TÜRKÇE SÖYLEMDE "EĞLENCE"NİN TOPLUMDİLBİLİMSEL İNŞASI: DERLEM TABANLI KARMA DESEN ANALİZİ

Duygu KAMACI GENCER*

Giriş

Gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olan ve bireylerin dinlenme, sosyalleşme veya haz alma pratikleriyle karakterize edilen "eğlence" kavramı, sosyolojik ve dilbilimsel kuramların kesişim noktasında bugüne dek yeterince incelenmemiştir. Çoğunlukla *haz, zevk, keyif, mutluluk* ve *eğlenme* gibi sözcüklerle eşdeğer biçimde kullanılsa da eğlence, kültürel normların, toplumsal yapıların ve üretim-tüketim pratiklerinin tarihsel dönüşümüyle birlikte sürekli yeni anlamlar kazanmıştır. Eğlencenin kavramsal sınırlarının net bir şekilde çizilmesini zorlaştıran şey onun çok katmanlı doğasından kaynaklanmaktadır. Çünkü tarihsel süreçte eğlence, bireysel bir mutluluk veya anlık bir haz durumu olmaktan çıkarak toplumsal kimliklerin, aidiyetlerin ve kültürel bağların inşa edildiği çok boyutlu bir fenomene dönüşmüştür.

Eğlence kavramının toplumsal ve dilsel inşasını açıklamaya yönelik olan bu çalışma, disiplinler arası bir bakış açısıyla yapılandırılmış olup, kavramı tarihsel, kuramsal ve ampirik (dilbilimsel) olmak üzere üç temel eksende incelemektedir. Bu eksenlerden ilki olan tarihsel çerçeve, eğlence kavramının Antik Yunan'daki etik ve estetik işlevlerinden başlayarak Orta Çağ'daki dinsel sınırlamalara, erken modern dönemdeki sınıfsal dönüşümüne ve Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi eleştirilerine uzanan gelişimini izlemektedir. İkinci eksen olan sosyolojik ve kuramsal çerçeve ise boş zaman sosyologlarının yanı sıra, özellikle Fincham (2016) ve Podilchak (1985, 1991a; 1991b; 1992) gibi eğlence sosyologlarının akademik metinleri üzerine inşa edilmiştir.

* Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Eskişehir, dkamaci@ogu.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0001-7200-2767

Çalışmanın üçüncü (temel) eksenini, eğlence kavram alanını çevreleyen *eğlence, eğlenme, haz, zevk, keyif* ve *mutluluk* sözcüklerinin Türkçe Ulusal Derlemi (TUD) verileri ışığında incelenmesi oluşturmaktadır. Paul Baker'ın (2010) çerçevesini çizdiği derlem tabanlı toplumdilbilim (corpus-based sociolinguistics) yaklaşımıyla[1] yürütülen bu araştırma, geleneksel sözlük tanımlarının durağan yapısından sıyrılıp, John Sinclair'in (2004) "*Metne güven!*" (Trust the text!) epistemolojik ilkesini merkeze almaktadır. Bu doğrultuda, önceden belirlenmiş sosyolojik şablonları dile dayatmak yerine TUD'un sunduğu otantik kullanım bağlamları incelenmiş, Veblen'in "gösterişçi tüketim" tezi veya Adorno'nun "kültür endüstrisi" eleştirisi gibi sosyolojik olguların Türkçedeki eşdizimlilik (collocation) ilişkileri üzerinden ampirik olarak nasıl inşa edildiği somut verilerle ortaya konmuştur.

Sonuç olarak bu çalışma, kavramların yapısal sınırlarını aşarak, gündelik yaşam pratiklerinde toplumsal kimliğin, statünün ve yeni tüketim alışkanlıklarının toplumdilbilimsel bağlamda nasıl yeniden üretildiğini kapsamlı bir şekilde ortaya koymayı hedeflemektedir.

"Eğlence"nin Kavramsal Yolculuğu: Antik Yunan'dan Dijital Çağ'a

Antik Yunan'da eğlence, anlık haz ve boş zaman ile sınırlı olmayan, ahlaki, estetik ve pedagojik işlevler gören çok boyutlu toplumsal bir fenomendir. Bu anlayışın izlerini öncelikli olarak Aristoteles'in *Poetika*'sında takip etmek mümkündür. Eğlence kavramını *tragedya* etrafında ele alan Aristoteles (MÖ 4. yy/2017: 15) için tragedyanın amacı "*acıma ve korku yoluyla bu gibi duygulardan bir arınma sağlamak*"tır. Tragedyalar mutluluk ve mutsuzluk gibi temel varoluş durumlarını sahneye taşıdığı için (2017: 16), geçici mutluluk halinden öte insanın kendini keşfetme ve geliştirme sürecine eşlik eden kültürel bir deneyime dönüşmektedir. Aristoteles'in bu görüşleri, Antik dönemde eğlencenin bir yandan bireyin ruh sağlığını düzenlerken diğer yandan toplumsal bilinci de düzenleyen bir sürece karşılık geldiğini göstermektedir[2].

Xenophon'un *Symposium* (MÖ 4. yy/2012) adlı diyaloğu da Antik Yunan'da eğlencenin gündelik yaşam içindeki biçimlerini gözlemlemeye ola-

[1] Çalışmada derlem tabanlı toplumdilbilim yaklaşımının tercih edilme nedeni, bilgisayarla işlenmiş büyük veri setleri üzerinden dilsel örüntülerin (sıklık, anahtar sözcük ve eşdizimlilik gibi) istatistiksel olarak saptanmasına imkân tanımasıdır. Bu yöntem, sezgisel yorumların ötesine geçerek kavram alanını çevreleyen sözcüklerin toplumsal gruplara göre dağılımını nesnel bir biçimde ortaya koymakta ve ampirik verilerle desteklenen nitel çıkarımlara olanak sağlamaktadır.

[2] Platon'un Şölen'inde (Platon, MÖ 4. yy/2014) eğlence kavramı doğrudan ele alınmasa da şarap, müzik ve diyalog aracılığıyla Antik Yunan'da eğlencenin estetik, entelektüel ve kolektif yönleri yansıtılır. Bu yönüyle eserde eğlence, bedensel hazdan ziyade ruhsal ve zihinsel gelişimin eşlik ettiği bir sosyal deneyim olarak konumlandırılır.

nak tanıyan önemli bir diğer metindir. Metinde Sokrates ve dostları bir şölen ortamında müzik, dans ve şaka dolu sohbetlerle vakit geçirirken, eğlencenin bedensel hazdan öte dostluk ve karakter gelişimi gibi ahlaki değerlerle iç içe geçmiş bir deneyim olarak yaşandığı göstermektedirler[3].

Antik Yunan'da felsefi metinler eğlencenin entelektüel yönlerini ortaya koyarken destanlar, eğlencenin gündelik kültürel görünümlerini ortaya koyan metinler olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Homeros'un *İlyada* ve *Odysseia* destanlarında düzenlenen şölenleri, törenleri, şarkılar söyleyen ozanları sıklıkla görmek mümkündür. *Odysseia*'da (MÖ 8. yy/2008a) ozan Demodokos'un müzikli icrası esnasında Odysseus'un göz yaşlarını tutamaması eğlencenin duygusal arınma işlevine bir örnektir[4]. *İlyada* (MÖ 8. yy/2008b) destanında ise savaş esnasında dahi düzenlenen eğlenceler, okunan şiirler hem savaşçıları dinlendirme hem de grup içi aidiyet geliştirmelerini sağlama işlevlidir[5]. Bu destanlarda eğlencenin toplumu bir arada tutma işlevini yerine getirdiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda Antik Yunan toplumlarında eğlence, duygusal arınma yanında toplumsal kimliğin yeniden üretildiği bir deneyim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Antik Yunan'da eğlence kavramını *Hayatın Anlamı* adlı eserinde tragedyalar üzerinden okuyan Terry Eagleton bu kavramı duygusal ve varoluşsal bir bağlamda yeniden ele almaktadır. Eagleton (2012: 25) için Antik Yunan'ın tragedyası "hayatın anlamı"na dair bir etkinliktir ve bu yönüyle eğlence anlık hazlardan ziyade etik ve estetik bir deneyimdir. Çünkü tragedyalar izleyicileri eğlendirmek yanında onları düşündüren ve eğiten de bir boyuta sahiptir. Bu doğrultuda Antik Yunan tragedyalarının yalnızca haz ve keyif odaklı olmadığını, sanatsal etkinliklerle izleyicilerin kolektif duygulanım ve etik düşünceleri ile iç içe olduğunu söylenebilir.

Stephen Halliwell, *Greek Laughter: A Study of Cultural Psychology from Homer to Early Christianity* başlıklı araştırmasında Antik Yunan kültüründe

---

[3] *"The splendour of the entertainment shall be much enhanced, I need not tell you, if my hall (13) should happily be graced by worthies like yourselves, who have attained to purity of soul, (14) rather than by generals and cavalry commanders (15) and a crowd of place-hunters. (16)."* (Xenophon, 2012: 9)

[4] *"Çok ünlü ozan bunları söylüyordu işte, Odysseus'un da bir hoş oluyordu yüreği, usta gemici Phaiakların da yüreği bir hoş oluyordu. Derken Alkinoos buyurdu Halios'la Laodamas'a, Haydi, dedi, oynayın şöyle karşılıklı, geçemezdi onları oyunda hiç kimse, onlar da güzelim bir top aldılar ellerine, erguvan rengi bir toptu bu, usta Polybos'un yaptığı, birisi topu attı bulutlu göklere doğru, eğilip arkaya vermişti kendini, öbürü de fırladı yerden havaya ve daha yere değmeden ayakları kolaycacık yakalayıverdi topu. Böylece başardılar havada top oyununu, sonra başladılar bereketli toprak üstünde oynamaya, hora teptiler karşı karşıya, hızlı hızlı, çevrelerini bir sürü delikanlı sarmış, el çırpıyordu, bir cümbüştür gidiyordu, bir gürültü, bir kıyamet."* (Homeros, 2008a: 156-157)

[5] *"Butlar kızartıldı, ciğerler, yürekler yenildi, kalan etler parçalandı, şişlere geçirildi, kızartıldı iyiden iyi, çekildi hepsi ateşten. İşler bitti, şölen hazır oldu, yenildi içildi. Şölende eş pay aldı her insan, yakınmadı bir tek kişi. Yenilip içilince doyasıya, delikanlılar şarapla doldurdular sağrakları, taslarla dağıttılar, tanrılara sunmak için, korolarla yatıştırdılar tanrıyı, gün boyunca."* (Homeros, 2008b: 88)

eğlenceyi -*gülme* (laughter) pratiklerini- kültürel-psikoloji bağlamında değerlendirerek özellikle *ritüel gülme*nin (ritual laughter) eğlencenin bireysel bir olgu olmaktan ziyade toplumsal değerlerin dolaşıma girdiği ve yeniden üretildiği kolektif bir zemin olduğunu vurgulamaktadır (2008: 206). Öyle ki gülme, tanrısal olanla temas kurulabilecek bir eylem olarak görülmüştür.

> *Bu tür bir okuma doğrultusunda, "yeniden doğuş" (rebirth) ya da yeniden canlanma (...) esasen, kahkahanın bedensel enerjileri ve psikolojik boşalımı aracılığıyla topluluğun yeniden canlandırılmasının bir metaforu ve simgesel icrası hâline gelir. Bu sonucun inandırıcılığı ise Orta Çağ Hristiyanlarının aksine çoğu Yunanlının kahkahayı ilahi olanın ibadetine uygun bir araç olarak görmesi için geçerli nedenlere sahip olması gerçeğiyle daha da pekişmektedir. (Halliwell, 2008: 206)*

Antik Yunan'da eğlence kavramının etik, estetik ve pedagojik işlevlerle örülü toplumsal bir pratik olarak değerlendirilmesine karşın Orta Çağ'da kilisenin ve feodal sistemin baskıları nedeniyle eğlence, yapısal bir dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümle eğlence etik, estetik ve pedagojik işlevinden uzaklaştırılarak ahlaki bir tehdit unsuru olarak nitelendirilmiştir. Bu yüzden Orta Çağ boyunca eğlence pratikleri, kutsal alanın dışına itilmiştir. Orta Çağ kültürü eğlenceyi (ve gülmeyi) kutsal olanın dışına yerleştirdiği için halk onu farklı bir düzlemde (karnavalesk dünyada) yeniden inşa etmiştir (Bahtin, 2016). Bu dünyada bayramlar, karnavallar ve törenler halkı geçici biçimde de olsa özgürleştirmiş ve mevcut ideoloji dairesinden uzaklaşabildikleri kolektif inşanın deneyimlendiği kültürel alanlar olmuşlardır.

Bahtin (2016: 17), her ne kadar haz ve gülme ile ilişkili de olsa Orta Çağ'daki halkın eğlence pratiklerini bir tür direniş ve yeniden var olma biçimi olarak değerlendirmektedir.

> *Karnaval törenlerini düzenleyen gülmece ilkesi, onları mutlak olarak her tür dinsel-ruhban dogmatiklikten, mistisizmden ve sofuluktan arındırır, büyüsel ve tapınçsal karakterden tümüyle yoksundurlar (hiçbir şey gereksinmez ve talep etmezler). Dahası, bazı karnaval biçimleri doğrudan kilise kültlerinin parodisidir. Tüm karnaval biçimleri tutarlı biçimde kilise ve dinsellik dışındadır. Tamamen aynı bir varoluş alanında yer alırlar. (Bahtin, 2016: 15)*

Orta Çağ'da kilisenin gülme özelinde eğlenceye olan bakış açısını ortaya koyan isimlerden biri olan Aziz Augustinus, gülmeyi insan doğasının bir parçası olarak kabul etmesine rağmen bu eylemi bağlamsal bir fenomen haline getirerek vaazlarında eğlencenin mevcut ahlaki normlarla birlikte toplumsal yaşamda düzenlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Torreta'nın (2015: 746) konu ile ilgili araştırmasında, Aziz Augustinus verdiği vaazlarda paradoksal biçimde gülmenin iki farklı yönüne işaret ettiğini dile getirmektedir. Gülme

eylemi, bedensel hazza ve dünyevi zevklere kapılmanın göstergesi olarak değerlendirildiğinde sınırlandırılması gereken bir eylem iken, diğer yandan Tanrı'nın merhametinin bir göstergesi olarak doğru yerde doğru zamanda bu pratik gerçekleştirildiğinde artık ilahi bir pratik niteliği kazanmaktadır. Aziz Augustinus'un bu ayrımı, onun gülmeyi -geniş anlamda eğlenmeyi- yasaklanması/bastırılması gereken bir eylemden ziyade akıl ve inanç yoluyla sınırlandırılması gereken insani bir eylemi işaret eder. Böylelikle gülme (geniş anlamda eğlenme) edimi Orta Çağ'da Antik Yunan'ın aksine bireysel ve toplumsal düzlemden uzaklaşarak ilahi bir karaktere bürünmektedir.

Orta Çağ'ın kısıtlayıcı ortamından farklı olarak Rönesans'la beraber eğlence anlayışı sekülerleşerek farklı bir anlam kazanmaya başlamıştır. Classen'e göre (2019: 15) 16. ve 17. yüzyılda eğlence, Antik Yunan'da olduğu gibi etik, estetik ve pedagojik olarak yeniden deneyimlenmeye başlamıştır. 18. yüzyılda ise burjuva sınıfının yükselişi ile eğlence kamusal alanın bir parçası haline gelmiştir. Eğlence türlerinin çeşitlenmesi ile sınıfsal kimlikler yeniden inşa edilmiştir. Classen'in sunmuş olduğu tarihsel perspektif, eğlencenin boş zaman (leisure) etkinliği olmaktan ziyade Rönesans sonrası modern öznenin oluşumunda belirleyici bir kültürel yapı olduğunu göstermektedir. Erken modern dönemde eğlence, kilisenin ahlaki kısıtlamalarının ötesine geçerek modern burjuva kimliğinin temel unsuru haline gelmiştir.

> *Önceki araştırmalar boş zamanın, esas olarak Batı'da, 19. yüzyılda ortaya çıkan bir olgu olduğunu ileri sürmüşlerdir; ancak dünya genelindeki üst sınıfların, özellikle 16. ve 17. yüzyıllardan itibaren büyük önem taşıyan zevk (pleasure) faaliyetleri için her zaman daha fazla zamana ve kaynağa sahip olduklarını da hesaba katmalıyız.* (Classen, 2019: 24)

Thorstein Veblen'in *The Theory of the Leisure Class* adlı eseri Classen'in (2019) işaret ettiği modern eğlence anlayışının sınıfsal bir temsile dönüşümünü eleştirel bakış açısı ile ortaya koymaktadır. Veblen'e göre, eğlence modern toplumda haz ve rahatlama aracı olmaktan çıkmış; statü, güç ve toplumsal itibarın temsiline hizmet eden bir araç hâline gelmiştir. Bu bağlamda *gösterişli boş zaman* (conspicuous leisure) kavramı, çalışmamakla övünen sınıfların kendilerini üretim ilişkilerinin dışında konumlandırarak toplumsal üstünlüklerini sergileme biçimini ifade eder.

> "*(...) endüstriyel toplumda iyi bir üne sahip olmanın temeli nihayetinde maddi güçtür ve maddi gücü göstermenin araçları (...) boş zaman ve malların gösterişli bir şekilde tüketilmesidir*" (Veblen, 2007: 59).

Eğlence, bu noktada boşa harcanan zaman olmanın ötesine geçerek, görünürlük ve temsil aracına dönüşür; hatta potlaç ve balo gibi eğlencelerle, mal

varlığı ve sosyal hiyerarşinin sergilenmesi için uygun araçlar olarak anlam kazanmaktadır (2007: 53). Veblen'in (2007) bu yaklaşımı, eğlencenin bireysel ve toplumsal hazdan çok üst sınıfa mensup kişiler tarafından kullanılan ekonomik gücün sembolik karşılığı olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu tespit, özellikle 19. yüzyılda burjuva eğlence anlayışının, sınıfsal aidiyetin ve gösterişli tüketimin temel yapıtaşına dönüşmesini anlamak açısından güçlü bir kuramsal zemin sunmaktadır.

Veblen'in (2007) ifade ettiği eğlencenin hem sınıfsal ayrımı sürdürme hem de sosyal prestij kazanma aracı olarak görüldüğü anlayışı 20. yüzyılda teknik gelişmelerle birlikte dönüşüme uğramıştır. Frankfurt Okulu teorisyenlerinden Walter Benjamin, *The Work of Art in The Age of Mechanical Reproduction* (1936/2008) başlıklı eserinde belirttiği üzere, sanat eserinin teknik olarak yeniden üretilebilir hâle gelmesi, onun tarihsel ve ritüel bağlamından kopmasına yol açmıştır: "*Mekanik yeniden üretim çağında solup giden şey, sanat eserinin aurasıdır*" (Benjamin 2008: 4). Bu dönüşüm, sanatın (ve eğlencenin) ritüel işlevi yerine politik işlevini ön plana çıkarmaktadır (2008: 6).

Sanat ve eğlence ilk kez geniş kitlelere erişebilir hâle gelirken diğer yandan bu erişilebilir olma durumu, estetik deneyimin demokratikleşmesinden çok, manipülasyona açık bir hali de beraberinde getirmektedir. Bu eleştirinin en sert biçimini yine Frankfurt Okulu teorisyenleri olan Adorno ve Horkheimer'ın *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde (1947/2014) de görmek mümkündür. Adorno ve Horkheimer'a göre (2014) modernite ile eğlence, kültür endüstrisinin bir parçası olarak bireyi özgürleştirmek yerine bastıran bir araç hâline gelmiştir.

> *"(...) kültür endüstrisi bir eğlence işletmesi olarak kalır. Bu işletmenin tüketiciler üzerindeki tasarrufu eğlence aracılığıyla uygulanır ve eğlence sonunda açık buyruklarla değil, eğlence ilkesinin kendisini aşan her şeye karşı barındırdığı düşmanlıkla çözülür*" (Adorno ve Horkheimer, 2014: 182).

Bu bakış açısına göre eğlence -moderniteye bütünleşmiş biçimde- insanlara artık bir tür kaçış imkânı sağlamanın ötesinde onları iş hayatına yeniden hazır hâle getiren bir denetim mekanizmasına dönüşmüştür.

> *"Eğlence geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzatılmasıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir erke sahiptir ki, eğlence metalarının imal edilmesini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında işlerinin seyrinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz."* (Adorno ve Horkheimer, 2014: 186)

Frankfurt Okulu teorisyenlerinin bu fikirlerinden yola çıkarak sanat ve eğlencenin 20. yüzyılda teknik yeniden üretimin ve kitlesel dağıtımın etkisiyle estetik özgünlüğünü yitirerek, ideolojik işlevler üstlenen araçlara dönüştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Bu dönüşüm, eğlence anlayışı için bir kırılma noktası niteliğindedir. Eğlencenin bireysel ve toplumsal bağlamından koparak (yani mekânsal ve zamansal birlikteliğini kaybederek) dijital teknolojilerin gelişimiyle beraber kitlesel olarak dolaşıma girmesi, günümüzde algoritmalarla yönlendirilen, sadece izlenen ve tüketilen değil, aynı zamanda etkileşimli olarak deneyimlenen bir forma bürünmüştür.

Antik Yunan'dan günümüze doğru tarihsel ve kuramsal hat boyunca ilerleyen eğlence kavramı, Baudrillard'ın simülasyon kuramında daha farklı türden bir kırılma yaşamaktadır. Çünkü Baudrillard için günümüzde eğlence, artık gerçekliğin bir temsili olmaktan oldukça uzaklaşmıştır. Eğlence, artık sadece gerçeğin yerini alan simülakrlardan ibarettir.

> "*Gerçek ya da hakikate özgü perspektifle bir ilişkimizin kalmadığını gösteren bu farklı bir uzama geçiş olayıyla birlikte, tüm gönderen sistemlerinin tasfiye edildiği bir simülasyon çağına girilmiştir.*" (Baudrillard, 2001: 15).

Eğlence içerikleri de bu bağlamda hipergerçekliğe evrilerek yalnızca "görünürlük" üretir hâle gelmiştir. Disneyland örneği üzerinden bu durumu somutlaştıran Baudrillard, bu yapının "*gerçek Amerika'nın bir Disneyland'a benzediğini gizlemeye yarayan*" (2001: 30) bir simülasyon makinesi olduğunu belirtir. Eğlence, bu çerçevede yalnızca bir tüketim nesnesi değil, bireyleri sistem içinde tutan ve gerçeklik yanılsamasını sürdüren bir ideolojik düzeneğe dönüşür. "*Bir şeyleri gizleyen göstergeler aşamasından gösterilecek bir şey kalmadığını gizleyen göstergeler aşamasına*" geçilmiş olması (2001: 21), eğlencenin artık içerikten çok biçimle, anlamdan çok görünüşle iş gördüğünü ve bu yolla bireylerin dünyayla kurduğu ilişkinin temelden değiştiğini ortaya koymaktadır.

Dijital çağda eğlence, dolaşım biçimlerinde de köklü bir dönüşüme uğramıştır. Bu dönüşümü küreselleşme eşliğinde değerlendiren Paolo Sigismondi (2011), özellikle dijital medya ortamının sunduğu olanaklarla birlikte eğlence metinlerinin sınırları aşarak farklı kültürel bağlamlarda yeniden biçimlendirildiğini dile getirmektedir:

> *"Ulusal ve kültürel sınırları aşan başarılı medya metinleri, dijital medya ortamının mümkün kıldığı özelleştirilmiş unsurlarla zenginleştirilen küresel, yerel ve küresel unsurları bir araya getirir"* (2011: 4).

Bu bağlamda dijital eğlence, *küyerelleşme* (glocalization) aracılığıyla aynı anda hem küresel estetik biçimlere hem de yerel anlatı kodlarına hitap eden "melez biçimler" (Kamacı Gencer, 2023: 38) üretmektedir. Sigismondi'nin ifadesiyle "*Bilişim ve iletişim teknolojileri devrimi (…) eğlence sektörünün içeriğini, kanallarını ve iş modellerini etkiliyor*" (2011: 6). Bu bağlamda eğlencenin, altyapı, erişim ve ekonomik model bakımından da çok katmanlı ve çok merkezli bir yapı haline dönüştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır.

Özetle eğlence, Antik Yunan'dan günümüze uzanan süreçte etik, estetik, dini, sınıfsal, ideolojik ve sanal (simülatif) işlevler üstlenerek çok boyutlu bir dönüşüme uğramıştır. Özellikle dijitalleşme ile eğlence içerik, dolaşım ve deneyim açısından hipergerçekliğin, küresel etkileşimin ve veri odaklı algoritmik yönlendirmenin etkisi altına girmiştir. Eğlence, tarihsel bağlamı uyarınca kültürel veya teknolojik temsillerle sınırlı kalmayan, doğrudan bireyin toplumsal varoluşunu şekillendiren bir pratiktir. Bu doğrultuda çalışmanın bu bölümünde öncelikle boş zaman sosyolojisinin eğlenceye dair yaklaşımları tartışılacak; ardından eğlencenin yalnızca boş zaman etkinliği değil, kimlik inşası, toplumsal konumlandırma ve duygusal etkileşimlerin bir alanı olarak ele alındığı eğlence sosyolojisine geçilecektir. Özellikle Fincham ve Podilchak gibi araştırmacıların kuramsal yaklaşımları temel alınarak, eğlencenin bireysel deneyimle toplumsal yapı arasındaki dinamik ilişkiler içindeki yeri analiz edilecektir.

Sosyolojik Bir Kavram Olarak Eğlence

Boş Zaman Sosyolojisinde Eğlence

Bu alandaki erken dönem kuramcılar arasında yer alan Joffre Dumazedier (1967) perspektifinde eğlence, boş zamanın tüketimi yanında, bireyin toplumsal ve kültürel tekâmülünü besleyen bir mecra olarak kurgulanmaktadır. Clawson (1969), Dumazedier'in *Toward a Society of Leisure* adlı çalışmasını incelediği yazısında Dumazedier'in teknolojik ilerleme ve ekonomik refah sayesinde yaygınlaşan kitlesel boş zamanın modern toplumlardaki etkilerini sorgular ve bu zamanın "*dinlenme, bilgi edinme ve toplumsal katılım*" olmak üzere üç temel işleve sahip olduğunu belirtmektedir (Clawson, 1969: 277). Bu bağlamda eğlence rahatlama ve keyiflenmenin ötesinde yeni bir yaşam biçiminin önemli bir parçası haline gelmektedir. Mass leisure'ın yalnızca kapitalist değil komünist toplumlarda da benzer biçimlerde ortaya çıktığını belirten Dumazedier, eğlenceyi evrensel bir toplumsal dönüşümün anahtar öğesi olarak görür (1967: 221). Eğlence olgusuna karşı geliştirdiği bu perspektifle

Dumazedier, eğlence sosyolojisini kültürel bir modernleşme süreciyle ilişkilendiren ilk kuramcılardan biri olarak kabul edilmektedir.

Eğlenceyi boş zaman sosyolojisi bağlamında ele alan önemli kuramcılardan bir diğeri olan John R. Kelly, *Leisure: Identities and Interactions* (1985) adlı çalışmasında eğlenceyi, bireylerin kim olduklarını tanımladıkları, başkalarıyla etkileşime geçtikleri ve yaşamlarına anlam kattıkları bir toplumsal alan olarak konumlandırmaktadır (1985: 50). Ona göre karmaşık bir fenomen olan boş zaman, bireylerin kimliklerini ifade ettikleri, sosyal rollerini müzakere ettikleri ve toplumsal anlamlar inşa ettikleri temel bir etkileşim düzlemidir (Kelly, 1985: 14). Kelly, eğlenceyi (entertainment) ise boş zamanın merkezi bir boyutu olarak değerlendirerek, onu pasif bir rahatlama biçimi olmaktan çıkarmış ve toplumsal etkileşimi mümkün kılan, bireysel kimlikleri ve sosyal ilişkileri şekillendiren dinamik bir pratik olarak ele almıştır. Eğlence bu çerçevede, sınıf, toplumsal cinsiyet ve etnisite gibi kimlik bileşenleriyle kesişen bir alan hâline gelmiştir.

Robert A. Stebbins de bireylerin kimlik inşası, toplumsal aidiyet, yaşam doyumu ve öz-anlam üretimi gibi çok katmanlı süreçlerin parçası olarak eğlenceyi ele almıştır. Geliştirdiği *Serious Leisure Perspective* (SLP) kuramı ile Stebbins (2007; 2012), boş zamanı üç temel kategoriye ayırmıştır: Ciddi (serious leisure), sıradan (casual leisure) ve proje-temelli boş zaman (project-based leisure). Bu sınıflandırmada ciddi boş zaman, katılımcının özel beceri, bilgi ve deneyim edinmesini gerektiren, bireye derin bir tatmin ve alternatif bir kimlik sunan sistematik uğraşları ifade etmektedir. Daha az sistematik olan proje temelli boş zaman ise önemli ölçüde planlama ve çaba gerektiren ancak tek seferlik veya nadir gerçekleşen yenilikçi girişimleri kapsar (2007: 14-19). Sınıflandırmanın son halkası olan sıradan (gündelik) boş zaman ise hiçbir özel eğitim, beceri veya hazırlık gerektirmeyen anlık, kısa süreli ve tamamen hedonik pratiklerdir (Elkington ve Stebbins, 2014: 3-4). Stebbins eğlenceyi boş zamanın değerlendirilme sınırlarının ötesine taşıyarak, bireylerin yaşam deneyimlerini anlamlandırdıkları, kimliklerini inşa ettikleri ve bu kimliği sürdürdükleri temel bir alan olarak tanımlar. Bu yönüyle çalışmaları, eğlenceyi toplumsal yapı, kültürel değerler ve bireysel öz-anlatılar bağlamında ele alan çağdaş sosyolojik eğilimlerle örtüşme göstermektedir.

Stebbins'in eğlenceyi bireysel kimliğin inşa edildiği ve sürdürüldüğü bir alan olarak tanımlamasına koşut olarak Chris Rojek (2000) *Leisure and Culture*'da eğlence kavramının çağdaş toplumsal yapılardaki performatif boyutunu analiz ederek, modern yaşamda eğlencenin yalnızca boş zamanın

değerlendirilmesinden ibaret olmadığını ortaya koyar. Ona göre eğlence, bireyin sosyal statüsünü konumlandırdığı ve kültürel aidiyetini inşa ettiği bir performans alanıdır (2000: 3). Rojek, Erving Goffman'dan esinlenerek eğlencenin bireyin "kendisi olma" iddiasına rağmen çoğu zaman normatif bir performansa dönüştüğünü, hatta bireyin "gerçek" benliğinden uzaklaştığı bir sahneleme biçimi haline geldiğini savunur (2000: 10). Dolayısıyla eğlence, modern toplumlarda estetik ya da haz yanında toplumsal onay, görünürlük ve kimlik inşasıyla da yakından ilişkilidir. Özellikle "*ciddi boş zaman*" (Stebbins, 2007) gibi kavramları yeniden tartışmaya açan Rojek, eğlencenin bütünsel bir kültürel sistem içinde değerlendirildiğinde hem bireysel özgürlük hem de sosyal denetim aracı olabileceğini vurgulamaktadır (2000: 17). Eğlence sosyolojisini boş zaman sosyolojisinin ötesinde ele alan bu yaklaşım, Walter Podilchak ve Ben Fincham gibi eğlence sosyologlarının da kuramsal zeminini oluşturmaktadır.

Eğlence Sosyolojisi

Sosyoloji alanyazını tarihsel olarak iktidar, emek ve toplumsal yapı gibi makro meselelere odaklanırken, eğlence kavramını genellikle marjinal, "hedonistik" ve çocukça bir uğraş olarak görerek kuramsal bir boşluğa terk etmiştir (Podilchak, 1985: 685). Eğlence sosyolojisinin kurucularından kabul edilen Walter Podilchak (1985; 1991a; 1991b; 1992), bu akademik ihmale meydan okuyarak kavramı sıradan bir duygu durumu olmaktan çıkarmıştır. Ona göre eğlence, bireylerin hiyerarşik yapıları ve toplumsal rollerini geçici olarak askıya aldıkları, hiyerarşiyi yıkan özgün bir sosyal organizasyon ve etkileşim biçimidir (1991a: 134).

Podilchak'ın (1991b) alanyazınına sunduğu en büyük kuramsal katkı, *eğlence* ile *boş zaman/haz* (leisure/enjoyment) arasına koyduğu sınırdır. Klasik boş zaman alanyazını bireyin duyduğu *keyif* kavramına odaklanmıştır ancak Podilchak'a göre keyif alma, bireyin kitap okurken veya güneşlenirken tek başına da deneyimleyebileceği "*öz-referanslı*" (self-referential) bir durumdur (1991b: 123). Buna karşın eğlence, doğası gereği "*öteki-referanslı*" (other-referential) bir inşadır (1991a: 134). Eğlence tek başına gerçekleştirilemez; sadece bireyin toplumsal maskelerinden sıyrılarak "*eşit-diğer-kişi*" (with-equal-other) ile kurduğu etkileşim anında üretilen bir "*biz-lik*" (we-ness) durumuyla var olabilir (1991b: 124).

Bu bağlamda eğlence, dışsal bir zorunluluktan bağımsız, bireylerin yetenek ve statü farklarını bir kenara bırakarak tam bir eşitlik düzleminde bu-

luştukları bir alandır. Ancak Podilchak (1991b: 126), modern toplumun derinlerinde eğlenceye karşı duyulan paradoksal bir "*Püriten korkuyu*" deşifre eder. Toplum *keyif* almaktan korkmaz, çünkü *keyif* özelleştirilebilir ve kontrol edilebilir bir deneyimdir; oysa *eğlence*den korkulur. Zira eğlence, bireylerin yönetici, öğretmen veya ebeveyn gibi hiyerarşik kimliklerini bırakmasını gerektirir ve bu durum ontolojik bir güvensizlik yaratarak toplumsal düzenin ciddiyetini tehdit eder.

Podilchak (1992: 375), eğlencenin sıradan bir "*gülme*" eyleminden farkını ortaya koymak için mizahın toplumsal güçle ilişkisini üç farklı kategori üzerinden (*fun, funny, fun-of*) analiz eder. Ona göre her gülme eylemi eğlence üretmez ve mizah bazen hiyerarşiyi yıkmak yerine onu daha da tahkim edebilir. Bu üçlü ayrımın ilki olan *eğlenceli mizah* (fun humor), bireylerin sosyal-insani bir eşitlik bağı üretmek amacıyla mevcut eşitsizlikleri kasıtlı olarak yapı sökümüne uğrattıkları asıl eğlence anıdır (1992: 378). İkinci kategori olan *komik/tuhaf mizah* (funny humor) ise alternatif yorum çerçeveleri sunarak statüleri geçici olarak görelileştirse de gülme eylemi sona erdiğinde hiyerarşik farkların derhal yeniden tesis edildiği bir "başarısızlık" anıdır (1992: 378). Son olarak *biriyle eğlenme* (fun-of humor) ise toplumsal anlamda güçsüz olanın (ırkçı veya cinsiyetçi şakalarda olduğu gibi) aşağılandığı ve hiyerarşinin daha da sertleşerek onaylandığı saldırgan bir mizah biçimidir; bu durumda *eğlence* tamamen reddedilmektedir (1992: 376-377).

Podilchak'ın (1992: 382) çerçevesini çizdiği asıl eğlence anında (*fun humor*) grup, -sosyolog Gary Alan Fine'ın kavramsallaştırmasıyla- bir idio-kültür (idioculture) inşa eder. İdio-kültür, dış dünyanın o hiyerarşik ve ciddi kurallarını askıya alan, gruba özel, spontane bir anlam sistemidir. Bu özgün anlam sistemi, eğlencenin o "*biz-lik*" duygusunu pekiştirerek bireyleri toplumsal statülerinden sıyırır ve onları eşit bir etkileşim düzleminde birleştirir.

Özetle Podilchak (1991b: 134) eğlenceyi hiyerarşik bir dünyada sergilenen bir "*cesaret eylemi*" olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu doğrultuda eğlence, karşılıklı tanınmanın yaşandığı, maskesiz ve benliksiz bir "*evrensel insanlık bağı*" (social-human bond) kurma çabasıdır (1991a: 145; 1992: 387).

Podilchak'ın hiyerarşiyi yıkan, eşitlikçi ve spontane bir *biz-lik* durumu olarak idealize ettiği eğlence fenomeni, çağdaş tüketim kültürü ve modern çalışma hayatı bağlamında incelendiğinde oldukça farklı bir yapısal dönüşüme işaret etmektedir. Eğlenceyi sosyolojik bir kategori olarak bütüncül bir yaklaşımla ele alan bir diğer araştırmacı Ben Fincham (2016), kavramın *mutluluk* (happiness) ve *esenlik* (well-being) alanyazınında marjinalleştirilmesine karşı çıkar.

Fincham'a göre eğlence, gündelik dilde "*verili kabul edilen*" (taken for granted) sığ ve geçici bir mola anı değil, toplumsal bağların, sınırların ve kimlik inşasının merkezinde yer alan stratejik bir unsurdur (2016: 1). Fincham (2016: 36-37), eğlenceyi kuramsal bir zemine oturtmak için onu *haz* (pleasure) kavramından kesin bir biçimde ayırır. Haz verici bir deneyimde birey o ana tamamen *gömülüp* (absorption) derin bir anlam arayışı içindeyken, eğlence çoğu zaman benlikten, ciddiyetten ve gündelik kaygılardan sağlanan geçici bir uzaklaşma, yani bir "*dikkat dağıtma*" (distraction) ve "*kural ihlali*" (transgression) işlevi görmektedir. Eğlence anında birey, normal şartlarda *bağlılık* (commitment) hissettiği toplumsal sorumluluklarını ve kaygılarını geçici olarak askıya almaktadır (2016: 38).

Ancak modernite ve tüketim kapitalizmi, eğlencenin bu spontane ve kural yıkıcı doğasını yapısal bir dönüşüme uğratmıştır. Fincham (2016: 30), Martha Wolfenstein'ın "*eğlence ahlakı*" (fun morality) kavramına atıfta bulunarak, eğlencenin günümüzde artık özgürleştirici bir edimden ziyade toplumsal bir vazife ve ahlaki bir zorunluluk haline geldiğini savunur. Özellikle sosyal medyanın ve gösterişçi tüketim pratiklerinin (Veblen, 2007) yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler, yeterince eğlenmedikleri takdirde dışlanma veya bir tür "*utanç*" (shame) duygusu yaşamaktadırlar (2016: 30). Gündelik yaşamda eğleniyor gibi görünmek, kültürel sermayenin sergilendiği zorunlu bir kimlik performansına dönüşmüştür. Eğlencenin bu zorunlu performatif yapısı, özellikle kurumsal alanlarda ve çalışma hayatında daha da belirginleşmektedir.

Fincham (2016: 13-14), çalışanların monotonluğa karşı bir psikolojik hayatta kalma ve mikro-direniş stratejisi olarak ürettikleri spontane eğlencelerin, günümüzde kapitalist sistem tarafından nasıl "*yönetilen eğlence*" (managed fun) politikalarıyla manipüle edildiğine dikkat çeker. İş yerlerinde veya ticari mekânlarda yukarıdan aşağıya dayatılan bu zorunlu eğlence pratikleri, eğlenceyi bireyleri sisteme entegre eden, verimliliği artıran ve toplumsal denetimi sağlayan kurumsal bir araca dönüştürmüştür.

Sonuç olarak Podilchak'ın özgürleştirici ve eşitleyici bağ olarak tanımladığı eğlence, Fincham'ın (2016) analizinde kurumsallaşmış, pazarlanabilir ve dayatılan bir karaktere evrilmiştir. Eğlencenin bir duygu durumu olmaktan çıkıp kapitalist tüketim ve statü beklentileriyle örülmüş bu çok boyutlu sosyolojik yapısı, çalışmanın takip eden bölümlerinde Türkçe Ulusal Derlemi (TNC[6]) üzerinden yapılacak dilbilimsel analizlere temel bir kuramsal artalan

[6] TNC: Turkish National Corpus.

bilgisi sunmaktadır. Nitekim derlem verilerinde eğlence kavramının sıklıkla neden "sektör", "merkez", "yer" ve "alışveriş" gibi bağlamlarla eşdizimli olarak kullanıldığı, ancak bu kurumsal ve performatif dönüşüm üzerinden anlamlandırılabilecektir.

Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi

Bu çalışma, eğlence kavram alanının sosyolojik inşasını Türkçenin doğal kullanım bağlamları üzerinden çözümlemek amacıyla Paul Baker'ın (2010) çerçevesini çizdiği *derlem tabanlı* toplumdilbilim (corpus-based sociolinguistics) yöntemini benimsemektedir. Araştırmanın veri setini, Türkçenin 1989-2013 yılları arasındaki yazılı ve sözlü metinlerini kapsayan, toplamda 5.445 metin ve 50.678.199 sözcükten oluşan Türkçe Ulusal Derlemi (TNC) (Aksan vd., 2012) oluşturmaktadır.

Verilerin toplanması aşamasında, TNC arayüzü üzerinden kavram alanını temsil eden *eğlence*, *eğlenme*, *mutluluk*, *haz*, *keyif* ve *zevk* düğüm sözcükleri için "basit sorgu" ve "standart arama" işlemleri gerçekleştirilmiştir. Sözcüklerin doğal bağlamlarını gözlemleyebilmek amacıyla, öncelikle her bir düğüm sözcük için sol ve sağ dizilimde (-5 ve +5) sözcük aralığı belirlenerek KWIC (bağlam içindeki anahtar sözcük) sonuçları elde edilmiştir. Buna ek olarak, kavramların etrafında kümelenen sözcüklerin rastlantısal mı yoksa kalıplaşmış bir anlamsal yapı mı olduğunu ölçebilmek adına sistem üzerinden istatistiksel eşdizimlilik sonuçları da CSV formatında dışa aktarılmıştır.

50 milyonu aşkın sözcük havuzunda yapılan taramalar sonucunda, kavram alanına ait sözcüklerin TNC içerisindeki frekans (sıklık) dağılımları şu şekildedir: Kavram alanının merkezini oluşturan *eğlence* sözcüğü 854 farklı metinde 1.975 kez (milyonda 38.97 normalleştirilmiş sıklık) gözlemlenmiştir. Alanın diğer ögeleri incelendiğinde ise *mutluluk* 1.118 metinde 2.897 kez (milyonda 57.16), *zevk* 978 metinde 2.377 kez (milyonda 46.90), *keyif* 546 metinde 1.072 kez (milyonda 21.15), *haz* 445 metinde 1.037 kez (milyonda 20.46) ve *eğlenme* sözcüğü ise 82 metinde 95 kez (milyonda 1.87) kullanılmıştır.

Veri setinin analiz edilmesi aşamasında, elde edilen söz konusu CSV dosyaları veri bilimi ve dilbilimsel programlama araçları (Python) kullanılarak analiz edilmiştir. Sinclair'in (2004) "*Metne güven!*" (Trust the text!) ilkesi doğrultusunda, TUD'un sunduğu istatistiksel veriler (özellikle MI-Mutual Information ve T-Score değerleri) temel alınarak eşdizimlilik ağ haritaları (collocation network maps) oluşturulmuş ve kavramların anlamsal bürün (semantic prosody) analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemle, sözcükle-

rin çevresinde kümelenen isim ve sıfatların, Veblen ve Adorno'nun sosyolojik kuramlarında işaret ettiği "gösterişçi tüketim" ve "kültür endüstrisi" pratiklerini dilsel olarak nasıl inşa ettiği matematiksel ve görsel verilerle kanıtlanmıştır.

Araştırmanın Amacı, Sorular ve Varsayımlar

Bu çalışmanın temel amacı, tarihsel süreçte etik, estetik ve duygusal boyutlarıyla ele alınan "eğlence" kavramının günümüz Türkçesindeki sosyolojik ve söylemsel inşasını Türkçe Ulusal Derlemi (TUD) verileri üzerinden ortaya koymaktır.

Kuramsal bölümde detaylıca tartışıldığı üzere eğlencenin "özgürleştirici ve eşitleyici bir bağ" (Podilchak, 1991) olmaktan çıkarak, modernite ve tüketim kültürüyle birlikte "kurumsallaşmış, pazarlanabilir bir meta" (Fincham, 2016), bir "statü göstergesi" (Veblen, 2007) ve "çalışmanın/üretimin uzantısı" (Adorno ve Horkheimer, 2014) formuna dönüştüğü iddiaları, bu araştırmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Belirtilen kuramsal çerçevenin Türkçe dil verilerindeki yapısal karşılığını çözümleyebilmek amacıyla araştırmada aşağıdaki araştırma sorularına (AS) yanıt aranmıştır:

AS (1): TUD'da "eğlence/eğlenmek" kavramları hangi eşdizimli sözcüklerle birlikte kullanılmaktadır ve bu sözcükler eğlencenin güncel toplumdilbilimsel inşasına (ticari, mekânsal, duygusal vb.) dair ne söylemektedir?

AS (2): Frankfurt Okulu'nun "kültür endüstrisi" ve Fincham'ın "yönetilen eğlence" kuramları bağlamında Türkçede eğlence kavramı ne ölçüde mekânsallaştırılmış (yer, merkez, mekân) ve ticarileştirilmiştir (sektör, endüstri, bilet, satın almak)?

AS (3): Veblen'in "gösterişçi tüketim" ve Rojek'in "performatif sahne" yaklaşımları doğrultusunda eğlence kavramını niteleyen sıfatlar (lüks, çılgın, sınırsız vb.) ve fiiller, kavramın bir sosyal statü ve görünürlük aracı olarak kullanıldığını dilbilimsel olarak nasıl yansıtmaktadır?

AS (4): Podilchak'ın "eğlence" ile "haz/keyif" arasında kurduğu ayrım, Türkçenin gündelik kullanımında eşdizimlilik ve bağlam (KWIC) verilerinde karşılık bulmakta mıdır? Eğlence dışsal/öteki-referanslı, haz ise içsel/öz-referanslı olarak mı kodlanmaktadır?

Alanyazınında yer alan temel iddialarından hareketle, derlem verileri üzerinden test edilmek üzere çalışmada aşağıdaki varsayımlar (V) geliştirilmiştir:

V (1): TUD verilerinde "eğlence" sözcüğünün en güçlü eşdizimlileri duygusal durum bildiren sözcüklerden ziyade, ekonomik ve mekânsal yapı bildiren sözcükler (ör. sektörü, merkezi, endüstrisi, dünyası, mekânları) olacaktır. Bu durum, eğlencenin kapitalist bir tüketim nesnesine dönüştüğünü dilbilimsel olarak kanıtlar niteliktedir.

V (2): Adorno ve Horkheimer'ın eleştirel kuramlarına uygun olarak "eğlence", derlemde sıklıkla çalışma hayatı, stres ve yorgunluk ile zıt veya ardışık bağlamlarda (ör. stres atmak, işten kaçmak, yorgunluk atmak) kullanılacaktır. Eğlence, özerk bir eylemden ziyade sisteme "yeniden şarj olmak" için bir araç olarak kodlanmaktadır.

V (3): Antik Yunan'da veya Podilchak'ın idealize ettiği o hiyerarşiden uzak, eşitlikçi ve maskesiz "biz-lik" (samimiyet, dostluk, bir aradalık) vurgusu, güncel Türkçe derlem verilerinde marjinalleşmiş durumdadır. Eyleyen (fail), eğlenceyi "birlikte üreten" değil, bir tesisten veya sektörden "satın alan/tüketen" konumundadır.

V (4): Eğlenceyi niteleyen sıfatlar incelendiğinde, bu eylemin Veblen'in bahsettiği gibi bir statü göstergesi (ör. pahalı eğlence, elit eğlence, VIP, gösterişli) ve zorunlu bir performans (Fincham'ın eğlence ahlakı) olduğuna dair anlamsal bürünler derlemde ağır basacaktır.

Bu araştırma soruları ve hipotezler etrafında şekillenen çalışmanın metodolojik kurgusu ve veri analizi süreci, bir sonraki bölümde detaylandırılmıştır.

Araştırmanın Deseni

Bu çalışmada, eğlence kavramının tarihsel ve toplumsal dönüşümünü Türkçenin kullanım bağlamları üzerinden incelemek amacıyla nicel ve nitel araştırma tekniklerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem (mixed methods) (Creswell ve Creswell, 2018) benimsenmiştir. Karma yöntem tasarımları içerisinden sıralı açıklayıcı desen (sequential explanatory design) tercih edilmiştir. Bu desenin tercih edilmesindeki temel amaç, derlem üzerinden elde edilen nicel ve istatistiksel eğilimlerin, nitel analizlerle çok daha kapsamlı açıklanabilmesidir (Ivankova vd., 2006).

Sıralı açıklayıcı desen uyarınca araştırma iki aşamalı olarak kurgulanmıştır. İlk aşamada derlem verileri üzerinden nicel istatistiksel analizler (eşdizimlilik, T-Score ve MI değerleri) gerçekleştirilmiş, elde edilen matematiksel bulguların arkasında yatan sosyolojik bağlamı ve söylemsel inşayı anlayabilmek amacıyla ikinci aşamada nitel veri analizine (MAXQDA) geçilmiştir.

Araştırmada nicel istatistiklerin ve nitel bağlamların birbirini destekleyecek şekilde kullanıldığı yöntem üçgenlemesi (methodological triangulati-

on) stratejisine başvurulmuştur. Böylelikle tek bir metodun sınırları aşılarak elde edilen bulguların geçerliği, güvenirliği ve analitik derinliği en üst düzeye çıkarılmıştır (Bekhet ve Zauszniewski, 2012).

Veri Seti ve Çalışma Evreni

Araştırmanın veri seti, günümüz Türkçesinin yazılı ve sözlü kullanım biçimlerini geniş bir yelpazede yansıtan TUD üzerinden elde edilmiştir. TUD, farklı metin türlerini (haberler, edebi eserler, akademik metinler, gündelik konuşmalar vb.) barındıran devasa bir dil veri tabanı olmasından ötürü sözcüklerin toplumsal kodlarını deşifre etmek için ideal bir evren sunmaktadır.

Çalışma kapsamında TUD veri tabanında aranan temel "düğüm sözcükler" (node words) "eğlence" (isim) ve "eğlenme" (fiil) olarak belirlenmiştir. Ayrıca Podilchak (1991a; 1991b) ve Fincham'ın (2016) kuramsal çerçevelerinde vurgulanan "eğlence ile keyif/haz ayrımını" dilbilimsel düzeyde test edebilmek amacıyla "mutluluk, keyif, zevk ve haz" sözcükleri de kontrol verisi (çapraz doğrulama) olarak derlemden çekilmiş ve analize dâhil edilmiştir.

Nicel Veri Analizi: İstatistiksel Eşdizimlilik Analizi

Araştırmanın nicel evresinde, belirlenen düğüm sözcüklerin derlemdeki eşdizimlilik örüntülerini saptamak için Python programlama dili ve veri bilimi kütüphaneleri (Pandas) kullanılmıştır. Bir sözcüğün sağında ve solunda istatistiksel olarak tesadüfün ötesinde bir sıklıkla beliren sözcüğün, o kavramın toplum zihnindeki anlamsal bürününü (semantic prosody) oluşturmaktadır. Analiz sürecinde iki temel istatistiksel ölçüm kullanılmıştır:

(1) T-Score Değeri: Bir eşdizimliliğin derlemdeki frekans (sıklık) yoğunluğunu ve istatistiksel kesinliğini ölçer. 2.0 ve üzeri değerler anlamlı kabul edilmiştir.

(2) Karşılıklı Bilgi Değeri (mutual information- MI): İki sözcüğün derlemde birbirlerine olan bağımlılığını (exclusivity) ve çekim gücünü hesaplar. MI değeri, kavramsal olarak birbirine kenetlenmiş sözcük gruplarını tespit etmede en güçlü ölçütlerden biri olmakla birlikte formülün doğası gereği aşırı düşük frekanslı sözcüklerde (istatistiksel sapma yaratarak) suni yüksek değerler verebilmektedir. Bu metodolojik riski (istatistiksel gürültüyü) önlemek amacıyla, alanyazınındaki standart derlem uygulamalarına sadık kalınarak frekansı 5'in altında olan eşdizimlilikler analiz dışı bırakılmıştır. Bu eşik değerini aşan bulgular içerisinde 3.0 ve üzeri MI puanları güçlü kavramsal bağ olarak yorumlanmıştır.

Nitel Veri Analizi Tematik ve Eleştirel Söylem Analizi

Nicel verilerin (istatistiklerin) kavramın "ne" ile kullanıldığını göstermesinin ardından, kavramın "nasıl ve hangi sosyolojik amaçla" kullanıldığını tespit etmek için nitel analize geçilmiştir. TUD veri tabanından elde edilen KWIC satırları, nitel veri analizi yazılımı olan MAXQDA programına aktarılmıştır. Derlemden çekilen bağlam cümleleri, eleştirel söylem analizi (CDA) ilkeleri doğrultusunda incelenmiş ve çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturan sosyologların yaklaşımları temel alınarak üç ana tema (kod) altında tasnif edilmiştir:

(1) Kurumsallaşan/Yönetilen Eğlence (Adorno ve Fincham): Eğlencenin ticari bir mekân, endüstri, bilet veya çalışma hayatının bir uzantısı/molası olarak kodlandığı bağlamlar.

(2) Gösterişçi ve Performatif Tüketim (Veblen ve Rojek): Eğlencenin sosyal statü kanıtlamak, lüks tüketim sergilemek veya zorunlu bir toplumsal performans olarak kurgulandığı bağlamlar.

(3) Etkileşimsel Biz-lik ve Samimiyet (Podilchak): Eğlencenin parasal veya mekânsal bir zorunluluk olmadan, hiyerarşiden uzak, maskesiz ve spontane bir "insani bağ" olarak inşa edildiği bağlamlar.

Kodlama işleminin ardından MAXQDA'in görselleştirme araçları kullanılarak, kavramların birbirleriyle olan kesişim yoğunlukları matrisler halinde (frekans ağırlıklı) ortaya konmuş ve teorik bulgular görsel olarak da desteklenmiştir.

Bulgular

Eğlencenin İstatistiksel İnşası: Derlem Tabanlı Nicel Bulgular

Tüketilen Bir Meta Olarak Eğlence

TUD verileri üzerinden "eğlence" kavramına uygulanan eşdizimlilik analizi, kavramın günümüz Türkçesindeki kullanımının baskın bir biçimde mekânsal ve ticari bağlamlar tarafından kuşatıldığını göstermektedir. Eğlence sözcüğünün derlemde istatistiksel olarak en güçlü bağ kurduğu kavramlar, duygusal veya etkileşimsel eylemlerden ziyade kavramın fiziksel sınırlarını ve ekonomik pazarını tanımlayan isim soylu sözcüklerdir.

Python kullanılarak hesaplanan T-Score ve MI değerlerine göre, eğlence kavramının etrafında kümelenen en güçlü sektörel ve mekânsal eşdizimlilikler şunlardır.

Tablo 1. "Eğlence" Kavramının Mekânsal ve Sektörel Eşdizimlilik Değerleri[7]

Sıra	Sözcük	Gözlenen Frekans	T-Score	MI Değeri
1	yerleri	47	6.85	9.08
2	yeri	39	6.24	6.80
3	merkezi	30	5.47	6.45
4	sektörü	7	2.64	6.17
5	endüstrisi	5	2.23	8.49

(1) Mekânsal İnşa: Derlemde eğlence sözcüğü en yüksek frekans ve istatistiksel anlamlılığı "yerleri" (frekans 47, T-Score 6.85, MI 9.08), "yeri" (T-Score 6.24, MI 6.80), "merkezi" (T-Score 5.47, MI 6.45) ve "mekânları" (T-Score 2.00, MI 9.75) sözcükleriyle kurmuştur.

(2) Ticari ve Kurumsal İnşa: Kavramın doğrudan ekonomik bir üretim alanı olarak kodlandığı kullanımlar incelendiğinde "sektöründe" (T-Score 2.99, MI 6.63), "sektörü" (T-Score 2.64, MI 6.17) ve "endüstrisi" (T-Score 2.23, MI 8.49) sözcükleri istatistiksel eşik değerlerinin (T-Score> 2.0, MI> 3.0) çok üzerinde, güçlü birer anlamsal bürün oluşturmuştur.

Bu istatistiksel tablo, Adorno ve Horkheimer'ın (2014) kültür endüstrisi kuramını ve araştırmanın V (1) (ticarileşme ve endüstri varsayımı) varsayımını nicel olarak doğrulamaktadır.

Türkçede eğlence, bireylerin kendi aralarında spontane bir biçimde ürettikleri etkileşimsel bir bağ (Podilchak, 1991a) olmaktan çıkarak, sınırları önceden çizilmiş tesislere veya merkezlere gidilerek, bir "sektör" aracılığıyla satın alınan yapısal bir tüketime dönüşmüştür. Fincham'ın (2016) "yönetilen eğlence" kavramıyla da örtüşen bu durum, eğlencenin otonomisini kaybederek kapitalist sistemin pazarlanabilir bir metasına dönüştüğünün dilbilimsel kanıtıdır.

"Çalışma"nın Uzantısı Olarak "Eğlenme" Eylemi

Eğlence kavramının isim statüsündeki mekânsal inşasına ek olarak, derlem verilerinde eylem bildiren "eğlenme" sözcüğüne uygulanan eşdizimlilik analizi, eleştirel kuramın argümanlarını çarpıcı bir matematiksel netlikle desteklemektedir.

Tablo 2. "Eğlenme" Eyleminin İş ve Zaman Odaklı Eşdizimlilik Değerleri[8]

Sıra	Sözcük	Gözlenen Frekans	T-Score	MI Değeri
1	dinlenme	32	5.65	14.44
2	zamanı	7	2.64	9.48
3	oyun	5	2.23	8.38
4	çalışma	5	2.23	7.63

[7] Tablodaki veriler TUD'dan elde edilmiş olup, istatistiksel gürültüyü önlemek amacıyla F≥5 ve T-Score≥2.0 eşik değerlerini sağlayan sözcükler listelenmiştir.
[8] Tablodaki veriler TUD'dan elde edilmiş olup, istatistiksel gürültüyü önlemek amacıyla F≥5 ve T-Score≥2.0 eşik değerlerini sağlayan sözcükler listelenmiştir.

TUD'da "eğlenme" eyleminin istatistiksel olarak en güçlü bağ kurduğu kavramların doğrudan iş ve mesai hayatıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Python ile yapılan analiz sonucunda "eğlenme" eyleminin en yüksek istatistiksel anlamlılığı, açık ara bir farkla "dinlenme" (Frekans 32, T-Score 5.65, MI 14.44) sözcüğüyle ürettiği görülmüştür. Bu birincil eşdizimliliği, sırasıyla "zamanı" (MI 9.48), "işine" (MI 9.41), "hakkını" (MI 9.17) ve "çalışma" (MI 7.63) sözcükleriyle kurulan güçlü anlamsal bürünler takip etmektedir.

Derlemden elde edilen bu spesifik kavramsal ağ, araştırmanın V (2) (çalışmanın uzantısı/kaçış) varsayımını doğrulamaktadır. Adorno ve Horkheimer (2014: 186), kültür endüstrisi analizinde eğlencenin geç kapitalizmde bütünüyle çalışmanın bir uzantısı olduğunu, bireyin mekanik emek sürecine geri dönebilmek ve yeniden güç toplamak amacıyla sisteme entegre edilmiş bir molaya sığındığını belirtmektedir. Nitekim derlem verilerinde eğlenme eyleminin bizzat "dinlenme" ve "çalışma" sözcükleriyle aynı düzlemde konumlanması ve bir "zaman" veya "hak" olarak kurumsallaşması, bu kuramın dilbilimsel ispatıdır. Türkçe söylemde eğlenmek, anlık bir varoluşsal sevinç eylemi olmaktan ziyade, modern çalışma hayatının yorgunluğunu atmak ve yeniden üretime katılabilmek için başvurulan işlevsel bir dinlenme stratejisi olarak kodlanmaktadır.

Kavramsal Bir Zıtlık: "Eğlence"ye Karşı "Mutluluk, Keyif, Zevk ve Haz"

Çalışmanın araştırma sorularından dördüncüsü (AS 4), Fincham (2016) ve Podilchak'ın (1991a; 1991b) eğlenceyi diğer olumlu duygu durumlarından ayırdığı o ince kuramsal sınırın Türkçedeki varlığını sorgulamaktadır. Fincham'a göre (2016) eğlence, bireyin kendinden ve sorumluluklarından uzaklaştığı dışsal bir dikkat dağıtma aracı iken keyif/haz ve mutluluk bireyin eyleme bütünüyle gömüldüğü, içsel ve öz-referanslı durumlardır. Bu kuramsal ayrımı test etmek amacıyla "*mutluluk, keyif, zevk*" ve "*haz*" sözcükleri derlemde kontrol verisi olarak analiz edilmiş ve "*eğlence*" kavramıyla taban tabana zıt bir istatistiksel profil elde edilmiştir.

Tablo 3. "Eğlence" Kavramına Karşı "İçsel/Duygusal" Kavramların Eşdizimsel Profilleri [9]

Düğüm Sözcük	Öne Çıkan Eşdizimli Sözcükler	T-Score	MI Değeri
Eğlence	mekânları	2.00	9.75
	yerleri	6.85	9.08
	endüstrisi	2.23	8.49
	sektörü	2.64	6.17
Mutluluk	huzur	9.48	9.38
	sevinç	7.21	8.70
	başarı	7.41	7.88
Keyif / Zevk	izlemekten	2.64	11.50
	oynamaktan	5.00	11.54
	okumaktan	4.58	10.70
	öğrenmekten	2.82	11.15
Haz	dinlemekten	2.64	11.25
	acı	7.41	8.48
	cinsel	5.83	8.30

Derlemde "mutluluk" sözcüğünün eşdizimlilik tablosu, eğlencenin mekânsal ve ticari yapısının aksine tamamen manevi ve kalıcı durumlara işaret etmektedir. Mutluluk sözcüğünün en güçlü bağ kurduğu sözcükler sırasıyla "huzur" (T-Score 9.48, MI 9.38), "sevinç" (T-Score 7.21, MI 8.70) ve "başarı" (T-Score 7.41, MI 7.88) şeklinde tespit edilmiştir. Türkçede eğlence gidilen veya satın alınan bir şey iken mutluluk, bireyin bizzat varoluşunda hissettiği bir iç huzur durumudur.

Fincham'ın (2016) eyleme gömülme ve içsel bağlılık tezinin ispatı ise keyif, zevk ve haz sözcüklerinin anlamsal bürünlerinde ortaya çıkmaktadır. Bu üç sözcüğün TUD verilerindeki en yüksek MI skorları (MI> 10.00), bireyin sürece aktif katılımını gerektiren ayrılma durum ekli (+dAn) eylemlerden oluşmaktadır.

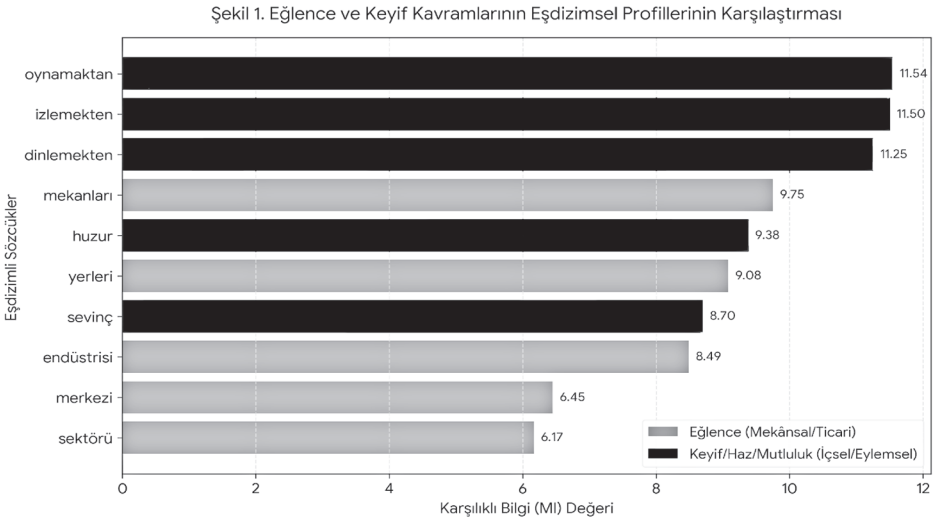
Tablo 4. Keyif, Zevk ve Haz Kavramlarının Eylemsel Eşdizimlilik Profilleri[10]

Düğüm Sözcük	Öne Çıkan Eşdizimli Sözcükler	MI Değeri
Keyif	izlemekten	11.50
	oynamaktan	10.85
	okumaktan	10.04
	çalışmaktan	9.36
Zevk	oynamaktan	11.54
	öğrenmekten	11.15
	seyretmekten	11.13
	dinlemekten	10.42
Haz	dinlemekten	11.25
	müzikten	9.78

[9] Tablodaki veriler TUD'dan elde edilmiş olup, F≥5 ve T-Score≥2.0 eşik değerlerini sağlayan en yüksek MI değerine sahip kavramsal örneklemlerden derlenmiştir.
[10] Tablodaki değerler TUD'dan elde edilmiş olup, bireyin içsel/eylemsel katılımını gösteren en yüksek MI skoruna sahip eşdizimlilikleri listelemektedir.

Ayrıca bu kavramların cinsel (MI 8.30), acı (MI 8.48), sadistçe (MI 12.60) ve uyuşturucu (MI 9.27) sözcükleriyle kurduğu güçlü eşdizimsel ağlar, hazzın tıpkı kuramsal çerçevede öngörüldüğü gibi bedensel ve duyusal bir uyarılma hali olduğunu kanıtlamaktadır.

Grafik 1. Eğlence, keyif, haz ve mutluluk kavramlarının eşdizimsel profillerinin karşılaştırması



Kavramlar arasındaki bu sosyolojik ve söylemsel zıtlık, TUD verilerinden elde edilen MI değerlerinin görselleştirildiği Grafik 1'de de açıkça görülmektedir. İlgili grafikte dışsal/sektörel bir inşaya sahip olan "eğlence" sözcüğü ile eylemsel/içsel bir derinliğe sahip olan "keyif, haz" ve "mutluluk" sözcüklerinin keskin ayrımı özetlenmektedir.

Sonuç olarak nicel derlem verileri göstermektedir ki Türkçe söylemde eğlence, sınırları önceden çizilmiş dışsal bir mekânda tüketilen yapısal bir meta iken mutluluk, keyif ve haz, bireyin bir eyleme (okumak, izlemek, öğrenmek) katılımıyla içeriden ürettiği öznel duygu durumlarıdır. Bu durum AS (4) çerçevesindeki kavramsal zıtlığı istatistiksel bir kesinlikle ortaya koymaktadır.

Eğlencenin Söylemsel İnşası: MAXQDA Nitel Analiz Bulguları

Kurumsallaşan ve Yönetilen Eğlence Söylemi

Nicel analizler sonucunda elde edilen mekânsal ve sektörel eşdizimliliklerin (Tablo 1), gündelik dilin pratiklerinde nasıl bir anlamsal çerçeve ürettiği MAXQDA nitel veri analiziyle incelenmiştir. TUD'dan çekilen bağlam cümleleri incelendiğinde eğlencenin doğaçlama gelişen bir duygusal etkile-

şim olmaktan ziyade, sınırları çizilmiş ve kurumsallaşmış bir "sektör" olarak kodlandığı görülmektedir. Bu bulgular doğrudan Adorno ve Horkheimer'ın (2014) kültür endüstrisi ve Fincham'ın (2016) yönetilen eğlence kavramlarıyla örtüşmektedir.

MAXQDA analizinde "sektörel bağlam" ve "kültür endüstrisi" kodları altında birleşen veriler, eğlencenin Türkçede adeta bir fabrika veya üretim bandı terminolojisiyle konuşulduğunu kanıtlamaktadır. Eğlence, aktörlerin kendi içlerinde ürettikleri bir bağ değil, dışarıdan bir endüstri tarafından onlara sunulan/satılan bir pazar nesnesidir.

"…filminde bu t-shirt'lerin kullanılmasıyla, şirket, eğlence sektörüne de girmeyi başardı." (W-PF10E1B-2867-1120)

"…oldukça küresel bir durum. Küresel eğlence sektörünün girdiği büyük şehirlerde…" (W-OI37E1B-3058-1011)

Bu tür söylemler, eğlencenin Fincham'ın (2016) iddia ettiği gibi yönetilen ve pazarlanabilir bir karaktere büründüğünü göstermektedir. İnsanlar artık eğlenmemekte, bizzat eğlence sektörünün tüketicileri (veya o sektörde çalışan özneler) olarak konumlanmaktadır.

Adorno ve Horkheimer'ın (2014) eğlenceyi çalışma hayatının bir uzantısı olarak gören tezlerinin en net yansımalarından biri, eğlencenin derlemde belirli fiziksel alanlara (merkez, tesis, park, mekân) hapsedilmesidir. "Mekânsal Tüketim" kodu altında toplanan veriler, eylemin özgürleştirici doğasının nasıl belli duvarlar arasına çekildiğini göstermektedir:

"…olan Bodrum şimdi "dev bir", eğlence merkezi. Nüfusun önemli bir bölümü…" (W-LE39C4A-0571-372)

"… ve sergi merkezleri, temalı parklar, eğlence merkezleri, golf tesisleri, günübirlik tesisler…" (W-MD02A4A-2687-1265)

Eğlencenin mekânlara tahsis edilmesi, eylemin kurallara, çalışma saatlerine ve ticari kurallara bağlanması anlamına gelir. Birey ancak o mekâna girdiği anda ve o mekânın kurallarına uyduğu (bilet aldığı, sipariş verdiği veya para harcadığı) sürece eğlenme hakkına sahip olmaktadır. Bu durum, araştırmanın V (1) (ticarileşme) ve V (2) (çalışmanın uzantısı) varsayımlarını nitel bağlamda doğrulamaktadır.

Gösterişçi Tüketim, Statü ve "Para" Söylemi

Eğlencenin kapitalist bir meta olarak mekânsallaşması ve sektörel bir yapıya bürünmesi, kavramın aynı zamanda bir statü ve görünürlük aracına dönüşmesini de beraberinde getirmiştir. TUD verileri üzerinde yapılan nitel

MAXQDA analizi, eğlence eyleminin sıklıkla yüksek maliyet, lüks tüketim ve toplumsal hiyerarşideki konumu belirleme işleviyle kodlandığını ortaya koymaktadır.

Bu durum, Veblen'in (2007) gösterişçi tüketim ve Rojek'in (2000) eğlenceyi bireyin sosyal statüsünü konumlandırdığı bir performans alanı olarak tanımlayan yaklaşımlarıyla tam bir örtüşme içindedir. Derlem verilerinde eğlence eyleminin gerçekleşebilmesinin ön koşulu olarak genellikle finansal bir işlem (satın alma, ücret ödeme, bilet alma) öne sürülmektedir. "Para", eğlencenin doğal bir gerekliliği ve değişim değeri olarak söyleme yerleşmiştir.

"…bakmaya karar verip, kaptığımız paraları eğlence mekanlarında tüketirdik. Sonra, o mekanlara…" (W-LH09C2A-0276-1223)

"Bu gece parası bol olanların eğlence gecesi…" (W-CA16B1A-0505-426)

Bu alıntılar, Adorno ve Horkheimer'ın (2014) kültür endüstrisi analizinde eğlencenin bir eğlence işletmesi olduğu ve bireylerin sadece tüketici konumuna indirgendiği (V1 ve AS 2) tespitini doğrulamaktadır. Eğlence, bireylerin otonom biçimde ürettikleri bir etkileşim değil, satın alınan bir metadır.

Veblen'in (2007) maddi gücü gösterme aracı olarak boş zamanın kullanıldığı kuramına uygun olarak, TUD verilerinde eğlence sık sık lüks, ayrıcalık ve sınıfsal bir üstünlük göstergesi olarak kurgulanmaktadır (V4 ve AS3).

"… sosyeteye rezil olursunuz. Bu tür eğlence yerlerine mutlaka taksiyle gidin." (W-QI22C4A-0852-239)

"…Jet-Set'te dekolte ile lüks ve eğlence iç içe geçmiş..." (W-SI27D1B-2465-1324)

"…zengin konaklara, malikanelere, lüks otellere eğlence yerlerine girer çıkar. Beyzadelere ve…" (W-GI39C2A-1928-1529)

Rojek'in (2000) vurguladığı gibi, eğlence bireyin gerçek benliğinden ziyade toplumsal bir onay ve görünürlük performansına dönüşmektedir. "*Sosyeteye rezil olursunuz*" veya "*lüks ve eğlence*" gibi ifadeler, eğlencenin demokratik ve eşitlikçi (Podilchak, 1991a) doğasından ne kadar uzaklaşıldığını, tam aksine hiyerarşiyi ve eşitsizliği yeniden üreten bir alan (Fincham, 2016) haline geldiğini göstermektedir.

Marjinalleşen "Biz-lik" Söylemi: Etkileşimsel Eğlence

Önceki bölümlerde detaylandırılan ticarileşme, mekânsal kapatılma ve statü performansının aksine derlemde görece daha az frekansa sahip olsa da eğlencenin otonom, etkileşimsel ve eşitlikçi doğasını yansıtan kullanımlar da tespit edilmiştir. MAXQDA nitel analizinde "Biz-lik ve Eşitlik" ile

"Doğaçlama (Plansızlık)" kodları altında toplanan bu veriler, Podilchak'ın (1991) idealize ettiği, dışsal bir zorunluluk barındırmayan gerçek eğlence anlarının dildeki yansımalarıdır.

Eğlencenin bir sektörden satın alınmadığı veya bir kurallar bütününe (bilet, rezervasyon, mesai sonrası) tabi olmadığı durumlar, derlemde bireylerin kendi aralarında "plansızca" ürettikleri spontane anlar olarak kodlanmaktadır:

"…planlanmamış doğa yürüyüşünden daha fazla keyif almak için bir sigara yakmak…" (W-UA16B2A-0724-140)

"Uzun zamandır, nerede ise eğlence amaçlı toplanmıyorduk şimdi tam zamanı." (W-QI09C4A-1373-1772)

Bu tür bağlamlar, bireylerin modern hayatın veya "eğlence ahlakı"nın (Fincham, 2016) kurumsal baskılarından sıyrılarak toplumsal maskelerini (öğretmen, işçi, ebeveyn) indirdikleri bir kaçış alanıdır. Burada eğlence, dışarıdan dayatılan bir tüketim kalıbı değil, grubun kendi içinde spontane bir biçimde inşa ettiği özgün bir "idio-kültür"dür (Podilchak, 1992).

Eğlencenin dışsal bir referanstan (mekân veya para) öte tamamen "öteki-referanslı" (other-referential) olduğu nadir bağlamlarda odak noktası gösteriş veya tüketim değil, samimiyet, dostluk ve eşitliktir.

"Akşam kafamıza göre bir eğlence düzenledik. Arkadaşlar arasında para toplandı." (W-LH09C2A-0276-1225)

"Fırsat buldukça, arkadaşlarıyla her türlü eğlence yerine gidiyorlar." (W-BE39C2A-0356-663)

"…hepsi o kadar. Birlikte yürüyüş, eğlence, muhabbet, filan… (W-LA16B4A-0148-1712)

Bu alıntılar, Podilchak'ın *eşit-diğer-kişi* (with-equal-other) kavramının Türkçedeki söylemsel karşılığıdır. Bireyler hiyerarşik farklarını bir kenara bırakarak maskesiz bir evrensel insanlık bağı kurmaktadır. Eğer sadece eğlence (isim) kavramına odaklanılırsa, dilsel inşanın ağırlık merkezinin Podilchak'ın biz-lik duygusundan kültür endüstrisinin biletli yalnızlığına doğru kaydığı düşünülebilir. Nitekim derlemin genelinde ticari ve mekânsal söylemler sayısal bir üstünlüğe sahiptir. Ancak MAXQDA kod-belge frekans matrisi (Tablo 5) kavramsal yelpazeye bütüncül olarak bakıldığında, bu duruma ezber bozan bir açıklama getirmektedir.

Tablo 5. Düğüm Sözcükler ile MAXQDA Kod-Belge Frekans Matrisi[11]

Tematik Kodlar (MAXQDA)	Eğlence	Eğlenme	Keyif	Haz	Mutluluk	Zevk
Mekânsal Tüketim	219	45	4	1	1	2
Elitizm ve Ayrıcalık	80	32	3	6	2	1
Meta Olarak Eğlence	140+	40	5	2	1	3
"Biz-lik" ve Eşitlik	3	20	14	5	8	6

MAXQDA kod frekans matrisi (Tablo 5) incelendiğinde, Türkçede eğlence söyleminin iki zıt kutup etrafında güçlü bir diyalektik gerilim barındırdığı görülmektedir. Tabloda en yüksek frekansa ulaşan ve "eğlence" düğümünü (140+) domine eden meta olarak eğlence, Adorno'nun kültür endüstrisi ve ticarileşme tezinin dildeki ezici baskınlığını kanıtlamaktadır. Ancak bununla birlikte, ticarileşmiş eğlence bağlamında neredeyse yok olan (3) biz-lik ve eşitlik söyleminin, eylemsel katılıma (eğlenme: 20) ve içsel duygulanımlara (keyif: 14) geçildiğinde yeniden ortaya çıkarak ikincil bir zirve oluşturması çarpıcıdır. Bu durum, Podilchak'ın (1985) vurguladığı o özerk ve samimi bağın kapitalist kuşatmaya rağmen tamamen yok olmadığını, aksine eğlence sektörünün dışına çıkarak, içsel duygu ve eylemlerin içinde adeta bir direniş alanı olarak varlığını sürdürdüğünü göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışma "eğlence" kavramının tarihsel, sosyolojik ve söylemsel inşasını, derlem dilbilim ve nitel veri analizi yöntemlerinin bütünleştirildiği karma bir desen eşliğinde incelemiştir. Alan yazınında genellikle birbirleri yerine kullanılan eğlence, mutluluk, keyif ve haz gibi kavramların, gündelik dilin pratiklerinde aslında birbirlerinden tamamen farklı sosyolojik referanslara sahip olduğu istatistiksel ve anlamsal olarak kanıtlanmıştır.

Araştırmanın nicel bulguları (eşdizimlilik analizleri), eğlencenin Türkçede eylemsel ve içsel bir duygu durumu olmaktan ziyade, sınırları önceden çizilmiş dışsal ve mekânsal bir yapı olarak kodlandığını göstermektedir. Eğlence sözcüğünün merkez, mekân, sektör ve endüstri gibi kavramlarla ürettiği yüksek istatistiksel çekim (MI ve T-Score değerleri), Adorno ve Horkheimer'ın (2014) kültür endüstrisi eleştirisini dilbilimsel düzlemde doğrulamaktadır. Eğlence, bireylerin kendi aralarında otonom olarak ürettikleri bir bağ değil, pazarlanan, yönetilen ve biletle girilen kurumsal bir işletme

[11] Tabloda yalnızca araştırma soruları bağlamında anlamlı bir dağılım/zıtlık gösteren ve kuramsal tartışmaya doğrudan katkı sunan baskın kodlar sunulmuştur. Kod sisteminin tamamı metodoloji bölümünde belirtilmiştir.

(Fincham, 2016) haline gelmiştir. Ayrıca, eylem bildiren eğlenme sözcüğünün dinlenme ve çalışma kavramlarıyla güçlü bir anlamsal bürün oluşturması, eğlencenin geç kapitalizmde salt çalışmanın bir uzantısı ve sisteme yeniden entegre olma molası olarak işlev gördüğünü kanıtlamaktadır.

Çalışmanın en çarpıcı bulgularından biri, kavramsal zıtlıkların analizinde ortaya çıkmıştır. Eğlence kavramı dışsal bir meta olarak kurgulanırken mutluluk, keyif, zevk ve haz sözcükleri bireyin eyleme bütünüyle gömülmesini gerektiren, öz-referanslı ve manevi durumlar olarak kodlanmıştır. Bu dilsel ayrım, insanların eğlence mekânlarına giderek dışarıdan bir uyarıcı satın aldıklarını, ancak keyif ve mutluluğu bizzat kendi eylemsellikleri (okumak, izlemek, dinlemek, başarmak) üzerinden içeriden ürettiklerini göstermektedir.

Sayısal verilerin MAXQDA ile yapılan nitel bağlam analizi ise eğlencenin günümüzde nasıl bir statü ve gösteriş performansına dönüştüğünü ortaya koymuştur. Veblen'in (2007) gösterişçi tüketim kavramına paralel olarak, derlem verilerinde "eğlence" sıklıkla lüks, VIP statüsü, yüksek maliyet ve görünürlük ekseninde tartışılmaktadır. Kavram, bireylerin toplumsal hiyerarşideki konumlarını diğerlerine ispatladıkları bir performatif sahne (Rojek, 2000) halini almıştır. Diğer taraftan Podilchak'ın (1991) kavramsallaştırdığı eşitlikçi ve hiyerarşiden uzak biz-lik söyleminin ticarileşen eğlence bağlamında oldukça marjinalleştiği görülse de kavramın eylemsel formuna (eğlenme) ve içsel yansımalarına (keyif) geçildiğinde bu samimi bağın yeniden kurulduğu tespit edilmiştir. Türkçe söylemde eğlence fenomeni, bir yandan kültür endüstrisinin satın alınan bir metasına dönüşürken diğer yandan eylemin kendi doğasında insanların bir araya gelerek hiyerarşiyi yıktıkları o geleneksel sığınak olma işlevini de inatla koruyarak güçlü bir diyalektik gerilim yaratmaktadır.

Sonuç olarak bu araştırma, eğlence ahlakının ve kültür endüstrisinin Türkçenin sözcüksel ve anlamsal dokusuna ne denli derinlemesine nüfuz ettiğini ampirik bir düzlemde ortaya koymaktadır. Eğlence olgusu, modern toplumda doğaçlama bir varoluşsal neşe hali olmaktan çıkarak, bütçelendirilen, planlanan, satın alınan ve izleyiciye sunulan bir metaya dönüşmüştür. Gelecekte yapılacak çalışmaların, bu araştırmada tespit edilen eğilimleri tarihsel derlemler (art zamanlı analizler) veya sosyal medya verileri üzerinden incelemesi, kavramın geçirdiği toplumsal ve dijital dönüşümün haritalandırılması açısından alanyazınına önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği* (E. O. İncirlioğlu ve N. Uzel, Çev.). Kabalcı Yayıncılık.

Aksan, Y., Aksan, M., Koltuksuz, A., Sezer, T., Mersinli, Ü., Umut, Ö., Atasoy, S., Öz, S. ve Yıldız, İ. (2012). Construction of the Turkish National Corpus (TNC). N. Calzolari, R. Khalid, J. Mariani, J. Odijk, S. Piperidis, M. Rosner ve D. Tapias (Ed.), *Proceedings of the Eighth International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2012)* içinde (ss. 4223-4227). European Language Resources Association (ELRA). https://v3.tnc.org.tr/

Aristoteles. (2017). *Poetika: Şiir sanatı üzerine* (M. Soykut, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Bahtin, M. (2016). *François Rabelais ve Ortaçağ-Rönesans halk kültürü* (S. Gürses, Çev.). Alfa Yayınları.

Baker, P. (2010) *Sociolinguistics and corpus linguistics*. Edinburg University Press.

Baudrillard, J. (2001). *Simülakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.

Bekhet, A. K., ve Zauszniewski, J. A. (2012). Methodological triangulation: An approach to understanding data. *Nurse Researcher*, 20(2), 40-43. https://doi.org/10.7748/nr2012.11.20.2.40.c9442

Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction* (J. A. Underwood, Trans.). London: Penguin Books.

Classen, A. (2019). Pleasure and leisure from the Middle Ages to the early nineteenth century: The rediscovery of a neglected dimension in cultural history. Also an introduction. A. Classen (Ed.), *Pleasure and leisure in the Middle Ages and early modern age: Cultural-historical perspectives on toys, games, and entertainment* içinde (ss. 1-160). De Gruyter.

Clawson, M. (1969). Toward a society of leisure [Kitap incelemesi: Toward a society of leisure, yazar J. Dumazedier]. *Journal of Leisure Research*, 1(3), 277-278. https://doi.org/10.1080/00222216.1969.11969740

Creswell, J. W. ve Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Dumazedier, J. (1967). *Toward a society of leisure*. The Free Press.

Eagleton, T. (2012). *Hayatın anlamı*. Ayrıntı Yayınları.

Elkington, S. ve Stebbins, R. A. (2014). *The serious leisure perspective: An introduction*. Routledge

Fincham, B. (2016). *The sociology of fun*. Palgrave Macmillan.

Halliwell, S. (2008). *Greek laughter: A Study of cultural psychology from Homer to early Christianity*. Cambridge University Press.

Homeros. (2008a). Odysseia (A. Erhat ve A. Kadir, Çev.). Can Yayınları.

Homeros. (2008b). İlyada (A. Erhat ve A. Kadir, Çev.). Can Yayınları.

Ivankova, N. V., Creswell, J. W. ve Stick, S. L. (2006). Using mixed-methods sequential explanatory design: From theory to practice. *Field Methods*, 18(1), 3-20. https://doi.org/10.1177/1525822X05282260

Kamacı Gencer, D. (2023). *Küreselleşme, kültür ve dil*. Paradigma Akademi.

Kelly, J. R. (1985). *Leisure identities and interactions*. Allen&Unwin.

Platon. (2014). Şölen (S. Eyüboğlu, Çev.). Alfa Yayınları.

Podilchak, W. (1985). The social organization of fun. *Loisir et Société/Society and Leisure*, *8*(2), 685-691. https://doi.org/10.1080/07053436.1985.10715235

Podilchak, W. (1991a). Distinctions of fun, enjoyment and leisure. *Leisure Studies*, *10*(2), 133-148. https://doi.org/10.1080/02614369100390131

Podilchak, W. (1991b). Establishing the fun in leisure. *Leisure Sciences*, *13*(2), 123-136. https://doi.org/10.1080/01490409109513131

Podilchak, W. (1992). Fun, funny, fun-of humor and laughter. *Humor: International Journal of Humor Research, 5*(4), 375-396. https://doi.org/10.1515/humr.1992.5.4.375

Rojek, C. (2000). *Leisure and culture*. Palgrave Macmillan.

Sigismondi, P. (2011). *The digital glocalization of entertainment: New paradigms in the 21st century global mediascape*. Springer.

Sinclair, J. (2004). *Trust the text*. Routledge.

Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. Transaction Publishers.

Stebbins, R. A. (2012*). The idea of leisure: First principles*. Transaction Publishers.

Torretta, G. (2015). Preaching on laughter: The theology of laughter in Augustine's sermons. *Theological Studies, 76*(4), 742-764.

Veblen, T. (2007). *The theory of the leisure class* (M. Banta, Ed.). Oxford University Press.

Xenophon. (2012). *The symposium* (R. Waterfield, Çev.). Oxford University Press.