youtube ve görsel içerikli paylaşımların gerçekleştirildiği Instagram sanatçılar tarafından çevrim içi konserler için tercih edilen sosyal medya platformlarıdır.

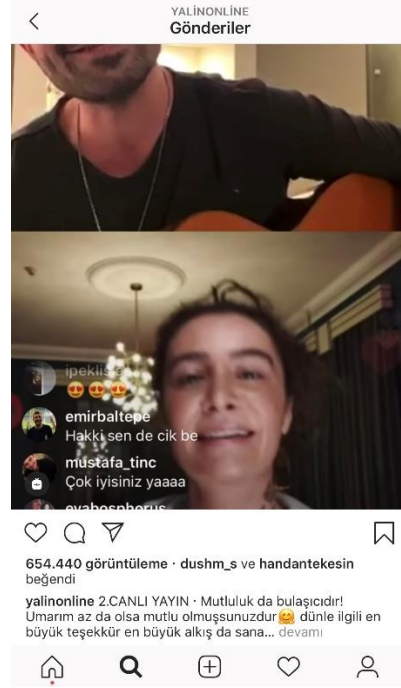
3.1 “#evdekalmüziklekal” Etiketi Altında Instagram Konserleri

Salgın döneminde sosyal ve fiziksel izolasyon kuralları gereği evden oldukça az çıkan bireyler, birbirlerine psikolojik olarak destek olmak amaçlı Instagram üzerinden çevrim içi konserler gerçekleştirmektedir. Herhangi bir enstrüman çalabilen ya da sadece şarkı söylemeyi tercih eden bireylerin çevrim içi konser faaliyetlerine ünlü sanatçılar da eşlik etmeye başlayınca instagram çevrim içi konserlerin gerçekleştirilmeye başlandığı bir platform haline gelmeye başlamıştır. Instagram'da “#evdekalmüziklekal” etiketi altında müzik faaliyetlerine ilişkin 17.4 bin gönderi yer almaktadır. (instagram.com, 2020). Bireyler herhangi bir ücret ödemedi sosyal medya platformları üzerinden buldukları yerden ünlü sanatçılar tarafından gerçekleştirilen çevrim içi konserlere dâhil olabilmekte ve onlarla iletişime geçebilme imkânına erişebilmektedir.

Instagram üzerinden gerçekleştirilen konserler alışılmış gösterişli sahne dekorlarının yer aldığı konserlerin aksine gündelik yaşamdan bir kesit şeklinde bireylere sunulmaktadır. Genellikle akustik performansların tercih edildiği bu çevrim içi konserlerde sanatçılar bireylerden gelen mesajlar doğrultusunda onlarla iletişime geçebilmekte ve istenilen şarkıyı anında çalabilmektedir. Canlı yayında anında mesaj gönderebilme özelliğinin olması ile bireyler çevrim içi konser veren ünlü sanatçılar ile hızlı ve kolay bir şekilde iletişime geçebilmektedir. Ayrıca sanatçılar Instagram hesapları üzerinden başka bir sanatçıyı da çevrim içi konserine dâhil ederek çevrim içi

konserlerinde düet yapabilme imkânına erişmekte ve izleyiciler de aynı anda iki ünlü sanatçının düetini dinleyerek onlarla etkileşime geçebilme şansına sahip olabilmektedir. Instagram üzerinden çevrim içi konserlerin bireyler tarafından büyük ilgi görmesiyle birlikte firmaların sponsorluğunda konserler de düzenlenmeye başlanmıştır.

Görsel-1 Çevrim içi Instagram Konserleri



Instagram üzerinden evinden çevrim içi konser vermeye başlayan Türk pop müziği sanatçılarından biri Yalın'dır. Yalın'ın 18 Mart 2020 tarihinde ilk olarak verdiği çevrim içi konserine anlık olarak 32 bin 400 kişi, toplam da ise canlı yayınına 102 bin izleyici katılmıştır. 20 dakika süren çevrim içi konserinde Yalın, Harbiye Açık Hava Sahnesinin toplam kapasitesinin 7 katı daha fazla büyüklüğünde bir kitleye seslenmiştir. (haberler.com, 2020). Yalın, ikinci çevrim içi konserini Sıla ile düet yaparak gerçekleştirmiştir. Böylelikle konsere katılan izleyiciler Yalın ve Sıla'yı aynı anda evlerinden izleyerek onlarla anında iletişim kurabilme olanağına sahip olarak dinlemek istedikleri şarkıları sohbet kısmından belirtebilmişlerdir. Yalın Instagram üzerinden farklı tarihlerde devam ettiği çevrim içi konserlerine çeşitli sanatçılara da yer vererek izleyicilerinin bu salgın döneminde evlerinde keyifli vakit geçirmelerini sağlamıştır.

Yalın gibi birçok sanatçı Instagram üzerinden çevrim içi konserler vermeye başlamıştır. İlginin artması ile firmalar çevrim içi konserlere sponsor olmaya başlayarak dijitalleşen eğlence endüstrisine yeni bir boyut kazandırmıştır.

Görsel-2 Çevrim içi Instagram Konserlerine Örnekler



3.2. Andrea Bocelli Youtube Konseri “Umut İçin Müzik” Konseri

İtalya Covid-19 salgınından en ağır bir şekilde etkilenen ülkelerden biri olmuştur. Bu süreçte ülkesine destek olmak amacıyla İtalyan tenor Andrea Bocelli İtalya'nın Milano kentinde bulunan Duomo Katedrali'nde 12 Nisan 2020 tarihinde yaklaşık olarak 25 dakika süren bir çevrim içi konser gerçekleştirmiştir. Zaman ve mekân sınırlılıklarına takılmadan sanatçının Youtube kanalı üzerinden ünlü sanatçıyı dünyanın birçok yerinden 25 milyondan fazla kişi izlemiştir. (bbc.com, 2020).

Görsel-3 Andrea Bocelli Umut için Müzik Youtube Konseri



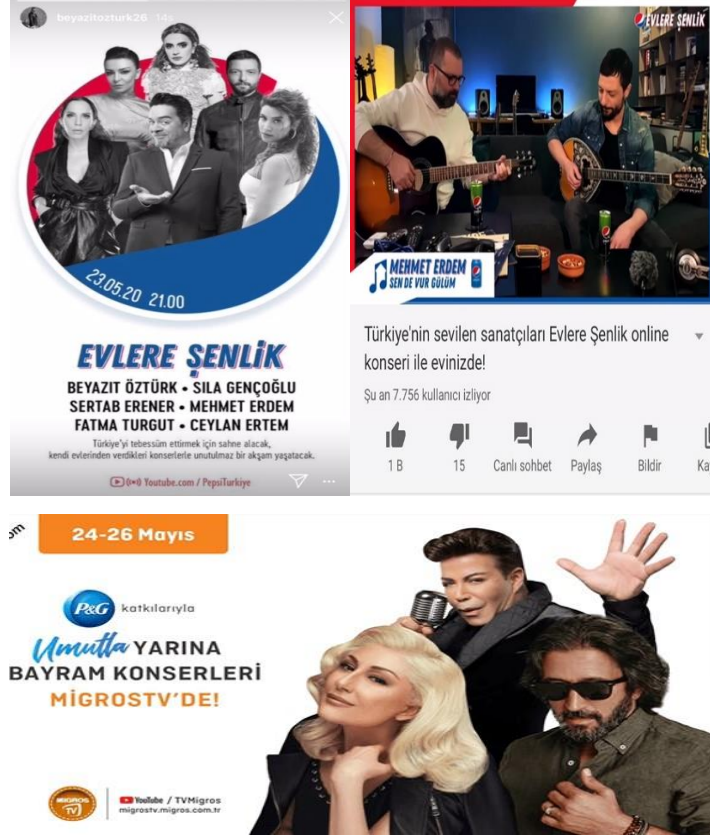
3.3. “Evlere Şenlik” Pepsi Türkiye ve Migros Youtube Konserleri

Birlik ve beraberlik içerisinde kutlanan bayramların sosyal ve fiziksel izolasyonun yaşandığı salgın dönemine denk gelmesiyle birlikte bu sene Ramazan Bayramı'nı bireyler birbirlerinden uzak bir şekilde geçirmişlerdir. Bayramların anlamları Türk kültürü açısından oldukça yoğundur ve sevdiklerinden ayrı bir şekilde bayramı evde geçirmek zorunda kalan bireyler ister istemez bu durumdan psikolojik olarak etkilenmiştir. Bu süreçte bireylere destek ve moral olması amacıyla bazı firmalar sponsorluğunda video paylaşım sitesi olan Youtube üzerinden canlı konserler gerçekleştirilmiştir. Bu firmalardan birisi olan Pepsi sponsorluğunda 23 Mayıs 2020 tarihinde Ramazan Bayramı arifesinde “Pepsi ile evlere şenlik” sloganı ile altı ünlü sanatçının katılımı ile canlı konserler gerçekleştirilmiştir. Konserler Pepsi Türkiye Youtube kanalından yayınlanmış ve binlerce izleyicinin katılımı ile yaklaşık olarak 1.5 saat sürmüştür. (eventnews.online.com, 2020).

Çevrim içi konserlere sponsor olan bir başka firma da Migros'tur. Bayram günleri dışında da çevrim içi konserlerine Migros TV Youtube kanalı üzerinden devam eden firma, etkinlikleri ile binlerce izleyiciye ulaşmaktadır. Bayram sürecinde de “umutla yarına bayram konserleri” sloganı altında 24-26 Mayıs 2020 tarihinde konserlerini Youtube kanalından canlı olarak yayınlamıştır.

Konserlerin afişlerinde de asıl amacın bu süreçte bireyleri tebessüm ettirebilmek ve onlara umut olmak olduğu açık bir şekilde belirtilmiştir. Alışagelmşin dışında bir süreçten bireyler için bu tarz etkinliklerin gerçekleştiriliyor olması gerçek anlamda onlara destek olmaktadır. Bireylerde sağladığı psikolojik destek boyutunun yanında belirli bir firmalar sponsorluğunda konserlerin gerçekleştirilmesi aslında temelinde reklam unsurunu da barındırmaktadır. Marka bilinirliğinin artması ve aynı zamanda markaların bu süreçte bireylerin yanında oldukları hissini yaşatabilmesi markaya olan güvenin ve sadakatin artmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda da markanın Youtube kanalının ziyaretçi akınına uğraması da yine markaya maddi bakımdan bir katkı sağlamaktadır. Sosyal medya platformlarının farklı özellikleri sayesinde eğlence endüstrisi de yenilenmekte ve dijitalleşmeye ayak uydurmaktadır.

Görsel-4 Pepsi ve Migros Sponsorluğunda Çevrim içi Youtube Konserlerine Örnekler



SONUÇ

Tarihsel süreç boyunca bireylerin eğlence faaliyetleri aynı zamanda kültürlerinin bir yansıması olarak da değerlendirilmiştir. Yıllar boyunca eğlence araçlarında ve ortamlarında değişiklikler söz konusu olsa bile her dönem birlik ve beraberlik içerisinde bir eğlence anlayışı söz konusu olmuştur. Özellikle büyük ve kalabalık şehirlerde yoğun bir tempo içerisinde çalışan bireyler bu yoğun tempolarından bir kaçış olarak eğlence faaliyetlerine daha fazla ağırlık vermeye başlamıştır. Birey için bir gündelik yaşamında bir rahatlama olarak değerlendirilen bu eğlence faaliyetlerine ne kadar para harcadığından ziyade ne kadar zaman geçirdiği ve eğlendiği daha fazla ön plandadır.

Yoğun bir tempo içerisinde gündelik yaşamın karmaşasında yaşamlarına devam eden bireyler 2020 yılının Aralık ayından itibaren alışılmışın dışında bir süreç yaşamaya başlamıştır. Çin'de ortaya çıkarak çok kısa bir süre içerisinde küresel bir salgına dönüşen Covid-19 ile birlikte bireyler günlerce evlerine kapanarak kendilerini toplumdan sosyal ve fiziksel olarak izole etmeye çalışmıştır. Mart ayında Türkiye'de de vakaların ortaya çıkmaya başlaması ile birlikte sosyal teması azaltabilmek için birçok önlem alınmıştır. Bunların başında bireylere evde kalmalarına yönelik çağrılarının yapılması, hafta sonları sokağa çıkma yasaklarının getirilmesi ve birçok kamusal alanın kullanımının kısıtlanması yer almaktadır. Türk kültüründe iletişim süreçlerinde mesafeli durmak yeri geldiği zaman samimiyetsizliğin göstergesi olarak değerlendirilmektedir. İletişim süreçlerinde samimiyete ve içtenliğe önem veren bir toplum olarak birdenbire sosyal ve fiziksel izolasyonun ön planda olduğu bir süreçte girmek bireylerin psikolojik olarak da bir etkilenmesine yol açmaktadır.

“Hayat eve sığar” çağrısı ile gündelik yaşamını ev içerisinde sığdırmaya çalışan bireyler alışverişten boş zaman faaliyetlerine kadar birçok temel ve psikolojik ihtiyaçlarını sanal ortamlar üzerinden gidermeye başlamıştır. Sosyal medya platformları üzerinden gerek iletişim gerekse de eğlence faaliyetlerini daha yoğun bir şekilde gidermeye başlayan bireyler bu süreci daha keyifli bir hale getirip birbirlerine destek olmak amacıyla çevrim içi konserler vermeye başlamıştır. Başlarda enstrüman çalan ya da şarkı söyleyebilen bireyler #evdekalmüziklekal gibi çeşitli konu başlıkları altında sosyal medya platformlarında bir ara gelmiş, daha sonra bu sürece ünlü sanatçılar da dahil olmaya başlamıştır. Fiziksel ortamlarda gerçekleştirilen konserlerin aksine ev ortamında gerçekleştirilen çevrim içi konserlerde bireyler sosyal medya platformlarında yer alan kişi ile anında iletişim kurabilme özelliklerinden yararlanarak ünlü sanatçılarla iletişime geçip dinlemek istedikleri şarkıları belirtebilme imkânına sahip olmaktadır. Sosyal medya platformları sayesinde çevrim içi konserler ücretsiz bir şekilde dünya genelinde de gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Salgın sürecinde eğlence mekânlarında yaşanan dönüşüm sosyal medya platformları ile yeniden şekillenmiştir. Salgın öncesi konser ve tiyatro gibi toplu halde gerçekleştirilen eğlence faaliyetlerine salgın süreci ile birlikte belirli bir süreliğine ara verilmiştir. Sosyal medya platformları bireylere toplu halde gerçekleştirdikleri bu faaliyetlerine sanal ortamlar üzerinden devam edebilmelerine olanak sağlamaktadır.

Çalışmada ele alınan Instagram ve Youtube üzerinden gerçekleştirilen çevrim içi konserlerde olduğu gibi bu tarz faaliyetlere ilgi ve destek beklenenden daha fazla olmuştur. Temelinde bu sıkıntılı olan salgın sürecinin ev içerisinde keyifli bir hale dönüşmesi ve bireylerin birbirlerine destek olma düşüncesi yer alsa da çevrim içi konserlere gösterilen yoğun ilgi sonucunda firmaların sponsorluğunda konserlerin gerçekleştirilmeye başlanması ile eğlence endüstrisine yeni bir boyut getirilmiştir. Çevrim içi konserlere sponsor olan firmalar hem marka kimliğini kuvvetlendirmek hem de bilinirliğini arttırmak ve bu süreçte bireylerin yanında olduğunu gösterebilmek için sanal ortamlar üzerinden gerçekleştirilen bu tarz eğlence faaliyetlerine desteklerini sağlamaktadır. Yeni normalleşme sürecinin temelinde sosyal mesafeli yaşam yer almaktadır. Bu durum da, bu tarz toplu halde gerçekleştirilen faaliyetlerin yakın bir zamanda eskisi gibi bol eğlence odaklı olamayacağı anlamına gelmektedir. Bu süreçte eğlence endüstrisinde yaşanan dijital dönüşüm bazı eğlence faaliyetlerinde yeni bir kültürü ortaya çıkmasını sağlayarak eğlence anlayışına yeni bir boyut kazandırmıştır.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2007). *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alpago, H., Alpago, D. (2020). Koronavirüs Salgının Sosyoekonomik Sonuçları, *Ibad Sosyal Bilimler Dergisi*, 8:99-114. DOI: [10.21733/ibad.716444](https://doi.org/10.21733/ibad.716444)
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Blythe, M., Hassenzahl, M. (2004). The semantic of fun: Differentiating enjoyable experiences. In M. Blythe, K. Overbeeke, A. Monk, P. Wright (Eds.) *Funology: From usability to enjoyment içinde* (s.91-103). London: Kluwer.
- Çamdereli, M., Şener, N. (2016). Dokunsal İletişimi Anlamak Ya da Dokunsalın Dokusuna Dokunmak. 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi, 148-160. <http://aves.akdeniz.edu.tr/YayinGoster.aspx?ID=2683&NO=35>

- Çoruk, A. Ş. (2010). Tanzimattan Cumhuriyete Gündelik Hayatın Tarihi Açısından İstanbul Hatıratları, *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 8(16): 489-522. <https://www.talid.org/tr/Dergi/Makale/16/508>
- Dinç, M. (2018). Farklı Kültürlerde İletişim ve Algılama Süreci. İstanbul: Hiperyayın.
- Erbası, A., Zaganjori, O. (2017). Sosyal İzolasyonun Örgütsel Sinizm Üzerine Etkisi, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F, Yönetim ve Ekonomi*, 24 (1). DOI: 10.18657/yonveek.307490
- Fincham, B. (2018). Eğlence Sosyolojisi. Fatma Ülkü Selçuk (Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hall E.T. (1966). The Hidden Dimension. Anchor Books, Doubleday.
- Hall, E.T., (1963), A System for the Notation of Proxemic Behavior, *American Anthropologist New Series*, 65(5):1003-1026. <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1525/aa.1963.65.5.02a00020>
- Hofstede, G. (2001). Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values. Newbury Park: Sage Publications.
- Hogg, M. A. & Vaughan, G. M. (2006). Sosyal Psikoloji. İbrahim Yıldız Aydın Gelmez. (Çev.). 1. Baskı. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kartarı, A. (2006). Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim. Ankara: Ürün Yayınları.
- Kaser, K., Oelkers, D. B. (2005). Sports and Entertainment Marketing. Ohio: Thomson and Higher Education.
- Kırık, A.M., Altun, E. (2018). Eğlence Kültürüne Instagram Üzerinden Yaklaşmak: Etiketleme Özelliği Üzerine Bir Çözümleme. 2. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme*. 113-123. http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/1834/2_ntccconf_master.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Özyer, K., Orhan U., Orhan, D. (2012). Sağlık Sektöründe Çalışanların Demografik Özellikleri, Kişilik Özellikleri Ve Kültürel Değerleri Üzerine Bir Çoklu Durum Çalışması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9 (19): 177-189 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkusbed/issue/19551/208379>
- Podilchak, W. (1991). Distinctions between fun, leisure and enjoyment. *Journal of Leisure Studies*. 10(2): 133-148. DOI: [10.1080/02614369100390131](https://doi.org/10.1080/02614369100390131)
- Taştan, C. (2020). Kovid-19 Salgını ve Sonrası Psikolojik ve Sosyolojik Değerlendirmeler. Ankara: Polis Akademisi Yayınları.
- Tellan, D. (2016). Mekân, Eğlence ve Popüler Kültür İlişisini Değerlendirmek, *Trt Akademi*, 01 (01): 136-153. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trta/issue/22014/236119>
- Vogel, H. L. (2014). Entertainment Industry Economics: A Guide For Financial Analysis. New York: Cambridge University Press.
- Yanardağ, U., Selçuk, O. (2020). Covid-19 Pandemi Sürecinde Sosyal Hizmet. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1):1-2. <http://static.dergipark.org.tr/article-download/4854/7982/fac2/5ed6e39716b0a.pdf?>

Andrea Bocelli: İtalyan tenorun 'Umut için Müzik konseri' YouTube'dan canlı yayınlandı. (2020, 13 Nisan). BBC News Türkçe. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52269803>

<https://www.instagram.com/explore/tags/evdekalm%C3%BCziklekal/> (2020, 10 Haziran).

Türkiye Günlük Koronavirüs Tablosu. (2020, 9 Haziran). T.C. Sağlık Bakanlığı.

(<https://covid19.saglik.gov.tr/#>)

Ünlüler “Pepsi İle Evlere Şenlik” Konseriyle Sahne Aldı. (2020, 24 Mayıs). Aktüel Haber Portalı.

<https://eventnews.online/2020/05/24/unluler-pepsi-ile-evlere-senlik-konseriyle-sahne-aldi/>

Yalın'ın Instagram'dan verdiği mini konseri 102 bin kişi izledi. (2020,19 Mart). Haberler.com.

<https://www.haberler.com/yalin-in-instagram-dan-verdigi-mini-konseri-kac-13029829-haberi/>