

GÜNÜMÜZDE BİR KÜLTÜR İHRACATI ÜRÜNÜ OLARAK MÜZİK

Music as a Culture Export Product Today

DOI NO: 10.36442/AMADER.2024.101 Timuçin Ufuk AKÇAABAT¹

Geliş Tarihi: 17.05.2023

Kabul Tarihi: 03.01.2024

Özet

Müzik, tarihsel süreci içerisinde her zaman politik ve dini kurumların çeşitli amaçlarla kullandığı ve yönlendirdiği bir kültür ürünü olmuştur. Kolonyalizm sonrası dünya ekonomisi ve politığının çok uluslu şirketler yönetilen bir anlayışın dünyada hâkim olmasıyla bu kurumsal işlevsellik devasa bir ekonomisi olan müzik endüstrisine dönüşmüştür. Müzik endüstrisinden söz edebileceğimiz son yüzyıl içerisinde dünya ekonomisi ve politığı birçok savaştan etkilenmiş, birçok teknolojik gelişmeler yaşanmış, tüm bu değişimler müziğin kendisini ve müzik endüstrisini de etkilemiştir. Müzik artık hem bir ticari ürün hem de işlevsel bir pazarlama aracıdır. Günümüz dünyasında bir ticari ürün, müzik gibi başka bir ticari ürün ile pazarlanabilmektedir. Bu kimi zaman müzik kliplerindeki gizli reklamlarla karşımıza çıkmaktadır. Benzer bir durum ise pop müzik ikonunun özel hayatının insanlar tarafından bilinmesi gibi bazı reklam stratejileri, aslında müziğin çok işlevsel yapısının bir pazarlama aracı olarak kullanımına bir örnektir. Bu aynı zamanda bir müziğin pazarlanmasının yapıldığı an müzik dışında bir kültür veya ürünün de pazarlanmasının yapıldığı anlamına gelmektedir. Müzik, bu amaçlarla başka ticari unsurları gizleyebileceği gibi, kendisi de bir kültürel ya da ticari bir misyon yüklenmiş olabilir. Bu çalışmanın amacı, müziğin bir kültür ürünü olarak pazarlanmasında günümüzde nasıl bir yol izlendiğine dair bir fikir edinmektir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kültür İhracatı, Müzik Endüstrisi, Müziğin İşlevselliği, Uygarlık.

Abstract

Music has always been a product of culture used and directed by political and religious institutions for various purposes in its historical process. After colonialism, the world economy and politics became dominant in the world with multinational corporations governed by this corporate functionality, which turned into a huge economy, the music industry. In the last century, we can talk about the music industry, the world economy, and, politics have been affected by many wars, and many technological developments, and all these changes have affected the music itself and the music industry. Music

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Müzik ve Sahne Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye, timucinufuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8813-4166

is now both a commercial product and a functional marketing tool. A commercial product in today's world can be marketed with another commercial product such as music. This sometimes comes up with hidden ads in music clips. Similarly, some advertising strategies, such as the knowledge of the private life of the pop music icon people, are an example of the use of the multi-functional structure of music as a marketing tool. This also means that culture or products other than music are also marketed when music is marketed. Music may conceal other commercial elements for these purposes and a cultural or commercial mission.

Keywords: *Cultural Exports, Culture, Civilization, Functionality of Music, Music Industry.*

GİRİŞ

Günümüzün küresel müzik manzarası, farklı coğrafyalardan gelen müzik türleri ve sanatçılar aracılığıyla kültürler arası bir etkileşim ve anlayışın ifadesidir. Dijital dönüşümün etkisiyle birlikte, sanatçılar ve dinleyiciler arasında doğrudan bağlantılar kurma imkânı ortaya çıkmıştır. Bazı sanatçılar sadece müzikleriyle değil, aynı zamanda kültürel mesajlarıyla da tanınırlar ve kültürel marka haline gelirler. Kültürler arası iş birliği ve entegrasyonlar müzikte bir sentez yaratırken ekonomik boyutta da kültürel müzik ihracatının ticari potansiyelini artırır.

Müziğin tarihsel sürecine bakıldığında resmî ve dinî kurumların müzik aracılığıyla kitleleri kontrol altında tuttukları ve kendi propagandalarını yaptıkları açıkça görülebilir. Bunda dünyanın içinde bulunduğu dönemin ekonomi ve politik bağlamının önemi vardır. Bu kontrol, zaman içerisinde etkisini yitirse de, müzik hiçbir zaman bu konudaki işlevselliğini kaybetmemiştir. 1.Dünya Savaşı sonrası kurulan olgunlaşan geç kapitalist anlayışla, bütün dünya, devletlerin ve dinî kurumların direkt müdahalesinden sıyrılarak, çok uluslu şirketler üzerinden belirlenen politikalarla yönetilmeye başlanmıştır. 1920'lerin başından itibaren değişen bu politik bağlam ve teknolojik gelişmeler müziğe de yansımıştır. İlk müzik şirketi olan Columbia Records'un kurulmasıyla küresel müzik endüstrisi kurulmasında ciddi bir adım atılmıştır.

Bütün dünyaya taşınan bir kültürel ürün olarak müzik, artık beraberinde başka kültürel ve ticari imgeleri de kolaylıkla empoze etme gücüne sahip, çok geniş bir alana hâkim olabilen bir endüstri unsuru haline gelmiştir. Bunun en iyi örneği, doğrudan Amerikan kültürüne maruz kalmamış periferi ülkelerinin küresel müzikle pazarlanan Amerikan kültürünü ve yaşam tarzını taklit etme gayreti içerisinde

olmalarından anlaşılabilir. Bu endüstride, yaptığı müziklerden bağımsız olarak Elvis Presley, Michael Jackson gibi figürlerin tüketicinin kendisiyle özleştirdikleri bir ticari figür olarak var olmaları pazarlanabilir sanatın toplumsal kabulüne örnek gösterilebilir.

Dijital dönüşümün getirdiği teknolojik ilerlemeler, müziği küresel düzeyde erişilebilir kılarak sanatçılar ile dinleyiciler arasında doğrudan bir bağlantı kurma imkânı sağlamıştır. Bu durum, müzik endüstrisindeki evrimi hızlandırırken aynı zamanda kültürel ifadenin ve kültürel etkileşimin sınırlarını genişletmiştir. Müzik, coğrafi sınırları aşarak insanları bir araya getirirken aynı zamanda bir kültürün ruhunu, tarihini ve kimliğini yansıtan bir ayna görevini görmektedir. Farklı coğrafyalardan gelen ritimler, melodiler ve sözler, kültürler arası etkileşimi teşvik ederken aynı zamanda bu müzik formları kendi köklerini korur ve ifade ederler. Trap, Afrobeats, K-pop ve daha birçok müzik türü, kültürlerin farklılığını ve çeşitliliğini küresel bir platformda sergilemektedir, aynı zamanda kültürleri tekleştirir. Müzik endüstrisinin bu kültür alışverişindeki tahakkümü bu farklılıklara kendini ifade etme imkânı sunduğu gibi, aynı zamanda müziği kültürel ve estetik bir tekilliğe dönüştürmektedir.

Bu makalede, kültürel müziğin evrimi, kültürel mesajların müzik üzerinden iletimi, kültürel geçişkenlik ve müziğin ekonomik boyutu gibi konular ele alınarak günümüzde müziğin kültür ihracatı olarak nasıl değerlendirildiği detaylı bir şekilde incelenecektir.

YÖNTEM

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Araştırmanın Modeli

Araştırmada betimsel model kullanılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu makalenin amacı, günümüzde müziğin kültürel bir ifade biçimi olarak nasıl evrildiğini, kültürler arası etkileşimin nasıl bir zeminde gerçekleştiğini ve müziğin kültür ihracatı açısından nasıl bir öneme sahip olduğunu irdelemektir. Araştırmada tercih edilen

yaklaşım, müzik ile kültür ilişkisinin değişen küresel politik çerçevede yaşadığı dönüşümü, ürün-tüketici ekseninde değerlendirmektir. Bu değerlendirmede müziğin ticari bir meta olmasının ötesinde toplum ve iktidara ait çeşitli hiyerarşik imgelerin ve kültürel söylemlerin taşıyıcısı olduğu göz önünde bulundurulmuş ve müziğin toplumla ilişkisi bu bağlamda ele alınmıştır.

Araştırmanın Önemi

Müzik, kültürel bir ifade biçimi olarak dünya çapında insanlar arasında bağlantı kurmada güçlü bir araçtır. Kültürler arası etkileşimi teşvik eder, kültürel kimlikleri korurken bir yandan da farklı kültürlerin birbiriyle etkileşimini sağlar. Ayrıca, müzik endüstrisi bir ülkenin veya kültürün dışa açılmasında önemli bir rol oynar ve ekonomik açıdan büyük bir ticari potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin doğal bir sonucu olarak ticari bir ürün olmanın dışında, aynı zamanda kültürel ve ideolojik bir taşıyıcıdır. Araştırmanın odak noktası bu süreci incelemektir.

BULGULAR VE YORUMLAR

Kültür Kavramının Gelişimi

“Kültürün ne olduğu” sorusu üzerine tarih boyunca çeşitli ve farklı yaklaşımlar ve türlü tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlar tartışmalıdır, aynı zamanda kültürün uygarlıkla yakın bir anlamda değerlendirilmesi genel bir eğilim olmuştur. Özellikle bilimsel kültür tanımının kapsayıcılığı, konunun özniteliğine vurgu yapmadığı için, kültürle ilgili diğer tanımlara değinmek gerekir. Gerçek bir tanım yapabilmek için, “Kültür nedir?” sorusundaki bütün muğlaklığı giderebilecek bir cümleye ihtiyaç vardır. Buradan yola çıkarak kültürle ilgili yapılan bazı tanımların uygunluğunu irdeleyebiliriz. Bu tanımlardan biri, “kültürün, kişinin hayatı boyunca aldığı eğitimler bütünü olduğu” önermesidir. Bu tanım, eğitim sözcüğünün altını doldurmadığı için, kavramla ilgili bir açıklama yaparken bir yeni soru yaratmaktadır. Diğer bir tanım ise, “insan yaratımı olan her şeyin kültür olduğu” önermesidir. Oysa kültür insan ürünü olmasına rağmen, insan da kültürle birlikte değişen ve kültürü değiştiren bir sürecin içindedir. Bu yüzden bu tanım da kendi içinde problemlidir. Bilimsel çevrelerde kabul görmüş bir kültür tanımı ise; Edward B. Tylor’ın “kültürün, insanın bilgi, sanat, gelenek, yetenek, beceri gibi edinimlerini ve alışkanlıklarını içine alan karmaşık bir bütün olduğunu” söyleyen

görüşüdür. Bu görüş, kuramsal anlamda kültür tanımına bir çerçeve sunmaktadır. Buna göre kültür, öğrenilen, muhafaza edilen ve aktarılan bir içeriktir. Tylor'ın bu tanımını birçok insan bilimci yorumlamış ve geliştirmiştir. Toparlamak gerekirse; kültür toplumdaki topluma ve mekâna göre değişen, yaşarken öğrenilen davranış, gelenek ve bilgi bütünüdür. (Güvenç, 1997, s. 54)

Kültür, farklı kullanımlarda farklı anlamlara gelebilmektedir. Kültürel çalışmaların merkezinde yatan kuram, kültürel antropolojide var olan “kültür” kavramıdır. Örneklerine rastlanılsa da, bu çalışmalarda, toplumun elit kesimine atfedilen “yüksek kültür” gibi kavramlardan kaçınılır. Kültürün, tarımın gelişmesi ve insanın inşa etme yeteneğiyle doğrudan ilişkili olduğu kabul edildiği için, insanın medeniyet kurmaya başladığı anda kültürün öne çıkmaya başladığını kabul etmek yanlış sayılmaz. Bu sebeple, kültürün varlığı medeniyet olgusuyla ilişkilendirilir. “Eski uygarlıklardan bu yana şehirler önemli kültür merkezleridir. Bir şehirde çeşitli kültürler bir araya gelebilir. Bireyler kendi kültürel var oluşlarıyla bir yandan diğer kültürlerle çatışmak durumunda kalabilirler. Bu savunma durumunun anlamı ve ilgili olduğu siyasi mücadele gibi konular kültürel çalışmaların ilgi alanı içindedir” (Andrew Edgar, 2008, s. 81)

Kelime kökeni olarak “culture”, latince *cultura* (yetiştirmek) kelimesinden gelmektedir ve “culture” kelimesinin ilk olarak çiftçilikte bir süreci temsil etmesi amacıyla kullanıldığı düşünülmektedir. Örneğin hayvanların ve ekinlerin bakımı gibi... 16.yy'dan itibaren bu kelimenin anlamı, “insanların gelişim sürecini gözetmek” olarak genişletildi. İkinci olarak; bu tanımın tekrar dönüşüme uğrayarak sözcüğün soyut olarak taşıyacağı anlamların türetilmesine yol açan süreçten söz etmek gerekir. Bu zaman aralığı tam olarak bilinmese de “culture” kelimesinin günümüzdeki kullanım şekline evrilmesinin başlangıcı 19.yy. başı olarak bilinmektedir. Bu kavram Almanca ve Fransızca gibi dillerde de dilbilimsel anlamda gelişim göstermiştir. Örneğin, Almanca'da “kultur” olarak kullanılan kültür kelimesi uygarlık kelimesiyle aynı anlamda kullanılmıştır. Bu dönemde “kültür” kelimesinin kullanımı iki farklı eğilim göstermiştir. Bunlardan biri, “uygarlaşmış ve medeni” anlamına eşdeğer bir kullanımı olan “kültürlü (cultivated)” kelimesidir. Bir diğeri ise, aydınlanma tarihçileri tarafından insanın seküler gelişimini tarif etmek için kullanılan tanımdır. (Williams, Keywords, 1985, s. 87-88)

Johann Gottfried Herder, “*Ideas of the Philosophy of the History of Mankind*”da “kültür” kavramının bütün uluslara ve dönemlere aynı şekilde uygulanmasının yanlış olduğunu düşündüğünü

yazmıştır ve Avrupa kültürünün diğer kültürlere bir referans noktası oluşturulmasına karşı çıkmıştır. O, farklı kültürlerin ve ulusların kendi dönemleri ve değişkenleri içerisinde ele alınmaları gerektiğini savunmaktaydı. Romantik dönemde ortaya çıkan halk kültürü akımı bu düşüncenin bir yansımasıdır. G.F. Klemm, “*Allgemeine Kulturgeschichte der Menschheit*” (1853) isimli kitabında “kültür” kavramını bu anlamda kullanmıştır. Klemm’in kültüre yüklediği bu anlam, modern toplum bilimlerinde kullanılmaya devam edilmektedir. Kültürün kavramsal çerçevede kullanımı farklılaşsa da genel kullanımı, insanların yaşama biçiminin bir dönemine, bir sürecine ait bir bilgi kümesine işaret etmektedir. Kültüre dair güncel kullanımlardan bir diğeri ise; müzik, edebiyat, resim, heykel ve sinema gibi sanat faaliyetlerini çağrıştıran bir anlam bütünüdür (Williams, Culture, 2005, s. 105).

Günümüzde kültürden söz ettiğimizde yüksek kültürü çağrıştıran bir anlam evrilmesinin öne çıktığını söylemek yanlış olmaz. Öte yandan kültür kelimesi yukarıda alıntılanan metinde de ifade edildiği gibi hem sanat faaliyetlerinin bütünsel bir ifadesi, hem de toplumların ve azınlıkların kültürel miraslarının bir bütünü olarak anlaşılmaktadır. Müzik, bütün bu anlam ayrımlarının hepsinde önemli bir yer tutmaktadır. Yüksek kültür ifadesindeki müzik, Avrupa merkezli bir düşünceyle bakıldığında şüphesiz Klasik Batı Müziği’dir. Sanat faaliyetleri içerisinde düşünüldüğünde, günümüzde diğer sanatlardan çok daha popüler, daha çok ilgi gören bir konumda müziği görebiliriz. Toplumların kendi kültürel mirasları anlamında kültür ifadesini kullandığımızda ise, müzik bir toplumun ya da azınlığın geçmişten günümüze taşıdığı bir gelenek olarak yine karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak, müzik kültür olgusuyla iç içe geçmiş, çoğu zaman birlikte düşünülen başka bir gerçekliktir.

Kültür Ve Uygarlık Kavramının Ortak Noktaları

Uygarlık kavramı, insanın tarihsel gelişim sürecinde barbarlık ve ilkeliliğin karşısına konumlandırılmış, aydınlanmacılık gibi ulaşılmış bir hedefi referans olarak bir anlam kazanmıştır. Bu kavram, varılan hedefteki toplumsal düzen, gelişmiş bir kültür ve ilerlemeci bir anlayışı düşündüren bir bütünü işaret etmektedir. Örtük biçimde daha önce kullanımlarına rastlansa da somut bir biçimde kullanımı İngilizcede ve Fransızcada Aydınlanma Dönemi’nde öne çıkmıştır ve “uygarlık” kavramı Batı Uygarlığı’nın gelişmişliğine ve ilkeliliğin karşısında konumlandırılmasıyla parlatılmıştır.

Bu çerçevede, önceleri eşdeğer kullanımı olan kültür ve uygarlık tanımları, birbiriyle ne kadar iç içe olsa da bir çatışma meydana getirmektedir. Öyle ki, kültür, ulaşılmış uygarlık hedefinden önce de var olmuştur ve “uygarlık” deyiminin kural koyuculuğu tarihsel süreçte diğer kültürlerin var olduğu gerçeğinden bağımsız değildir. Bu nedenle, kültür, bir hedefe varılsın ya da varılmasın her zaman vardır ve “uygarlık” diye tanımladığımız şeyin periferide neye karşılık geldiği tartışmalı bir konudur. Öte yandan uygarlık ve kültür birbirini etkileyen, dönüştüren bir sistem de oluşturabilir. Buna devletlerin izlediği kültür politikaları, savaşlar, ekonomik ölçütler gibi birçok değişken etki etmektedir. Bu etkiler kültürün kendiliğinden değil, toplumsal dönüşümlerle birlikte değiştiğini ve dönüştüğünü doğrulamaktadır. Sonuç olarak kültür ve uygarlık arasında hem birbirini etkileyen hem de zaman zaman çatışan bir kavramsal bütünlük vardır (Williams, Civilization, 2005, s. 70)

“Uygarlık” kavramını belirli bir hedefe ulaşılmış, birlikte hareket eden insanları ifade eden bir toplumsal olgu olarak değerlendirdiğimizde, uygarlıkların tarihsel süreç boyunca belirli bir kültür edinimine sahip olduğunu görürüz. Bu edinimler ve kültürel farklar uygarlıkları birbirinden ayıran en önemli farklardır. Buna rağmen bir uygarlıktan söz ettiğimizde homojen bir kültür anlayışının her zaman geçerli olmadığını görebiliriz. Örneğin Anadolu uygarlıklarını bütünsel bir biçimde düşündüğümüzde, Anadolu’da yaşayan Alevilerin, Kürtlerin, Lazların ve diğer halkların kültürlerinin birbirini ne kadar etkilemiş olsa da birbirinden ne kadar farklı olduğunu, geçmişten günümüze kadar bir gelenek olarak korunarak sürdürüldüğünü söylemek yanlış olmaz. Bu bağlamda, uygarlık kavramı kültürel geleneğin devamlılığıyla da ilintilidir.

Hiyerarşinin Tarihsel Süreçteki İşlevselliği

Toplum, belirli amaçları ve görevleri olan öğelerin birbiriyle ilişkilerinin sosyal bir bütünü oluşturduğu yapılanmadır. Bu çerçevede söz konusu olan bütünü meydana getiren unsurlarının ayrışmasını “iş bölümü”, bu unsurların birbirleriyle olan ilişkilerinde beklenen davranış biçimlerini ise “sosyal rol” olarak kabul etmek mümkündür. Böylece sosyal roller, iş bölümünün bir sonucu olmaktadır. İş bölümü ise, toplumun bütünlüğünü meydana getiren çeşitli unsurlar arasında gerçekleşir. (Millard, 2007, s. 45)

Hiyerarşi, temel anlamda bir bütünü oluşturan herhangi bir topluluğun ya da kuralların astlık ve üstlük düzeni gözetilerek

düzenlenmesidir. Toplum üzerinde hiyerarşik bir bildirim maruz kalmaksızın varlığını sürdürebilen bir birey ya da topluluk düşünülemez gibi; hiyerarşi “yeni dünyanın” bütün yaşam pratiklerine etki eden bir zorunluluk olarak toplumların angaje olduğu bir önerme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir üst akıl ya da organizasyon tarafından dayatılmaksızın, toplum ve belirli meslek grupları içerisinde kendiliğinden gelişen bir takım soyut rol hiyerarşileri de günlük hayatın verimliliğine boyut kazandırmaktadır.

Hiyerarşik kurallar bu gibi durumlarda işleri hızlandırabileceği ve iş bölümünü güçlendirebileceği gibi, bu yapı içinde bulunanların farkında olmadan bir üst hiyerarşik yapının toplumsal düzen üzerindeki tasarımını korumaya da hizmet etmelerini kaçınılmaz kılabilir. Bu durum, eski toplumsal düzende daha ilkel kalmakla birlikte, modernite ve endüstrileşmeden sonra artan bir hiyerarşik ihtiyacın sonucu gibi görünmektedir.

Dolayısıyla hiyerarşik yapı, sürekli gelişen ve değişen bir yapı olmakla beraber, geçmiş kurallar bütünüünün amaç ve hedeflerin değişmesiyle birlikte, eski kuralların terkedilerek yerine yeni kuralların ve düzenin konulmasıyla değişkenliğini gösteren bir yapıdır. Hiyerarşik yapı, geçmişte ve günümüzde toplumda düzen koyucu konumunu hiç kaybetmemiştir. Gündelik hayatın her alanında görünür ve görünmeyen hiyerarşik müdahaleler söz konusudur. Bu müdahaleler politika, siyaset, spor ve sanat alanları başta olmak üzere hem toplumsal düzeni hem devlet çıkarlarını korumak amacıyla yapılabilir.

Müziğe Kurumsal Müdahaleler

Günümüz müzik pratiğinde ve anlayışında bir müzik eserinin yapı ve süreç gibi katmanlarına etki eden önceden belirlenmiş bir kurallar silsilesi mevcuttur. Örneğin “Batı Müziği”nde Hristiyan kilisesi ve bazı dış otorite kurumlarının müzik üzerindeki tasarımı kendi idealarının bir yansımasıdır ve bir düzen kurma amacı taşıdığından dolayı hiyerarşik bir bildirimdir.

Bilindiği üzere halk müziğinin kiliseye girmesi, Hristiyanlık kurumları tarafından hoş karşılanmamıştır. Bu kaygı, dini ve siyasi otoritenin hegemonik arzularının sürdürülmesi amacının bir sonucu olduğu kadar, aynı zamanda bir seçkinlik tutumudur. Orta Çağ Avrupası’nda hâkim olan feodal anlayış, yarattığı seçkinler sınıfını halktan soyutlamak için dini bir araç olarak kullanmıştır ve dinî kurumlar doğrudan halkın kültürel paydaları üzerinden bir idari

tasarıyla görevlendirilmiştir. M.S.6.yy'da ise Papa Gregor, kilise ilahilerini yeniden derleyerek halk müziğinden arındırma yoluna girmiştir. Kilise koroları için okul kurmuş, diğer kiliselere bu eğitimi almış papazları göndererek, kilise müziği pratiğine bir standart kazandırmıştır. Papa Gregor aynı zamanda St. Ambrosius'un nitelendirdiği dört ana moddan türetilmiş üç adet "hipo" adı verilen modu eklemesiyle dinî müzik tekrar revizyona uğramıştır ve yedi ana mod ortaya çıkmıştır.

Tüm bu gelişmeler "batı müziği" tarihinin belirli dönemlerde hâkim olan dini kurumların ve politik anlayışların ekseninde gelişme gösterdiğini yansıtmaktadır. Feodal Avrupa'da Hıristiyan otoritenin müzik üzerindeki tasarrufu, önce modalite kavramını olgunlaştırmış, daha sonra bu geleneğin yerine tonalite ve armoniyi biçimlendirerek formalize etmiştir. Tonalite başta üzere olmak üzere bu kavramların hepsi doğrudan bir hiyerarşik düzenin tasarısı olduğu gibi, müzikal açıdan incelendiğinde müziği biçim, form ve sınırlamalar üzerinden estetize eden bir hiyerarşik düzenin parçalarıdır. (Selanik, 1996, s. 53)

Kültürel Müzik İhracatının Evrimi

Kültürel emperyalizm kavramı, iletişim araçlarının insan kitleleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu bilgisinden yola çıkarak, medya tüketicisi periferi ülkeleri toplumlarının kendilerine sunulan metaları, batı tarzına benzer biçimde tüketmesi eğilimine işaret etmektedir (Berger, 2022, s. 82). Adorno, kültür endüstrisi kavramını metaların üretimi etkinliğiyle bağdaştırır. Bu etkinlik; sanatı, estetikten yoksun, manipülatif bir araç haline getirir. Bu noktada, heteronom sanat kavramı karşımıza çıkmaktadır. Heteronom sanat, kültür endüstrisinin, sanat metalarını, kendi nitelikleri üzerinden değil, endüstrinin belirlediği normlar tarafından yönlendirmesiyle ortaya çıkmaktadır. Heterojen bir rol üstlenen sanat, tüketim malı yerine geçmekte ve bağımsız karakterini kaybetmektedir. Popüler sanat, tüketicilerin yaşamlarında deneyimlediği şeylere paralel bir durum yaratarak, gündelik hayatın olumsuz gerçekliğinden bir kaçış fırsatı sunmaktadır. (O'Connor, 2022, s. 218-220)

Sanatın metalaşması, kültür endüstrisi için gereklidir. Müziğin sadece dinlenen bir kültür öğesi olmaktan çıkıp alınıp satılabilen bir ürün hâline gelmesi artık doğal bir süreç olmuştur. Bu metalaşma, popüler kültür ikonlarının yaratılmasını ve ikonların hayat tarzının insanlara empoze edilmesini sağlamaktadır. Endüstrinin bu davranışı, kalıplaşmış bir kültür yaratarak kitle kültürünün belirleyicisi

olmaktadır. Kültürel emperyalizm, dinleyiciye müziğin beraberinde politik fikirleri, dini dogmaları, dinleyiciyi daha fazla tüketime itecek bir tüketim pratiğini de satmış olur. Bu yüzden Elvis Presley, Michael Jackson, Madonna gibi pop ikonlarının sadece müzikleriyle var olan bir figür olmadıkları, arkalarında temsil ettikleri bir tüketim ekonomisi olduklarını da düşünmek gerekir.

Kültür endüstrisinin ürünleri kendini kimlikleyen metalar değil, satılabilmek için yaratılan metalardır. Adorno'ya göre, bu pazara hizmet eden müzik ve karşıtı arasında amaçsızlık noktasında bir ayrım bulunur. Ciddi müzik, kendi amaçsızlığına hizmet ederken, pazara hizmet eden müzik, pazarın tayin ettiği amaçlar için bir amaçsızlık idealini edinmektedir. Sonuç olarak kültür endüstrisi, teslim aldığı müziği eğlence ve dinlence amacına hizmet ettirmektedir. (Su, 2017, s. 58).

Bir Dönemin Kültür Taşıyıcısı: MTV

“Küreselleşmenin kültürel alandaki etkilerini "homojenleşme" ve "yerelleşme" olmak üzere iki başlık altında topladığımızda, sermayenin küreselleşmesi, teknolojik gelişmeler, medya ve internet aracılığıyla görselliğin egemenliğini ilan etmesi ve nihayet küreselleşmenin Batı merkezli dili, homojenleşmeyi meydana getiren unsurlar olarak belirginleşmektedir. Bunlar içinde homojenleşmeyi belirginleştiren ve yaygınlaştıran başlıca unsurun popüler tüketim kültürü olduğu görülmektedir. Bu kültür Adidas, McDonald's, Disney, MTV gibi pek çok şirket tarafından bütün dünyaya yayılmaktadır. Tüketimcilik ilk önce ekonomik bir olgu olarak ortaya çıkmış, kapitalizmin gelişmesiyle birlikte yayılarak zamanla toplumsal konum göstergesi haline gelmiş ve nihayet, artık sadece ihtiyacı karşılamaya yönelik basit bir ekonomik olgudan ziyade bir değer olarak yaptırım gücüne ulaşmıştır.” (Çapcıoğlu, 2008, s. 170)

“Günümüzde küresel medya endüstrileri, küresel örgütlenme stratejileri aracılığıyla, özgün ekonomik-siyasal koşulları, kültürel farklılıkları ve yerel dirençleri aşarak hızla gelişmektedir. Sunulan yeni tüketim kültürü, ekranlardan gündelik yaşamlara sızarak yaygınlaşırken, Amerikalı, Avrupalı ve Uzakdoğulu medya endüstrileri, bu yaşam tarzını taşıyabilecekleri yeni pazarlar peşindedir. Yüz atmıştan fazla ülkede, 400 milyon civarında evin ekranına, 1 milyarın üzerinde izleyiciye ulaşan MTV, popüler kültür ürünlerini tanımlayarak küresel dolaşıma sokan ilk kanaldır. MTV izleyiciyi, “Mega-olaylar”la, “Mega-starlar”la tanıştırmış, bunları yaparken güçlü sponsor

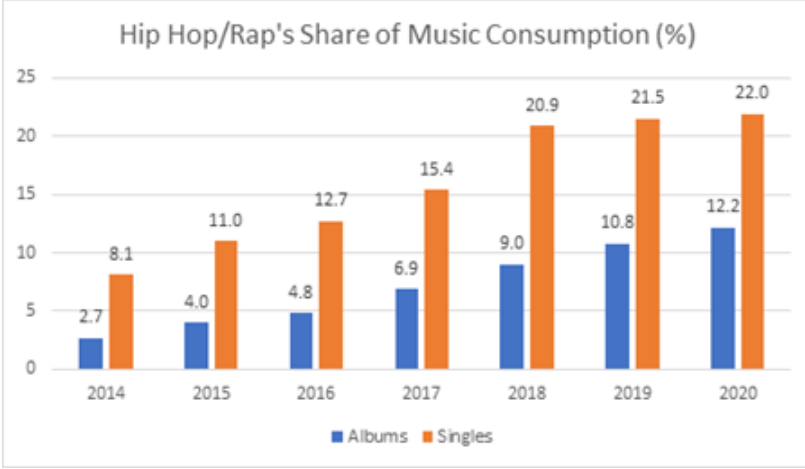
kaynakları yaratmış ve popüler kültür için eşsiz bir imgesel varlığa dönüştürmüştür.” (Yağcı, 2008, s. 204)

Anlaşılacağı üzere MTV, televizyon izleyicisinin daha yüksek olduğu 90’lar ve 2000’lerde popüler kültürü inşa eden en önemli araçlardan birisiydi. Zamanla dijitalleşmenin ilerlemesiyle yaşam pratikleri değişmiş ve yeni tüketim ortamları ortaya çıkmıştır. Gelinen sürecin sonunda kültür endüstrisinin yeni araçları YouTube, Spotify, Apple Music gibi dijital platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde müzik için en çok tercih edilen uygulama olan Spotify’da editörlerin oluşturduğu şarkı ve öneri listeleri, tüketim endüstrisinin dinleyici üstündeki gizli tahakkümünün bir örneği niteliğindedirler.

Günümüzün Popüler Müzik Ürünlerine Örnekler: Trap, K-Pop

Spotify 2019’da yaptığı bir açıklamada geçtiğimiz 10 yılın en çok dinlenen sanatçısının Drake olduğunu söyledi. (Türkoğlu Oğuz, 2019) Drake günümüzde en popüler türlerden biri olan trap türünde müzik icra eden bir sanatçı. Yine sene bazında bakıldığı zaman en çok dinlenen şarkıcıların arasında The Weeknd, Post Malone gibi başka trap müziği icra edenleri görüyoruz. Bu aslında arabesk örneğinde olduğu gibi, geçmişte yüzüne bakılmayan hiphop alt kültürünün ciddi bir ekonomik pazar olduğunu fark eden küresel endüstrinin onu metalaştırıp ana akım haline getirmesiyle ilişkilidir. Trap, hiphop alt kültüründe yıllarca underground olarak tabir edilen bir müzik olmasına rağmen, bu metalaşmaya uğramasıyla şu an ana akım hâline gelmiş bir müzik türüdür.

Şekil 1. British Recorded Music Industry Kayıtlarına Göre Hiphop/Rap Tüketiminin Yıl Bazında Artışı (BPI, 2021).



Günümüzde yeni popüler olmuş müzik türlerinden bir diğeri ise K-pop'tur. Kore popu olarak da ifade edebileceğimiz bu tür, son dönemde yine popülerite kazanan Kore dizilerinin dünya çapında ilgi görmesi ve pazarlanmasıyla popüler hâle gelmiştir. 2014 yılında ciddi bir şekilde dünyada pazarlanan PSY'nin şarkısı *Gangnam Style*, Youtube üzerinde izlenme rekoruna ulaşmıştı. Yine Spotify 2018 verilerine göre, bir K-pop grubu olan BTS, dünyada en çok dinlenenler listesine girmeyi başarmıştır. (Ulukan, 2018)

“Aslında K-Pop'un kökenine baktığımızda tıpkı ülkenin diğer gelişim hamlelerinde olduğu gibi devlet destekli bir kültür projesi olarak ortaya çıkmaktadır. 1997 yılında Doğu Asya Mali Krizi'nin çıkması üzerine -ihracat ve yüksek teknoloji alanında tatmin edici rakamlar yakalamış olmasına rağmen- Güney Kore büyük bir dar boğaza girmiştir. Çözüm çaresi arayan devlet yetkilileri o yıllarda dünya da kült haline gelecek pop müzik gruplarına ve yapımcılarına yatırım yapmak üzerine bir karar almıştır. Aynı yıllarda bu yöntemi hâlihazırda kullanmakta olan Birleşik Devletler, müzik endüstrisinde açık ara dünya lideri olmasının yanı sıra kültürünü dünyaya tanıtmaya fırsatını elinde bulunduruyordu.

Devlet destekli özel sektör yapım şirketleri K-Pop'u dünyaya tanıtmak için belirli kaideler ve bir yol haritası oluşturmaktadır. K-Pop projesinin çıktılarını baktığımızda Güney Kore Devleti'nin yapım şirketlerine ciddi bütçeler ayırarak yaklaşık 20 yıl önce başladığı bu proje son 5 yılda meyvelerini vermeye başlamıştır. 2016 yılında Güney

Kore'nin müzik ihracatı 443 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir. 2005 yılında Dünya genelinde 29. sırada olan Kore müzik piyasası 2018 yılında 6. sıraya yükselmiştir. Youtube'da dünyanın en çok izlenen 10 videosundan biri K-Pop türünde bir şarkı ve K-Pop aynı zamanda Kore kültürüne de ilgi uyandırmayı sağlayarak Kore dizilerine olan ilgiyi de artırmış durumdadır. Burada devlet özel sektör birlikteliğini kısa vadeli bir politika ürünü yapmak yerine bir ülke ideali haline getirdiğimizde ortaya çıkan başarıyı görmekteyiz.” (Nalcı, 2019) K-Pop grubu Blackpink'in Buckingham sarayında Kore Cumhurbaşkanı Yoon Suk Yeol ve Prens William ile akşam yemeğine davet edilmesi, devlet ve kültür endüstrisi ilişkisine örnek teşkil etmektedir. (NTV, “K-pop grubu Blackpink İngiliz kraliyet ailesinin konuğu”)

SONUÇ

Bulduğumuz dijitalleşme çağında tüketim pratikleri değişmektedir.

“Sanat ürünlerinin yeniden üretilebilirliği kitlelerin sanatla olan ilişkisini değiştirir.” (Benjamin, 2023, s. 33)

Sanatın deneyimlendiği ve üretildiği ortamın değişmesi, tüketim endüstrisinin tahakküm biçimlerini, ve sanatın talep edilme şeklini de değiştirmiştir. Günümüz yaşam pratiğinde küresel güç odaklarının çok uluslu şirketler olduğu bilinmektedir. İnternetin yaygınlaşması, insanlara ve sanata daha özgür bir seçim hakkı tanısa da aynı zamanda bu çok uluslu şirketlerin sanat üzerindeki kontrol alanını artırmıştır. Bu tüketim tahakkümü doğrudan hissetmesek de dolaylı olarak hayatımıza girmektedir. Gündelik hayatımıza giren popüler filmler, müzikler ve diğer popüler sanat ürünleri artık tek özerk kimliğe sahip bir sanat ürünü olarak düşünülemez. Popüler sanat ürünleri, klasik sanattan ayrılan üretimlerin metalaşmasıyla ortaya çıkan kültürel ürünlerdir.

Günümüzün hızlı üretilen, hızlı tüketilen yeni tüketim anlayışına uygun olarak, artık müzik de hızlı değişen metalden biri haline dönüşmüştür. Yeni müzik tarzları, yeni akımlar daha kolay erişilebilir olmasının yanı sıra, daha kolay finanse edilebilir durumdadır. Bu nedenle, kolay üretilen ve kolay tüketilebilen Trap ve Hiphop gibi alt kültürlerin ana akım haline gelmesi ve desteklenmesi şaşırtıcı değildir. Hayatımıza giren başka müzik tarzı olan K-pop'un devlet ve özel şirketlerin desteği ile ana akım haline getirilmesi de, yine kültür endüstrisinin kitle kültürü üzerindeki etkisini göstermektedir.

Sanatın, kitlelerin arasındaki farkları ortadan kaldırabilen gücü, onu yeni dijitalleşme çağında kültür endüstrisinin önemli bir aracı haline getirmektedir.

KAYNAKÇA

- Çapcıoğlu, İ. (2008). Küreselleşme, Kültür ve Din. *AÜİFD XLIX(2)*, s. 170.
- Andrew Edgar, P. S. (2008). *Cultural Theory The Key Concepts* (s. 81-82). içinde
- Benjamin, W. (2023). *Tenik Olarak Yeniden Üretilbilirlik Çağında Sanat Eseri*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Berger, A. A. (2022). *Kültür Eleştirisi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- BPI. (2021, 04 15). *All About The Music 2021*. 05 2023 tarihinde BPI: <https://www.bpi.co.uk/news-analysis/rap-and-hip-hop-soars-in-2020-fuelled-by-streaming-new-bpi-insights-show/> adresinden alındı
- Güvenç, B. (1997). *Kültürün Abc'si* (s. 54-57). içinde
- Millard, A. G. (2007). Operada Hiyerarşik Yapılanma - Müzikal ve Toplumsal Etkileşme. s. 45.
- Nalcı, M. (2019, 04). *Güney Kore'nin Ekonomik Sıçraması ve K-POP Çılgınlığı*. 01 2020 tarihinde <http://pazarlamavizyonu.com/guney-korenin-ekonomik-sicramasi-ve-k-pop-cilginligi/> adresinden alındı
- NTV. (tarih yok). *K-pop grubu Blackpink İngiliz kraliyet ailesinin konugu*. 11 2023 tarihinde NTV: <https://www.ntv.com.tr/galeri/n-life/magazin/k-pop-grubu-blackpink-ingiliz-kraliyet-ailesinin-konugu,KSC42JROn0WCG6yIXYwJdQ/OMxCo91yBkeGwiLhG5qDog> adresinden alındı
- O'Connor, B. (2022). *Adorno*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Selanik, C. (1996). *Müzik Sanatının Tarihsel Serüveni* (s. 53-82). içinde Doruk.
- Su, S. (2017). *Güzelin ve Çirkinin Ötesinde Estetiğin Halleri*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Türkoğlu Oğuz, G. (2019). *Spotify son 10 yılın en fazla dinlenen sanatçıları açıkladı*. 05 2023 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/spotify-son-10-yilin-en-fazla-dinlenen-sanatclarini-acikladi/1662491> adresinden alındı

- Ulukan, G. (2018, 12 4). *Spotify, 2018'in en çok dinlenen sanatçılarını açıkladı.* 01 2020 tarihinde Webrazzi: <https://webrazzi.com/2018/12/04/spotify-2018in-en-cok-dinlenen-sanatcilarini-acikladi/> adresinden alındı
- Williams, R. (1985). *Keywords*. New York: Oxford University Press.
- Williams, R. (2005). Civilization. *Anahtar Sözcükler* (s. 70-73). içinde
- Williams, R. (2005). Culture. *Anahtar Sözcükler* (s. 105-112). içinde
- Yağcı, S. C. (2008). MTV'nin Küreselleşme Serüveninde Yeni Durak: MTV Türkiye. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, s. 204.

ŞEKİLLER

- Şekil 1 *Rap, Hip-Hop Soar in Popularity*. Erişim Tarihi: 25 Kas 2023
<https://hitsdailydouble.com/news&id=326046&title=RAP-HIP-HOP-SOAR-IN-POPULARITY>