



T.C.

NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MÜZİKOLOJİ ANA BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE 1980'Lİ YILLARDA POPÜLER KÜLTÜRÜN MÜZİK
ÜRETİMİNE YANSIMALARI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Ahmet Can KARAKAŞ

NIĞDE

Ekim, 2021

T.C.
NİĞDE ÖMER HALİDEMİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜZİKOLOJİ ANA BİLİM DALI

TÜRKİYE’DE 1980’Lİ YILLARDA POPÜLER KÜLTÜRÜN MÜZİK
ÜRETİMİNE YANSIMALARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Ahmet Can KARAKAŞ

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Fulya SOYLU BAĞÇECİ
Üye : Prof. Dr. Feyzan GÖHER
Üye : Prof. Dr. Oğuz KARAKAYA

NİĞDE

Ekim, 2021

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Türkiye’de 1980’li Yıllarda Popüler Kültürün Müzik Üretimine Yansımaları” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ve akademik kurallar çerçevesinde tez yazım kılavuzuna uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.
...../...../ 2021

Ahmet Can KARAKAŞ



ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasının gerçekleşmesinde fikir, görüş ve önerileriyle katkılarını esirgemeyen saygı değer tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Fulya SOYLU BAĞÇECİ'ye, Yüksek lisans eğitimim sürecinde yardım ve desteklerini esirgemeyen tüm Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Müzikoloji Anabilim Dalı ailesine,

Teşekkür ederim...

Ahmet Can KARAKAŞ



ÖZET
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TÜRKİYE’DE 1980’Lİ YILLARDA POPÜLER KÜLTÜRÜN MÜZİK
ÜRETİMİNE YANSIMALARI**

KARAKAŞ, Ahmet Can
Müzikoloji Ana Bilim Dalı
Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Fulya SOYLU BAĞÇECİ
Ekim, 2021, 78 sayfa

Türkiye 1980’li yıllardan sonra, toplumsal alanın her kademesini kapsayan hızlı bir değişim sürecine girmiştir. Bu süreç içinde gerek siyasal alanda gerek ekonomik alanda ve gerekse kültürel alanda yaşanan hızlı değişim pek çok şeyi olduğu gibi, müziği de etkilemiştir. Özellikle, kültürel alanda yaşanan yoğun popülerleşme olgusu beraberinde popüler kültürün tartışılmaz hakimiyetini getirmiştir.

1980’lerden bu yana yaşanan hızlı değişim ve dönüşümün nedenlerini kültürel bir bakış açısıyla saptamak bu araştırmanın asıl hedefini oluşturmaktadır. Türkiye’de 1980 sonrası meydana gelen yeni yapı popüler kültürü anlamayı ve müzik üretimine yansımalarını incelemeyi gerekli kılmıştır. Bu amaç doğrultusunda da popüler müziğin de kültürel bir göstere olduğu kaçınılmazdır.

Bu araştırma kapsamında 1980’li yıllarda popüler kültürün müzik üretimine yansımalarını incelemek amacı ile betimsel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Konu ile ilgili mevcut düşünce üretmiş fikir ekollerinin ve yazarların eserleri taranmış ve temel referanslar olarak kabul edilmiştir.

1980’lerde yaşanan sosyo-kültürel değişim ve bu değişimin dinamiğinin anlaşılabilmesi için, genelde popüler müziğe özelde ise arabesk ve pop müziğe yansıyan etkileşimi üzerine önemle düşünülmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü, bu kültürel formlar, popüler müzik ışığında, 1980 sonrası Türk toplum yapısında meydana gelen hızlı değişim ve bu değişimin ortaya koyduğu kültürel hayat pratiğinin bir yansıması olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Müzik, 1980 Sonrası, Müzik Üretimi

**ABSTRACT
MASTER THESIS**

**REFLECTIONS OF POPULAR CULTURE ON MUSIC PRODUCTION IN THE
1980S IN TURKEY**

KARAKAŞ, Ahmet Can
Department of Musicology
Thesis Advisor: Asst. Prof. Dr. Fulya SOYLU BAĞÇECİ
October, 2021, 78 pages

After the 1980s, Turkey has entered a rapid change process that covers all levels of the social sphere. In this process, the rapid change in the political, economic and cultural fields has affected music as well as many other things. In particular, the phenomenon of intense popularization in the cultural field has brought with it the indisputable dominance of popular culture.

The main aim of this research is to determine the reasons for the rapid change and transformation experienced since the 1980s from a cultural point of view. The new structure that emerged after 1980 in Turkey made it necessary to understand popular culture and examine its reflections on music production. For this purpose, it is inevitable that popular music is a cultural indicator.

Within the scope of this research, scanning model, which is one of the descriptive research methods, was used in order to examine the reflections of popular culture on music production in the 1980s. The works of thought schools and authors who have produced ideas on the subject have been scanned and accepted as basic references.

It has been concluded that in order to understand the socio-cultural change experienced in the 1980s and the dynamics of this change, it is necessary to think carefully about the interaction between popular music in general and arabesque and pop music in particular. Because these cultural forms, in the light of popular music, have been understood to be a reflection of the rapid change in the structure of Turkish society after 1980 and the cultural life practice revealed by this change.

Key Words: Popular Music, Post-1980, Music Production

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	5
GENEL BİLGİLER	5
1.1. Popüler Kültürün İnşası ve Müzik	5
1.2. Müzik Endüstrisinin Gelişimi	11
1.3. Kültür Endüstrisi ve Popüler Müzik İlişkisi.....	15
1.4. Kitle İletişim Araçları	15
İKİNCİ BÖLÜM	21
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	21
2.1. Popüler Müzikte Standartlaşma ve Anlam.....	25
2.2. Popüler Müziğin Ekonomi Politikası	29
2.3. Kültürel Kodlama ve Müzik.....	31
2.3.1. İmaj ve Müzik.....	33
2.3.2. Simgelerin Anlamlandırılması.....	37
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	41
BULGU VE YORUMLAR	41
3.1. 1980 Sonrası Popüler Müzik ve Türleri	41
3.1.1. Jazz Müzik.....	42
3.1.2. Rock Müzik	42
3.2. Türkiye’de 1980 Sonrası Popüler Kültürün Müzik Üretimine Yansımaları	43
3.3. Türkiye’de Popüler Müziğin Gelişimi	45
3.4. Popüler Kültürün 1980’ler Türkiye’sinde Pop ve Rock Müziğe Yansımaları.....	50
3.5. Türkiye’de 1980 Sonrası Ekonomik ve Politik Dönüşümün Popüler Müzikteki Yansımaları	63
3.6. Maddi Değerlerin Yükselişi ve Kültürel Çerçevenin Değişimi	65
3.7. Popüler Kültürde Müzik ve Toplum İlişkisi	68

SONUÇ	71
KAYNAKÇA.....	73



GİRİŞ

Türkiye 1980’li yıllardan sonra, toplumsal alanın her kademesini kapsayan hızlı bir değişim sürecine girmiştir. Bu süreç içinde gerek siyasal alanda gerek ekonomik alanda ve gerekse kültürel alanda yaşanan hızlı değişim pek çok şeyi olduğu gibi, müziği de etkilemiştir. Özellikle, kültürel alanda yaşanan yoğun popülerleşme olgusu beraberinde popüler kültürün tartışılmaz hakimiyetini getirmiştir.

Bu transformasyon; popüler kültür ışığında, yine popüler kültürün en belirgin yansıması olan popüler müziğin anlaşılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Esasen bu gereklilik ışığında yaşanan hızlı değişim daha net bir şekilde ortaya konabilecektir. Bu doğrultuda, popüler müzik, 1980 sonrası Türk toplum yapısında meydana gelen hızlı değişim ve bu değişimin ortaya koyduğu kültürel hayat pratiğinin bir yansımasıdır ve yeniden inşa edilen popüler kültür hızla değişen sosyal ve kültürel yapının bir yansıması olarak yaşanan bu hızlı değişimin bir işaretidir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı 1980’lerden bu yana yaşanan hızlı değişim ve dönüşümün nedenlerini kültürel bir bakış açısıyla saptamaktır. Bu bakış açısı, şu perspektif ve amaç doğrultusunda gerçekleşmiştir ki; sürekli bir oluş ve inşa olarak nitelendirilmesi kaçınılmaz olan “*kültür*” kavramının toplumsal değişim açısından önemini kavramak o toplumun kültürel bir çerçevesini çizme konusunda bir harita görevi görecektir. Bu doğrultuda Türkiye’de 1980 sonrası meydana gelen yeni yapı popüler kültürü anlamayı gerekli kılmıştır. Bu amaç doğrultusunda da popüler müziğin de kültürel bir gösterge olduğu kaçınılmazdır. Dolayısıyla “*popüler müziği*”, anlama çabasının sonuçları Türk toplumunun yaşadığı değişimin hızı ve yönünü de anlamayı kolaylaştıracaktır.

Araştırmanın Sorunsalı

“*Popüler Müzik*” 1980 sonrası Türk toplum yapısında meydana gelen hızlı değişim ve bu değişimin ortaya koyduğu kültürel hayat pratiğinin bir yansımasıdır ve bu yansıma “*popüler kültürün sürekli yeniden inşası*” ile kendisine bir yaşam alanı bulmuştur. Dolayısıyla 1980 sonrası Türkiye’sinin kültürel yapısını anlamak için

popüler kültür ve beraberinde popüler müzik incelenmeyi gerektirmektedir. Bu genel hipotez çerçevesinde oluşturduğumuz alt hipotezler ise şunlardır:

- Popüler kültür, yalnızca bir eğlence ve oyalanma kültürü değil, bir direniş ve eklemlenme aracıdır. Bu doğrultuda, popüler kültür, yoz bir kültür olarak değil, toplumsal ve kültürel yapının içinde şekillenen karşılıklı bir yeniden oluş ve yeniden inşa etme süreci olarak anlaşılmalıdır.
- Popüler kültürün anlaşılması açısından tek yönlü katı bir yaklaşımı savunmak, yanlış olacaktır. Dolayısıyla, popüler kültürü, yalnızca kitle iletişim araçlarının güdümünde şekillenen, televizyonlar, müzik kanalları vb. gibi iletişim araçlarının sayesinde yayılan bir kültürel form olarak görmek, onu tek bir nedenle açıklamak anlamına gelir ki, bu popüler kültürü anlama çabasını yanılgıya götürür.
- Popüler kültür, sürekli bir oluş içinde şekillenen kültürel formdur. İnşa edilmiş şekli de bu anlamda, toplumsal yapıyı, bu yapının oluşumunu belirlemektedir. Bu karşılıklı bir ilişkidir ki, popüler kültür de bu ilişkiden payını alır ve toplumun kültürel yapısına göre şekillenir.
- Popüler kültürün, kendisinden yansımalarını sunduğu en önemli alan, popüler müziktir. Esasen bir kültürel formu anlama çabasında, o toplumun içinde şekillenen müzik türleri, topluma ait önemli ipuçları vermektedir.
- Türkiye 1980’li yıllarla birlikte önemli bir değişim süreci içerisine girmiştir. Bu değişim süreci toplumun tüm kademelerinde hızlı bir şekilde yaşanmış ve gözlenmiştir. Özellikle, kültürel alanda hızlı bir şekilde her olgunun popülerleşmekte olduğu kabul edilecek bir gerçektir.
- 1980’li yıllarla birlikte yaşanan hızlı kültürel değişim kendisini müziksel alanda da göstermiştir. Bu alanın en önemli “*popüler müzik*” kavramları, “*arabesk*” ve “*pop*” müziktir. 1980’lerde “*arabesk*”, 1990’larda “*pop*” ve nihayet günümüzde yaşandığı şekliyle iç içe geçmiş olan, birbirleriyle aralarında net bir sınır çizilemeyecek olan “*pop-arabesk*”.

- Mzık türleri, toplumsal değişimin en önemli göstergeleridir. Zira günümüzde yaşandığı şekliyle, insanların yaşamlarının dahi “poplaştığı” ya da “arabeskleştığı” ve nihayet, “pop arabesk karışımı bir kültür” yaşandığı söylenebilir.

Araştırmannın Sınırlılıkları

Bu araştırma, özünde kültür gibi bir kavramı içerdiği için ve özellikle yaygın literatürüne rağmen oldukça muğlak ve taraflı nitelendirilebilecek olan “popüler kültürü” irdelediği için, net tanımlamalar yapabilmek mümkün olmamıştır. Ancak yine de çeşitli saptamalarda ve çalışmanın kapsamı açısından belirli izlenimlerde bulunulmaya çalışılmıştır.

Araştırmannın Kapsamı

Bu alışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; popüler kültürün kavramsal içeriği, üzerine yapılan tartışmalar, eleştiriler ve genel olarak sanat ile bağlantısı incelenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde, popüler mzık kavramı, bu kavramın içeriği ve anlamı, teknolojik yeniliklerle ve özellikle kitle iletişim araçlarıyla ilintisi, kültürel yapı da bulduğu formlar incelenmiştir. nc bölümde ise; bütün bunlardan yola çıkarak, Türkiye’de 1980 sonrası yaşanan siyasal, ekonomik ve kültürel yapılar, bu yapıların mzık ile olan ilişkisi ve popüler müziğin Türkiye’deki görünümleri, popüler mzık aracılığı ile popüler kültürün nasıl inşa edildiği irdelenmiştir.

Araştırmannın Yöntemi

Bir bilim dalının gerçek anlamda bilimsel bir kimlik kazanması için belirli metotlara ve tekniklere sahip olması gerekmektedir. Bu doğrultu da pratik ve teorik olmak üzere gerçekleştirilen araştırmalar araştırmanın sağlam temeller üzerinde yürümesi için önemlidir.

Bu araştırma kapsamında betimsel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Betimsel tarama, geniş gruplar üzerinde yürütülen, gruptaki bireylerin bir olgu ve olayla ilgili görüşlerinin, tutumlarının alındığı, olgu ve olayların betimlenmeye çalışıldığı araştırmalardır.

Çalışmamız teorik nitelikte olup, bu niteliklerin kaynaklarca desteklenmesiyle oluşmuştur. Bu bağlamda teoriye uygun bir alan olan popüler kültür, popüler müzik ve Türkiye gerçeği çalışma sahası, konusu olarak seçilmiştir. Bu doğrultuda uygun literatür taranarak, betimleme bakımından hareket edilmiştir. Esas amaç konunun anlaşılır kılınması ve bunun üzerinden değerlendirme yapmak olmuştur. Değerlendirmeye tutulan verilerin elde edilmesi ancak bu alandaki makale ve kitap çalışmalarının irdelenmesi yoluyla olmuştur. Konu ile ilgili sosyolojik çalışma çözümlenmesi yoluyla bir bakış geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu anlamda, mevcut düşünce üretmiş fikir ekollerinin ve yazarların eserleri taranmış ve temel referanslar olarak kabul edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GENEL BİLGİLER

1.1. Popüler Kültürün İnşası ve Müzik

Popüler kelimesi Latince “*populus*” kökünden gelen ve “*popularisten*” türeyerek “*halkın, halka ait*” anlamına gelen bir terimdir. Popüler teriminin günümüz kullanımı ise birçok kişi tarafından sevilen, arzu edilen, beğenilen, tercih edilen, göz önünde olan, şeklinde değişmektedir. Etimolojik olarak incelendiğinde ise popüler sözcüğü, “*populace, popülasyon, public, publication, pub, people*” gibi kökenlere dayanmaktadır (Aydın, 2015: 20).

Popüler kültürü temsil eden imajlar, hikâyeler, ürünler, hit şarkılar ve televizyon şovları, pop kültürünün en belirgin örnekleridir. Ancak popüler kültür sadece bu kültürel ürünlerden ibaret değildir. Popüler kültür, değerlerimizi yansıtan ve onunla olan aktif ilişkimizden kaynaklanan bir olgudur (Storey, 1993: 39).

Popüler kültür, dinamik olarak ifade edicidir ve erişilebilirdir. Popüler kültür karakterlerle, mekânlarla, zevkli ve duygusal deneyimler yaşamının bir aracı olarak ve sosyal gerçekliğimizi tanımlamamız için bir araç olarak hareket eder (Godsil, MacFarlane ve Sheppard, 2016: 40).

Popüler kültürde öne çıkan iki duygu, haz elde etme ve eğlenme güdüsüdür. Bu özelliklerden dolayı popüler kültüre, bir vakit geçirme kültürü de denilebilir. Popüler kültür, geniş çevrelerce yaşamın ve gündelik hayatın kültürü olarak kabul edilir. Dolayısıyla gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültür olarak karşımıza çıkmaktadır (Oktay, 1994: 5).

Doğada, müziğin ham maddesi olan temel sesler vardır. Müzik, temel sesler kadar insan varlığının da bir sonucudur. Tonal öğeler ancak düzenlenmeleri sayesinde müziğe dönüşür ve böyle bir düzenleme bilinçli bir insan edimini varsayar (Stravinsky, 2000: 9). İnsanlar müziği bir iletişim aracı olarak kullanırlar. Müzik, dini ritüellerin de bir parçası olmakla beraber insanların yaratıcılığının da temsil edildiği bir sanat dalıdır.

Anthony Seeger, müziğin dil, dans ve diğer araçlarla beraber bir iletişim formu olduğunu belirtmiştir. İnsanların farklı yerlerde, çeşitli müzik türleri ile bir araya gelmeleri, onların hem müzisyen hem de dinleyici olarak farklı deneyimler kazanmalarını sağlar. Bunlar hem dinleyici hem de müzisyen olarak bir performans gerektirir. Bunlar, operadaki sahne performansı ya da bir bardaki şarkıcının performansı olabilir. Bunun gibi müzik türü ya da mekân farklılıklarına rağmen dinleyiciler ve müzisyenler belirli özellikleri paylaşırlar (Seeger, 1992: 32).

Alan P. Merriam, *Anthropology of Music* adlı kitabında müzik çalışmalarının üç düzeyde yürütülebileceğini belirtmiştir:

- Kavramsal olarak müzik;
- Müzikle ilgili davranışlar;
- Müzik sesinin kendisi.

Birinci ve üçüncü maddelerin birbiriyle bağlantılı olduğunu söyleyen Merriam, daima değişimi ve müzik sistemlerinin sergilediği dinamik tabiatı göstermek için olduğunu da eklemiştir.

Müzik sesi, kendi sistemi içindeki bir yapı olduğuna ve insandan bağımsız düşünülmemeyeceğine göre, onu üreten bir davranışın ürünü olarak kabul edilmelidir. Bu davranışlar da üç çeşide ayrılabilir:

- **Fiziksel Davranış:** Sesin asıl üretimi, fiziki gerilim, ses üretiminde bedenin durumu.
- **Sosyal Davranış:** Müzisyen olarak bireysel, müzisyen olmadan bireysel.
- **Sözlü Davranış:** Doğrudan müzik sesinin üretilmesiyle ilgili aksi haleden ses olamaz.

Müziği kavramsal ve davranışsal olarak birlikte düşünmek, müzik sistemi içindeki eylemin yanı sıra gerekli müzik sesini üretecek davranış çeşidinin bireysel açıdan kavramlaştırılması demektir (Merriam, 1980: 88). Bunun da fiziksel, sosyal ve sözlü davranışlara olduğu kadar müzik kavramına da işaret eder. Çünkü kavramsallaştırma olmadan, davranış ortaya çıkmaz; davranış olmadan müzik sesi üretilemez.

Bir orkestranın içinde bulunduğu durum da böyledir. Müzikal sesi üretebilmek ve doğru üretebilmek için belirli davranışların gerçekleştirilmesi gerekir. Böylece üretilen sesler, dinleyicinin düşüncesinde kavramsal olarak var olabileceklerdir. Bu da dinleyicinin orkestra ve orkestranın ürettiği müzik hakkında yargılara varmasını yani müziğin başarılı olduğunu ya olmadığını söyleyebilmesi ve orkestranın performansı hakkında yorum yapabilmesi gerçekleşir. Böylelikle, kavramsal değerlere bağlı olarak yapılan yorumlara dayanarak müzik sistemindeki kalıcılık ve değişim, kişilerin kültürel altyapılarına ve müzik hakkındaki bilgilerine bağlanabilir. Senfonik müzik hakkında eğitilmemiş bir kulağa sahip olan bir popüler müzik dinleyicisinin yargısı ile yıllardır senfonik konserler dinleyen bir kişinin popüler müziğe bakış açısı farklı olacaktır. Özellikle Türkiye’de halk müziğinin, arabesk müziğinin ve popüler müziğin ne kadar yaygın olduğu göz önünde bulundurulursa, sanat müziğinin dinleyicilere ağır gelmesini, kişilerin müzik kültürü geçmişlerinin seçimlerini etkilediği anlaşılır.

Şubat 2008- Haziran 2008 tarihleri arasında, İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası ile yaptığım araştırmanın sonucunda, orkestra üyelerinin, bir iletişim şekli olarak performanslarının dinleyiciye en iyi şekilde ulaşabilmesi için orkestradaki statülerinin, buna bağlı olarak kendilerini tanımlayan rollerinin, mekânın performansa etkisinin ve dinleyici ile iletişim yöntemlerinin kendi bireysel çalışmalarının yanında önemli faktörler olduğu ortaya çıkmıştır. Onların performansları, dinleyici ile iletişim sağlamanın yanında dinleyiciyi psikolojik olarak da etkilemektedir. Dinleyicinin sahip olduğu habituslerine yeni bilgiler eklemektedir. Konser sonunda orkestra üyeleri de dinleyiciler de yeni deneyimlere sahip olurlar. Böylece önceki tecrübelerine yenilerini ekleyerek bir dahaki müzik performansında neler olabileceğini tahmin edebileceklerdir. Bu durum sahne performansı sırasında dinleyicinin sesleri daha iyi tanıyabilmesini, melodiyi takip eden motifi önceden tahmin edebilmesini ve seslendirilen eserin bitişini önceden algılayabilmesini sağlar. Dinleyici ayrıca fiziksel olarak da performans sırasında nasıl davranmasını gerektiğini gözlemler. Böylece ne zaman salona girileceğini ne zaman alkışlanacağını, alkışın oturarak mı yoksa ayakta mı olacağına karar vermesine yardımcı olur. Hatta bir konser mekanına nasıl giyinerek gitmesi gerektiği üzerine de bilgilendirir. Tüm bu performans, dinleyiciyi etkilediği kadar müzisyenleri de etkiler. Eski sahne deneyimlerine, her defasında yenilerini ekleyerek sonlandırdıkları konser sonunda, dinleyici ile etkileşim durumlarını da göz önüne alarak

konser değerlendirmesi yaparlar ve bir dahaki konsere bu değerlendirmeler sonucunda hazırlanırlar.

İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası'nda paylaşılan performans, aslında bir ritüeldir. Çünkü orkestranın konserleri belli bir mekânda, belli günlerde ve aynı saatlerde gerçekleştirilmektedir. Burada müziğin yardımıyla bir grubun diğer insanlarla etkileşimi, aynı duyguları paylaşma süreci söz konusudur. Ayrıca, bu uygulamada belirgin bir şekilde mekân kullanımıyla ve dinleyici müzisyen davranışlarının disipliniyle belirlenebilen bir sınıflama mevcuttur. Burada müzisyen olanla müzisyen olmayan arasındaki sınır, sahne ile dinleyici koltukları ile ayrılmıştır. Her iki tarafta da gösterilen davranışlar birbirleriyle ilişkili belli bir iletişim formunun özellikleri olmasına rağmen farklılık gösterir. Yukarıda sözü edilen kavramsal değerlerin ışığında belirlenen kültürel değerlerin, zamanın da değişmesinin etkisiyle, orkestranın ritüelleşen performansındaki değişimleri de beraberinde getirmesi anlaşılabilir bir davranış değişikliği örneğidir (Aydın, 2015: 32).

Kültür endüstrisi terimi, 1940'larda Adorno ve Horkheimer tarafından, Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisi içinde öne sürülmüştür. Bu terim öncelikli olarak, eğlence endüstrisine atfedilmektedir (Macey, 2001: 55). Kültür endüstrisi kavramını, detaylarıyla ortaya koymadan önce, kuramı geliştiren Adorno ve Horkheimer'in da içlerinde yer aldığı, Frankfurt Okulu ekolünü tanımak gerekir. Frankfurt Okulu veya diğer adıyla Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü, 1923 yılında Almanya'da kurulan Marksist kökenli düşünce okuludur. 1922 yılında Felix Weil'in başlattığı 1. Marksist Çalışma Haftası, Frankfurt Okulunun temelini oluşturur (Aydın, 2010: 33). Edgar ve Sedgwick'e göre; Frankfurt Okulu adlandırması, Frankfurt Sosyal Araştırmalar Enstitüsü'ne bağlı veya onunla irtibatlı filozof, kültürel eleştirmen ve sosyal bilimcilerin çalışmalarına işaret eder (Edgar ve Sedgwick, 2007: 44). M. Horkheimer, T. Adorno, H. Marcuse, E. Fromm, W. Benjamin ve J. Habermas, Frankfurt Okulu ile direk ilişkilendirilebilen isimler olarak düşünülebilir.

Adorno ve Horkheimer'in, 1947'de kaleme aldığı Aydınlanmanın Diyalektiği adlı çalışmanın taslağında, başlangıçta kitle kültürü ifadesi yer alır; ancak bu terim sonradan çıkarılmıştır (Jay, 2001: 3).

Kültür endüstrisi, en genel tanımı ile kültür dünyasının standartlaşması ve yaygınlaştırılmasıdır. Bunu, ekonomi politiği temeli üzerinden yapar ve gündelik hayata yansıtır. Held, endüstrileşmiş kültürün temel özelliklerini açıklamaktadır. Bunlardan ilki; standartlaşma ve yapay- bireyselleşme- nitelik ya da genel değer açısından, tek düze olan bir dizi paketlenmiş imajların ya da stillerin uyumu. Diğer özellik ise; klasik sanat biçimlerinin otonomisine, onların geçerliliğine ve değer geçerliliğine meydan okuyarak saldıran tekniklerin ilerlemesinin ve dağıtımının rasyonelleşmesi, ilkeleridir (Waters, 2008: 8).

Adorno'ya göre; kültür endüstrisi, müşterilerinin kasten ve tepeden bütünleştirilmesidir (Adorno, 2012: 21). Bu söylem, müzik endüstrisi açısından düşünülecek olursa; sanat tüketicisini müşteri konumuna getirmek, yapılan işin, pazarda ekonomik değeri olan bir ürün olduğu sonucunu doğurur. Adorno, kültür ürünlerini, insan ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak için değil, karlılık ve daha fazla sermaye elde etmek için üretilen, kapitalist düzenin bir parçası olarak görmektedir. Bu kuramsal anlayışa göre; müziğin, kültür dünyası içinde endüstrileşmesi, ekonomik bağlamından ayrı düşünülemez. Adorno'ya göre, kültür endüstrisinin ürünleri metaya dönüşen sanat ürünleri değil; zaten daha en baştan, pazarda satılabilmek için imal edilmiş uydurma şeylerdi. Sanat ile reklam arasındaki farklılık Adorno'ya göre artık ortadan kalkmış gibiydi (Jay, 2001: 5).

Yukarıdaki ifade, kültür ürünlerine getirilen eleştirel bakış açısını sunar. Ancak bu tenkidin özünde, Şan ve Hira'nın da belirttiği üzere; özellikle kavramın mucidi olan Horkheimer ve Adorno'ya göre, ileri kapitalist toplumda finans ve üretici güçlerin kültür tekellerini de ellerinde bulundurmaları, fikri yatar. Bu durumda, az sayıda güçlü üretici, müzik pazarının nasıl yönetileceğine karar vermektedir. Müzisyen E. Taşkiran, konu hakkında aşağıdaki görüşü bildirir:

“Öncelikle müzik endüstrisi diye bir şey var gibi gözükse de aslında yok. Birkaç büyük firmanın sözünün geçtiği, birkaç starın televizyonu doğru kullanarak çalışma alanı yarattığı bir şeye sektör diyemeyiz. Çünkü sektör demek için, belli kıstaslarınız ve standartlarınız olmalıdır. Buradaki bütün standart ve kıstaslar dediğim gibi, birkaç firma ve star tarafından ayarlanıyor” (Taşkiran, 2015: 28).

Kapital güce sahip kişilerin, pazar için ürettiği müzik ürünleri, endüstrileşmiş kültür ortamında, tüketicilerini de belli bir statükoya yerleştirir. Bu kurama göre; dinleyici, dinleyeceği müziği aslında kendisi seçmez. Sadece, kendisine sunulan ürünler arasından, uygun olanı tercih eder. Oldukça doğal bir seyirde işleyen bu mekanizma için, Adorno aşağıdaki ifadeyi kullanır: Herkes kendiliğinden, önceden birtakım göstergelere göre belirlenmiş levelına uygun davranmalı ve belli başlı tüketici tipleri için üretilmiş kitlesel üretim kategorilerinden kendine denk düşenine yönelmelidir (Adorno, 2012: 24). Çünkü pazarda herkes için uygun bir ürün vardır. Kişilerin dinledikleri müzik türleri; sosyal, kültürel, ekonomik ve hatta siyasi yaşayışları ile örtüşmektedir.

Müzik üretimi yerel ya da küresel ölçekte büyürken; kitleselleşir. Bahsedildiği üzere, endüstri tarafından kategorilere ayrılan müzik türleri içinde, mutlaka her dinleyiciye hitap eden bir tür mevcuttur. Şan ve Hira'nın ifadesiyle West, kültür tüketicisini; sanayi öncesi ve sonrası dönemi ile ele almaktadır. Buna göre modern sanayi sonrası toplumlarda öne çıkan kavramlar, standartlaşma ve seri üretimdir. Dolayısıyla söz konusu sanayinin kuralları yaratıcılığı verimsizleştirmekte, yaratıcılığı aklın dar sınırları içine kapatmakta ve özgünlüğün giderek kaybolmasına yol açmaktadır (Şan ve Hira, 2007: 15).

Burada üzerinde durulması gereken konu; özgünlüğün kaybı ve yaratıcılığın verimsizleşmesidir. Bu kayıp, müziğin tüm tarafları için geçerlilik kazanmaktadır. Örneğin, müzik şirketleri, belli kategorilerdeki işleri dinleyiciye sunmaya devam eder. Kategorilendirilmiş müzik türleri içinde, popüler olanlar en fazla yatırım yapılan alandır. Müzisyen, kitlesel başarı elde etmek ve kuralları önceden çizilmiş pazar şartları içinde yaşamını devam ettirebilmek için, yaratımda standartlaşmaya gitmektedir. Dinleyici ise daha sıkça maruz kaldığı müzikler arasındaki tercihini kullanır. Görüşmeci E. Taşkiran, yaratıcılığın standartlaşmasına eleştirel bir bakış açısı sunar: Ayakta kalmanın kuralları, 0-5 yaş arası müzik yapmaktan geçiyor gibi, yazdığımız sözün anlamı olmasa da olur. Örneğin güzel ve genç olmanız, hatta güzelliğinizi görsel olarak da belli ölçeklerde paylaşmanız da sanırım şartlardan biri (Taşkiran, 2015: 45).

Evrensel bir niteliğe sahip olan ve her topluma hitap etme özelliği bulunan müziğin “*Kültür Endüstrisinin*” ikon resmi olması onun evrenselliği ile ilgilidir. Söz konusu ikon resmin müzisyenlerden oluşması, müziğin farklılıklar içinde bütünlük oluşturabilme özelliğinden kaynaklanmaktadır. Müzik, evrensel bir olgu olmakla beraber, her kültürün kendi içinde barındırdığı özgün yapıları da bulunmaktadır. Kültürlerin estetik dünya görüşünü yansıtan müzik, bu bağlamda araştırılması, incelenmesi ve tartışılması gereken konuların başında gelmektedir (Göher, 2011: 11).

1.2. Müzik Endüstrisinin Gelişimi

Müzik endüstrisinin temelini oluşturan fikir, ticaret ve sanatın bir arada olmasıdır. Sektör, kendi içinde pek çok bileşeni bir araya getirir. 20. yüzyılın başlarında gelişen kayıt teknolojileri ve kitle iletişim araçlarının katkısı, endüstrinin büyümesine sebep olmuştur. Diğer yandan Peter Tschmuck’a göre; müzik endüstrisi, fonograf ve kayıtların buluşu ile başlamış sayılmaz, fakat müziğin reklam aracı olarak kullanılması ve kitlesel dağıtımını ancak bu şekilde oluşturmuştur. Bunun yanı sıra, 1501 yılında yaprak nota basımı icat edilmesine rağmen, bu gelişme tek başına bir endüstri oluşturmamakta, yalnızca bir iş kolu olarak kabul edilmektedir (Tschmuck, 2012: 99). Müzik alanında bir endüstri anlayışından söz edilebilmesi için, profesyonel iş bölümünün gelişmiş olması gerekir. Öyle ki yapımcılar, şirketler, müzik icracıları ve dinleyiciler arasında temel kuralları oturmuş bir sistemden söz edilmelidir (Tschmuck, 2001: 100).

18. yüzyıl örneğinde de görüldüğü üzere; teknoloji ve girişimcilik müzik endüstrisinde öne çıkan kavramlardır. Müziğin üretim fikrine sahip olan besteciden, bu müziği bir ürün olarak tüketen dinleyiciye kadar geçen sürede, çok katmanlı ve kolektif bir iş birliği olduğu unutulmamalıdır. Müzik endüstrisi; kayıt şirketleri, perakende sektörü, farklı formattaki kayıtların üretim ve satışı, müzik basımı, müzik donanımları, ticari ürünler ve telif hakları, lisans ajansları gibi tüm kurum ve operasyonları kapsar (Shuker, 2005: 126). David Rowe’a göre ise; müziksel donanıma, yazılıma, müzikle bağlantılı ürünlere yapılan harcamalar ve konserlere gitmek, çağdaş aylıklık tüketiminin büyük bir bileşimini temsil eder (Rowe, 1996: 84).

Shuker, müzik endüstrisi kavramına eleştirel bir perspektiften bakarak; operasyonel birimlerin tek büyük şirketler altında toplanıp, herhangi bir ürün ya da sanatçının maksimum derecede sömürüldüğü konusuna değinmektedir (Shuker, 2005: 128). Rowe ise, çağdaş aylaklık tüketiminin bir parçası olarak gördüğü etkinlikleri, tüketim kültürüne yaptığı gönderme ile betimlemektedir. Özetle, endüstri; yaratım, üretim ve tüketim öğeleriyle bir bütün oluşturur. Müziğin tarafları olan müzik şirketleri, icracı ve dinleyici, her dönemde sektörün kurallarına uyum sağlama eğilimi taşımaktadır.

Hull'e göre; dış çevresel faktörler, kayıt endüstrisi için hayati derecede önemlidir. Ürünler büyük ölçüde zevk tercihlerine göre tüketilir. Tüketicilerin zevk ve arzuları değıştiği için, kayıt şirketleri bunun farkında olarak, ürünlerini bu doğrultuda değıştirmelidir (Hull, 2004: 66). Bu yaklaşımdan da yola çıkarak, endüstrileşen müzik üretiminin, tüketilmek amacıyla hayatını devam ettirdiği kabul edilmelidir. Sanat ürünü, pazarda bir meta olarak satışa sunulur.

Hull, dış çevresel faktörleri tek tek anlatırken, örnekler de verir. Popüler müziği, toplumla açıkça ortak yüzey oluşturan, kayıt endüstrisinin dayanak noktası olarak görür. Bu durumda her ikisi de toplumu etkiler ve ondan etkilenir. Örneğin, sahnede veya bir videoda sanatçının üzerinde görünen giysi, kızların ilk ergenlik dönemlerinde Madonna'nın giysi stilini taklit etmelerinde olduğu gibi, kesinlikle giyim modasını etkilemektedir (Hull, 2004: 67).

Müziğin kaydedilip ürün haline gelmesinin toplumsal etki ve tepkilerine değinen tanımların yanı sıra; müzik işini ekonomik bağlamında ele alan yargılar da bulunur. Örneğin Lauren Davis, müzik sektörünü; görece az miktarda bireysel müzik yaratımından ve çok sayıda insanın yaptığı diğer her şeyden-plak şirketleri, dağıtım şirketleri, yayınevleri, kayıt stüdyoları, sanatçı menajerlikleri, reklam, yapım ve yasal danışmanlardan- oluşan küresel düzeyde multi milyar dolarlık bir iş olarak tanımlar. Tony ve Newby müzik işine sektörel bir tanım getirirken, bir yandan da kolektif çalışma prensibine de gönderme yapmaktadırlar:

Müzik sektörü temelinde bir haklar sektörüdür. Bu tanım soğuk ve ruhsuz görünmesine rağmen, bir takım gayri ciddi erkek ve kadınların gayri resmi ve keyfi bir iş olarak, müziği icra ettikleri ön yargısını başarıyla yıkmaktadır. Bu anlamda müzik sektörü ciddiyetsiz değildir (Tony ve Newby, 1994: 74).

Taraflarıyla ele alınması gereken bir iş kolu olarak müzik endüstrisi, tarih boyunca müzisyene, dinleyiciye ve girişimciye ihtiyaç duymuştur. Ses kayıt teknolojilerinin gelişmesi ile ivme kazanan endüstri, tanıtım gücünü ise kitle iletişim araçlarından alır. Kitle iletişim araçlarından yazılı, işitsel ve görsel desteği alarak bir ürün haline gelir. Bir sanat eserinin, pazar içindeki herhangi bir ürün haline gelmesi, konunun çokça eleştirilen noktasıdır. Şirketler ve medyalar üzerinden yönetilen bir piyasada popülerlik, en çok aranan öğelerden biri haline gelmiştir. Aşağıda müzik endüstrisinde, spesifik olarak öne çıkan gelişmeler, kronolojik sırayla açıklanmaya çalışılacaktır. Ancak öncesinde süreç genel bir bakışla değerlendirilmelidir. Ekonomi ve sosyal tarihçi Cyril Ehrlich, kayıt endüstrisi tarihini beş evreye ayırmıştır. Ehrlich'in saydığı 5 evreye ilaveten, David Patmore listeye 1998 ve sonrası için yeni bir madde daha ekler. Bunlar sırasıyla (Patmore, 2009: 91-92):

- Klakson ve silindir kaydı (1877- 1907)
- Akustik disk (1907- 1925)
- Mikrofon ve elektro kayıt (1925- 1948)
- Teyp kaydı ve uzun plak kaydı (1948- 1983)
- Dijital ses ve Kompakt disk (1983- 1998)
- Bilgisayar dosyası, MP3 formatı gibi.

Ehrlich ve Patmore'un sıraladığı her teknolojik yenilik, sektörü dönüştürdüğü için önemli gelişmelerdir. Başka bir kronolojik sıralama, Nigel Parker tarafından gerçekleştirilir ve Önemli Olayların Listesi adı altında detaylıca açıklanır. Ehrlich'in teknoloji odaklı listesine karşın Parker, diğer faktörleri de göz önüne almıştır. Bahsi geçen listeler, dünya müzik endüstrisini kapsamakta ve özellikle Amerika ile Avrupa ülkelerini işaret etmektedir. Türkiye oluşumu, bu gelişmelerden mutlaka etkilenmiştir. Ancak çoğu gelişmenin eş zamanlı cereyan etmediği bilinmelidir. Her ülkenin kendi yerel ve yapısal farklılıkları nedeniyle, endüstrinin gelişimi başka yönde olmaktadır.

Parker, müzik endüstrisi için önemli olarak kabul edilen gelişmeleri şu şekilde sıralamaktadır (Parker, 2004: 121-123):

- Telif Hakkının doğuşu (1662-1876)
- Ses kaydının icadı ve patent mücadelesi (1877-1910)
- Ses kayıt telifi. Modern müzik işinin kuruluşu (1911-1923)
- Radyo ağı (1924- 1945)
- Büyükler ve Elektronik Devrimi-Uzunalar (LP) ve Single (Tekli) Albüm (1946-1953)
- Rock Müzik ağı-Bağımsızların Ortaya ıkışı (1954-1959)
- 1960'ların Swing Müzik Türü-Rşvetten Woodstock'a (1960-1969)
- Pop Müzik Parçaları-Metal, Glam, Rap, Punk, Funk, Reggae, Disko (1970-1978)
- Durgunluk ve şirket Birleşmeleri-MTV, CD'ler ve Videolar (1979-1989)
- İnternet ağının Doğuşu (1990-1999)
- Milenyum-Ekonomik Kriz (2000-2004)

Parker, Music Business: Infrastructure, Practice and Law adlı kitabı 2004 yılında yazdığı için gelişmeleri bu tarihe kadar dayandırmıştır. Yukarıdaki maddeler incelendiğinde, bu evrelerden çoğunun, Türk müzik endüstrisini de etkilediği görülür. Ses kayıt teknolojileri, radyo ve müzik televizyonlarının sektöre katkısı, pop müziğin hakimiyeti, internetin ve 2004'te yaşanan krizin, rakamsal olarak Türkiye pazarındaki satışlar üzerindeki etkisi, somut olarak irdelenebilir. Diğer yandan şirketler bazında yerli şirketlerin durumu ve dünya devlerinin Türk müzik sektörünün ne kadarını yönetebildiği tartışmalı konulardır. Dünyada rock müziğin doğuşu, endüstrinin önemli olaylarından biri olarak görülür. Öte yandan, Türkiye pazarında benzer etkiyi arabesk müzik üstlenebilir. Burada dikkat edilmesi gereken konu, karşılaştırılma yapılan olgunun müzik türleri olmadığıdır. Konu; farklı türlerin yerel kimlikler sebebiyle, sektördeki hakimiyetleri ve kabul görmeleri hakkındadır. Ehrlich ve Parker'ın sınıflandırmalarından sonra, ana konu olan dijital çağda müzik üretimine kadar geçen sürede, kayıt teknolojisi ürünlerinin ve medya araçlarının genel özellikleri üzerinde durulacaktır. Ancak öncesinde müzik üretimi ve tüketimi konusunun kuramsal erevesi çizilmelidir (Patmore, 2009: 54).

1.3. Kültür Endüstrisi ve Popüler Müzik İlişkisi

Müzik kültür endüstrileri tarafında kitleleri ikna etme ve istenilen yöne çekmede ne kadar etkili olduğu keşfedilene kadar amacı kesinlikle çeşitli işlevlere sahip bir sanattı. Çağan'ın işaret ettiği gibi, 18. yüzyılda müzik, tören veya kutlama amaçları için belli biçimlerde kullanılır veya dini törenlerde ya da prenslerin malikanelerinde dinlenebilirdi (Çağan, 2003: 21). Müzik o zaman dahi iktidar ve saygınlığı koruma açısından faydalıydı ve iktidar sistemleri içinde yeri vardı. Ancak henüz egemen güçlerce kitleleri manipüle etme amacı güdlmyordu. Burjuvazinin konser salonlarında müzik toplumsal temsil amacından uzaklaşp insanların para ödedikleri bir meta haline geldi. Özerkleşen ve artık “*insanları çevreleyen yaşam pratiğinin dışına çıkan müzik bir sanat haline geldi*” (Jusdanis, 1998: 36).

Müziğin kültür endüstrilerinin gelişim süreci içinde geçirdiği değişimi Frankfurt Okulu açısından ele almadan önce müziğe ve müzik sektörüne dair bilgi vermek yerinde olacaktır. Zira müziğin günümüze gelene kadar nasıl ilerleyip multi milyar dolarlık bir sektör haline geldiği ve geniş kitlelere nasıl ulaştırıldığı konumuz dahilindedir.

1.4. Kitle İletişim Araçları

Kitle; TDK'ya göre bir yerde toplanmış, bir araya gelmiş insan topluluğu, kütledir. Mc Quail; kitleyi, çokluk ya da kalabalık kelimeleriyle tanımlar (Işık, 2012: 45).

Kitle sözcüğü sadece pasif durumdaki kalabalıkları temsil etmemektedir. Aynı zamanda izleyen, okuyan, gören, duyan, takip eden kişiler topluluğudur (Aydın, 2010: 41). Ayrıca, kitle kavramının orijinali incelendiğinde, kavramın 1789 Fransız İhtilalinden sonra yaygınlık kazanmaya başladığı görülmektedir. Uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen, kavramın herkes tarafından benimsenen açık ve yaygın bir tanımını ise bulunmamaktadır (Işık, 2012: 47-48).

Kitle kavramına yöneltelen eleştiriler, kitlelerin duyarsız olması, basmakalıp/tekdüze davranması, bilgisiz ya da sorgulamadan takip eden kimselerden oluşması üzerinedir. Diğer taraftan, Işık'ın ifadesiyle; Günümüzde özellikle politikacılar tarafından sıklıkla kullanıldığı görlen “*arkamda geniş bir kitle desteği var*” veya “*bu*

bir kitle hareketidir” gibi söylemler ise kavramın olumlu anlamlarını çağrıştırmaktadır (Işık, 2012: 49).

Müzik endüstrisi perspektifinden bakıldığında hem kitlenin üretici üzerinde hem de müzik şirketlerinin ve müzisyenlerin kitle üzerinde etkisi olduğu düşünülebilir. Kitle iletişiminin çok yönlü olması bu sonucu doğurur. Kitleler, bir müzisyeni dinleyip, onun yaptığı işleri takip ederler. Müzik yapımcıları ve şirketler kitleye, iletişim araçları sayesinde ürünlerini tanıtır. Kitlelerin tercihleri neticesinde, kültür ürünleri başarılı olabilir. Ancak kitleler özünde, kendilerine ulaşmayan bir ürünü tercih edemezler. Bu durumda kitle iletişim araçlarının hakimiyetini elinde bulunduranların, karar mekanizmasına sahip olduğu sonucu çıkabilir. Dinleyici seçilmiş ve türlerine ayrılmış ürünlerden, kitle iletişim araçları sayesinde haberdar olmaktadır.

Gerek dünya gerekse Türkiye müzik pazarı düşünüldüğünde, endüstriyi kitle iletişimden ayrı düşünmek olanaksız olacaktır. Alternatif işleri konu dışı etmekle birlikte, ekonomik dünyada üretilen her kültür ürünü, kitle tarafından fark edilmeye ihtiyaç duyar. Çünkü hayatta kalabilmesi ve yeni işler üretebilmeye devam etmesi gerekir. Üretilen kültür ürününün içeriğine göre, uygun kitle hedef alınır. Hedef kitleye ulaşmanın yolu; canlı performanslar, radyo, televizyon yayınları, açık hava ilan panoları, internet video ve müzik kanallarında vb. yer almaktan geçmektedir. Kelimenin anlamı ile yukarıda sayılan araçlar, dinleyici kitle ile iletişim kurulmasını sağlar. Bu durumda, kitle iletişim araçlarını etkin kullanmanın, müzik üreticisi için çok önemli olduğu gerçeğinin altı çizilmelidir.

Kitle iletişim araçları; Bilgiyi, görsel ve işitsel materyali geniş ölçekli olarak üreten ve dağıtan kurumlardır (Edgar ve Sedgwick, 2007: 88). Oxford Sözlüğe göre; Yazılı basın, gazete ve dergiler, radyo, televizyon ve internet siteleri, haberleri, bilgiyi, yanlış bilgiyi ve fikirleri tüm yönleriyle tedarik etmektedir. Kitle iletişim araçları bir platform sağlamaktadır. Ayseli Usluata, kitle iletişim araçlarının toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini sıralar (Usluata, 1994: 22-23):

- Toplumsal değişiklik yaratıp, bunların yayılmasını sağlayabilirler.
- Kamuyu ilgilendiren konuların önemlerini vurgulayabilirler.

- Niteliksiz müzik, oyun ve ortaya çıkardıkları kişiliklerle popüler kültür yaratabilirler.

Kitle iletişim araçlarının yayılma gücü etkisiyle, bilgi yer değiştirebilir duruma gelir. Kültür endüstrisi, medya araçlarının tanıtım özelliğini kullanarak, elindeki verilerin yaygın duruma gelmesine katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda kitlelerin oluşturduğu kamu kurumunu bilgilendirici niteliğe sahiptir. Usluata'nın, son sırada yer verdiği toplumsal etki ilkesi ise, eleştirel nitelik taşır. Usluata, kitle iletişim araçlarını; niteliksiz kültürel ürünlerin tanıtılmasına olanak tanıyan ve popüler kültürü besleyen bir kavram olarak tanımlamaktadır.

Literatürde kitle iletişim araçları hakkında çokça eleştirel yoruma yer verilmiştir. Bu yorumlar, kitle iletişiminin işlevi nedir, sorusunu akıllara getirmektedir. Konu hakkında pek çok sınıflandırma bulunmasına rağmen, bunların arasında en popüler olanı Unesco Komisyonu tarafından hazırlanan Mc Bride raporu olarak bilinen çalışmadır. Bu rapora göre, kitle iletişiminin işlevleri şunlardır (Aydın, 2010: 46):

- Haber ve bilgi alma işlevi,
- Toplumsallaştırma işlevi,
- Gdleme işlevi,
- Tartışma ortamı hazırlama işlevi,
- Eğitim işlevi,
- Kültürün gelişmesine katkı işlevi,
- Eğlendirme işlevi,
- Bütünleştirme işlevi.

Yukarıdaki ilkeler, kitle iletişiminin hangi fonksiyonlara sahip olduğunu özetler niteliktedir. Medya araçları aracılığıyla, kitle ile iletişime geçen müzik yapımcıları ve müzisyenler, az ya da çok olmak üzere, kitle iletişiminin tüm işlevlerini kullanmaktadır. Ancak sayılan ilkeler arasında, müzik endüstrisinin en çok kullandığı işlevlerin başında eğlendirme ilkesi gelmektedir. Defleur ve Dennis'e göre; Medya haber, eğlence, reklam, pratik tavsiyeler, eğitim ve daha fazlasının bulunduğu birçok bilgi kategorisi sunmakla birlikte; kitle medyasında yer alan içeriğin çoğu izleyici kitlelerini eğlendirme amaçlı tasarlanmıştır (Karakoç ve Arklan, 2009: 27). Müziğin, kültürel bir ürün olarak

üretiliyor ve tüketiliyor olması, kültür gelişimine katkıda bulunur. Müzik endüstrisi çatısı altında yapılan tüm işler, belli bir birikim oluşturması bakımından, popüler kültürlerin inşasında rol oynamaktadır.

Dinleyici, medya aracılığıyla müzisyenlerin konserlerinden, kliplerinden, yeni çıkan albüm ya da single çalışmalarından, kişisel hayatlarından haber alabilir. Hatta yeni medya ile bu haberleri, müzisyenlerin kendisinden dahi alabilir. Son yıllarda kitle iletişimin haber ve bilgi alma işlevi konusunda gelişme yaşandığı söylenebilir. Medyanın daha katılımcı bir hal alması, onun toplumsallaştırma, tartışma ortamı hazırlama, bütünleştirme işlevlerini öne çıkarmaktadır. Bu durum, müzisyen ile dinleyici/izleyici arasındaki ilişkiyi de yeniden düşünmeyi gerektirir.

Müzik ile medya birlikteliğinde, medya her zaman, müzik endüstrisi için tanıtıcı bir güce sahiptir. Kitle iletişim araçlarının reklam gücü radyo ile başlar; bu süreç televizyon ve günümüzde internet ile devam etmektedir. Gerbner'a göre kitle iletişim araçları; kuramsal perspektifler sunarlar, yani kendi simgeler ve imgeler seçme, birleştirme, kaydetme ve paylaşma tarzlarını sunarlar. Bunlar teknolojinin, şirket örgütünün, kitle üretiminin ve kitlesel pazarların ürünleridir. Bunlar içinden çıktıkları sanayi düzeninin kültürel kollarıdır (Mutlu, 2005: 38). Kitleyi meydana getiren kimseleri, tüketici konumunda gören Yaylagül'e göre; Kitle denilen insanlar, kitle iletişim örgütlerinin ürettiği ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla dağıttığı içerikleri çeşitli formatlarda satın alarak ya da satın almadan tüketen insanlardır (Yaylagül, 2010: 20).

Kitleler, radyo dinleyerek, müzik video kanallarında klipleri izleyerek ya da internetteki sınırsız seçenekleri değerlendirerek yeni müzikleri keşfederler. Kültürel kodları bu şekilde tüketen dinleyici, Gerbner'ın deyimiyle, simgeleri kendi kuramsal perspektifi üzerinden izlemektedir. Örneğin, genç kızların beğenisini kazanabilecek, iyi görümlü, hareketli şarkıları olan, güzel giyinen, enerjik bir pop müzisyeni, bir tarzı simgelemektedir. Bunu yaparken, günlük hayatın tüm kültürel kodlarını kullanır. Endüstri, o müzisyen için; uygun gördüğü simgesel imajı, ekonomik değeri olan bir ürüne çevirmektedir. Bu ürünün kendisini en iyi ifade edebileceği taşıyıcısı ise kitle iletişim araçlarıdır (Aydın, 2010: 48).

Ses kayıt teknolojilerinin keşfi; radyo, televizyon ve internet başta olmak üzere; kitle iletişim araçlarındaki yenilikler, müzik endüstrisinin dönüşümünde etkin bir rol oynamıştır. Endüstrinin dinamiklerini çözebilmek için, teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin icracı, dinleyici ve şirketler üzerindeki etkisi dikkate alınmalıdır.

Hamilton'a göre; Teknoloji, ekonomik faaliyetlerin çapını genişletir, işletme sistemleri küresel çapta birbirleriyle etkileşim kurarlarsa, örgütlenme biçimleri de yayılır, birbirlerinden ödünç alır; bir yandan büyük ölçüde üretim ve rekabetin ortak özelliklerine yanıt veren bir terkip yaratırlar (Castells, 2008: 125). Buradan hareketle denilebilir ki; teknoloji, müzikal işleri pazara taşıyan ve pazarda bir ürün haline gelmesine olanak tanıyan bir unsurdur. Örneğin, kayıtlı müziği dinlemeye yarayan gramofondan başlayan ve dijital teknolojiye kadar süregelen bir üretim şekli söz konusudur. Bu teknolojilerin kullanımı yaygınlaşıp, küresel boyuta ulaştığında, rekabet oluşturan bir pazar yaratılmış olur. Ancak, rekabet üstünlüğü sağlamak, kimin ya da kimlerin daha iyi örgütlendiği, birbirleriyle iletişim kurup kuramadıklarına göre farklılık göstermektedir. Bu bağlamda Hamilton'ın, teknolojinin ekonomik faaliyetlerin çapını genişlettiği iddiası, doğru bir orantı ile açıklanabilmektedir. Yani, şirketler ya da kişiler teknolojiye ne kadar sahiplerse, faaliyetlerinin ekonomik uzantısı o kadar çok olmaktadır.

Literatürde, teknolojiye sahip olmanın getirdiği avantajlı ve kazançlı duruma karşı geliştirilen, eleştirel bakış açıları mevcuttur. Adorno'da konu, ekonomik üstünlük açısından ele alınırken; Dawson ve Foster'da politik- ekonomik hakimiyet üzerinden anlatılmaktadır. Adorno'ya göre; Tekniğin, toplum üzerindeki iktidarının, ekonomik açıdan en güçlü olanların iktidarına dayandığı gerçeği suskunlukla geçiştirilir (Adorno, 2012: 128). Dawson ve Foster ise; Yeni teknolojinin neden olduğu devrim yadsınamaz, ancak bu bizim yeni sistemin ne sunacağı ya da bundan kimin yararlanacağı konusunda fikir sahibi olmamıza yaramaz... Hakimiyet daha çok politik- ekonomik sistem ve onun etrafında dönen mücadele üzerinden gerçekleşir, ifadesini kullanır (McChesney vd., 2003: 215).

Teknolojilerin bir olgu olarak, teknik özellikleri dışında da anlamlandırılması gerekmektedir. Teknolojinin özü nedir, kime hizmet etmektedir, kimler bu teknolojilere kolayca ulaşabilmekte veya sahibi olmaktadır, gibi sorulara verilen cevaplar neticesinde, bir teknoloji teorisinden söz edilebilir (Yaylagül, 2010: 87).

Müzik endüstrisindeki teknolojik yenilikler göz önüne alındığında, bu yeniliklerin müziğin tüm taraflarını etkilediği anlaşılmaktadır. Örneğin; müzisyenler teknik anlamda, daha donanımlı stüdyolarda kayıt yapabilme imkanı bulmakta ve dahası kendi ev stüdyolarını kurabilmektedirler. Ya da dinleyici, müziği sırasıyla plak, kaset, CD ve mp3 ses dosyası aracılığıyla dinlerken, buna paralel olarak farklı müzik dinleme alışkanlıkları da geliştirmektedir. Teknoloji firmaları bu ses kayıtlarını, ona uygun araçlar ile pazara sunarken, dinleyici aynı zamanda bir tüketici rolü de üstlenir. Müzik şirketleri, iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ile müzisyenlerini radyo, televizyon ve yazılı basında tanıtma çabasına girerler. Ayrıca şirketler, internet teknolojisinin de reklam gücünü kullanırlar (Castells, 2008: 128).

Büyük müzik şirketleri, ekonomik anlamda güçlüdür. Bu şirketler, küresel ölçekte iş hacmine sahiptir ve dolayısıyla dünya müzik ve eğlence piyasası üzerinde hakimiyet kurabilirler. Yerel bazda düşünülecek olursa, ülke sınırları içinde ekonomik hakimiyet sağlayan bölgesel şirketler olduğu da doğrudur. Castells'in deyimi ile bu şirketlere aynı zamanda başarılı örgütlenmeler de denilebilir. Çünkü büyük şirketler, müziğin üreticisi durumundadır. Ürünlerini, küresel veya yerel alandaki ekonomik değişikliklere göre, piyasaya sunup sunmama kararına sahiplerdir. Özellikle müzik gibi eğlence ve gösteri dünyasının alt başlığına giren bir dal için, esnek olmak zorunlu bir durumdur. Yani, şirketler kararlarını sadece ekonomik değişimlere göre değil; kültürel, sosyal, politik vb. gelişmelere göre de belirlemektedir.

Castells'e göre, başarılı örgütlenmelerin son kıstası yenilikçi olmak, yeniliği rekabet üstünlüğü sağlamada kullanmaktır. Bu konuya, teknolojik yenilik bağlamında bakıldığında; özellikle üreticilerin, her yeni teknolojiyi takip etmesi gerektiği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Hatta endüstri, yalnızca teknolojiyi takip etmekle kalmayıp, ona katkı sağlamalıdır (Castells, 2008: 129-130).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültür konusunu ele aldığımızda karşımıza karmaşık bir tanımlar bütünü çıkmaktadır. Toplumsal alanın kurucu unsurlarından biri olarak kültür dinamik bir yapıya sahiptir ve yaşamın bütün alanlarıyla temas halindedir. Kültür hem teorik hem de pratik bir mesele olarak birçok bileşenden oluşmaktadır ve bu bileşenler onu problematik bir konu haline getirmektedir. Bu karmaşık yapısıyla kültür sosyolojinin en zor konularından biri olduğu kadar, aynı zamanda disiplinler arası bir bakışı gerektiren tarihsel ve güncel anlamlara sahiptir. Raymond Williams'ın belirttiği üzere kültür sosyolojisinin başlıca sorunu “*kültür kavramının açık-seçik tanımlanmasındaki zorluk olarak görülebilir.*” Gerçekten de kültür kavramı geçmişten günümüze kadar birçok sosyal bilimci tarafından tartışılmış ve farklı biçimlerde tanımlanmıştır.⁴ Kavramın geniş sosyolojik kullanımı “*bütün bir yaşam biçimine*” gönderme yapmaktadır. 16. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar süren tartışmalara baktığımızda ise kültür kavramının geniş bir şekilde öğrenmeyle insan aklının ve kişisel görgünün gelişmesiyle ilişkilendirildiğini görüyoruz. Bugün de özellikle gündelik dilde karşımıza çıkan bu araçsal yaklaşımın etkisinin kültür kavramına yüklenen anlamlarda etkili olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin insanları değerlendirirken bazılarının kültürlü olduğundan bazılarının ise “*kültürsüz*” olduklarından söz edebiliyoruz. Bu yaklaşım şüphesiz kültürün bazı parametreler barındıran bir sistem olduğuna işaret etmektedir (Tscmuck, 2001: 25).

Genel olarak belirli bir yaşam ve düşünüş biçimine gönderme yapan kültür kavramı tüm belirsizliğine rağmen bugün geniş biçimde bu anlamıyla kabul görmüştür. Kavramın bu kapsayıcılığı modernleşmeyle birlikte belirli bir fragmanlaşmaya uğramıştır. Max Weber kültürel modernitenin kökenlerini birbirinin içine geçmiş üç değer alanı olan “*bilim, etik ve sanatın*” modern dönemde birbirinden ayrılıp farklılaşmasında ararken önemli bir kopuşa değinmektedir. Özerk bir alan haline gelen sanatın giderek kültürle özdeş hale gelmesi önemli bir dönemeçtir. Bu çalışmada yapacağımız tartışma açısından kritik bir çıkış noktası sağlayan Meral Özbek'in yaptığı kültür tanımı tamda bu özdeşleşmenin nasıl gerçekleştiğini açıklamaktadır. Özbek'e göre klasik ve muhafazakâr bir tanım olarak kültür, bir estetik mükemmellik ölçüsüdür.¹⁰ Söz konusu olan, kültür kavramının içini estetik alanın doldurmasıdır ve bu bakış sosyal

bilimlerdeki etkisini sürdürmektedir. Bu bağlamda Williams, kültür kavramının günümüzde üç temel alana gönderme yaptığını belirterek kullanışlı bir çerçeve oluşturur (Storey, 1993: 36):

Modernleşme süreciyle paralel olarak ortaya çıkan sınıfsal ayrışma ve farklılaşma, bütün alanlarda olduğu gibi kültürel alanı da şekillendirmiştir. “*Yüksek kültür-alçak kültür terimleriyle ifadesini bulan seçkin bir kültür tanımının*” oluşması bu anlamıyla klasik modernleşme perspektifleriyle uyumludur. Özellikle büyük toplumsal değişimlerin yaşandığı “*modern zamanlar*” ele alınırken, kültürün değişmesine atıfta bulunmaktadır. Bunun yanında yeni kültürler bu değişimlerle birlikte toplumsal hayata sürekli olarak eklenmektedir. Kavramın modern kullanımının tarihini net bir şekilde vermek mümkün değildir. Ancak Raymond Williams kültür kavramının 19. yüzyılın ortalarından itibaren yaygınlık kazandığını öne sürmektedir. Williams’ın Herder’den aktararak analiz ettiği anlamıyla farklı uluslar ve dönemlerin özgül ve değişken kültürlerinden, aynı zamanda belli bir ulus içindeki toplumsal ve ekonomik grupların özgül ve değişik kültüründen söz etmek gerekmektedir.

Raymond Williams günümüzde kültürün anlamında özellikle entelektüel ve sanatsal etkinliğin ürünlerini anlatan öğelerin yer kapladığını belirtir. Williams’a göre günümüzde bu öğelerin somut karşılığı müzik, edebiyat, resim ve heykel, tiyatro ve filmidir. Kültürün bu estetik alanları aslında yaşam tarzı tartışmalarından tamamen bağımsız bir durumu göstermez. Kültürün yaşam tarzına gönderme yapan sosyolojik içeriği ile estetik alana gönderme yapan içeriği arasındaki ilişki önemlidir. Başka bir deyişle, kültürel olanı, fikirler, anlamlar, değerler bütünü ve bunların üretildiği pratikler alanı olarak ele alırsak, genel yaşam tarzından zihin durumlarına, oradan da sanat çalışmalarına dek geniş bir tanım yelpazesini kapsamış oluruz. Çünkü anlamlar ve değerlerin üretimi, toplumsal etkinliklerin her türü içine gömülmüş durumdadır. Tüm bu çerçeve içinde kültürel olan üzerine düşünebilme ve araştırma yapabilme çabası, kültürün kapsadığı konuların toplumsal olanı düşünmede temsil ettiği önem nedeniyledir. Bu nedenle kültür üzerine düşünmek, analiz ve araştırma yapabilmek için, hem sınırlanabilir bir tanıma sahip olmak hem de kültürün içeriğini dolduran sosyolojik ve estetik öğeler arasındaki ilişkileri kavramak gerekmektedir (Stravinsky, 2000: 214).

Meral Özbek, Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski isimli çalışmasında modernleşmeyle ilgili şu ifadeyi kullanır: Modernleşme, ideal tipler olarak tanımlanan-geleneksel toplumdaki modern topluma çizgisel bir gelişme sonucu oluşur. İktisadi ve siyasal alanlarda olduğu gibi, kültürde de modernleşme gelenekselden moderne geçişin belirlediği “*ikilik*” ve “*marjinallik*” kavramlarıyla tanımlanır. Başka bir ifadeyle, Modernleşme, Batılı olmayan toplumların geleneksel toplumdaki modern topluma doğru geçirmekte oldukları değişim sürecini ifade eder. Batı dışı ülkelerde modernleşme süreci Batılılaşma sürecine paralel olarak gelişme göstermiştir. Bu bağlamda modernleşme bir değişimi ifade etmektedir. Değişim sürecinin başlangıcında toplum gelenekseldir, yani modern olmayandır. Modern bir toplumun özellikleri ise, ekonomik kalkınma; insanı bağımsız bir birey olarak algılayan hoşgörü anlayışını temel alan kültürel çoğulculuk ve düşünce, ifade ve örgütlenme özgürlüğü temelinde kurumsallaşmış temsili demokrasidir. Klasik modernleşme kuramının da işaret ettiği gibi modern olan, Batılı-kapitalist endüstri toplumdur. Modernleşme, Aydınlanma sonrası dönemde Fransız Devriminden geçerek Batı’da meydana gelen toplumsal gelişmeleri ifade eden bir terimdir/süreçtir. Modernleşme Batı dışı ülkelerde 19. yüzyılda başlayıp 20. yüzyılda radikalleşerek sürmüştür. Modernleşmenin Batı dışı ülkelerde tezahürleri Batılı toplumlarda olduğundan farklıdır. Özellikle Batı Avrupa’da başlayan ve hızlı bir şekilde tüm dünyayı etkisi altında alan iki önemli devrim, çifte devrimler, modernleşmenin Batı’da ve Batı dışı toplumlardaki etkilerinin başlangıç noktaları olmuştur diyebiliriz. Modern toplumun köklerinde yer alan bu iki devrim, Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi, tüm boyutlarıyla toplumsal bir değişim, feodal bir dönemden modern kapitalist, endüstriyel bir topluma geçiş dönemini temsil etmektedir. Modern endüstriyel toplum sadece siyasal yapıları değil kültürel alanı da değiştirmiştir. Walter Benjamin’in belirttiği üzere “*geniş tarihsel zaman dilimleri içinde, insan kolektiflerinin genel yaşam tarzıyla birlikte duyuşsal algılama türleri ve tarzları da değişir.*” Bu çerçevede baktığımızda geleneksel toplumsal, kültürel ve estetik kodların çözülmesinde endüstrileşmenin kritik bir yer tuttuğunu söylemek mümkündür. Endüstriyel modernleşme kültürel alanı hem yeniden hem de farklılaştırarak üretmiştir. Kültürün bu endüstriyel karakteri çalışmamız açısından kayda değer bir noktadır (Özbek, 1999: 63).

Modernleşmeyle birlikte kültür total bir kavram olarak kalmamış, kendi içinde fragmanlaşmıştır. Popüler kültür, kitle kültürü, yüksek kültür, alt kültür, avam kültürü vb. kavramlar kültür problematiğinin değişik açılımları olarak alt başlıklar halinde karşımıza çıkmaktadır. Burada önemsedığımız kavram, diğer kavramların da ortaya çıkışında ve anlamlı bir hal almasında etkili olduğunu düşündüğümüz “popüler kültür” kavramıdır. Adorno’ya göre “*günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırır.*” Gerçekten de popüler kültürü tam da “her şeye benzerlik bulaştırıcı” bağlamında kavramak mümkündür. Kültürde benzerlik üreten sürecin arka planında üretilen her nesnenin meta karakterinin olması yatmaktadır. Zira Simmel’e göre meta üretimi... Nesnelere, kullanışlıklarının ötesinde, baştan çıkarıcı bir dış görünüm kazandıran bir ortam yaratır. Bu ortam kültür ürününün popülerleşmesinde, kitleselleşmesinde ve yeniden üretiminde etkili olmaktadır. Adorno ve Simmel’in sözünü ettiği bu durum özellikle sanatın yüksek kültür ürünü veya popüler kültür/kitle kültürü olup olmadığı tartışmalarına kaynaklık etmiştir. Başka bir deyişle, aynı kavramsal bütün kendi içinde bağımsız, karşıt parçaları olarak yüksek sanat ve kitle kültürü. Böylelikle yalnızca modern çağda, yüksek sanat ile endüstrileşmiş alçak sanat ya da kitle üretimine yönelik kültür karşı karşıya gelmektedirler. Bugün kültür endüstrisi içinde değerlendirdiğimiz bu karşıtlıklar modernleşmenin kültürle olan ilişkisinin bir başka boyutunu bize göstermektedir (Özbek, 1999: 65-66).

Gündelik hayatımızda çok sık kullanılan kültür ve modernleşme kavramları toplumsal konuları/değişmeyi anlamada iki önemli başvuru kaynağı olmuştur. Modernleşmenin geleneksel kültürü tamamen homojen bir hale getirdiğini söylemek zordur. Burada daha çok modernleşme sürecinde modern olan ile geleneksel olan arasındaki çatışma ve sürekli bir yer değiştirmeden söz etmek mümkündür. Modern olanın içindeki geleneksel öğeler ve geleneksel olanın içindeki modern öğeler özellikle Batı dışı toplumlardaki kültürel alanı melezleştirmiş ve eklektik hale getirmiş; aynı zamanda modern ile geleneksel arasındaki çatışmayı da körüklemiştir. Bu bağlamda bugün kültürden saf anlamıyla modern bir olgu olarak bahsetmek zordur. Zira “*topluma kendine ait bir anlam dünyası kazandıran ve ona kimliğini veren kültür, aynı zamanda geleneğe açılan bir kapı niteliğindedir.*” Bu nedenle modernleşme toplumsal anlamda modern olan ile geleneksel olan arasında bir tartışma alanı yaratarak günümüz

toplumlarında kültürün daha karmaşık bir hal almasına neden olmuştur (Özbek, 1999: 66-67).

2.1. Popüler Müzikte Standartlaşma ve Anlam

Popüler müziğin temel özelliği standartlaşmasıdır. Popüler müzik en genelinden en özeline kadar standartlaşmıştır. Diğer bir deyişle popüler müzik “ısmarlamadır” ve standart eser, bestecinin hayal gücü ve yorumlamayla özgürce oynamasına izin verir. Popçuların kendileri de en az şarkıları kadar standartlaşmıştır. Fakat onların standartlaşması yapının standartlaşmasından biraz farklıdır. O; önceki gibi aleni değildir fakat sırları genelde müzisyenlere açık olmakla birlikte bireysel etkiler cilasının ardına saklanmıştır. Bütünün ve parçaların böylesi çelişik nitelikteki standartlaşması, dinleyici üzerindeki etkinin ilk belirsiz temellerini sağlamaktadır. Bütün ve parçalardaki bu ilişkinin birincil etkisi, dinleyicinin bütünden ziyade parçalara daha güçlü tepki vermeye başlaması oluyor. Onun bütünü kavraması, takip ettiği bu somut müzik parçasına yaşanan tecrübeye dayanmıyor. Bütün, müziğin başlama deneyiminden bile önce verilmiş ve önceden kabul edilmiştir (Adorno, 2002: 136).

Horkheimer, müzikte farklılaşmayı aklın öznellesmesinin ve biçimselleşmesinin tipik bir sonucu olarak görmektedir. Ona göre bu süreç, sanat yapıtlarını kültürel metalara, tüketimlerini de gerçek niyet ve amaçlardan kopuk, rasgele, düzensiz bir duygular dizisine dönüştürmektedir (Horkheimer, 1994: 147).

Yapısalcılara ve kültürelcilere göre tekrarlanmanın fonksiyonu sadece ve basitçe popüler müzik üretimi ve ideolojik etkilerinin siyasal ekonomisi analizine indirgenemez. Bu bakımdan, bazılarına göre, kitle kültürünün negatif bir özelliği olma yerine, tekrarlama çağdaş kapitalizmde bütün kültürel ürünlerin temel bir özelliğidir (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 82). Popüler müzik üretiminin her evresinde, önceki çalışmaların hazır formatlarını taklit etme anlamında bir muhafazakarlık ve gelenekçilik yaşanır.

Popüler müzik şarkılarının belirgin biçimde söz oyunlarına gitme onun bir niteliğidir. Bunlar genelde cinseldir, genel geçer ve saygıdeğer anlam, saygı duyulmayan, cinsel olan tarafından imlenmektedir. Cinsel olandan alınan yasak haz,

denetçi söylemin varlığı tarafından çoğaltılmaktadır. İkisi arasındaki karşıtlık ilişkisi cinsel anlam kendi başına serbestçe dolaştığından daha fazla haz vermektedir. Denetim dışı anlamların popüler olabilmeleri için kaçmaya çalıştıkları denetimin izlerini taşımaları zorunludur (Fiske, 1999: 258).

Popüler müzik olgusu içerisinde anılan standartlaşma, kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaygınlık kazanmıştır. Standart formlara her yerde rastlamak dünya müziğini zenginliklerinden arındırmak anlamına gelebilir. Her yerde batılı rock ve popüler müziğine ve bunların metalaştırılmış biçimlerine tanık olmak, popüler müziğin yozlaştırıcı yanını imlemek ve eleştirmek açısından önemli olabilir. Popüler müziğin eleştirildiği ve onun standartlaştırıcı ve yozlaştırıcı yanlarından bahsedildiği ortamlarda Adorno'yu anmadan geçmek konuyu eksik bırakacaktır.

Adorno, popüler müziğin bütün yapısının standartlaşmış olduğunu ve bu standartlaşmanın en genelinden en özeline kadar tüm yönleri yayıldığını söyler. Parçaların kendileri de en az biçim kadar standartlaşmıştır fakat onların standartlaşması, yapının standartlaşmasından farklıdır. Adorno'nun diğer bir savı, popüler müziğin pasif dinlemeyi yarattığıdır. Kapitalist sistem altında çalışmak sıkıcı olduğundan işten kaçma ihtiyacını yaratır; ancak bu da sıkıcı olacağı için, gerçek kültür yönünde gerçek bir kaçış için hemen hemen hiç enerji kalmaz (Adorno, 2000: 136). Adorno, popüler müziğin sosyal bir harç, güçlendirici bir unsur olduğunu düşünmektedir.

Adorno çağımızda müziğin fetişleştirici karakteri üzerinde de durmaktadır. Bu durumu ifade etmek için, "*müzikal fetişizm*" kavramını kullanmaktadır. Adorno'ya göre, müzikal fetişizm kavramı psikolojik bakımdan üretilmemektedir. O, bütün çağdaş müzikal yaşamın meta formu yoluyla egemenlik altına alındığını ileri sürer. Ona göre çağımızın müziğinin işlevleri değişmiş, müzikte fetişleşme öne çıkmıştır. Popüler müzik üretimini, onun akılcılaştırılmasını, fetişizmi, ticarileşmesi ve müzikal materyali maddileştirmesi yüzünden radikal bir şekilde eleştirmektedir (Rowe, 1996: 268). Eleştirisinin temel yönelimi de sanat eserinin bu biçimde bir ticari metaya dönüşmesi şeklindedir.

Bütün popüler kültür görüngüleri gibi yukarıdan güdümlenmenin ve yukarıdan empoze edilmenin bir ürünü olarak gördüğü popüler müzik ve popüler sanattan sıyrılmanın yolu olarak, Adorno, sanatçının yapıtının hemen tüketilmeye yönelik olmadığı ve kendini toplumun karşısına koyabildiği durumları gösterir. Artık tamamen bir tüketim evrenine dönüşen günümüz toplumunda sanatların bir tüketim malzemesi olmadan, saf estetik değerlere bağlı kalarak üretilmesinin güçlüğü muhakkaktır (Fiske, 1999: 260). Ama sanatın kendi içinde taşıdığı dinamik, direnişçi ve asıl önemlisi insani yan, onda ısrar edildiği takdirde, kültür endüstrilerinin malzemesi olmaktan biraz daha uzak kalabilmenin imkanını bulabilecektir.

Adorno, kitle kültürünün öteki formları ile popüler müziği eleştirmekte, müziğin sosyal gerçeklik ile ilişkisinin sorunsallık taşısa da bu estetik alanın sosyal çelişkileri kendi içselliğinde barındırdığını vurgulamaktadır. Adorno'ya göre kültürel fenomenler, her alanda olduğu gibi müzikte de ne tam olarak bağımsızdır ne de sadece bir yansıtmadır. Çağımızda müziğin sosyal gerçeklikten bağımsız olabilmesi ise; sürekli artan bir tehditle karşılaşmaktadır. Aslında kapitalizm çağında, özellikle 20. yüzyılda, bir meta karakteri taşımaktadır. Müzik kullanım değerinden çok, değişim değeri tarafından yönlendirilmektedir. Gerçek ikilem, Adorno'cu anlayış bağlamında, "*hafif/popüler müzik*" ile "*ciddi müzik*" arasında olmayıp, "*pazara yönelimli müzik*" ile "*pazara yönelimli olmayan müzik*" arasındadır. Adorno'ya göre bugün "*pazar yönelimli olmayan müzik*", çoğu insanın kavranabilen ve tadına varılabilen bir müzik değilse, buna dayanarak bu tür müziğin nesnel bir biçimde reaksiyoner olduğunu söylemek yanlış olacaktır. Kuram gibi müzik de kitlelerin varolan bilinç düzeylerinin ilerisini erek edinebilmelidir (Martin, 1989: 20). Adorno, burada, pazar-yönelimli popüler müzik formunun sosyal durumu ve ideolojik fonksiyonları üzerinde yoğunlaşmakta, onun yoğun bir eleştirisini yapmaktadır. Adorno'ya göre, ciddi müzik ile popüler müzik arasında önemli farklar vardır.

Kompozisyon ve prodüksiyon bakımından "*ciddi*" müzikte, temalar ve detaylar, bütünle oldukça yüksek derecede iç içe örülmüştür. Temalar dikkatlice geliştirilmiştir. Detaylar bütünü değiştirmeden değiştirilemez. Detaylar bütünü hemen hemen içerir, çağrışırlar. Formsal yapı ve içerik arasında tutarlılık sağlanır. Yüksek teknik yetenek normları vurgulanır. Popüler müzikte ise, müzikal kompozisyonlar bilindik kalıpları,

çerçeveleri ve yapıları izler. Bunlar stilize edilmiştir. Oldukça az özgünlük ortaya konur. Bütünün yapısı detaylarla bağlı değildir. Bütün bireysel detaylara bağlı olarak değişmez. Melodik yapı oldukça yüksek düzeyde katıdır ve sık sık kendini yineler. Harmonik yapı bir dizi planı içinde barındırır. Vurgu; ses, renk, ton, tempo ve ritmin kombinasyonu üzerindedir. Doğaçlamalar normalleştirilir. Yepyeni ve orijinal görünmekle birlikte müzikte anlaşılabilirliği oluşturan konvansiyonel normlar benimsenir (Kızılcelik, 2000: 25). Adorno, dinleyici açısından da “*ciddi*” müzik ve “*popüler*” müziği değerlendirir.

Dinleyicilerin teşvik ve talep edici cevapları bakımından ciddi müziğin estetiği, gündelik yaşamın devamlılığına engel olur ve anımsamayı teşvik eder. Ciddi müziğin bir parçasını anlamak için, o müziğin bütününü tecrübe etmek, bilmek gerekir. Temalar ve detaylar yalnızca bütünün bağlamı içinde anlaşılabilir. Müziğin anlamı yalnızca bir farkında olmayla idrak edilmez. Müziği, izlemek/dinlemek, çaba ve yoğunlaşma gerektirir. Dinleyici açısından popüler müzikte ise, bütünden daha çok parçalara kuvvetli bir tepki vardır. Müzik kolayca tanınabilir bilinebilir tipler içinde standardize edilmiştir. Müziği izlemek/dinlemek oldukça az bir çaba gerektirir. Müziksel deneyimlerin altında toplandığı modellere dinleyiciler önceden sahiptir. Önemli olan şey stil ve ritimdir. Müziğin anlamı, kabullenmeye yol açan bir tanıma tarafından idrak edilir. Dinleme sayesinde kazanılan eğlence, sevinç ve zevk müzikal objeye transfer edilir. Bu obje özdeşleşme mekanizmasından kaynaklanan niteliklerle donatılır. En başarılı en iyi müzik, sürekli tekrar edilenle bir tutulur. Müzik, sosyal bilinç üzerinde uyuşturucu bir etkiye sahiptir. Müzik, gündelik yaşamda devamlılığın anlamını güçlendirir.

Müziğin bir süreç olarak analizini ise şöyle yapmaktadır: İlk olarak, gerçek müziksel özne birey değil, oluşturucunun bireysel yetenekleriyle ona geçmişten devredilen her şeyin bir toplamıdır, ki bu da üretim sürecini yansıtır. İkinci olarak, önceleri müzikle bağlantılı düşünülmeyen teknoloji, yatırım sürecinde kullanılmakla müziğin içsel gelişimi ile buluşmuştur, burada sanat yapıtı kendisinin yeniden üretime dönüştüğünde, yeniden üretim de sanat yapıtına dönüşmektedir. Üçüncü olarak, Adorno’ya göre, müziğe eleştirel ve akılcı yönelim yeteneği git gide zayıflamakta,

çünkü kitleler sürekli bir biçimde önceden alıştığı biçimlerin yoğun bombardımanına tutulmaktadır, ki bu da müziğin algılama yönünü yansıtır (Dellaloğlu, 1995: 39).

2.2. Popüler Müziğin Ekonomi Politikası

Marksist popüler kültür eleştirisinin geliştirilmesinde ise, dönüm noktası, Walter Benjamin'in "*Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı*" başlıklı makalesi olmuştur. Ona göre, mekanik yeniden üretim, sanatın değerini düşürmektedir ve sanatsal üretimde hakikilik ölçütünün iflasıyla birlikte, sanatın toplumsal işlevi de bir bütün olarak köklü bir değişim geçirmiştir (Benjamin, 1995: 321).

Burada özde, popüler kültür eleştirisine temel oluşturmuş iki nokta tanımlanmaktadır. Bunlardan ilki, mekanik yeniden üretim geleneksel biçimler ve bunların anlamını tahrip ettiği, ikincisi ise, satın alanla yani kendi özel koşullarında seslenmek suretiyle insanların fiilen kendi özel kültürel anlamlarını oluşturmalarına olanak vererek, yeniden üretilen nesneyi harekete geçirdiğidir. Böylelikle bu da kitle kültürünün radikal bir şekilde iyimser bir tanımının yapılmasına temel teşkil etmektedir.

Zevkler ve beğeniler belirli ticari ilişkiler ile gündemde kalmayı sağlayabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının, radyo ve televizyondaki kliplerin popüler müzik yaratmalarında olduğu gibi, halkın "*arzu üretime*" karşılık vermektedir. Estetik popülizmin yükselişi olarak ifade edilen bu durum yüksek kültür ile alçak kültürün alt üst oluşları şeklinde de ifade edilebilmektedir (Akay, 1992: 54). Bu doğrultuda, popüler kültürle birlikte sanat bu kültürün önemli tüketim mallarından biri haline dönüşmüştür. Günümüzde, popüler müzik milyarlarca doların döndüğü bir endüstri haline gelmiştir. Bu endüstri sadece, müziğin pratik varlığı ile oluşmamış, kitlelere bir donanımla ulaşmıştır. Kasetler, cd'ler, t-shirtler, dergiler, kitaplar, paket radyo programları, paket video televizyon programları, kitle konser organizasyonlarıyla bu donanımı kurmuş ve muazzam karlar elde etmiştir.

Kitlesel çapta mekanik üretimin gelişmesiyle birlikte, televizyon, radyo, tiyatro ve müzik daha erişilebilir kılınmıştır. Böylelikle yüksek kültür ürünleri olarak adlandırılabilen bir Mozart operası ya da bir Shakespeare oyunu, hiçbir zaman tanık

olunmadığı ölçüde büyük bir izleyici kitlesine ulaşabilmiştir. Kitlesel çapta mekanik yeniden üretimin kültürel standartları düşürebileceği iddiası tartışılır niteliğini korumaktadır. Ancak, bir Beethoven senfonisi ister bir markette satılsın, isterse kaliteli bir müzik dükkanında satılsın, hala Beethoven senfonisidir (Swingewood, 1996: 124). Gerçekten de yüksek kültür ürünlerinin üretimiyle bunların toplumsal olarak özümsemişine aracılık etmekte kitlesel üretimin gelişiminin son derece önemli bir rolü olmuştur.

Müziği yapanla, yeniden üreten bile aynı kültürden kaynaklanan ortak bir geleneğin içinde yaşama olanağından yoksundur. Müziğin tüketicisi olan geniş kitleler ise, ancak “*fun-club*” ların üyelikleri ile kazanabildikleri sözde kimliklerinin ortaklığı içinde bir araya gelebildikleri çağdaş popüler müziğe geçildikçe, metalaşmanın genel olarak üretim ve tüketim alanlarındaki diğer yansımalarında olduğu gibi, soyutlanmışlardır.

Öyle ki, yabancılaştırmanın, müziğin kendi yapısı içinde çözümlenebileceği inancıyla üretilen, fakat, kapitalist toplum yaşamının çeşitli yollarla kırsal kesimleri etkilemeye başladığı yakın yüz yıllardan beri maddi temelleri kalmamış bir folk müziğinden, yararlanma çabalarının başarısızlığı ve özdenliksizliği de bu durumdan kaynaklanmaktadır. Metalaşma ve üretimin endüstriyelmesi, günümüzde, müziğin üretimi alanında folk müziğinin canlandırılmasını olanaksızlaştırmakta; ayrıca, toplumsal yaşamın kırsal kesimlerde de sanayi kapitalizminin gereklerine uygun biçimde rasyonelleştirilmesi ve araçsallaştırılmasını, kırsal kesimde bile toplum bütününe bağımlı kılınmış ilişkilere geçilmesine neden olmaktadır. Bu yüzden bütün çabalara karşın yapılabilen eski folk müziğinin içeriğiyle ilgisi olamayan bir sözde folk müziğinden ibaret kalmaktadır. Üstelik kırsal kesimdeki ya da kentlerin kenar semtlerindeki yani kentlileşmemiş insanların anlayabildiği, yaşatabildiği folk müziği yaygın popüler müziğin içinde erimeye başlamıştır. Bu nedenle, meta ekonomisinde, bu ekonominin teknolojisi aracılığıyla ve bu ekonominin belirlediği bir toplumsal ve kültürel yaşam içinde tüketilmek üzere üretilmekte olan bugünün folk müziği de içerik ve etkileri bakımından, popüler müziğin bir alt ürünü olmaktan ileri gidememektedir (Oskay, 2000: 38-39).

2.3. Kültürel Kodlama ve Müzik

Kültürel ürün ve pratiklerin ya da özelde müziğin, yeniden anlamlandırılmasının keyfi ve iradi bir süreç olmadığı ve olamayacağı, zira belirli bir toplumsal formasyondaki toplumsal ilişkilerin anlamın yapılışında belirleyici bir rol oynadığı açıktır. Her türlü anlam, sürekli bir akış halinde olan, ayrık ve çoğunca da çatışan çıkarlar peşindeki insanların müdahalesine maruz kalan toplumsal pratiklerden doğmaktadır. Sanat ve sanatın tüketimi toplumsal pratiklerdir.

Bu bağlamda; göstergelerin, konuşma, yazı ve resimler gibi belirli şekillerde toplanmış biçimine “kod” denir. Kodlar, kendi gelenekleriyle ya da kodların nasıl bir arada tutulduklarını, nasıl anlaşılacaklarını açıklayan yazılı olmayan kurallarla tanımlanmaktadır. Bu kurallar ise, toplumsallaşma sürecinin bir parçası olarak öğrenilmektedir. Genellikle bu nedenle de bu kuralların varlığı fark edilmemektedir. Bu aşamada, gösterge ve anlam arasında bir ayırım ortaya çıkar ki bu ayırım önemlidir, çünkü; insanların neden aynı gösterge ya da materyali farklı anlamlar ifade ediyormuş gibi gördüğünü açıklamaktadır. Daha da açık bir ifade ile; göstergeye gösteren, bununla beraber olası anlamların her birine gösterilen ve alıcının göstergeye verdiği anlama da anlamlandırma denir. Bu aşamada da denilebilir ki, anlam materyalde özellikle, gösterge ve gelenekler aracılığıyla inşa edilmektedir. Bu inşa etme eylemi üreticiler kadar izleyicilerin de gerçekleştirdiği bir şeydir. Anlam ambalajlanıp izleyiciye sunulan bir paket gibi değildir, zira o daha çok, iyi bir şekilde düzenlenmiş çok boyutlu bir taslağa benzemektedir (Burton, 1995: 155). Zira kültür, insanın doğaya koyduğu, içinde insanın var olduğu tüm gerçeklik demektir. Öyleyse kültür deyimiyile insanın dünyasını taşıyan, yani insan varlığını gördüğümüz her şey olarak algılanabilir. İnsanın nasıl düşündüğü, duyduğu, yaptığı, istediği; insanın kendisine nasıl baktığı, özünü nasıl gördüğü, değerlerini, isteklerini nasıl düzenlediği, bütün bunlar hep kültürün öğeleridir. Yine denilebilir ki, insanlar arasındaki her çeşit karşılıklı etkileşmelere, her türlü yapıp yaratma alışkanlıklarına, bütün manevi ve maddesel yapıt ve ürünlerine kültür denir.

En olağan tanımıyla kültür, bireylerin belli bir gurubun üyeleri olarak paylaştıkları bir yaşam tarzı ve dünya görüşüdür, ki onları diğer guruplardan farklı kılan da budur (Uygur, 1996: 69-70). İnsan bilinci kültür ve tarihin ayrılmaz bir parçasıdır. Buradan şu sonuç çıkar ki imgeler belli bir sosyo-kültürel ortam içerisinde belli bir işlev

görmesi için inşa edilen şeylerdir. İmge bize asıl dünyayı değil dünyalardan bir dünyayı göstermektedir. Gösterilen şeylerin değil bunların temsilidirler. Dolayısıyla imgelerin temsil ettiği şeyler gerçeklikte değil temsilde yani yeniden sunumda kendisini göstermektedirler. Öte yandan da dünyaya şu ya da bu şekilde dahil olan bir nesne olarak bulunmaktadırlar. Bu bir resim, bir film, bir müzik parçası olabilmektedir (Leppert, 2002: 14). İçinde yer aldığı kültür, bireyin yaşamını oluşturduğu hammaddeyi sağlamaktadır. Bu malzeme yetersizse birey sıkıntı çekecek, zenginse birey olanakları artırma şansı elde edecektir. En zengin müziksel duyarlılık ise, yalnızca müzik göreneğindeki ölçütler ve donanım içinde gelişebilir. Birey belki de önemli oranda bu geleneğe katkıda bulunacaktır ama onun başarısı esasta kültürün sağladığı müzik kuramına ve araçlara bağlı kalacaktır (Benedict, 1998: 65).

Her imge, tarihsel, toplumsal ve kültürel açıdan kendilerine özgü olan ve birbirleriyle çatışan ve çelişen görme tarzlarını somutlamaktadır. Bundan dolayı imgelerin “içerikleri” sözcüklerin basit bir ikamesi değildir. Çünkü bunlar sözcüklerden daha fazlasını akla getirmektedir. Müzik yalnızca zihne değil bedene düşünceye ve duygulara ve daha birçok unsura hitap etmektedir. Sanat eserleri alıcılara sürekli aynı sinyal kümesini gönderen araçlar değildirler. Burada anlam hem kullanıcı hem de yaratıcı tarafından dinamik olarak inşa edilmektedir. Anlamın inşası, nesnelere tarihsel ve toplumsal özgül koşullar altında harekete geçirdiği bitimsiz bir üretimdir (Leppert, 2002: 18).

Baudrillard’da ise kod, ham enformasyonun arabalara, moda, pop yıldızları ile aktörlerin ve hükümetlerin imajına dönüştürülmesini sağlayan, genel olarak göstergelerin mübadele, promosyon, dağıtım ve idaresiyle ilgili teknoloji ve pratiklerin kazandığı egemenlik ve daha genel olarak kamuoyunun fabrikasyonu ve bilinç sanayi denilen şey kastedilmektedir. Bütün bunlar Baudrillard’ın göstergenin genel işlemeleştirilişi dediği süreçlerdir. Böyle şeylerin kendileri de nihayetinde, ekonomik ilişkilere kök salmış toplumsal veya sınıfsal ilişkilerin yüzeysel işaretleri olmaktan öteye gitmedikleri düşünülebilir, ama Baudrillard geri dönülmez bir şekilde bu anlamlandırma tarzının ötesine geçildiği inancındadır. Giysilerin tarzı, yaşanılan evin biçimi, sahip olunan otomobilin markası gerçekten de kişinin toplumsal konumuna gönderme yapar ya da onu imler, ama Baudrillard’a göre artık, bu göstergelerin

gönderme işlevi yoktur. Gösterilen ve gönderge, Merin oyunu yararına, kodun artık herhangi bir öznel ya da nesnel gerçekliğe değil de kendi mantığına gönderme yaptığı genelleşmiş bir formalizasyon yararına ortadan kalkmış bulunmaktadır (Baudrillard, 1998: 153).

Sanatın var edilişi ve sanatla ilgili ürünlerin yaşatılmasında, bazı düşünörlere göre birincil, bazı düşünörlere göre daha az önemli görölen neden ekonomidir (Günay, 2006: 28). Sanat türlerini sosyo-ekonomik durum içinde sınıfsal reaksiyonun bir çeşidi olarak gören düşünörlerce sanat, ekonomik gelişmenin basamaklarını yansıtır. Marx, belli bir zamanda var olan üretim sisteminin bir toplum sanatının stil ve içeriğini belirlediğini, sanatın da dâhil olduğu üst yapının tamamen ekonomik alt yapı tarafından belirlendiğini savunur (Ulusoy, 2005: 55). Bu savunuda yer alan ‘sanatın tamamen ekonomik yapıya bağılı olduğu görüşü tartışmaya açıktır. Nitekim Engels, Marx’ın bu görüşünde karşılıklı etkileşimleri göz ardı ettiğini belirtmiştir. Ancak Engels da ekonominin sanat üzerinde büyük bir güce sahip olduğunu vurgulamıştır. Hauser ise, her sanat dalının biçim ve stiline bir sınıfın diğeriyle olan mücadelesi sonucunda belirlendiğini savunur. Oswald Spengler, sanatın ilerlemesini ekonomik çeşitliliğe bağlar. Ona göre toplumsal açıdan ekonomik fakirlik, peşinden sanat fakirliğini de sürüklemektedir (Göher, 2012: 47).

2.3.1. İmaj ve Müzik

Toplumsal sahada sosyal aktörün duruşu ve bu duruş ile toplumsala verdiği mesajlar kültürel anlamda önemli şifreler içerir. Bu şifreler çoğunlukla görsel kültür elemanlarından seçilir. Bu anlamda da çeşitli nesnelere ve simgeler aracılığı ile kurulan toplumsal tanıtma aracını müzik, özellikle popüler müzik alanında kendisini bulmaktadır.

İmaj; sonsuzca çoğaltılabilen, birçok tür, biçim ve üslup üreterek, yenilik, biriciklik ya da özgünlük nosyonu yaratmaya çalışan göstergedir. Bu doğrultuda ‘yinelemeye’ vurgu yapılabilir ki, imaj yinelendiği oranda ve yinelendiği süreçte geçerliliğini korumaktadır. Yinelemede çelişik olan ise, metanın seri olarak üretildiğini hatırlamaktan kaçınırken, aynı zamanda bunun aranmasıdır. Özellikle de ilk dinleyişte pek bir anlam ifade etmeyen ama sonraki dinleyişlerde zevk vermeye ve kişisel bir

anlam taşımaya başlayan popüler müzikte kendisini gösteren yineleme; tekrarlama yoluyla, fark edilmeden, yaşantının varoluşsal dokusuna sızmaktadır. Bu bakış açısıyla, Michael Jackson'ın sayısız fiziksel dönüşümlerini Ford'un her yıl yeni modeller üretmesine benzetmek mümkün olmaktadır. Jackson, her konser ve albümü için, kendisinin yeni bir versiyonunu üretmektedir (Willis, 1993: 98).

İmaj oluşturmaya çalışan insanın, aslında, kendi görüntüsünü kişisel bir kapital gibi kullanması söz konusudur; dolayısıyla bu görüntüyü sağlamaya ve diğerlerini etkilemeye yarayan her şey bu sermayenin parçası olarak belirmektedir. İnsanlar hem fiziksel görünüşleri hem de sosyal davranışlarıyla diğerlerinin izlenimlerini şekillendirmeye çalışırlar. Bu yüzden, imajlarla olan ilişkide, çifte değerliliğin yaşanması kaçınılmaz bir durumdur. İmajlar kişiyi baştan çıkaracağı gibi kuşku da uyandırabilir. İmaj biçimlerinin içinde bulunan sınırları da olanakları da çifte anlamlar kullanma yeteneği sayesinde anlaşılabilir (Robbins, 1999: 184).

Müzik ürünleri ile şarkıcı imajı arasında ilgi çekici bir ilişki kurulabilir. Örneğin, müzik videosunun işitsel ve görsel unsurları izleyicinin seçkinliğini körüklemektedir. Hedef kitlenin beğenisi, yaşantısı ve değerleri ile kurulan bağlantı bu seçkinliğin niteliğini belirlemektedir. Şöyle ki; şarkıcının sunduğu kişilikler, bu kişiliklerin yarattığı imajlar izleyicinin özlemlerini dikkate almalıdır, şarkıcıya kazandırılacak imaj dinleyicinin kafasında onu süper bir yıldızla dönüştürecek güçte olmalıdır çünkü; hayranlık duygusu, daha sonra ona satılacak yeni nesnelere beğenilmesini garantileyecektir ve yıldızın imaj süresi uzatılabildiği oranda albümün satış süresi de uzatılabilecektir. Müzik sanayisi yine aynı şekilde, yeni yıldızlar yaratarak ve aynı yıldızları yeniden yıldızlaştırarak ve onları yeniden yaratarak sermayesini arttırmayı başaracaktır (Çelikcan, 1996: 36). Sürekli yenilenen yeni imajlarla, her albümde sanki yeni bir şarkıcı doğuyormuş gibi yeni Madonna'lar, yeni Tarkan'lar yaratılmıştır.

Bu bağlamda Wolfgang'ın deyişiyle, “*Kapitalist toplumda sayısız imaj serisi bireyin üstüne çullandır, kendi sınırlarını yüzeye çıkararak ve onları orada gerçekleştiren, çok etkili tümüyle inanılır bir ayna gibidir*” (Haug, 1997: 85-86). İmajlarla insanlara sürekli olarak varlıklarının tatmin edilmemiş yönleri gösterilmektedir. Aldatıcı görüntü tatmin vaat ederek kendisini sevdirmekte, bunu yaparken de insanın, gözünden isteklerini okumakta ve bu istekleri metaların dış görünümüne taşımaktadır. Metalar,

sunduğu anlamlar, aldatıcı görüntüler aracılığı ile, insanlara, anlamlılık duygusu ve hem kendi varlık nedenlerini hem de dünyayı açıklamak için bir dil sağlamaktadır.

Post-modern küresel durumda ulusal, yerel, toplumsal unsurların kendi içlerinde bütünleşmeyi sağlayan faktör tüketimdir. İnsanlar hayalleri, imajları, hazları, ama kimlikleri ve değerleri de tüketmektedir; bu ise toplumsal ilişkileri yapay biraradalıklara dönüştürmektedir. Madonna ve Michael Jackson değişik kişilere göre değişik anlamlar taşımaktadır. Bir iletişimci mesajına hangi anlamları yüklerse yüklesin, tüketici bu tercih edilmiş anlamı kabul edebilmekte ya da değiştirebilmektedir. Daha az bir olasılıkla mesaja direnç gösterebilmekte ya da tam anlamıyla sıra dışı bir anlamı kendisi üretmektedir. Bu yeniden sahiplenme yalnızca televizyon haberleri ve eğlence için değil, reklamlar için de geçerli olmaktadır. Bu nedenle televizyon reklamlarının günlük yaşantıdaki kültürel anlamı bir pazarlama aracı olarak öneminden daha büyüktür (Rutherford, 2000: 95). Reklam seçtiği ürünü, yeniden işleyen, vurgulayan çoğu zamanda büyüleyici bir hale sokan bir araçtır. Bu bağlamda “*olağan*” “*olağanüstü*” yapar. Bir düşünce örneği olduğu kadar, bir yaratma eylemidir. Gerçekte reklamın, kültürel önemi, ideal benliğin oluşturulması konusundaki imgeleri oluşturma yeteneğinin çok ötesindedir (Rutherford, 2000: 47). Bu bağlamda popüler yıldızlar yansıttıkları etkileyici kişilik nedeniyle çok iyi bir konuma ulaşan erkek ya da kadın oyuncularlardır. Ancak “*yaratılmış*” olan bu karakterler yalnızca temsili bir nitelik taşımaktadırlar. Diğer temsillikler gibi inşa edilmişlerdir (Burton, 1995: 126). İnsanın bilincinin evriminde imaj öndedir. Ne var ki, imaja değer kazandıran, insanların yaşamlarından kaynaklanan idealardır (Oskay, 2000: 80).

Ancak bir anlamda da popüler kültür dünyası insanı buna zorlamaktadır. Ayakta kalmak, “*imajını*” canlı tutmak için bir şeyler yapılır, yapılanın içeriğine, niteliğine de önem verilir ama bilinir ki, o sadece bir araçtır; amaç kişinin kendisidir. Ancak her aşamada kişi, popüler kültürle kültür endüstrisinin tuzağına düşmektedir. Kültür endüstrisi popüler kültüre de damgasını vurduğu için ve bir anlamda da iç içe oldukları için popüler kültür bir süre sonra kendi kendisini üreten bir sürece dönüşmektedir. Yani kültür endüstrisi popüler kültür denilen şeyi de üretmeye başlayınca ortaya belli kalıplar çıkmaktadır. Bu sürecin en önemli araçlarından birisi de ileride tartışılacağı gibi

modadır. Sonuç olarak, aktörler değişse de değişmeyen bir süreç işlemektedir. Bu oluşumun en önemli ögesi geçiciliktir (Burton, 1995: 127-128).

Gerçeğin değil de onun bir benzetmesinin, bir taklidinin ortada bulunması ve insanların o sahte gerçeği işin aslıymış gibi kavraması, aslında “*kiç*” denilen türün önemli özelliklerindedir. Ne var ki, bir adım daha ileriye götürdüğümüzde popüler kültürün de bu kavramla belirlendiği görülebilir. Yani, klasik sanatta olduğu üzere gerçekle, gerçeğin keşfiyle, daha önce ortaya koyulmamış bir şeyin bulgulanmasıyla ilgilenmez popüler kültür. Bütün sorun bir imajı ayakta tutmak, onun için de yine mevcut imajlardan yararlanmaktır. O nedenle tanınmış insanlar bir süre sonra farklı şeylerin reklamlarını yapar veya kamuoyu üstündeki etkinliklerini korumak için farklı şeyler ortaya koyarlar (Kahraman, 2003: 14).

Popüler kültür bunu insanın belirli bir toplum yapısı içindeki kendi varoluşunu değiştirmeye yönelmediği dönemlerde hep görüldüğü gibi, bir ikonoloji oluşturarak yerine getirmektedir. İkon, insanın dış gerçekliğini anlamlandırmasında o anki reel yaşamından, kişiliğinden yola çıkarak dış gerçekliğe anlam verdiği bir tasvir ve haklılaştırma aracıdır. Popüler kültür ikonları eğlence sektörü tarafından üretilirler ve sistemin devamlılığı açısından küçümsenmeyecek bir öneme sahiptirler (Oskay, 2000: 81-82).

“*Kiç*” kavramı, popüler kültürün sanayileşmesi ve sanayinin yarattığı üretim olanaklarının anlam ve araç olarak kültüre uygulanması sonucu önem kazanmıştır. Sanayileşme “*kütle üretimi*” kavramını yaratmıştır ve kütle üretiminde yaratılan ürünlerin tümü birbirinin aynısıdır. Üretimin gerçeğini, tekrar ve benzetme oluşturmaktadır. Ortaya çıkan her ürün bir öncekinin tekrarı olurken, kendisinden öncekine bakılarak üretilmektedir. Bu, gerçeğin yitimiyle ilgili bir boyutu da içermektedir. “*Kiç*”, “*tekrarın tekrarı*” ya da “*taklidin taklidi*” denilen bu süreçte yaşam bulmaktadır. “*Kiçin*” gerçeği, doğa ya da doğallık değildir. Taklit de değildir; taklidin taklididir. Dolayısıyla “*kiçin*” içinde gerçeği değil, onun yitimini aramak gerekmektedir. “*Kiç*”, gene tekrarlara dayalı olması nedeniyle, hazır kalıpların içinden üretilir. O nedenle de “*kiç*” ürünlerinde, hayatın ve bildiklerimizin, doğrularımızın tekrarından başka bir şey bulunamaz. Bu çoğu zaman kendisini biblolarda, heykellerde, ya da herhangi bir kültürel üründe gösterir (Kahraman, 2003: 15-16).

Sanayi kapitalizminden itibaren başlayan hızlı değişme ile, ikonların da ölümleri tezleşmiştir. Bu nedenle, eski dönemlerdeki benzerleri gibi taştan değil, sabun köpüğünden yapılmaya başlamışlardır. Çağdaş ikonların hızlı ölümleri, aslında özü değil görünüşü hızla değişen toplumsal dış gerçekliğini izlemekte zamana yetişemeyen çağdaş insanın dış gerçekliği yüzeysel algılamalarla bile izlemekte çektiği güçlüğü yansıtmaktadır. İkonların değiştiği ve çabuk öldükleri gerçeğinden hareketle, değişmeyen gerçeğin ise ikonlara duyulan gereksinim olduğu söylenebilir. İkonların temel özelliği, “aynılık” ve “değişiklik” niteliklerini birlikte barındırmasıdır. Böylece, toplumsal yaşamdaki şok yeniliklerin algılanmasında, bir tür hazırlayıcı iletişim metni işlevi yüklenmişlerdir (Oskay, 2000: 85).

Hemen her insan, diğerlerine sunduğu imaj konusunda en azından bir dereceye kadar yarın Sanki sosyal ilişkiler, cazibe etrafında örülmektedir. Çağımız giderek bir imaj uygarlığına doğru yol alırken hem yüz yüze ilişkilerde hem de medyada imaj oluşturmanın önemi hissedilmektedir. İmaj kaygılarını, bir kuruntudan ziyade pratik temeli olan bir eğilim gibi görmek daha doğrudur. Yani pratik temelini günümüz koşullarında bulan bir eğilim. Kamusal alanların çöküşüyle bireyler sağlıklı toplumsal ilişkiler kuramaz hale gelmiş ve bu biçimsiz bireysellik kendini ancak imajlar üzerinden var edebilmiştir.

2.3.2. Simgelerin Anlamlandırılması

Kültürel simgeler karmaşık ve yoğun anlamlandırma simgeleridir. Sayısız çoklukta imge ve anlam dizisi bu simgelerin içine işlemiştir. Farklı açılardan farklı vurgular yapılarak ve aynı zamanda az çok eleştirel mesafeli bir tutumla okunabilirler. Buna bağlı olarak kültürel üretimin her yeni okunuşu yeni bir yorumlama eylemidir. Okumanın sürekli bir yeniden yazma olduğu olgusu, yazılı metnin resmin ve diğer kültürel üretimlerin çok yönlü ve çok anlamlı doğasından kaynaklanır. Kültürel iletiyi kuran farklı simgeler, karmaşık bir işleyişe sahiptirler ve yorumlama farklılıklarına neden olabilirler. Görsel tasarım, sözsözsel imgeler ve ses yoluyla anlam çağrışımları yaratmak bu çerçevede değerlendirilebilir (Kahraman, 2003: 17).

İnsan doğrudan doğruya fiziksel çevresiyle nesnel bir ilişki içinde değildir. Kültürel açıdan evrimleşmesi için de söz konusu fiziksel çevreyi kavrayabilmek için de simgesel bir çevre oluşturmuştur. “*Simge*” ise bu açıdan, kavrama sürecine yardımcı olan herhangi bir nesne, eylem, olay, nitelik ya da ilişki olarak tanımlanabilir. Bu tanımda kavrama sözcüğü ile anlatılmak istenen, belirli tasarımların elle tutulabilir yapımları, algılanabilir biçimlere dayalı olarak ortaya konan deneyimlerden elde edilmiş soyutlamalar, somuta indirgenmiş düşünceler, tavırlar, yargılar, özlemler ya da inançlardır. Simgeler fiziksel gerçeklerden az ya da çok uzaklaşabilirler. Nesnelere oranla simgelerle oynamak çok daha kolaydır ve onlarla yeni değişler ve anlamlar oluşturulabilir (Sargut, 2001: 26).

Sembollerin anlamlandırılmasını sağlayan dil, insanı sıkı sıkıya çevrelemektedir. İnsan dilin dışına, dolayısıyla, dilin oluşturduğu gündelik hayat düzeninin dışına, yine dili kullanarak, sembollere yani anlamlar ve anlamlandırmalar vermesini sağlayan söylemler aracılığıyla çıkabilmektedir. Bu yüzden dilin söyleme dönüştüğü yerde, önemli olan söylenenin ne olduğu kadar, nasıl dolaşıma sokulduğudur. Bu anlamda insan ilişkileri yakından incelendiğinde, bunların fonksiyonel, duygusal ve hiyerarşik düzlemde olduğu görülmektedir. Fonksiyonel ilişkiler, belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere bireyler arasında var olması gerekli ilişkilerdir ve bu planda önemli olan amacın gerçekleştirilmesine yönelik ilişkilerin miktarı ve yapısıdır. Duygusal ilişkiler ise, bireyin diğerleriyle fonksiyonel ilişkiler dışında kurmak istediği ilişkilerdir. Burada herhangi bir fonksiyonel neden olmaksızın, isteğe bağlı karizmatik bir iletişim söz konusudur ve ilişkide olmak, iletişimin içeriğinden daha önemlidir. Hiyerarşik ilişkiler, şu veya bu nitelikte bir otorite yoluyla, karar alma, emir verme ilişkilerini kapsamaktadır ve kimin emir vereceğini, kimin kime karşı sorumlu olacağını belirlemektedir (Bilgin, 1995: 15).

Örneğin, moda belirgin bir biçimde, tüketici endüstrilerinin gelişmesiyle canlanmış bir davranış modelidir. Şüphesiz, fakat, moda biçimlerindeki değişimin dinamiği, yaşam biçimi oluşumunun daha geniş süreçlerini yansıtmaktadır. Modaya uymak, hem toplumsal kimliğinizi onaylayan, bütünü içerdiğinde olduğunuzu ve onun bir parçasını oluşturduğunuzu belgeleyen bir göstergedir, hem de aynı zamanda, birey olarak kendinizi başkalarından ayırt etmenizi sağlar. Her ne kadar moda kavramı

genellikle değişen giysi biçimleri için kullanılmaktaysa da yaşam biçimlerinin toplumsal tanımıyla ilişkili olarak, beğenin biçimlendirilebilme özelliği için bir ad olarak da daha genel bir çağrışımı vardır. Moda, bireysel seğimlere hükmeden toplumsal beklentilerin hem zaman içinde hem de toplumsal gruplar içinde ve arasında düzenli olarak değiştii ve değişmesinin beklendiği, eşya, hizmet ve eğlence şekillerine ait bütün kullanılış yolları anlamına gelir. Modanın yaygın egemenliği gerçekten de beğenilerle ilgili deneyimleri sergiler, duyarlıklara destek sağlar (Barbarosoğlu, 1995: 23-24).

Chaney, kitlesel modanın kurumsallaştırılmasının anlamlarını topluca aydınlatan beş özelliğinden söz eder. Bu anlamda modanın birinci özelliği, tüketim ve eğlence endüstrilerinin var olduklarını farz etmesidir. İkinci özellik, modanın sergilenmesinde hem bir sahneleme hem de göstergelerle ifade etme özelliği bulunmasıdır. Modanın, bir kapsama ve dışlama mekanizması olarak işlev görmesi en belirgin biçimde, üçüncü özelliği olan beğeniye göreceleştirme ile ilişkilidir. Bu konuda somut bir standart olmadığı fark edilmekle birlikte, yerel seğenekler ilişkileri sergiler ve bu anlamda modanın önemi ile ilgili dördüncü özelliğe yani toplumsal ve bireysel kimlikler arasında bir köprü oluşturma özelliğine işaret ederler: *“Moda bireysel tanımlama için temel bir kaynak haline gelmiştir; bunun uygulamadaki anlamı nasıl göründüğümüz, nasıl biçimlendirildiğimizle ilgili görüntüleri değerlendirmeyi öğrenmiş olduğumuzdur. Bu, moda göre oluşturulmuş benliktir”*. Hiç şüphesiz, popüler kültürün içine işlemiş olan entelektüel tepkiler yüzünden kitlesel kültürün sıradanlık korkusunun bir parçası olarak moda, bir beyin yıkama süreci olarak aşığılanmış, böylece moda uygun biçimlerin, uyumculuğu olduğu kadar muhalif bir tutumu da ifade etmek üzere kullanılabilieceği çeşitli yollar gözden kaçırmıştır. Modanın anlamıyla ilgili bu beşinci özellik ve onun potansiyel ve muhalif söylemi bizi yeniden alt kültürlerle yaşam biçimlerinin birbiriyle kesişen ilgi alanlarına geri götürecektir. Öyleyse moda, nesnelere ya da etkinliklerin anlam ve önemlerini değiştiren toplumsal süreçler için kullanılan bir addir (Chaney, 1999: 135).

Diğer tüm sanat etkinlikleri gibi, popüler müzik de duygusal gerçekliği sergiler; genç kadın ve erkekler bu kolektif ifadelerle kendilerini özdeşleştirip bunları rehber edinirler. Böyle sembolik kurgular bir folklordur ve bu folklor aracılığıyla gençler

kısmen de olsa kendi dünyalarını algılama biçimini oluşturur ve şekillendirir. Çünkü yeryüzündeki birçok insan popüler müziği haz verici sound ve kışkırtıcı bir üslup olarak yaşantılamaktadır. Genel olarak Amerikanlaşmanın ve küreselleşmenin kilit bir faili olarak işlev gören popüler müzik, bir ideolojik güdümlene amacını maskeler. Popüler müzik çoğunlukla, kendi gerçeklerimizi kendimize sahte bir biçimde yansıtmamızın, kendimizi zevkle kandırmamızın bir ifadesidir de (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 22).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGU VE YORUMLAR

3.1. 1980 Sonrası Popüler Müzik ve Türleri

Popüler müzik, 1950’li yıllarda ortaya çıkan ve geniş kitlelere ulaşabilen bir müzik tarzı olarak tanımlanmaktadır. Çok sayıda dinleyici tarafından kolayca erişilebilen popüler müzikler; en çok satan müzik, en büyük konser izleyicileri ve en sık radyoda çalınan müzik türü, durumunu ifade etmektedir (Clark vd., 2015: 57).

Popüler müziklerde kullanılan üretim ve yayma biçimlerinin diğer birçok müzik türünde de kullanılmaya başlaması, popüler müziği birbirinden tamamen farklı olan ve içinde çeşitli türleri/tarzları kapsayan bir şemsiye hâline getirmiştir. Anlamı tarihsel olarak değişkenlik gösteren popüler müziğin, günümüzde tanımı tartışmaya açık hâle gelmiştir (Langlois, 2011: 89).

Bu bağlamda popüler müzikler aşağıdaki kriterlere göre sınıflandırılmıştır (Langlois, 2011: 90-91):

- Elitler yerine kitleler tarafından yararlanılması amaçlanmıştır.
- Çeşitli medya teknolojilerini kullanarak üretilmekte ve dağıtılmaktadır.
- Popüler müzik endüstrisinin yenilik ve tutarlı bir gelir akışı ihtiyacı, müziğin popülerliğinin genellikle kısa sürdüğü anlamına gelmektedir.
- 1980’lerden bu yana gençlik pazarlarına olan hitabını da ele alırsak popüler müzikler romantik/duygusal konularla büyük ölçüde ilgilidir.
- Kısa ve akılda kalıcı şarkılara dayanmaktadır.
- Popüler müzikler, dans için çok sık üretildiğinden, ritminin diğer türlere kıyasla özellikle ön plana çıkma eğilimi göstermektedir.

Popüler müzik türleri çok çeşitlilik içermekte olup burada iki ana akım tanımı üzerinde durulmuştur.

3.1.1. Jazz Müzik

20. yüzyılın erken dönemlerinde Amerika'da gelişen caz müziği, Amerika'nın güneyinde yer alan New Orleans'ta ortaya çıkmıştır. Diğer şehirlerin aksine kültürel olarak çeşitlilik gösteren New Orleans; Amerikan yerlileri, Afrikalı, Fransız, İtalyan, Alman, Meksika ve İngilizlerin de birbirleriyle iletişime girmesi, müziğin geleneğinde önemli rol oynamıştır (Gioia, 1997: 125).

Afrika kökenli Amerikan müzik gelenekleri, diğer gelenekler ile karışarak, yavaş yavaş caz müziğini ortaya çıkarmıştır. Caz, dönemin Amerikan toplumunun eşitsizliğinde en etkili ve kalıcı müzikal hareketlerinden biri olmuştur. Zenci müziğinin kabul edilmiş ekollerinden biri olan caz müziği, piyano ve doğaçlamanın özgürleşmesi ile yeni bir tarz oluşturarak ortaya çıkmıştır (Gioia, 1997: 125).

Caz müziğin en parlak dönemi olarak bilinen 1930'lu yıllarda ortaya çıkan Swing dönemi, dinleyicilere hareketli parçalar sunmuştur. Bu sayede, artık cazın en belirgin olan özellikleri; düzensizlik, aksak ritim, doğaçlama ve vokalize enstrüman teknikleri, birçok dinleyiciye yayılmıştır (Gioia, 1997: 126-127).

3.1.2. Rock Müzik

17. yüzyılda, Amerika'ya Afrika'dan getirilmiş zenci kölelerin, çalışırken ortaya çıkarttıkları ve yaşadıklarını anlattıkları parçalar Rock müziğin temelini inşa etmektedir (Cooper vd., 1997: 81-82).

Rock'n Roll, Amerika'nın ırkçı gerginliğinin tüm zamanların en yükseği olduğu dönemde ortaya çıkmıştır. 1940'ların sonlarında gelişen bu müzik türü, Amerikan pop kültürünün hemen hemen her yönünü etkilediği savunulmaktadır. Rock müziği bir nevi isyan müziği olarak ortaya çıkmış ve yeni kuşağın toplumsal sisteme karşı soru sormasına ve kendi özünde bir kültür geliştirmesine sebep olmuştur (Cooper vd., 1997: 82).

Chuck Berry gibi 1950'lerin öncü Rock müziği sanatçıları, pop müziğinin aksine, Rock müziğin saldırgan duruşu ve muhafazakâr çağda şok edici olan cinsel özgürlüğü öne sürdüğü bilinmektedir (Cooper vd., 1997: 83).

Rock müzik hem beyaz hem de siyahi müzisyenlerin müziği olarak kabul edilmiş, genel izleyici kitlesinde eşit popülerliğe sahip olmuş ve kayda değer bir hız kazanmaya başlamıştır. Dönemin en popüler müzisyenleri ise Elvis Presley, Chuck Berry ve Buddy olarak bilinmektedir (Cooper vd., 1997: 83).

3.2. Türkiye’de 1980 Sonrası Popüler Kültürün Müzik Üretimine Yansımaları

Yeni bir toplumsal oluşum kendisini hiçbir zaman doğrudan doğruya açığa vurmamaktadır, ancak dolaylı olarak duyurmaktadır. Toplumsal olgunun değişmesi sonucu ortaya yeni konular, yeni anlatım biçimleri, yeni üsluplar ve yeni yaşam biçimleri çıkmaktadır. Dolayısıyla müziği veya herhangi bir sanat faaliyetini sosyolojik bir değerlendirmeye alma girişimi bu dolaylılığı da göz önüne almak zorundadır (Cook, 1999: 156).

Müziğin günlük yaşamı sürdürmekle doğrudan ilişkisi bulunmamaktadır. İnsanlara etkisi haz almakla ilgilidir. Ancak yaşamı sürdürmekle ilişkisinin dolaylı olması, müziğin gücünü küçümsemeyi gerektirmez. Müzik insana can evinden seslenir, duygularını harekete geçirir. Duygular ise bireyi yönlendirir (Kaygısız, 1999: 55). Müzik duyulur doğadır ve ancak onun kavramı olarak vardır. Kavram olarak müzik evrenseldir. İlk halde müzik kendinde bir olanaktır. Kendinde müzik ancak bilinç için gerçektir (Koç, 1999: 21). Bu nedenle müzik, bireylerin iç dünyasını da yansıtır ve toplumsal bir olgu niteliği de taşır.

Sanatların en soyutu ve biçimseli olan müzikte biçim ve öz sorunu birçok güçlük çıkarmaktadır. Müziğin özü o kadar değişik yollarla duyulabilir, özle biçim arasındaki çizgi öylesine belirsizdir ki, sosyolojik bir yoruma karşı direniş en çok bu alanda kendisini göstermektedir. Ancak, sosyolojik değerlendirmenin bir avantajı burada ortaya çıkar ki, diğer sanat dalları şeyin gölgesini dile getirirken müzik özünü dile getirir. Dolayısıyla etki alanı ve gücü diğer sanatlarınkinden daha yoğundur (Fischer, 2003: 44).

Bir sanat yapıtının biçimi yalnızca o yapıtın özünü ileten bir araç olmaktan öte bir şeydir. Bir nesnenin içini fiziksel iç olarak yalnızca ses doğrudan yoklayabilir (Hodeir, 1992: 110). Görme duyumuz, en iyi yüzeye çarpıp yayılan ışığı algılar. Sesler ise, kendilerini oluşturan şeyin iç yapısını kaydederler. Görüntü ayırırken, ses birleştirir. Bir şeyi görmek, seyretmek için o nesneden uzaklaşmak gerekir; halbuki ses, insanın içine akar. Görüntü insana teker teker ayrı yönlerden gelir. Bir manzarayı seyretmek için gözlerin bir noktadan bir başka noktaya çevrilmesi gerekirken, duyulan bir ses her yönden aynı an da kişinin içine akar ve kişide toplanır. İşte sesin işiteni merkezileştirme özelliği, bugün son derece ileri tekniklerle özgün ses kaydının başlıca kaynağıdır. Kişi kendisini sesin, işitmenin içine gömebilir, ancak aynı şekilde görüntünün içine gömülme imkansızdır. Parçalayan duyu olan görmeye karşı, ses birleştiricidir. Görüntüde aranan en önemli nitelik, açık seçiklik, belirginlik, ayırmadır. İşitmeye aranan en üstün nitelik ise, uyum ve birleşmedir. Sesin bu merkezileştirme eylemi, insanın evreni algılamasını etkiler. Fiziksel yapısı sesteki oluştuğu için, söylenen söz insanın içinden gelir ve insanları birbirlerine bilinçli iç yapılar, kişiler olarak bağlar. Dolayısıyla yaratılan sözlü kültürde insan, olayların durmadan akıp gittiği evrenin merkezindedir (Ong, 1995: 75).

Müzik olgusundaki kaynak ister bir çalgı olsun ister insan sesi, isterse radyo ya da elektronik bir cihaz olsun, ses daima bir titreşim sistemi sonunda ortaya çıkmaktadır. Kaynaktan yayılan akustik enerjinin bir ortam içinde alıcıya iletilmesi gerekmektedir. Kulağa kadar gelen ses dalgasının işitme organımız tarafından analizi, yani sesin algılanması ve değerlendirilmesi nörolojik bir süreç oluşturmaktadır. Müzik kuramcıları ses kavramıyla ilgili araştırmalarda sesin kaynak-ortam-alıcı arasındaki oluşum sürecini üç kuram çerçevesinde toplamışlardır: İlk olarak; yalın ses yoktur ve ses çok sayıda parametrenin bir bileşimidir, bu düzeyde de yalın sese ulaşmak olanaksızdır. İkinci olarak; sürekli ses yoktur, aynı dokuda uzayan ses büyük bir dalgalanmadır ve değişimler gösterir. Üçüncü olarak; sesler müzik dışı olgularla özdeşleşerek, belirli bir kültür grubu içinde simgesel değer kazanır. Bu simgesel değerler hem müziğin parçası hem de dilin bir parçasıdır (Sargut, 2001: 43).

Bu açıklamalar, müziğin dinlenme ve hoşlanma kolaylığına karşın alımlanma ve anlaşılmasının ne denli zor olduğunu kanıtlamaktadır. Müzik bir dil olarak tanımlanırken, bu dilin mantığını çözmeden onun anlaşılamayacağını da bilinmesi gerekmektedir. Müzik kendi mantığı kesinleşmiş bir dildir. Sesler dünyası ile insan aklının iş birliği yapının tamamını oluşturmaya yetmez. Seslendirenden dinleyiciye kadar ve şifrenin çözülüp bellekte analiz edilmesine kadar geçen süreçte müzik oluşmaya devam etmektedir. Müzik dilinin mantığı, onun herkes tarafından anlaşılması biçiminde bir beklenti içermez (Karoly, 1996: 56).

Müzik insanın yaratıcılığının bir dışa vurum biçimi olarak toplumsal güce sahiptir. Dolayısıyla, insanın toplumsal bağlamda yaşadığı tüm gerçekliğin bir yansımasıdır. Günümüzde ise, bu gerçeklik kendisini daha da ön plana çıkarmıştır. Müzik diğer sanatlardan daha fazla toplumsal bir etkinlik içermektedir. Bir yandan besteci, içinde yaşadığı toplumun uyarlarıyla müziğini biçimlerken, diğer yandan üretilen müzik toplumu biçimlemektedir. Bu durumda, çift yanlı bir toplumsallık söz konusudur. Bu bağlamda, müzik aynı zamanda kültürel bir olgudur. Her toplumsal yapı, kendi koşullarını belirleyecek müziğini üretmiştir. Tüm toplumlarda ve tüm zamanlarda, müzik toplumsal bir gösterge olarak yer almıştır (Ong, 1995: 77-78).

3.3. Türkiye’de Popüler Müziğin Gelişimi

Geçiciliği, çabuk tüketilebilirliği, bir meta olarak yaygın ve kolay ulaşılır olması ve argo ve kargaşaya olan eğilim gibi motiflere dayanan, ortalama beğeni düzeyini temsil etmekle kalmayıp; aynı zamanda her türden zamandaş eylemi kendisine göre uyum sağlamaya zorlayan ve büyük bir sermaye gücüyle yaygınlaşan popüler müzik, pek çok bilim dalının sorunsalı olmuştur. Popüler müzik akımının, felsefi ve estetik dayanaklarına ait özel bir belirti bulmak ise, onun siyasal ve kültürel özelliklerini ayırt etmekten daha güçtür. Dolayısıyla; çalışmada, popüler müzik terimini kapsayan tür ve tarzlar sınırlılıkları oranında tespit edilmeye çalışılacaktır. Ancak, en keskin sınıflandırmalarda bile, türler arasında geçerli bir ayırma varmak olası değildir (Ong, 1995: 79).

Pop ve popüler kelimeleri, çok zaman bu aynı şeyi anlatırcasına yan yana kullanılmıştır. Ancak pop, daha çok, daha hesaplı kitaplı ve gençleri hedefleyen bir müzik türü için kullanılır. Popüler müziğin ise, sınırları daha geniş ve muğlaktır. Pop, popülerin kısaltılmışıdır. 1950'lerde özellikle gençleri hedefleyen bir müzikler dizisini anlatmak için popüler müzik teriminden kısaltılarak pop şeklinde ABD'de müzik literatürüne girmiştir. Gerçek anlamda ilk pop şarkısının Johnnie Ray'ın, Cry'ı olduğu söylenir. Pop müzik, bütün popüler müziklerden yararlanılarak oluşturulmuş bir türdür.

Pop müzik için popüler müzik içerisinde; dansa, gençlere, kolay anlaşılır ve basit olmaya, gelip geçmeye uygun bir alt tür olduğu söylenebilir. Türkçe'ye pop kelimesinin yerleşmesi ise on yıldan kısa bir zamana denk düşer. Pop müzik, bütün popüler müziklerden yararlanılarak oluşturulmuş bir türdür. Popüler kelimesi, ilk olarak 1953'te geçmiştir. O dönemde, "*anlama, tat ya da sıradan insanlar vasıtasıyla*" anlamına gelir, Popüler kelimesi müzikte ise ilk olarak, 19. yüzyılda kolay anlaşılır müzikler için kullanılmıştır. Sonranda 30'lu yıllara kadar müzikte pek kullanılmayan bu terim, neyi anlattığı üzerinde tam olarak uzlaşmamış bir terim olmuştur. Başlangıçta popüler müzik, klasik müzik kitaplarına giremeyen her tür müzik için kullanılmıştır. Ancak popüler müzik başlığı günümüzde; blues, caz, rock, folk, kabare, müzikaller, ragtime gibi halka mal olmuş her şeyi içermektedir (Solmaz, 1996: 17).

Pop müziği, klasik ya da ciddi müzik denilen türden ayrılmaktadır. Ezgi, armoni ve sestem oluşan eğlence müziğinin başlıca özelliği ise, kolaylığı ve bellekte hemen kalması oluşturmaktadır. Geniş kitlelere seslendiği için eğlence müziği, başka müzik türlerine göre kısa yaşamlıdır. Genellikle ilk örneklerinde olduğu gibi hemen yayımlanır. Eğlence müziği, 19. yüzyıl sonunda doğmuş ve 20. yüzyıl başlarında Avrupa ve Kuzey Amerika'da endüstrileşmeyle birlikte küçük ve büyük kentlerde yayılmıştır (Yener, 1983: 90).

Hall'a göre popüler kültür direnmenin ve özgürlüğün alanıdır. Buna örnek olarak da modern popüler müziği verir (Hall, 1998: 324).

Popüler müzik diğer kültürel formlar gibi bir mücadele ve çatışma alanıdır. Genel olarak popüler müzik aynı popüler kültürün kendisi gibi egemen ideolojinin emrinde kitleleri manipüle etme aracı kabul edilir. O kitlelerin kapitalizmin yaşam

şartlarına uyumlarını kolaylaştıran ve onları kapitalist yaşam tarzının bağımlıları kılmak için uğraşan bir etkinlik olarak kabul edilir. Ama bazılarında da o, sistemin buyurgan ve hükmedici yapısı karşısında bir direniş ve mücadele olarak kabul edilir. Rock, buna örnek gösterilir. Kaldı ki rock dünyanın gelmiş geçmiş en iyi popüler müziği olarak kabul edilir (McGregor, 2000: 47-49).

Connor ise, post modernizm kavramının, bu çok yönlü toplumsal ve kültürel fenomenin var olduğu iddialarının ancak; felsefe, mimari, edebiyat, sinema ve müzik gibi bir dizi değişik kültür alanı ve akademik disiplin içinde ve arasında sağlamlık kazanmaya başladığını düşünür. Buradan hareketle, müziğin modernizm için tanımlayıcı sanat olduğunu söyler. Müziğin ya da daha genel olarak ses sanatlarının, post modernist estetik ve sanat felsefesinde ise, tamamen karşıt nedenlerle de olsa, tanımlayıcı bir merkezilik kazanmış olduğunu belirtir. Post modernizmle birlikte işitsellik, algılamının başat, belirleyici tarzı olarak görselliğin yerini almıştır (Connor, 2001: 28). Örneğin; Connor bu noktada, analogik bir zorlamaya da başvurduğunu itiraf ederek, rock müziğinin post modern kültür biçimlerinin en iyi temsilcisi olduğunu iddia etmektedir. Her şeyden önce, küresel etki ve erişilebilirliğini tarz, medya ve etnik kimliklerin çoğulluğuna tolerans ve katkısıyla birleştiren rock müziği çağdaş kitle kültürünün merkezinde yer alan paradoksun mükemmel bir cisimleşmesidir. Rock müziği, pek çok kanıtı olan bir tarihe sahip olmakla birlikte, ona karakterini veren bir başka şey de araçlarının ve doğasının daha baştan beri saf olmamasıdır. Ortaya çıkışından beri rock müziğinin önemi, bütün olarak gençlik kültürüyle, modayla ve videolarıyla, yeni yeniden üretim teknolojileri ve medya ile meydana getirdiği karışımların gücünde yatmaktadır.

Sanayi devrimini çoktan tamamlamış ya da hızla sürdüren batı ülkelerinde özellikle ikinci dünya savaşından sonra büyük bir kalkınma hızına ulaşan ABD ve İngiltere gibi ülkelerde popüler müziğin halkla hızla bütünleştiği ve bu alanda ciddi büyüklükte endüstriler oluşmaya başlamıştır. Özellikle 1950'lerin ortalarından sonra halkın önemli bir kesimi olan gençlik kitlesi, muhafazakâr değerlere karşı hızlı ve duygusal bir tepki ortamı hazırlamaya başlamışlardır. Kısa bir süre sonra, bazı sanatçı ve topluluklar gençliğin idolleri haline gelmiştir. Bu arada büyük bir teknolojik gelişme de söz konusuydu ve yalnızca enstrümanlar için büyük şirketler kurulmaya

başlanmıştır. İşte popüler kültürün ilk gerçek ve canlı karşılığı bu ülkelerde yerini bulmuştur. Popüler müzik o günkü ve bugünkü anlamıyla büyük yığınlar tarafından benimsenen, sevilen; ama aynı oranda da kolayca tüketilebilen bir sanat haline gelmiştir. Ancak estetik düzeyde bu tüketime direnen, ona seçenek bir kültürü yaratmayı amaçlayan muhalif bir kültürü de oluşturmadan yapamamıştır. Batıda bu müziğin adı “rock” olmuştur. Popüler müziğin varoluşu içinde beliren bir muhalefet niteliği taşısa da bu muhalefetin oluşan dev endüstriler ve yoğun kitle iletişim araçları ablukasıyla hızla eritilmesi de kaçınılmaz olmuştur. Bu arada, batı kaynaklı popüler müzik, medyalarla tüm dünyayı etkilemeden geçmemiştir ve tüm dünyanın en çok anılan ve pratik hayatın nabızı olan bir müzik ortaya çıkmıştır. Öyle ki, ilk aşamada dünyadaki farklı halk kesimlerinin hayat ve kültürlerinin nabızı olan, rap, Funk ya da reggae gibi sayısız özgün müzik türü, medyaların gücüyle tüm dünya gençliğini kucaklayıp farklı bir kültürün ve muhalefetin kapılarını açmıştır. Teknolojinin sağladığı dünyevi kuşatıcılık müziğin tüketimini hızlandırırken, dünyanın hızla küçülmesini de sağlamıştır (Kahyaoğlu, 1992: 23).

Müzik daha dışarıklı bir sanat olmasından ve eğlence kültürüne daha kolay uyum sağlamasından dolayı belki, popüler kültürün en ön planda olan sanatlarından bir tanesidir. Popüler sanatın neliği ve işlerliği sinemayla birlikte en çok müzik üzerinden izlenebilir (Lull, 2000: 88).

Popüler müzik eserlerindeki tarzsal eğilimler, bunları üreten sosyal örgütlenişlerden ayrı tutulamazlar. Popüler müzik gelenekler içinde ortaya çıkar, alt kültürel etkileri yansıtır ve bireylerin ve sosyal hareketlerin yaratıcılığını dışa vurur. Örneğin punk alt kültürüne ivme kazandıran asıl özellik gençlerin birbirleriyle bulunduğu, punk ideolojisini ve estetiğini paylaştığı canlı konserlerdir. Heavy metal alt kültürü için de insanı kısıtlayıcı kurumlar olan evden, okuldan, işten, kiliselerden hoşnutsuzluğa düşmüş sayısız genç insana bir kimlik ve sığınak sağlaması özelliğiyle benzer bir betimleme yapılabilir (Rothenbuhler ve McCourt, 2000: 247).

Kendine özgü kategoriler oluşturmaktan çok, kesiksiz bir bütün içinde bulunan müzik kaynaklı alt kültürler iki temel türe ayrılabilir. Daha yaygın olanı estetik alt kültür ya da beğeni kültürüdür. Caz, salsa, flamenko gibi pek çok etnik müzik bu müzik sınırlı ticari cezbediciliğinden ötürü radyoda pek yayınlanma şansı bulamayan alternatif

biçimleri ya da tempoları kutsar. Bu müziğin çoğu anayol kültürünün etkisinde yaşar, ancak dinleyicileri tarafından çok sevilir. İkinci alt kültür kategorisi sosyal değerlere ve uygulamalara karşı gevşekçe örgütlenmiş bir direnci temsil etmek suretiyle muhalif bir karakter gösterir. Punk, metal, rap, folk ve reggae'nin oldukça önemli bir bölümü muhaliftir. Muhalif karakterdeki alt kültür müziği, bir toplumun sosyo-ekonomik seçkinlerinin tahakküm yapılarını yeniden kurmaya yönelik niyetlerine karşı gösterilen direncin bir boyutunu oluşturur (Lull, 2000: 89-90). Türkiye de popüler müziğin en başat ve en tartışmalı örneklerinden biri olan arabesk de böylesi bir kategorileştirmede, kimi zaman “popüler geleneği ile direnmek ve değişmek” isteyenlerin muhalif müziği ve kültürü, problemlere yanıt getiren ve bu yanılla bir yandan uy bir yandan da direnme olarak algılanırken, kimilerince ortalama beğenileri kültür endüstrisinin dolayımından geçirerek kitlelere dayatan, manipülatif bir kültür olarak düşünülür (Özbek, 1999: 59).

Yalnızca birbiriyle ilişkileri kopuk seyirciler tarafından tüketilip taktir edilen popüler müziğin gerçek sanata has emsalsiz ve karizmatik olma niteliklerini yitirmiştir (Swingewood, 1996: 88).

Adomo popüler müzik üzerine yazdığı makalesinde popüler müziğin en ayırt edici yanını, ciddi müzikten farklı olması olarak ortaya koyar. Bu farklılık genelde hiç sorgulanmadan kabul edilir ve son derece iyi tanımlanmış seviyeler arası farklılık olarak görülür. Fakat, öncelikle bu sözde seviyeleri, onları açıkça sınırlayacak fakat iki müzikal alanın da tüm yapısını aydınlatacak daha keskin kavramlara dönüştürebilmek önemlidir. Ancak pop müziğin, gençlerin hissiyatlarını bu dışavurumsal kurgu ile avunma ve geçiştirme, kapılıp gitme olguları arasında bir köprü olduğu da göz ardı edilmemelidir. Bu da yabancılaşmış, özellikle Türkiye açısından bakıldığında, toplumsal olandan uzaklaşmış genç için iyi bir araçtır (Oskay, 2000: 126).

Popüler müzik türü olarak halihazırda birçok tür bulunmakta ve bunlara sürekli yenileri de eklenmektedir. İçerdiği anlam ve sound diğer müzik türlerinden farklılık arz etse de popüler müzik iletişimsel bir etkinlik olma özelliğini hiçbir zam yitirmez. Popüler müzik etkisini sürekli olarak kendisini yaratanların, dinleyenlerin yaşamına esaslı surette ve duygusal olarak yayan ve güçlendiren bir kültür mecrasıdır (Lull, 2000: 92).

3.4. Popüler Kültürün 1980'ler Türkiye'sinde Pop ve Rock Müziğe Yansımaları

Türkiye'de 1980'lerdeki politik, ekonomik ve toplumsal dönüşüm, kültür-sanat ortamını da etkilemiştir. 1980'lerin ilk yıllarında siyasi yönetim mekanizmalarının baskı ve yaptırımları, müzik sektöründe üretim ve tüketim süreçlerinin işleyişini olumsuz etkilemiştir. 1980'lerden önceki yıllarda müzik sektöründe önemli bir yere sahip birçok müzisyen, 1980'lerde sosyo-politik ve bireysel nedenlerle geri planda kalmıştır. Özal'ın uygulayıcısı ve sembolik biçimde öncüsü olduğu neo-liberal yaşam tarzının popülerleşmeye başlaması da müzik endüstrisini, sonraki on yılları da etkileyecek popülist bir kulvara sürüklemiştir. Aslında 1980'lerde pop müzikte görülen değişimin nüveleri daha önce ekilmiştir. 1980'ler, Türk popüler müziğinin geleceğini de etkileyecek biçimde bir grup müzisyen tarafından şekillendirilen bir dönemdir (Karoly, 1996: 45).

1980'lerde tüm yapıları etkileyecek bir şekle bürünen bu dönüşüm, dünyadan ayrı tutulmamalıdır. Amerika ve İngiltere'nin önemli aktörleri olduğu bu değişim, birçok ülkeyi de bir biçimde etkileyerek neo-liberal ekonomik sisteme eklenmesini sağlamıştır. Müzik de ekonomik ve sosyal gelişmelere göre şekillenerek Amerikan müzik endüstrisinin hegemonyasında tek tipleşmeye başlamıştır.

Kültürel unsurlar ve Batı'daki teknolojik gelişmelerin 1980'lere kadar eşzamanlı yaygınlaşmaması gibi sebeplerle Batı pop müziğinin Türkiye'de popülerlik kazanması zaman almıştır. Türkiye'de Batılılaşma ile çeşitli sanat dallarında ortaya çıkan sentez kaygısı ve gayesi, Batılı pop müzik formlarına yerel unsurların eklenmesiyle bu coğrafyaya özgü bir müziğin oluşmasını sağlamıştır. Bununla birlikte kendine has özellikleri olan bu müzik türünün ne kadar özgün olduğu tartışmalıdır. Temelde toplumsal yapının değişmesinin ve Arap kültür dünyasına ait müzikal unsurların etkisiyle, başlangıçta sosyo-ekonomik seviyesi düşük kitleleri temsil eden "*arabesk*" adlı bir tür ortaya çıkmıştır. Bu tür, Erkin Koray'ın öncülüğünde Anadolu pop müziğini etkilediği gibi, 1980'lerde Sezen Aksu'nun ekibinin çalışmalarıyla pop müziği de şekillendirmiştir. Bir hayat tarzının yansıması olan "*arabesk*", özellikle 1980'li yıllarda pop müziğin temel formunu değiştirmiştir. 1980'lerde üretilen her şarkıda bu etki

görülme de arabesk ve sanat müziği makamlarıyla işlenmiş pop müziği, bir çeşit akıma dönüşmüş ve bugünün müziğini dahi etkilemiştir (Lull, 2000: 99).

Murat Belge, 1950’li yılların ekonomik ve sosyal hareketliliğinin kültür alanına da yansarak bu dönemin yetiştirdiği zenginlere yönelik, lüks ile gösterişi öne çıkaran gazino kültürünün geliştiğini belirtmiştir. Hem geçmişten gelen kültür eskisi gibi yaşanmadığı hem de Batı kültürü tam anlamıyla yerleşmediği için Batı’nın kitle kültürü Türk toplumuna aktarılmıştır. Belge’ye göre sonraki yıllarda toplumda artan kültürel çatışmalar müziğe de yansımıştır: Çok sesli Türk musikisiyle hafif Batı müziğinin kitleler tarafından henüz benimsenmediği ve geleneksel Türk müziğinin geri planda kaldığı bir dönemde, büyük bir kitlenin hayat tarzını yansıtan “arabesk” türü ortaya çıkmış ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla resmi kültürün dışında popülerleşmiştir (Belge, 1983: 49). Görüldüğü gibi arabesk hem bir müzik türü hem de bir hayat tarzıdır.

12 Eylül 1980 Darbesi’nin özgürlükleri kısıtlanmasından Türk popu da olumsuz etkilenmiş, aranjman müzik devam ederken Anadolu popun siyasi müziklerine piyasada yer verilmemiştir (Kahyaoğlu, 2010: 33). Ulunay Türkkan; 12 Eylül’den sonra Cenk Taşkan, Norary Demirci, Şanar Yurdatapan, Melike Demirağ ve Cem Karaca gibi önemli müzisyenlerin ülkeyi terk etmesi, Şeref Yüzbaşıoğlu ile Çiğdem Talu’nun vefat etmesi, Ergüder Yoldaş’ın piyasadan çekilmesi ve Melih Kibar’ın uzun süre müziğe ara vermesinin Türk pop müziğini ve müzikal külliyatı olumsuz etkilediğini düşünmektedir (Türkkan, 2016: 8). Darbe sonrası yeni gruplar ortaya çıksa bile, albümlerin ve şarkıların içeriği daha önemli görüldüğü için geçmişe sığınmıştır ve eskiden hit olan şarkılar, farklı albümlerle piyasaya yeniden sürülmüştür (Dilmener, 2014: 12). 1980’lerdeki eskiye yönelişin bir benzeri, günümüz popüler müziğinde de yaşanmaktadır. Nostalji ya da “cover” adı altında eski şarkılar, farklı biçimlerde söylenmektedir.

Murat Meriç, 12 Eylül’ü, “solcu” diye bilinen şarkıcılarla bu görüşü yansıtan şarkılara yapılan bir darbe olarak görmektedir. 12 Eylül Darbesi’nden sonra bazı isimler yurtdışına giderken yurttan kalan müzisyenler çeşitli yaptırımlarla karşılaşmış, sektörde enerji ve üretim düşmüştür. Ahmet Kaya, 12 Eylül’den sonra ideolojik olarak kırılmayı sağlayan müzisyenlerden biridir. Ahmet Kaya, protest şarkılara yer verilmeyen bu dönemde, arabesk motifleri, Anadolu sazları ve Batı enstrümanlarının kullanıldığı

“özgün müzik” diye adlandırılan türde albümler yapmıştır (Meriç, 2006: 21). Sosyal içeriği arabeske göre daha fazla olan özgün müzik, arabeskin etkisini azaltmış ve piyasayı da hareketlendirmiştir (Dilmener, 2014: 13-14). Özgün müzik adı altında yapılan işlerde de müzikal anlamda melez unsurların baskın olduğu görülmektedir. Meriç, 1980’den sonra pop müzikte mahpushane kavramının kullanıldığını ve bunlar arasında en bilinenin, Sabahattin Ali’nin “*Aldırma Gönül*” şiirine yapılan beste olduğunu imlemiştir (Meriç, 2006: 22). Ufak bir detay gibi görünen bu anekdot, dönemin atmosferini ve sanatçıların sıkışmışlık hissini yansıtmaya açısından önemlidir. Müzikte hapis kavramının işlenmesi, özellikle 1980’lerin ilk yıllarında müzisyenlerin belli kurallara ve yaptırımlara uydukları sürece varlıklarını sürdürebildiğini göstermektedir.

Türk pop piyasasındaki sorunlar, arabesk müziğin piyasaya hâkim konuma gelmesini kolaylaştırmıştır. 1980’lerde arabesk, sadece kentin kenar mahallelerinde yaşayanlar tarafından kabul gören bir müzik olmaktan çıkmıştır. Murat Meriç’e göre arabeskin bu şekilde yaygınlaşmasının ve dönemin moda türlerinin dışında ürünlerin ortaya çıkmasına izin vermeyenlerin başında müzik yapımcıları gelmektedir. Meriç, dönemin Başbakanı Özal’ın arabeski sevmesinin etkisiyle bu türün devlet tarafından kabul edildiğini ve yeniden moda olduğunu iddia etmiştir. Özal’ı destekleyen arabesk müzisyenleri, devlet resepsiyonlarında konser vermeye de başlamıştır (Meriç, 2006: 23). Meral Özbek de daha önce proletarya müziği olarak görülen arabeskin 1983’ten sonra Anavatan Partisi ile özdeşleştirildiğini belirtmiştir (Özbek, 2013: 56). Bu yıllarda varlıklı aileler arasında taverna kültürü de yaygınlaşmış, özellikle 1980’lerin ortalarından sonra Ümit Besen, Arif Susam ile Cengiz Kurtoğlu gibi piyanist şantörler popüler olmuştur (Meriç, 2006: 24). Ulunay Türkkan da Özallaşma diye nitelediği bu dönemde pavyon kültürünün yaygınlaştığını, eğlence anlayışının değiştiğini ve Seyyal Taner gibi assolistlerin artık sahneye çıkamadığını dillendirmiştir (Türkkan, 2017: 19). Böylece kentin gettolarında yeşeren arabesk müzik, Özal iktidarıyla birlikte saygınlık kazanmıştır.

Nurdan Gürbilek, 1970’lerle 1980’lerde toplumsal ve kültürel yapıda meydana gelen değişimleri, Orhan Gencebay ile İbrahim Tatlıses’i karşılaştırarak arabesk müzik üzerinden okumuştur: 1970’lerde popülerleşen Orhan Gencebay, dramatik müziği,

kimliğindeki ve sesindeki mutlaklıkla dönemin kültürel ortamını yansıtmaktadır. Şarkılarında, kabulleniş ve kaderciliğe karşın geleceğe dair umut vardır. Şarkılarında modernle geleneksel arasındaki karşıtlık ve sentez, 1970'lerin “*aydın kimliğiyle popülerliğin, teknikle sokağın sesinin, düşünceyle isyanın, akılla şiddetin buluşabildiği*” dünyasını yansıtmaktadır. İbrahim Tatlıses ise 1980'lerde taşradan büyük şehirlere gelip başka biri olabilen, çeşitli baskılardan kurtulmak isteyen, paraya ulaştığında rahatlayan ve adaletten önce özgürlük talep eden insanları temsil etmektedir. 1980'lerde taşralılar, modernleşme yolunda bastırılmış olmaktan sıyrılarak şehirli bir kimlik keşfetmiştir. Tatlıses, Gencebay gibi mazlumu değil, mazlumun yeni dünyada istediği imkânlarla kavuşabileceği bir hayatı temsil etmektedir. 1980'lerin sonuna gelindiğinde ise özgürlük vaatleri, fırsatlar ve isteklerin gerçekleşmesi zorlaşarak Gürbilek'in tabiriyle “*sınırlar yeniden çizilmiştir*” (Gürbilek, 2016: 15). Gencebay ve Tatlıses'in müzisyen kimliklerinin farkı, temsil ettikleri dünyanın da değişimini göstermektedir. Bunun yanında toplumsal ve kültürel zemin devinime devam etmektedir. 1980'ler biterken sınırların yeniden çizildiği evrede, yeni kodlarıyla Türk pop müziği yükselmiştir. Bu durum, arabeskin dahi kendi içinde dönüşüm geçirerek yeni toplum modeline uygun bir yapıya büründüğünü göstermektedir.

1970'lerde değişen toplumsal yapı, sadece arabesk türünün ortaya çıkıp popülerleşmesini sağlamamış, Türk pop müziğini de etkilemiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi 1970'lerde ekonomi hem iç hem de dış etkenlerle kötüye gitmiştir. Bahçe ve Eres, önemli siyasal çalkantıların olduğu 1970'lerde küresel kapitalizmin de bir kriz dönemine girdiğini, Türkiye'yi de olumsuz etkileyen iki büyük petrol sorununun yaşandığını ve petrol üreticisi ülkelerin, Batılı gelişmiş ülkelere petrol ambargosu uygularken öteki ülkelere satılan petrolün varil fiyatını da artırdığını belirtmiştir (Bahçe ve Eres, 2014: 80). Ekonomik krizden ve Petkim'deki grevlerin petrol fiyatlarını artırmasından müzik piyasası da etkilenmiştir. Plakların petrolden elde edilmesi nedeniyle plak üretimi duraklamıştır. Eski plakların eritilip yeni plaklar üretilmesi ise hem sorunu çözmemiş hem de ses kalitesi düşmüştür (Küçükkaplan, 2016: 13; Dilmener, 2014: 45). Bu dönemde firmalar, yatırımlarını da azaltmıştır. Dilmener, firmaların satma olasılığı düşük olan müzik türlerine yatırım yapmadığını ve yüksek kontratların, tekliflerin ile transferlerin yapıldığı dönemin kapandığını ifade etmiştir. Kriz nedeniyle enflasyonun yükselmesi de plak fiyatlarını artırırken satışları

düşürmüştür. Dahası, plak şirketleri yatırım yapmayı göze alsalar bile, denetimden geçen şarkıların televizyonda yayımlanıp yayımlanmayacağı da belli değildir (Dilmener, 2014: 46). Firmaların bu kadar belirsiz ortamda gelir sağlayacaklarından emin oldukları işleri yapması, müzik sektörünü olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde müzik piyasasının, çok dallı bu sorunları aşması kolay olmamıştır.

Bahçe ve Eres'e göre 1980 yılında Eurovision Şarkı Yarışması'na "*Pet'r Oil*" (Petrol) şarkısıyla katılan Ajda Pekkan, "*çaresizce ulusal bağımsızlığımızı haykırıyordur*" (Bahçe ve Eres, 2014: 81-82). Yarışma için bu şarkının seçilmesi sadece ulusal bağımsızlığı değil, aynı zamanda o dönemde yaşanan petrol sorununun büyüklüğünü ve ülkenin petrole olan bağımlılığını da göstermektedir. Bu kriz, müzik piyasasının 1980'lerde satışları yükseltmek için yeni bir arayışa girmesine neden olmuştur. Naim Dilmener, Ajda Pekkan'ın Eurovision'daki başarısızlık üzerine yurt dışına giderek bir süre piyasadan uzaklaşmasının Sezen Aksu'ya yaradığını ve Aksu'nun pop müzik sektöründe ilk sıraya çıktığını düşünmektedir (Dilmener, 2014: 48). Sezen Aksu'nun bu yıllardaki başarısında ve piyasaya hâkim olan bir müzisyene dönüşmesinde bu durumun etkisi olabilir ancak ekip olarak ürettikleri işler de göz önünde bulundurulmalıdır. Bunun yanında Dilmener, Ajda Pekkan'ın 1982'den itibaren halka daha yakın bir imaj yaratmak amacıyla "*punktan*" izler taşıyan bir görünüme büründüğüne ve tekrar popüler olduğuna da dikkat çekmiştir (Dilmener, 2014: 48). Ajda Pekkan'ın özellikle 1983 yılında çıkardığı Süperstar albümünün kapak fotoğraflarına bakıldığında, "*glam rockın*" en büyük yıldızlarından David Bowie'nin imajının etkisi açıkça görülmektedir. Bu dönemde dünyada popüleritesi artan punk akımı, müzikal anlamda olmasa bile, görünüş olarak Türk müziğine sirayet etmiştir.

Metin Solmaz, 1980'lerin başında pop müzikteki tıkanma nedeniyle yeni albüm yayımlamanın zorlaştığını ve pop müziğin sadece Eurovision ile gündem oluşturabildiğini ifade etmiştir (Solmaz, 1996: 55). Bunun yanında Uğur Küçükkaplan, siyasi ve toplumsal dengelerle birlikte müzik piyasasındaki koşulların da değiştiğine, sektörü canlı tutan unsurlar arasındaki yarışmaların bu dönemde etkisinin pek olmadığına dikkat çekmiştir (Küçükkaplan, 2016: 15). Bu durum, Eurovision'un kendi özel gündemini yarattığını, genele bakıldığında yarışmaların durgunluktan etkilenecek geçmiş yıllardaki etkiyi oluşturamadığını göstermektedir. Buna mukabil, önemli bir

beste yarışması olan ve birçok ünlü müzisyenin katıldığı “*Altın Güvercin Hafif Müzik Şarkı Yarışması*”, ilk kez 1987 yılında düzenlenmiştir (Meriç, 2006: 53). Daha önce olduğu gibi bu yarışma da yeni bestecilerin ve kaliteli şarkıların ortaya çıkması için ortam yaratmıştır.

Türkiye’de medya ve müzik piyasalarının ilişkisi, politik gelişmelerin seyrinde olduğu gibi katı kural ve yaptırımlardan, liberal bir tutuma doğru evrilmiştir. Bülent Çaplı ve Can Dündar; gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında okuryazarlık oranının düşük olması, gazete ve dergilerin kırsal alanda düzenli ve yaygın biçimde dağıtılamaması gibi nedenlerle Türkiye’de radyo ve televizyonun kitleleri etkileme düzeyinin daha fazla olduğunu ifade etmiştir (Çaplı ve Dündar, 1996: 10). Çelikcan, Türkiye’de televizyonun şarkıcıları popülerleştirme gücüne değinip TRT’nin kendi sanatçılarının piyasaya girdiğine, albümler yapabildiğine ve televizyona dışarıdan sanatçılar gibi çıkabildiğine işaret etmiştir. Bu işleyiş, televizyonun “*resmi popüler müziğin tanıtım aracı*” olma özelliğini güçlendirmiştir. Televizyon ile müzik arasındaki bu ilişki, 1980 öncesinde kutuplaşmaya yol açarken 1980’lerde türler arası benzeşmeyi beslemiştir (Çelikcan, 1996: 25). Bu yıllarda radyo ve televizyon alanlarında hukuki gelişmeler de olmuştur: 12 Eylül sonrasında TRT ile ilgili çeşitli yasa (2954 sayılı TRT Yasası) ve kanunlar çıkartılmış, geniş yetkilerin verildiği Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu (RTYK) kurulmuştur. Bu şekilde TRT’ye bağlı radyo ve televizyon kanallarının yayın içerikleri belirlenerek düzenlenmiştir. 1980’lerde tekelliliğe karşı özel radyo ve televizyonların kurulması için çeşitli girişimler de olmuştur. Liberalleşen ekonomi ve yaşam şekli, farklı medya kanallarına ihtiyaç oluşturup özel yayıncılığa uygun ortam yaratmıştır.

Feza Tansuğ, Özal’dan önce TRT’nin Ankara’ya bağlı merkezi yönetim anlayışına göre işletildiğini belirtmiştir. Tansuğ, Türkiye’nin globalleşmeye ekonomik ve kültürel entegrasyon sürecini destekleyen Özal’ın, Amerikan ticari yayın sistemine uygun özel yayıncılık yönünde adımlar attığının ve 1989’da yurtdışından kablolu yayın getirerek özel yayıncılık konusunda ilk sinyalleri verdiğinin altını çizmiştir (Tansuğ, 1999: 42). Özel yayıncılığın başlaması, müzik endüstrisinin gelişmesi açısından oldukça önemli bir adımdır.

TRT, 1980'lerin sonuna kadar müzik sektöründeki dinamiklerin belirlenmesinde etkili olmaya devam etmiştir. Kuyucu, Türkiye'de müziğin endüstrileşme sürecini 1980'lere kadar sektörü hareketlendiren şöhretlerle gazino kültürünün ve 1980'lerde ise tek kanalla yayın yapılmasına rağmen televizyonun etkilediğini düşünmektedir (Kuyucu, 2014: 46). Meriç de TRT'nin '80'lerde müzikte popülerliği belirleyen bir kurum olduğunu, pop alanında kendi yarattığı yıldızlarla gündem oluşturmaya çalıştığını ve bu durumun özel radyolarla televizyonların kuruluşuna kadar devam ettiğini belirtmiştir. TRT, arabesk ve politik müzik yapan müzisyenleri ekrana çıkarmazken Erol Evgin, Ajda Pekkan, Nilüfer, Sezen Aksu ve Nükhet Duru gibi pop yıldızları bu dönemde desteklemeye devam etmiştir. Ayrıca TRT, alaturka şarkıların çağa uygun, günlük ve daha pop müziğe yakın biçimde icra edilmesinin de önünü açmıştır (Meriç, 2006: 58).

TRT'nin, yayın süresini uzatıp kapanışa yakın bir saatte olsa da "*pop müzik*" kapsamında bir müzik programı yayımlamaya başlaması ve kanalda yabancı müzisyenlere yer vermesi piyasa açısından önemlidir. Yabancı pop müziğe sadece TRT'nin değil, yönetiminin değişmesinin ardından Hey dergisinin de dış gelişmeler ve Türk popunun kazanç sağlamaması gibi nedenlerle imkân tanınması ilgi çekicidir (Dilmener, 2014: 50). Çelikcan, müzik videolarının da etkisiyle yabancı pop ve rock şarkıların televizyonda daha fazla yayımlandığını düşünmektedir. Televizyon aracılığıyla gençlerin ilgisinin Batı pop ve rock müziklerine yönelmesi, Türk hafif müziğini de etkilemiştir. Aynı zamanda yabancı pop ve rock müzik türlerini içeren Top 20, Top 40 tarzında listelerin öne çıktığı programların yapılmaya başlanması, müzik videolarını ve görselliği öne çıkarmıştır (Çelikcan, 1996: 28). Daha önce açıklandığı gibi 1980'li yıllarda Amerikan pop piyasası, MTV'nin de aracılığıyla dünya müziğini yönlendirmeye başlamıştır. Türkiye'de ise bu etkileşim, özel yayıncılığa kadar TRT ve Hey gibi medya araçlarıyla olmuştur.

Bu dönemde korsan kaset piyasasının aşırı büyümesi, bizzat yasal plak şirketlerinin korsan kaset işini yürütmesi ve 1986'ya kadar bir bandrol yasasının olmaması, müzik piyasasındaki sorunları artırmıştır. Bu dönemde müzik sektöründeki olumsuz koşullara rağmen, MFÖ, Yeni Türkü, Bulutsuzluk Özlemi ve Ezginin Günlüğü gibi Türk popunun "new wave" akımını başlatan gruplar da ortaya çıkmıştır (Solmaz,

1996: 22). 1980’lerde korsan firmaların piyasayı âdeta yönlendirmesi, Küçükkaplan’a göre pop müzikteki değişimin tetiklenmesinde ve pop şarkıcılarının tercihlerinde rol oynamıştır (Küçükkaplan, 2016: 63). Murat Meriç de 1984’te Mazhar-Fuat-Özkan’ın yayımladığı Ele Güne Karşı Yapayalnız albümünün, 1990’lardaki pop patlamasının temelini atan ilk albüm olduğunu iddia etmiştir (Meriç, 2006: 55). Kuyucu’ya göre Sezen Aksu’nun arabesk motiflerle süslü Sen Ağlama (1984) ve başka müzik gruplarının önünü açan MFÖ’nün Ele Güne Karşı Yapayalnız (1984) albümleri, müzik piyasasında önemli kilometre taşlarıdır (Kuyucu, 2014: 65). MFÖ’nün, Türkçe müzik dinleyen kesime Batı soundunu dinlettiği, iyi plak yapmak isteyen müzisyenlere yol gösterdiği ve öncü bir grup olmayı başararak pop müzik pazarını genişlettiği için etkisinin çok önemli olduğu da ifade edilmektedir. Metin Solmaz, 1986’da yasal biçimde kasetlere bandrol zorunluluğu getirilmesinin yapımcıları cesaretlendirdiğini ve pop albümlerinin sayısının artmaya başladığını dile getirmiştir. Bu gelişmelerin de etkisiyle Sezen Aksu’nun Sezen Aksu Söylüyor (1989) ve Nilüfer’in Geceler (1987) adlı albümleri, dönemin en popüler yapıtları olmuştur (Solmaz, 1996: 24).

Bulutsuzluk Özlemi’nin 1980’lerde yayımladığı ve rock müzisyenlerinin önünü açan ilk albümü Bulutsuzluk Özlemi (1986) önemlidir. Bulutsuzluk Özlemi, ilk albümleriyle Türk rock müziğini ve Batılı sound’u yakınlaştırmıştır. Meriç, Bulutsuzluk Özlemi’nin sosyo-politik sorunlara yer verdiğini ve Batılı melodilerle ritimler kullandığı ikinci albümü Uçtu Uçtu’yla (1990), arabeskleşen müzik ortamında açtığı kanaldan çeşitli sanatçıların girerek rock dinleyicisi oluşturmaya başladığını ifade etmiştir (Meriç, 2006: 57). Bülent Forta da rock müzik geleneğinin 1960’ların sonu ile 1970’lerde Anadolu pop-rock müziğiyle başladığını, 1980’lere doğru rock müziğin o günkü politik ortam içinde şöhürlükten uzaklaşarak “*protest müziğe*” dönüştüğünü ve “*asıl rock patlamasının Bulutsuzluk Özlemi ve sonrasında*” düştüğünü imlemiştir. Bulutsuzluk Özlemi, “*ilk defa Türkçe rock yapılabileceği ve protest öğelerin aslında rock’ın ayrılmaz parçası olduğunu*” göstermiştir ancak, rock müzikteki “protest damar” bu şekilde devam etmemiştir (Forta, 2020: 14). İlhan İrem de pop piyasasında özgün işler yapmak için harcadığı çaba ve cesaretiyle, çeşitli müzisyenlerin örnek alabileceği bir yol çizmiştir (Dilmener, 2014: 90). Türk rock müziğinde Batılı anlamda ilk somut oluşumlar, 1980’lerde piyasada yer bulmasına karşın pop ile kıyaslandığında piyasanın gerisinde kalmıştır. Dilmener; rock müzik yapan grupların sayısında artış olsa bile TRT

ve plak firmalarının bu türde müzik yapanlara ilgi göstermediğine, müzisyenlerin dinleyiciye ulaşmak için uygun koşulları bulmakta zorlandığına ve rock formunu bozmadan Türkçe rock müzik yapılıp yapılmayacağına tartışıldığına dikkat çekmiştir (Dilmener, 2014: 92). Rock müzik, 1980'ler boyunca dinleyiciye ulaşacağı kanallar bulmaya çalışırken asıl çıkışını 1990'larda yapmıştır.

1980'lerin ortalarına doğru Türk pop müziğinde daha önce işaretleri olan önemli değişimler yaşanır. Bu yıllarda pop müzik, arabesk ve sanat müziğiyle iç içe geçmeye başlar. Pop müziğin arabesk ve sanat müziğine yaklaşmasında, Dilmener'in ifade ettiği gibi 1980'lerde sadece arabesk türündeki albümlerin satması ve pop müziğin alıcısının olmaması etkili olmuştur. Bir süre sonra da Türk sanat müziği, Türk halk müziği, arabesk ve aranjman akımları, ortak altyapı oluşturularak yeni bir birleşimde sunulmuştur (Dilmener, 2014: 93). Özbek'e göre 1980'lerde müzik endüstrisinin gelişimi, kentlerdeki değişim ve taşra burjuvazisinin varlığı gibi etkenlerle arabeskin de toplumsal anlamıyla aynı doğrultuda müziği, yapısı, şarkı sözleri ve tüketici profili değişmiştir. Yeni teknoloji ürünlerinin Türkiye'de kullanılmaya başlamasıyla müzik üretiminde standartlaşma ve uzmanlaşma gelişmiş, müzik türleri çoğalmış, arabesk müzikte de icra ve teknik artmıştır. Orta sınıf gelişince, satışları artırmak için arabesk de tekrar tekrar söylenen şarkılar ve kolay bestelerle piyasanın klişe ürünlerine dönüşerek evcilleşmiştir (Özbek, 2013: 40). Arabeskteki bu değişim, pop ve arabesk arasındaki ilişkiye de ışık tutmaktadır. Arabesk ve pop müzik türlerinin toplumsal ve ekonomik değişimlerden birbirini dönüştürerek etkilendikleri görülmektedir. Arabesk müziğin evcilleşme ve piyasalaşma yolunda pop müzik, benzer amaç ve kaygılarla arabeske eklenmiştir. Arabeskin gelişimiyle ilgili bu kritik unsurlar, pop ile rock müziğin oluşum ve dönüşüm seyrini ortaya sermesi açısından önemlidir.

Orhan Kahyaoğlu, 1980'lerin ayırıcı özelliğinin, Türk Sanat Müziği formlarının pop müzikte yoğun biçimde kullanılması olduğunu ifade etmiştir. Bu yeni açılımın ilk sembolü, Ergüder ile Nur Yoldaş'ın "*Sultan-ı Yegâh*" adlı parçasının yer aldığı albümdür ve simge ismi de Sezen Aksu'dur (Kahyaoğlu, 2010: 22). Solmaz, Cumhuriyet'in ilk yıllarındakine benzer şekilde Türk pop müziğinde Yıldırım Gürses öncülüğünde bir çeşit operasyonun başladığını, popülerlik adına geleneksel enstrümanların yanına bas gitar, davul gibi Batılı müzik aletleri eklenerek Türk Sanat

Müziği'nin gittikçe yozlaştığını ve adına da “Çok Sesli Hafif Türk Sanat Müziği” dendiğini savunmuştur. Sezen Aksu ise Firuze (1983) ve Sen Ağlama (1984) albümlerinde Türk Sanat Müziği makamlarıyla Batı formlarını gerçek bir sentez şeklinde birleştiren ilk pop müzisyenidir. Bu senteze ulaşılmasında Sezen Aksu'nun birlikte çalıştığı Garo Mafyan, Onno Tunç ve Attila Özdemiroğlu gibi müzisyenlerin ithalatın serbest bırakılmasının ardından daha iyi bir teknoloji kullanmaya başlamasının da katkısı olmuştur. 1990'larda pop müzikte yaşanan patlamanın temeli bu döneme dayanmaktadır (Solmaz, 1996: 48). Meriç de Attila Özdemiroğlu'nun, bayağı ve yoz olan arabeskin iyi bir müzik olarak da yapılabileceğini düşündüğü için bu konu üzerinde çalıştığını, Firuze'nin bu şekilde ortaya çıktığını ve TRT'nin de bu tarz şarkıları yayımladığını imlemiştir (Meriç, 2006: 86). Ulunay Türkkkan, TRT denetiminin engellemelerine rağmen arabeskin medyasız gelişerek kendi arzını yarattığını ve pop müzisyenlerinin TRT'nin de desteğiyle pop çizgisinde geleneksel ve arabesk tınlı şarkılara yöneldiğini dile getirmiştir. Türkkkan, Ergüder Yoldaş'ın “*Sultan-ı Yegâh*” parçasının bu yapıdaki en özgün iş olduğunu ve Sezen Aksu'nun da bu yolu takip ettiğini düşünmektedir (Türkkkan, 2017: 19). Yeni eğlenme biçiminin kültürel ve ekonomik özelliklerine uygun olarak farklı müzik türlerini benimseyen ve sürekli yenilik isteyen bir tüketici kitlesinin ortaya çıkması da bu gelişmelerin meydana gelmesinde etkilidir (Özbek, 2013: 30). Bu durum, yeni tüketim alışkanlıklarına ve eğlence anlayışına göre hem pop hem de arabesk müziğin neden şekil değiştirdiğini aydınlatmaktadır.

Dilmener, Sezen Aksu'nun sözleri güçlü, bestesi zayıf ve Türk popunda dönüm noktası olan Firuze ile aslında “örtülü arabesk” yaptığını vurgulamıştır. Sezen Aksu'nun ticari başarısının ardından, piyasada Nazan Öncel gibi Aksu'ya benzer şarkıcılar ortaya çıkmıştır (Dilmener, 2014: 94). Ulunay Türkkkan'da Nazan Öncel'in ilk albümünü yaptığı 1980'lerde vokalinin zayıf olduğunu ve Sezen Aksu'ya oldukça benzediğini ifade etmiştir (Türkkkan, 2017: 20-21). Bu yıllarda Sezen Aksu'ya benzetilip pop piyasasında pek başarılı olamayan Nazan Öncel'in, 1990'lardan itibaren pop müziğe yön veren isimlerden birine dönüştüğü de unutulmamalıdır. Arabesk ve pop karışımı şarkıları, Dilmener'in de ifade ettiği gibi sadece Sezen Aksu ve benzerleri değil, başta Zerrin Özer olmak üzere Nükhet Duru ve Nilüfer gibi 1970'lerde öne çıkan şarkıcılar da söylemiştir. Bunun nedeni yapımcı firmaların, müzisyenleri ağır

sözleşmelerle bağlayarak bu tarz albümler yapmaya itmesidir (Dilmener, 2014: 95). Arabesk dokulu pop müziğin yaygınlaşmasında müzisyenlerin seçimlerinin ötesinde yapımcıların da etkisinin olduğu görülmektedir.

Sezen Aksu'nun 1980'lerdeki ekibiyle birlikte yaptığı işlere bakıldığında, sentezle ilgili kimlik sorunlarının belli bir oranda aşıldığı söylenebilir. Bu ekibin salt müzikal yeteneği ve popüler müzikle ilgili sezgisi, 1980'ler pop müziğini değiştirmek için yeterli değildir. Farklı dinamiklerin aynı anda işlemesi, pop müzikte bu değişimi tetiklemiştir. Orhan Tekelioğlu'nun Türk müziğinde “*sentezle*” ilgili sorgulamaları da bu fikri desteklemektedir. Orhan Tekelioğlu, sentez fikrinin “*Doğu*”, “*Bati*” ve Türk halkının geleneksel kültürüne dayalı “*Kaynak*” olmak üzere üçayağı olduğunu ifade etmiş ve bu durumun kimlik sorunu yarattığını, müziğin de ulus devlet politikası doğrultusunda hedefte yer aldığını imlemiştir. Tekelioğlu'na göre zorunlu sentezden “*kendiliğinden*” senteze doğru evrilen arabesk, daha önce ifade edildiği gibi bir müzik formu olduğu kadar bir yaşam biçimidir ve arabeskle kaynaşan Türk popunun halk arasındaki yükselişi, müziğin iç değişimiyle birlikte toplumsal gelişmelerin dinamiğiyle de ilgilidir. Dönemin Türk pop müziğinin yapısal değişimi; müzikteki iç gelişmeler, toplumsal ve iktisadi yapı, bestecilerin yaratıcılıkları ve yorumcuların beğenileri gibi unsurların toplamıyla açıklanabilir. TRT'nin, popüler Türk sanat müziği eserlerini yayımlaması da kendiliğinden bir sentezin oluşmasına yardım etmiştir. Ancak bir süre sonra arabesk, Türk pop müziğini istila etmiştir (Tekelioğlu, 2006: 36).

1980'ler, çelişkili biçimde hem otoriterliği hem de liberalizmi barındıran, hayatın ve sanatın değişim geçirdiği yıllardır. Bu dönemde çeşitli sorunlara, baskı ve yaptırımlara rağmen yaratıcı ürünler de verilebilmiştir. Metin Solmaz da 1980'lerdeki sorunlardan kaynaklanan umutsuz ortama rağmen, Türk popunun en iyi eserlerinin bu dönemde çıktığına ve Sezen Aksu'nun da bu dönemin en parlak yıldızı olduğuna dikkat çekmiştir (Solmaz, 1996: 50).

TRT ve Özal'a kadar devlet tarafından dışlanan arabeskin, bir nevi ehlileştirilerek piyasaya sunulması ve resmi kurumlardan da destek alması dikkat çekicidir. 1980'li yıllarda sentez mevhmunun farklı bir boyuta ulaşması, evrensel konjonktürde de düşünülmelidir. 1980'li yıllar, dünyada ekonomi ile politika alanlarında olduğu gibi sanat alanında da kırılmanın olduğu bir dönemdir. Post

modernizm ya da diğer bir tabirle geç kapitalizmin kültürel mantığı, her Şeyi birbirine katmakta ve yeni bir ürün gibi sunmaktadır. Türk popundaki sentez olgusunun yeni veçhesini, dünyadaki bu gelişmelerden bağımsız düŐünmemek gerekir.

Meral zbek, arabeski kentin kırsal alanına ait bir müzik olarak değerlendirmez: Kentin kenarlarında yaşayanlar, kent dinamiğinin içinde yer alırken gecekonduda oturan insanlar da “*kentsel bir yaşamın*” karmaşık sorunlarıyla uđraŐırlar. Kente uyum ve direnmeyi beraber taşıyan arabesk de günlük hayatın sorularını ve bunların çözümlerini yansıtır (zbek, 2013: 58). Arabesk ve kent ilişkisi, bu çalışma açısından dikkat çekicidir çünkü daha önceki bölümlerde açıklandığı gibi pop müziğin gelişimi için temel koŐullardan biri, kent yaşamının oluŐmasıdır. Türkiye’de kentsel yaşamının gelişimi popu beslemiştir ve arabesk de bunun bir parçası olarak görülmelidir. Dahası kentlerdeki gecekondulaŐma ve buralarda yaŐayanların bir süre sonra kent yaşamının bir parçası hâline gelmesi, Batı popundan biraz daha farklı ve arabesk dokulu Türk pop müziğinin oluşmasına katkı sađlamıŐ olabilir. Ticari kaygılar bir yana, popun oluŐumunda kentleŐmenin yeri ve arabeskin kent yaşamının bir parçasına dönüşmesi düşünüldüğünde, pop müziğin de yeni kodlara ve toplumsal yapıya sahip bu kent yaşamına göre ŐekillenmiŐ olması mümkündür.

Çalışmanın nceki bölümünde açıklandığı gibi, 12 Eylül Darbesi ve zal Hkmeti’yle birlikte liberalleŐme başka bir boyuta geçmiştir. Dilmener; ANAP iktidarının çıkardığı kanunlarla ithalatın, döviz serbestliğinin ve yurtdışına para transferinin kolaylaŐmasının müzik piyasasını da etkilediğini hem plaklara hem de müzik aletleri ve çalgılara daha kolay ulaŐılabilmesinin zenginlik getirdiğini söylemiştir. Bu dönemde evlerde müzik setleri yaygınlaşmış, plak basımı azalmıŐ, kaset basımı ve satışları artmıştır (Dilmener, 2014: 96). Kasetalar özelliğine sahip olan müzik setlerinin yaygınlaŐmasına paralel biçimde, kaset basımının artması da müzik endüstrisi açısından ŐaŐırtıcı bir durum değildir. Olcayto Ahmet Tuğsuz’a göre 1980’lerin müziğini etkileyen hususlar Şunlardır: ithalatın serbest bırakılması, liberal ekonomiye geçiş ve Türk Parasını Koruma Kanunu’nun kaldırılmasıyla Türkiye’ye gelen müzik aletlerinin sayısının çoğalması. Dönemin diskoteklerinde dans müziklerinden önce kaliteli müziklerin alınması sayesinde de insanlar, dünyada

tanınan nitelikli müziklere daha kolay ulaşmaya başlamıştır (Tuğsuz, 2018: 5). Bu gelişme ve değişimler, dinleyicilerin müzik zevkine de yön vermiştir.

Özal hükümeti yalnızca arabeski değil, 1980'lerin sonlarına doğru Türk pop müziğini de desteklemeye başlamıştır. Bu desteğin bir uzantısı olarak müzik ilgili daha bilimsel etkinlikler düzenlenmeye başlamıştır. Yalçın Tura, İTÜ Türk Mûsikîsi Devlet Konservatuvarı'nın 1980'lerin ortalarında iki kez düzenlediği "*Türk Müziği Sempozyumu*" ve I. Müzik Kongresi'yle aynı tarihte (1988) yapılan İstanbul Festivali'nde düzenlenen "*Türk Müziğinde Çağdaş İcra Sempozyumunu*" müzik adına önemli olaylar arasında görmektedir (Tura, 1996: 8). Buna karşın Dilmener, dönemin Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteğiyle düzenlenen I. Müzik Kongresi'nden (1988) müzik adına önemli kararlar çıkmadığını belirtmiştir (Dilmener, 2014: 98). Kongreden beklenen kararlar çıkmasa da devlet eliyle pop müziğin desteklenmeye başlaması hem geleceğe dair haber vericidir hem de geçmişe göre kayda değer bir gelişmedir. Nitekim 1980'lerin son yıllarında Türk pop piyasası ekonomik olarak büyümeye başlamıştır. Dilmener'e göre poptaki hareketlenme sonucunda gazete ve dergiler çeşitli listeler yapmaya ve pop müzik, piyasada daha fazla yer bulmaya başlamıştır. Bu durum, Sezen Aksu'nun ve Nilüfer'in albümlerinin listelerde en çok satanlar arasına girmesiyle gerçekleşmiştir. Bu albümlerde arabesk unsurlar olmasına rağmen altyapının Batılı olması, müzik piyasasında gelecekte popun daha fazla yükseleceğine dair bir işarettir. Yine aynı dönemde MTV'nin etkisiyle kurgusu olan klipler çekilmeye başlanmış, Hey dergisi içeriğini değiştirip Türk popuna daha fazla yer vermiş ve Boom Müzik adlı bir müzik dergisi de müzik severleri bilinçlendirmek için pop müzik alanında önemli araştırmalar yayımlamıştır (Dilmener, 2014: 102). Ayrıca Batı müzik endüstrisinin dünyada pop müziğin yükselişini desteklemesi de Türkiye'deki pop müziği etkilemiştir.

1980'ler pop müziğinde dikkate şayan bir başka yön ise, Yunan müziğiyle Türk müziğinin etkileşimidir. Türk ve Yunan müzikleri arasında 1970'lerde başlayan alışveriş, 1980'lerde de Yeni Türkü, Zülfü Livaneli gibi müzisyenler aracılığıyla devam etmiştir (Meriç, 2006: 80). Türkiye ile Yunanistan arasında politik sorunların devam ettiği ve başka sanat dallarında dostluk, barış gibi kavramları yücelten eserlerin pek olmadığı bir dönemde birlikteliğin ve iş birliğinin müzik aracılığıyla sağlanması,

müziğin iletişim kurma konusunda ne kadar etkin bir araç olduğunun göstergelerindedir.

1980'ler, Batı müzik endüstrisinin güçlendiği, dünya müziğinin birbirine benzediği ve müzisyenlerin de endüstri koşullarına eskisine oranla daha fazla ayak uydurduğu bir süreçtir. Bununla birlikte pop ve rock türlerinde her müzisyenin, müzik endüstrisinin merkezinde yer aldığı unutulmamalıdır. Kahyaoğlu, pop çağının, teknolojik gelişmelerin etkisiyle oluşan müzikal çeşitliliğe rağmen bireyin müzikle kurduğu iletişimi daraltıp tek yönlülüğü ve tek boyutluluğu katlayacağını ifade etmiştir. Kahyaoğlu'na göre pop ve rock müzikte birbirine benzeyen soundların hâkim olmasına ve tüketim temposuna karşı, politik alt ve karşı kültürler vardır. Pop ve rock müzikte birçok radikal şarkıcı ve grup, endüstrinin ürettiği zihniyete direnmektedir. Radikal müzisyenlerin şarkı sözleri, popun parçası olan dansa yönelik değildir ve kendi varoluşlarının bir uzantısıdır. Aynı zamanda şarkı sözlerinde “*gündelik hayattaki ilişki ve ilişkisizlikleri, tüketimin acımasızlığını, aşkın temiz ve kirli yanlarını*” ortaya koymaktadırlar (Kahyaoğlu, 2002: 46). Kahyaoğlu, bu sözleri '70'lerden beri müziğin içinde yer alıp üretmeye devam eden Bülent Ortaçgil gibi müzisyenler için söylemiştir. Ortaçgil gibi müzisyenler, endüstriyle aralarına mesafe koymaklar beraber, toplumsal anlamda politik söylem geliştirmezler. 1980'lerden sonra pop müziğin bireyi öne çıkarmasında, güçlü bir toplumsal politikanın olmamasının etkisi olabilir. 1990'larda ortaya çıkan rock müzisyenleri de bireyin merkezde olduğu, varoluşsal problemleri içeren şarkılara ağırlık vermiştir.

Özetle, 1980'lerde popüler müzik hem Türkiye'de hem de dünyadaki politik, ekonomik ve toplumsal dinamiklerin etkisiyle farklı bir yola girmiştir. Tüketimi ve dinamizmi tetikleyen bu yol, 1990'lar pop müziğine de büyük oranda şekil vermiştir.

3.5. Türkiye'de 1980 Sonrası Ekonomik ve Politik Dönüşümün Popüler Müzikteki Yansımaları

“*Değişmenin*” önemini kavramak, 1980 sonrası meydana gelen değişimleri ve bu değişimlerin toplumumuzda üretilen ve tüketilen müziğe yansımalarını anlayabilmek açısından gereklidir. Çünkü: 1980'ler Türkiye için önemli bir dönüm noktasını işaret eder. Bu dönemde ekonomik, politik, kültürel ve toplumsal dinamikler hızlı bir değişim

dönemine girmiştir. Bu hızlı değişim sürecini siyasal ve ekonomik düzlemde ana hatları ile incelemek ise; popüler müziğin üreticisi ve tüketicisi konumundaki toplumsal kesimin anlam haritasını hayat pratiğini kavrayabilmek açısından önemlidir (Işık ve Erol, 1999: 35-36).

Toplumsal değişme mekanizması ise şu şekilde de ortaya konabilir. Toplumsal değişme, toplumun yapısında meydana gelen değişmedir. Toplumun yapısı toplumsal kurumların belirlediği toplumsal ilişkilerden meydana geldiğine göre, değişme ilişkilerin değişmesidir. Bütün bunların ardında da toplumsal bireylerin yani aktörlerin davranış değişmeleri yatar. Sosyolojinin temel problemlerinden biri olan “*değişme*” konusunda çeşitli modeller öne sürülmüştür. Toplumsal değişmeyi toplumun temel eksenindeki kaymalar şeklinde tanımlayan model ile ilişkilerin değişmesi olarak belirtilen toplumsal değişme anlayışı veya toplumsal-kültürel-siyasal değişme olarak ortaya konan değişme modelleri arasında temelde bir farklılık yoktur. Çünkü: kültürel ve siyasal yapıyı belirleyen öge insan ilişkileridir ki, buna da “toplumsal yapı” denir. Bir başka deyişle toplumsal yapı, kültürel ve siyasal yapının bir belirleyicisi olmaktadır. Toplumsal yapıyı kültürel ve siyasal yapıyı belirlemesi iki temel sürece dayanır: Birinci süreç, tarihsel süreçtir. İnsanoğlu bir arada yaşamaya başladıktan sonra birbirleriyle ilişkiye girmiş ve bu ilişkilerin yarattığı etkileşim sonunda anlamlar, değerler, normlar, kültürel yapı ve yönetim biçimleri ortaya çıkmıştır. İnsanoğlunun kültürü ve yönetim biçimleri yine insanoğlunun bir arada yaşamasının ürünüdür. Tarihsel süreç içinde kültürel yapı ile siyasal yapının, doğada insandan önce var olduğu düşünülemez. Toplumsal yapının, kültürel ve siyasal yapıları belirlemesinin ikinci süreci ise, insanoğlunun ilişkileri ve etkileşimi sonunda kültürel yapı siyasal yapı ortaya çıktıktan sonra görülür. Kuşkusuz, kültürel ve siyasal yapılar belirlendikten sonra, toplumsal yapı ile bunlar arasında bir etkileşim süreci meydana gelecektir (Kongar, 1999: 62). Ekonomik oluşumlar ise, toplumsal yapıda meydana gelen kurumlaşmayı işaret eder ki: sosyal, kültürel, siyasal yapılanmalar ile sürekli bir ilişki ve etkileşim halindedir.

1980’leri dönemselleştirebilmek, onu tarihsel bir dönem olarak ayrıştırabilmek için, ilk bakışta birbiriyle çatışan iki temel özelliğini kaydetmek gerekmektedir: 80’ler toplumun daha az tanışık olduğu bir iktidar biçiminin, yasaklayıcı değil oluşturucu, özgürlükleri içerici bir iktidarın etkili olduğu yıllar olmuştur. 80’lerin bu iki ayrışan

yüzü şu şekilde de ortaya konulabilir: 1980'lerin ilk yarısına darbenin, ikinci yarısına görece özgürleşmenin, daha modern daha sivil bir iktidarın damgasını vurduğu söylenebilir. 1980'lerin kültürel iklimini belirleyen, 80'leri önceki baskı dönemlerinden ayıran da bu çakışmadır.

Özgürlüklerin en çok kısıtlandığı dönemdi ama insanlar kendilerini belki de ilk kez bu kadar özgür hissedebildiler; kurumların dışında olmanın serbestliğini, tüketme özgürlüğünü, kendilerini bu dünyaya teslim edebilmenin hazzını tattılar. Sonuçta birçok şey aynı anda yaşanmak zorunda kaldı (Gürbilek, 1993: 52). Bir yandan “*söz bastırılırken*” diğer yandan da bir “*söz patlaması*” yaşanmıştır.

1990'lı yıllar ekonomide yüksek enflasyonun sürdüğü, 1994'te ise, ekonomik krize girildiği yıl olmuştur. Bu dönemde gerek bozulan sosyal dengenin yeniden düzeltilme ihtiyacı, gerekse bilgi toplumuna geçilen dünyada, klasik liberalizm yerine; özgürlükle dayanışmayı, rekabetle iş birliğini, bireysel inisiyatifle sosyal sorumluluğu birlikte devreye sokan yeni bir anlayış kök salmıştır (Erkan, 2000: 87). Kültürel alanda ise, modernleşme kuramlarının evrenselci iddialarından vazgeçilip, kültürel kimlik ve farklılık gibi terimlerin öne çıkışına tanıklık eden bir dönem olmuştur.

3.6. Maddi Değerlerin Yükselişi ve Kültürel Çerçevenin Değişimi

1980 yılında Türkiye radikal bir değişikliklerle kalkınma yörüngesini ulusalcı devletçi bir stratejiden piyasanın yön verdiği ulus-ötesi bir stratejiye kaydırmıştır. Yeni kalkınma stratejisi ekonomide piyasa güçlerinin, kültürel alanda da rekabete dayalı bireyci ideolojilerin yayılıp gelişmesini getirmekteyken ve ortaya çıkan yeni konjonktür, siyasi olarak popülist, sosyal olarak da yeniden dağıtımcı bir rol oynamaktaydı.

Bu dönemde, Türk ekonomisinin, siyasetinin ve kültürünün yeniden yapılanması ulusalcı-devletçi kalkınmacılığın ideolojik hegemonyasını sona erdirmiştir. Hâkim olan duygu artık, yükselen değerler arasında küresel piyasanın üstünlüğüne ve bireysel girişimciliğin erdemlerine inanmaktır. Elit ve aydın kesimler hatanın nerede olduğunu sorgularken, halk da bu yön bulamayışa, sağlamaya çalışmıştır (Keyder, 1999: 19).

Büyük çoğunluğu Cumhuriyet'in ilk yıllarına ilişkin kişisel deneyimlerden yoksun olan Türk halkı aydınlık ve müreffeh yarınlara ilişkin bütün söylemlerden bıkmış, hatta bu türlü vaatlere karşı kuşkucu ve alaycı bir tavır almıştır. Türk halkı sürekli ertelenen bir gelecek uğruna, tarihini, geçmiş kurumları inançları, kimlik ve kültürünü sorgulamaya koyulmuştur. Başlangıçta en çok yeni kentleşmiş nüfusta belirgin olan bu eğilim, kısa sürede toplumun diğer kesimlerine yayılarak giyim kuşam, popüler müzik, mimari stil ve benzeri düşünceleri de etkilemeye başlamıştır (Kasaba, 1999: 3). Kapitalist dünyaya periferileşme suretiyle esas manada eklenildiğimiz, kitlesel hayata geçtiğimiz, kamusal hayatın mümkün kılındığı yolların tıkandığı 1980'lerdeki liberal devrim alışık olmadığımız ama özlemimizi çektiğimiz tüketim kalıplarını hayat alanına sokmuştur (Öğün, 1993: 156).

Ekonomide serbest rekabetin de etkisiyle maddi değerler manevi değerlerin önüne geçti. “*Köşe dönmeçiliği*” yaşam felsefesinin odak noktasına yerleştiren birey için doğu kültürünün manevi yönü gittikçe önemini yitirmekte, batının kültürel değerleri onun yerini almaktadır. Dolayısıyla da böyle bir yaklaşıma dayanan yaşam felsefesi oldukça sığ ve basit düzeyli kalmaktaydı. Yaşama bakıştaki bu sığlık ve yüzeysellik sevgi, aşk gibi insan yaşamına anlam veren duygulara maddi ve ruhsal içeriğinden soyutlanmış yüzeysel bir bakış getirdi.

Orhan Gencebay'ın şarkılarında bu içerik değişikliği tam manasıyla hissedilmese bile, bir farklılık gözlenmektedir. 1980 öncesinde özellikle düzenin değişmesine yönelik daha net ifadeler kullanan Gencebay 1980 sonrasında bu isteklerini sevgiliye yönelterek, müzikal yapıda temelde bir farklılık olmasa da biçimsel olarak şarkı sözlerini daha esnek bir biçimde kullanmıştır. Bir örnek verilecek olursa:

80 öncesinde, Böyle gelmiş böyle gitmez,

Bu gidişe sabır yetmez...

80 sonrasında, Değiş sevgilim değiş,

İyi değil bu gidiş,

Değiştir bu düşüncemi,

Aynı yerde kalma değiş.

1980’li yıllar Özal’ın ve ANAP’ın iktidarında ve belirleyiciliğinde geçmiştir. 1980’li yıllarda resmi siyaset kültür aracılığıyla konuşmakta, popüler kültür yalnızca çoğunluğun kültürü olarak tanımlanmaktadır (Kozanoğlu, 1995: 24).

Özal’ın efsaneleştirilmesinin, omitleştirilmesinin, vizyon sahibi olarak görülmesinin temelde iki nedeni vardır: Biri insani, biri siyasi. Özal, Demirel gibi, yakın çevresindeki insanlara kendisini sevdirmeyi başarmış, gönül kazanmayı bilen biri olmuştur. Bir başbakan, bir cumhurbaşkanından sevgi, ilgi gören duygusal yapısı zaten ağır basan Türk insanının ona sahip çıkması çok doğaldır. İkinci boyut ise; siyasi boyuttur ki Özal politikayı hem kendi adına hem de özledikleri şeyleri bekleyen halk adına çok iyi kullanmıştır. Toplum devletten daha yakındır ama gerektirdiğinde gücünü devletten alır, askerlerin kurguladığı bir düzenin üzerine seçilir ama askerlerle iş birliği içindedir, halktan biri gibidir ama ailesel skandallarla gündeme gelir.

Özal, tam anlamıyla bir değişim mühendisidir. Ona göre değişimin amacı ise şudur: Çağa ayak uydurmak. Değişimin hedefi ise: Muasır medeniyetler seviyesine yaklaşmak. Özal’ın düşünce sistematığında önem taşıyan başlıca dört temel unsur bulunmaktadır: Birincisi, Özal’ın bireycilik anlayışıdır. İkincisi, bu metodolojik bireycilik anlayışından hareketle bireylerin başlıca üç temel hürriyetinin güvence altına alınmasıdır. Üçüncüsü, devletin, bireyin ve sivil toplumun gelişmesine engel teşkil etmemesi ve özellikle devletin iktisadi faaliyetlerinin sınırlandırılması düşüncesidir. Dördüncüsü ise, Özal’ın serbest piyasa ekonomisi konusundaki düşünceleridir. Bireyde bulunması gereken üç temel hürriyet ise; düşünce özgürlüğü, din ve vicdan özgürlüğü, teşebbüs özgürlüğüdür. Bu özgürlüklerin temeli ise devlette bulunması gereken üç temel özelliğe bağlıdır. Bunlar; demokrasi, hoşgörü ve serbest piyasa ekonomisidir. Serbest piyasa ekonomisinin gelişmiş olması teşebbüs özgürlüğünü arttıracaktır, hoşgörünün gelişmiş olması din ve vicdan özgürlüğünü sağlayacaktır, demokrasi ise düşünce özgürlüğünün gelişmesine neden olacaktır.

Özalcı toplumsal projenin ana hedeflerinden biri ise; “*orta direktir*”. Orta direk kavramı, üretim ilişkilerindeki konuma göre belirlenen sınıf tanımları içinde olan “*orta sınıf*” Kavramı ile iç içedir ve bu ölçüde kavramın taşıdığı esneklikten faydalanılır.

Farklı toplumsal kesimlerin kendilerini toplumun temel unsuru olarak orta direktte sayılmak için yeterli koşul olması, Özalcı söylemin daha geniş kitlelere ulaşmasını ve farklı toplumsal kesimler arasında birleştirici bir rol oynamasını kolaylaştırmıştır. Bu kavram Özal'ın bütünleştirici uyumlaştırıcı retoriğinin başlıca dayanağını oluşturur ve işçi sınıfı sermaye gibi toplumsal çatışmayı ima eden kavramları evcilleştiren etkiyi kullanmıştır (Yarar, 1994: 33).

Özal popüler kültürü ve popüler siyaseti kullanmayı çok iyi başarmış bir siyasetçidir. “*Halkla birlikte seçkinlere karşı*” şeklindeki özdeşlik formülü ise, tüm popülist retoriğin esasını oluşturmaktadır. Özal halktan biri olduğunu tam anlamıyla hiçbir zaman telaffuz etmemiştir ama; medyada temsil edilen imajıyla onlardan biri olmuştur. Gündelik yaşamında da bu özellikleri sergilemiştir. Özal, bu kültürel unsurları politik retoriğine ekleyerek farklı bir popüler dil oluşturmuş ve bu dil, popüler kültürün söylemsel uzanımına pek fazla direnme göstermeksizin hâkim olmuştur. Bu hakimiyette (Mutlu, 1995: 14) Özal'ın kimliğiyle dili arasındaki uyumluluğun büyük etkisi olmuştur. Bugün blue-jeanlerini Özal'dan sonra giymeyi akıl edenlerin ortaya çıkardığı ironik tablo yalnızca umutlarını biraz daha biliyor (Arslan, 1993: 26).

Tam anlamıyla bir ikiliği yansıtan 1980 dönemi 90'lara gelindiğinde yerini daha da karışık kültürel formlara bırakacaktır. Bundan önce tanımlanabilen her kesimin her sosyal grubun belli başlı davranış kalıplarından, belli estetik değerlerden ve tüketim biçimlerinden oluşan net kimlikleri varken; bugün, pop çağı kültürü bir tür nev-i şahsına münhasır bir “*kimlik açgözlülüğü*” tarafından biçimlendirilmektedir. Merkezde kurulmuş kültür açık büfesine yanaşanların hepsi tabakalarına her çeşitten almaktadırlar. Kara sevdalar hoşlanmaya, büyük aşklar çıkmaya, kahveler kafeye dönüşmektedir.

3.7. Popüler Kültürde Müzik ve Toplum İlişkisi

Günümüz Türkiye'sinde çağdaş sanat ortamının toplumla olan ilişkisinin daha belirginleşmeye başladığı, sanat kurumlarının giderek hükümet ve devlet dışı işlevler yüklenerek girişimlerde buldukları ama buna rağmen de Türkiye'nin geleneksel düzenlemesi içinde devletin hala önemli rolünün de olduğu söylenebilir.

Bütün toplumlar kendi kültürlerini belirli örnekler ışığında seçmektedirler. Modellere ve verilenlere göre beğeniler kazanılmaktadır. Eğer bir kimseye belli bir model-kültürün eğitimi verilmişse, o modelin üzerinden kişi, genelde kendi kültürünü yeniden üretir. Bunu kıranlar ise, sık sık sanatçılardır ve onlar da topluma kendi normlarını yerleştirirler ki, o normlar kendilerini çok radikal bir biçimde hissettirmemektedirler. Ancak toplumlar karmaşıklaştıkça, bu normların da beğeni oranları farklı gruplara veya cemaatlere göre değişmeye başlar. Zevklerin ve kültürel normların tezahürü ise, elbette ki, beğenenler tarafından seçilecektir, ancak, yeni hareketler ve yeni çıkışlar kendilerini yine konserler, sergiler, kitaplar, gazeteler ve dergiler veya görsel işitsel medya sayesinde gösterebilecektir. Burada “in” ve “outlar” karşımıza çıkmaktadır. Tam da bu noktada “salt popüler kültür” ile “medya destekli popüler kültür” birbirleriyle aynı şey olmaktan çıkmaktadırlar. Popüler sanat nesnelere ve eleştireliliği tam olarak anlaşılammıştır ki, karşımıza hemen ardından medya destekli popüler kültür yaratisi ve kavramı çıkmıştır. Bu dolayıyla, karşımıza çıkan yalnızca top-on’aşmakta olan medya destekli pop müziği değil toplumun kendisi olmuştur. In ve outlarla belirlenen listeler yanında, Levi’s 50’li veya hamburgerli bir kültür yaşanmaya başlanmıştır (Akay, 1999: 114).

Tüm hakimiyetini sağladığı günümüz Türkiye'sinde popüler kültürün Kitlelere sunduğu toplumsal hedef; daha iyi yaşamak, daha çok tüketmek ve her gün yeniden tüketmek olmuştur. Bu kültürde, her birey, yaşamına zenginlik getirdiği söylenen ürünler karşısında sadece iş gücünü, emeğini değil, bütün imkanlarını ve boş zamanlarını satmaktadır (Avcı, 1990: 71).

Modernleşme, batılı olmayan toplumların geleneksel toplumdan modern topluma doğru geçirmekte oldukları değişim sürecini ifade eder. Modern topluma ait olduğu öne sürülen kültürel ve siyasi niteliklerin gerçekleşmesi için, öncelikle ekonomik kalkınma gerçekleşmelidir. Geleneksel modern ikiliğinin sürdüğü geçiş toplumlarında ise, geleneksel değer ve kurumlar modernleşmeye direnir durumdadır. Oysa modernleşme geliştikçe gelenek zayıflar. Bu anlamda, geleneksel geridir ve geleneksel ve modern arasındaki ilişki yerine geçme, çatışma ve dışlama ilişkisidir. Türkiye’de ise modernleşme pratiği açısından “muasır devletler seviyesi” ne ulaşmayı amaçlayan batılılaşmaya evet diyen kültürel projenin gerçekleşmesini sağlayacak devrimler

yapılmıştır. Ancak bu uygulamalar, yöresel ve sınıfsal farklılıkları göz önünde tutan çoğulcu kültürel bir siyasadandan çok, seçkin halk ikileminin yaşandığı monist bir niteliğe sahiptir. Bu uygulamaların en çarpıcı örneği ise, Cumhuriyet Dönemi'nde Türk müziğinin radyo ve televizyonlarda yasaklanmasıdır.

Müzikalite duygusu, bir metnin sanatsallığının en önemli göstergelerinden ve belirleyici yanlarından birisidir. Müziksel etkinin televizüel anlatımındaki etkisinin 1980'lerin sonlarına doğru ivme kazanarak daha da kendisini göstermesinin nedeni ise; televizyonun sözlü bir kültürel dışavurum aracı olmasından kaynaklanmaktadır (Kaplan, 1993: 46).



SONUÇ

Her kültürel unsurun, ister müzik ve futbol, isterse magazin, medya ve edebiyat olsun üretildiği bir bağlam vardır; üretim biçimine göre şekillenen bir toplumsal formasyon söz konusu edilmediği sürece, pop sadece bir yoz müzik, futbol nihayet basit bir fanatizme konu olan spor dalı, olarak değerlendirilmeye mahkûm olmaktadır. Önemli olan, bir kültürel ürünün yüksek ya da aşağı olup olmadığı değil, neye hizmet ettiği, neyi meşrulaştırdığı ve neden üretildiğidir. Bu açıdan, popüler kültürün hemen her alanda yeşerdiği araştırma sonucuna göre söylenebilmektedir.

Popüler müzik, pek çok kitle için kente uyum sağlama ve modernleşme aracı olmuştur. Kenttekiler olsun, buralara göç edenler olsun, hepsi modern bir kimlik oluşturma çabasına girmişlerdir. Bunu da yeni tüketim biçimleri, yeni bir müzikle elde etmeye çalışmışlardır. Aslında günümüzde popüler müziğin bu denli popüler olması ya da rastgele şarkıların hit olması yeni bir şey değil, yeni olan pop müziğin bir kültüre, bir kimliğe denk düşmesidir.

1980’li yıllarda batı da yankısını “rock” ve “jazz” gibi müzik türleriyle yansımaları bulan popüler müziğin Türkiye’de yankıları “arabesk” ve “pop” şeklinde gerçekleşmiştir. Geçiciliği, çabuk tüketilmesi ve kalitesizliği dolayısıyla eleştirilen popüler müzik, ciddi müzik savunucuları ve yüksek sanat yanlıları tarafından dışlanmıştır.

Türkiye, son yirmi yıldır hızlı bir “değişme” süreci içindedir. Değişim içinde, arenaya uyum sürecinde, bu sancılardan “kültürel inşa” sürecinin aktörleri de doğal olarak payını almıştır. Mal bollaşması, tüketim isteğinin yükselmesi ve alım gücünde gözlenen görece artış, kitle iletişim araçlarının da yardımıyla, özellikle büyük kentlerde yoğunlaşmış nüfusta bir hoşnutluk duygusu yaratmış bulunmaktadır. Televizyonlarda, sinemalarda, gazetelerde yayınlananlarla kitleler bir tür ürün narkozlanmasına uğratılmakta ve kitleler yine bu tür araçlarla toplumsal sorunlar karşısında kayıtsızlaştırılmaktadır.

1980'lerde yaşanan sosyo-kültürel değişim ve bu değişimin dinamiğinin anlaşılabilmesi için, genelde popüler müziğe özelde ise arabesk ve pop müziğe yansıyan etkileşimi üzerine önemle düşünülmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü, bu kültürel formlar, popüler müzik ışığında, 1980 sonrası Türk toplum yapısında meydana gelen hızlı değişim ve bu değişimin ortaya koyduğu kültürel hayat pratiğinin bir yansımasıdır.

1980 sonrası değişen sosyo-kültürel yapının bir analizine varabilmek için, öncelikle 1980'lerin birbirine zıt iki özelliğinden bahsetmek gerekmektedir. 1980'ler bir yandan çerçevesini baskının, yasağın, devlet şiddetinin çizdiği bir dönemken, diğer yandan da bu toplumun daha az tanışık olduğu bir başka iktidar biçiminin, ilk başta kendini bir kurumsuzluk olarak sunan yasaklayıcı değil oluşturucu, kısırtıcı içerici bir iktidarın etkili olduğu yıllardır. Bu iki özelliğe, 1980'lerin bu iki ayrı yüzüne, öncelik ve sonralık sorunu olarak bakılabilmektedir. 1980'lerin ilk yarısına darbenin, baskının şiddetinin ikinci yarısına görece özgürleşmenin, daha modern daha sivil bir iktidarın damgasını vurduğu söylenebilir ama dikkatle bakıldığında bu iki strateji 1980'ler boyunca hiçbir zaman birbirinin yerini alamamıştır. Hep birbirini çağıran, etkili olabilmek için birbirine ihtiyaç duyan meşruluklarını birbirine borçlu biçimler olmayı sürdürmüştür. Özgürlüklerin en çok kısıtlandığı dönemdir ama insanlar belki de ilk kez kendilerini bu kadar serbest hissedebilmişlerdir. Kurumların dışında olma serbestliğini, tüketme özgürlüğünü, kendilerini bu dünyaya teslim etmenin hazzı yaşamıştır.

Bu veriler ışığında Türk toplumunun 1980'li yıllarda yaşadığı hızlı transformasyon içinde, değişen sosyal, kültürel ve siyasi olgular üretilen ve tüketilen müzik ürünlerini de değiştirmiştir. Özellikle ANAP iktidarı ve Turgut Özal'ın politikaları bu değişimi daha çok hızlandırmıştır. Siyasi alanda “devletçilik” çizgisinin kırılması kurumsal bireyin bireyselleşmesine, ekonomik alanda uygulanmaya başlanan serbest piyasa ekonomisi değişikliği ile körüklenen ve bugün de daha çok artan tüketim alışkanlıklarının değişmesine, bu değişikliklerin ise kültürel alana yansıması ile bireysel ve toplumsal algılayış önemli derecede değişikliğe uğramıştır.

Sonuç itibarıyla; 1980 sonrası Türk toplum yapısında değişen siyasi anlayış, farklılaşan ekonomik yapı ve dolayısıyla hızla değişen sosyal ve kültürel yapının bir yansıması olarak arabesk ve pop müzik yaşanan bu hızlı değişimin bir işaretidir.

KAYNAKÇA

- Adorno Theodor, W. (2002). Estetik Kuram, (Der. Enis Batur), Modernizm Serüveni, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ahıska, M. (1989). Kültürün Değeri, 12(4), Defter Dergisi, 15-29.
- Akay, A. (1992). Gündelik Yaşamın Kültürü: Popüler Kültür, Varlık Dergisi, 1012(1), 24-35.
- Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2001). Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Andre, H. (1992). Müzik Türleri ve Biçimleri, (Çev. İlhan Usmanbaş), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arslan, H. (1993). Siyasetin Beatniki: Turgut Özal, Türkiye Günlüğü, 22, 1-18.
- Asman, J. (2001). Kültürel Bellek, (Çev. Ayşe Tekin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Avcı, N. (1990). Kitle Kültürü Enformatik Cehalet, İstanbul: Rehber Yayınları.
- Aydın, A. G. (2015). Popüler Kültür ve Reklam İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi.
- Aydın, T. (2010). 1990 Yılı ve Sonrası Türkiye’de Kitle İletişim Araçları ve Müzik Medya Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Aydoğan, F. (2004). Medya ve Popüler Kültür, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Bahçe, S. ve Eres, B. (2017). İktisadi Yapılar, Türkiye ve Değişim, (Der. Alpkaya, F. ve Duru, B.), 1920’den Günümüze Türkiye’de Toplumsal Yapı ve Değişim, Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Barborosoğlu, F. K. (1995). Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet, İstanbul: İz Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (1998). Üretimin Aynası, (Çev. Oğuz Adanır), İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Bauman, Z. (1998). Sosyolojik Düşünmek, (Çev. Yılmaz, A.) İstanbul: Açılım Kitap.
- Belge, M. (1983). Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Benedict, R. (1998). Kültür Örüntüleri, (Çev. Mustafa Topal), Ankara: Öteki Yayınevi.
- Benjamin, W. (1995). Estetize Edilmiş Yaşam, (Çev. Ünsal Oskay), İstanbul: Der Yayınları.
- Bilgin, N. (1995). Kollektif Kimlik, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- Bottomore, T. (2013). Frankfurt Okulu ve Eleştirisi, (Çev. Hüsrev, Ü. Y.) İstanbul: Say Yayınları.
- Bottomore, T., Harris, L., Kiernan, V. G., Miliband, R. ve Tuncay, M. (2005). Marksist Düşünce Sözlüğü, (Der. Tunçay, M.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Burton, G. (1995). Görünenden Fazlası, (Çev. Nefin Dinç), İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Canetti, E. (1998). Kitle ve İktidar, (Çev. Gülşah Aygen), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Casirer, E. (1997). İnsan Üzerine Bir Deneme, (Çev. Necla Arat), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Chaney, D. (1999). Yaşam Tarzları, (Çev. İbrahim Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi.
- Connor, S. (2001). Post-Modernist Kültür, (Çev. Doğan Şahiner), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Cook, N. (1999). Müziğin ABC'si, (Çev. Turan Doğan), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Cooper, L., Hoffmann, W. F., Haney, S. W. ve Ramirez, B. B. (1997). Rock Music in America Popular Culture II: More Rock'n Roll Resources.
- Çaplı, B. ve Dündar, C. (1996). Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çelikcan, P. (1996). Müziği Seyretmek Popüler Müzik-Medya İlişkileri Açısından Müzik Videosu ve Müzik Televizyonu, Ankara: Yansıma Yayınları.
- Davis, F. (1997). Moda Kültür Kimlik, (Çev. Özden Arıkan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Dellaloğlu, B. F. (1995). Frankfurt Okulunda Sanat ve Toplum, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Dilmener, N. (2014). Bak Bir Varmış Bir Yokmuş-Hafif Türk Pop Tarihi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Edgar E. A. ve Sedgwick, P. (2007). Kültürel Kuramda Anahtar Kavramlar, İstanbul: Açılım Kitap.
- Eliot, T. S. (1981). Kültür Üzerine Düşünceler, (Çev. Selim Kantarcıoğlu) Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2002). Öteki Kuram, Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Erk Yayınları.
- Erkan, H. (2000). Yeniden Yapılanma, Ankara: İmge Kitabevi.
- Ernst, F. (2003). Sanatın Gerekliği, (Çev. Cevat Çapan), İstanbul: Payel Yayınları.

- Finkelstein, S. (1996). Müzik Neyi Anlatır? (Çev. Halim Spatar), İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak, (Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Ark Yayınları.
- Frith, S. (2000). Popüler Müziğin Endüstrileşmesi, (Çev. Turgut İblağ), Popüler Müzik ve İletişim, İstanbul: Çiviyazıları Yayınevi.
- Gasset, O. (1996). Kütlelerin İsyanı, (Çev. Nejat Muallimoğlu), İstanbul: Birleşik Yayıncılık.
- Giddens, A. (2001). Sociology, Oxford: Polity Press.
- Göher Vural, F. (2011). İslamiyet'ten Önce Türklerde Kültür ve Müzik Kitap Açıklaması, İstanbul: Çizgi Kitapevi.
- Göher Vural, F. (2012). Müziğin Toplumsal İşlevi Müzik, Siyaset, Din ve Ekonomi, AYK, 1(1), 301-314.
- Graeme, B. (1995). Görünenden Fazlası, (Çev. Nefin Dinç), İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Güngör, N. (1999). Giriş Yazısı, Popüler Kültür ve İktidar, Ankara: Vadi Yayınları.
- Güngör, N. (1999). Popüler Kültür ve İktidar, Ankara: Vadi Yayınları.
- Güngören, A. (1999). Kimlik Bulmacası İçin Kılavuz, İstanbul: Patika Yayınları.
- Gürbilek, N. (1999). Ben de İsterem, Defter, 37, 24-41.
- Gürbilek, N. (2016). Vitrinde Yaşamak-1980'lerin Kültürel İklimi, İstanbul: Metis Yayınları.
- Hall, S. (1997). Popüler Olanın Yapı Bozumu Üzerine Notlar, (Çev. Vahit Pekel), Mürrekkep, 8, 47-55.
- Harvey, D. (1999). Postmodernliğin Durumu, (Çev. Sungur Savran) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Haug, W. F. (1997). Meta Estetiğin Eleştirisi, (Çev. Ayşe Gül), İstanbul: Spartaküs Yayınları.
- Hull, G. (2004). The Recording Industry, Newyork: Routledge.
- Işık, C. ve Erol, N. (1999). Eleştirel Teoride Kültür Çalışması: Müslüm Gürses Arabeski, Mürrekkep, 12, 48-59.
- Işık, M. (2012). Kitle İletişim Teorilerine Giriş, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kahraman, H. B. (2003). Kitle Kültürü Kitlelerin Afyonu, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Kahyaoglu, O. (1992). Popüler Kültür, Popüler Müzik, Varlık, 1013, 121-135.

- Kahyaoğlu, O. (2002). Bülent Ortaçgil Ayır Düşmüşüz Yan Yana, İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.
- Kaplan, Y. (1993). Televizyon, İstanbul: Alternatif Üniversite Kitaplığı.
- Karakoç, E. ve Arklan, Ü. (2009). Eğitim Düzeyinin Medya Kullanımına Etkisi: Gazete ve Televizyon Karşılaştırması, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 3(5), 1-15.
- Kasaba, R. (1999). Eski ile Yeni Arasında Kemalizm ve Modernizm, (Çev. Nurettin Elhüseyni), Türkiye’de Modernleşme ve Ulusal Kimlik, (Der. Sibel Bozdoğan-Reşat Kasaba), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kaygısız, M. (1999). Müzik Tarihi, İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Keyder, Ç. (1999). 1990’larda Türkiye’de Modernleşmenin Doğrultusu, (Çev. Nurettin Elhüseyni), Türkiye’de Modernleşme ve Ulusal Kimlik, (Der. Sibel Bozdoğan-Reşat Kasaba), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kılbaş, Ş. (2001). Rekreasyon Boş Zamanı Değerlendirme, Adana: Anaca Yayınları.
- Kızılçelik, S. (2000). Frankfurt Okulu, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Koç, T. (1999). Müziğin Metafizigi, Toplumbilim, 9, 15-21.
- Kongar, E. (2000). 21. Yüzyılda Türkiye, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kozanoğlu, C. (2000). Cilalı İmaj Devri, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kraus, R. (1971). Recreation and Leisure in Modern Society, USA.
- Küçükkaplan, U. (2016). Türkiye’nin Pop Müziği, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Leppert, R. (2002). Sanatta Anlamın Görüntüsü İmgelerin Toplumsal İşlevi, (Çev. İsmail Türkmen), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Lull, J. (2000). Popüler Müzik ve İletişim, (Çev. Turgut İbلاغ), İstanbul: Çiviyazıları Yayınevi.
- Martin, J. (1989). Diyalektik İmgelem, (Çev. Ünsal Oskay), İstanbul: Ari Yayıncılık.
- Max, H. (1994). Akıl Tutulması, (Çev. Orhan Koçak), İstanbul: Metis Yayınları.
- Mcgregor, C. (2000). Pop Kültür Oluyor, (Çev. Gürol Özfenerci), İstanbul: Çiviyazıları Yayıncılık.
- Mejuyev, V. (1987). Kültür ve Tarih, (Çev. Suat. H. Yokova) Ankara: Başak Yayınları.
- Meriç, M. (2016). 100 Şarkıda Memleket Tarihi. İstanbul: Ağaçkakan Yayınları.
- Mermi, U. (1996). Kültür Kuramı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Mutlu, E. (1995). Özal ve Özalcılık, Mürekkep, 3-4, 21-31.

- Mutlu, E. (2005). Kitle İletişim Kuramları, İstanbul: Ütopya Yayınevi.
- O'Shaughnessy, M. (1997). Media and Society An Introduction, Oxford: Oxford University Pres.
- Oktay, A. (1989). Türkçe'de Lukacs ve Düşüncesinin Etkisi, Defter Dergisi. 10, 20-39.
- Oktay, A. (1994). Türkiye'de Popüler Kültür, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Oskay, Ü. (1980). Popüler Kültür Açısından İdeoloji Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi. 35(1), 197-253.
- Oskay, Ü. (2000). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, İstanbul: Der Yayınları.
- Otto, K. (1996). Müziğe Giriş, (Çev. Mehmet Nemutlu), İstanbul: Pan Yayınları.
- Öğün, S. S. (1993). Türkiye'de Kadimlik-Cedidlik Tartışmasının Hal-i Pür Melali, Türkiye Günlüğü, 25, 25-51.
- Özbek, M. (1999). Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özbek, M. (2003). Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özer, Y. (1997). Bilim Perspektifinde Müzik, İzmir: Eylül Yayınları.
- Parker, N. (2004). Music Business: Infrastructure, Practice and Law, Sweet & Maxwell, London.
- Robins, K. (1999). İmaj, (Çev. Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rothenbuhler, E. W. ve Mccourt, T. (2000). Ticari Radyo ve Popüler Müzik: Seçim Süreçleri ve Etki Faktörleri, (Çev. Turgut İblağ), Popüler Müzik ve İletişim (Der. James Luli), İstanbul: Çiviyazıları Yayınevi.
- Rowe, D. (1996). Popüler Kültürler, (Çev. Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rutherford, P. (2000). Yeni İkonalar, (Çev. Mustafa Gerçekler), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Sargut, A. S. (2001). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim, Ankara: İmge Kitabevi.
- Shuker, R. (2005). Popular Music Culture: The Key Concepts, London: Routledge.
- Solmaz, M. (1996). Türkiye'de Pop Müzik, İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Storey, J. (2000). Popüler Kültür Çalışmaları, (Çev. Koray Karaşahin) İstanbul: Babil Yayınları.
- Swingewood, A. (1996). Kitle Kültürü Efsanesi, (Çev. Aykut Kansu), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Swingewood, A. (1996). Kitle Kültürü Efsanesi, (Çev. Aykut Kansu) Ankara: Bilim ve Sanat
- Şenyapılı, Ö. (1981). Toplum ve İletişim, Ankara: Turan Kitabevi.
- Tansuğ, F. (1999). Turkish Popular Music: The Political Economy Of Change, Doktora Tezi, Baltimore County, USA.
- Tscmuck, P. (2012). Creativity and Innovation in the Music Industry, Vienna: Springer.
- Usluata, A. (1994). İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ünsal, O. (1989). Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken, Gösteri, 100, 41-55.
- Walter J. O. (1995). Sözlü ve Yazılı Kültür, (Çev. Sema Postacıoğlu Banon), İstanbul: Metis Yayınları, İstanbul.
- Williams, R. (1989). İkibin'e Doğru, (Çev. Esen Tarım) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Willis, S. (1993). Gündelik Hayat Kılavuzu, (Çev. Aksu Bora-Asuman Emre), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Yarar, B. (1994). 1980'ler Türkiye'sinde Yeni Sağın Yükselişi, Mürekkep, 11, 25-39.
- Yaylagül, L. (2010). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yener, F. (1983). Müzik, İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Beyazköşk Yayınları.

