

POPÜLER MÜZİK VE İDEOLOJİ OLGUSUNA İKİ FARKLI YAKLAŞIM

M. Bilal Arık*

ÖZET

Popüler müziği tartışmak, popüler kültürü tartışmak anlamına gelmektedir; çünkü müzik, popüler kültürün, farklı üretim teknikleri ve içerdiği farklı değer yargularıyla göz önüne serildiği önemli bir göstergedir. Müzik daima, popüler kültürün en belirgin görünümlerinden birini oluşturmaktadır. Popüler müzik ve onun ardındaki ideolojisi hakkında iki temel görüş bulunmaktadır. İlk yaklaşım, marksizme dayanmaktadır ve popüler kültürü bir “kültür endüstrisi” olarak ele alır. İkinci yaklaşım da kültürel çalışmalar ekolünün yaklaşımları doğrultusunda popüler kültürü bir “özgürlük tasarımı” olarak ele alır. Bu çalışmada her iki yaklaşım da “karşılaştırmalı analiz metodu” ile ele alınacaktır.

Anahtar sözcükler: Popüler müzik, popüler kültür, kültür endüstrisi

TWO DIFFERENT APPROACHES TO POPULAR MUSIC AND IDEOLOGY

ABSTRACT

The debate of popular music is the debate of popular culture; because, music is a critical indicator of popular culture –expressing the values and references of different generations. Music has always been one of the most distinct aspects of popular culture. There have been two main opinions about on popular music and behind to it’s ideologies. The first one is base on Marxism which has seen popular music as a culture industry and the second one is base on cultural studies which has seen popular music as a the field of freedom. In this article, we focus on these opinions with comparative analysis methods.

Keywords: Popular music, popular culture, culture industry.

GİRİŞ

Popüler müzik en kısa tanımıyla, “geniş kitlelerce dinlenilmesi/beğenilmesi amaçlanan, bu doğrultuda kitlesel üretim teknikleriyle üretilen ve pazar koşullarında toplumsal dolaşımda sokulan” bir müzik türüdür. Gündelik hayattaki kullanımıyla popüler müzik ile pop müzik arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır; pop müzik, popüler müzik formlarından en yaygın olanını temsil eder fakat popüler müzik olgusunu bütünüyle kapsamaz. Pop müzik ezgi, armoni ve sözden oluşan, algılanması kolay, bellekte kalıcı, çok sesli ve kısa süreli tüketim müziğidir; bu özellikleriyle pop müzik modern toplumlara özgü en yaygın müzik türüdür ve çoğu zaman popüler müziği tamamen kapsadığı yanılgısını yaratır. Bir çok akademik çalışmada bile aralarındaki ayırım yeteri kadar vurgulanmamaktadır. Oysaki, popüler müzik kavramı “bir müzik formu olmanın ötesine geçerek, örgütlü toplumlarda en yaygın biçimde üretilen, kullanılan, tüketilen müzik yapış biçimlerinin bütünlüğü bir ifadesidir” (Öcal ve Tellan 2000: 292). Günümüz kapitalist pazar koşullarında sadece pop müzik değil, caz, rock, new age hatta zaman zaman klasik müzik bile

popüler müzik olarak kabul edilmektedir; doğrusu popülerleşme sürecinde adı geçen müzik türlerinin “poplaşması” günümüz müzikal ortamının başka bir yansıması olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışma kapsamında popüler müzik kavramı altında ağırlıklı olarak pop müzik ele alınmakla birlikte, müziğin popüler olan diğer türlerinin de benzer ideolojik yapılanma içerisinde olduğu ileri sürülmektedir.

Popüler müzik şarkıları birbirlerine son derece benzerler; aralarında karşılıklı bir etkileşim, hatta günümüzde global bir etkileşim söz konusudur. Popüler müzik örnekleri genelde kalıplaşmıştır; bunun da en önemli nedeni kitlelerin kalıplara olan ilgisinin, müzik yapımcılarının satışa dönüştürme niyetidir. Günümüz popüler müziğinin en önemli varoluş nedeni; kitleler tarafından beğenilme ve pazar koşullarında tüketilme arzusudur. Filiz Ali pop müziğinin üretim koşullarından dem vurarak, ideolojik işlevine dikkat çeker: “Pop müzik halkın geleneklerinden kaynaklanmaz. Halkı tüketici olarak gören kesim tarafından piyasaya sürülür. İçinde her keseye uygun, her beğeniye biraz ödün veren, her özleme biraz değinen duygusal kırıntılar vardır. Bu duygular yerine göre ala-

* Araş. Gör. Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi

bildiğince sömürülür. Kitle iletişimde güçlü sözü olan büyük kuruluşlar tarafından desteklenir” (Ali 1980).

Pop müziği bir popüler kültür ürünü olarak “okursak” bu müzik türünün, tıpkı popüler kültür gibi son derece ciddiye alınması ve içindeki iktidar yapılanmasının doğru anlaşılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Kısaca, “kentteki gündelik yaşam kültürü” olarak nitelendirilebileceğimiz popüler kültür, büyük ölçüde ideolojiktir ve üzerinde son yıllarda derinlemesine çalışılmasının nedeni de budur. Gündelik hayat bağımlı sınıflarla egemen sınıfların yan yana geldiği, tahakküm ve direnişin aynı anda işlediği ve tüm ideolojik biçimlenmelerin gerçekleştiği bir zemindir. “Popüler kültür de, bu ortamda bir yandan bizi sisteme sınımsız bağlar larken diğer yandan da sisteme karşı başkaldırışımızı dile getirmek ister gibidir” (Erdoğan, 1999: 15). Bu bağlamda “popüler kültür ürünleri gündelik hayatın, bu karmaşık, ekonomik, politik, ideolojik örüntüler yumağında ne gibi bir rol üstlenmektedir?” (Oktay 2001) sorusu, özellikle bağımlı sınıfların direniş olanakları ve hakim sınıfların iktidarlarını sürdürme biçimleri açısından son derece hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda akademinin ve sosyal bilimlerin “popüler kültür” olgusuna daha derinlikli yaklaşımları ve popüler kültür ürünlerini; popüler müziği doğru analiz etmeleri, toplumsal hayatla ilgili son derece önemli verilere ulaşılmasını sağlayacaktır.

Erol Mutlu’ya göre gündelik hayat ve bugün ne kadar ciddiye alınıyorsa, pop müzik de o kadar ciddiye alınmalıdır. “Çünkü en klişesinden en gelişkinine pop müzik gündelik hayatın sesidir, onun ritmiyle, sıkıntılarıyla, dertleriyle, hazlarıyla titreşir. Pop müzik bugüne dairdir. Pop müzik ciddiye alınmalıdır; sırf gündelik hayatla sıkı fıkı ilişkisi nedeniyle veya zaten gündelik hayatın bir parçası olduğu için değil, aynı zamanda popüler olduğu, yani gündelik hayatı farklı biçimde, hatta tümüyle farklı biçimde tecrübe edenleri bir araya getiren ve kapitalizmin içinde yaşadığımız halinde, özellikle de büyük şehirlerde giderek nadirleşen bir aradalık mekânlarından biri olduğu için de ciddiye alınmalıdır. Pop müzik rock gibi ya da alternatif müzik gibi tepkiselliği, muhalefeti dillendirmez, yani kendisini nispeten marjinal alanlarda konumlandırmaz; farklılıkların dili

olmak yerine farklılıkları alabildiğine gidermeye çalışır, çünkü başka türlü popüler olamaz” (Mutlu 2002).

Popüler müzik 19. yüzyıl sonlarında doğmuş, 20. yüzyıl başlarında Avrupa ve Kuzey Amerika’da endüstrileşmeyle birlikte küçük ve büyük kentlerde yayılmıştır. Önceleri her türlü tuşlu şarkıda çalınması satışını etkilemiş, sevilen opera, operet parçalarının yeniden üretimi üreticilerine büyük cirolar getirmiştir. Teknolojik gelişmelerin de müziğin geçirdiği evrimde payı büyük olmuş ve özellikle fonograf, plak, radyo, hi-fi tekniği, stereo tekniği hem yeni türlerin, hem de her tür müziğin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Fonograf, caz müziğinin yaygınlaştırmıştır; yüksek nitelikli müzik ile düşük nitelikli müzik arasında köprü diye nitelenen caz müziği, vals, homojen ve durmaz yinelenen ritmini dönüştürmüştür. Pop müzik ise İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerika ve Avrupa’da caz’dan swing’e geçişle birlikte ortaya çıkmış ve dinleyicinin/tüketicinin rahatlaması, dinlemesi, eğlenmesi, sosyal yaşamındaki sorunları unutulması gibi unsurlara dayanarak gelişim göstermiştir.

Popüler müzik tartışmalarında, tıpkı popüler kültür alanında olduğu gibi “özgürleştirici ve hegemonik” özellikleri konusunda ana hatlarıyla iki görüş bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, popüler müziği içinde üretildiği kapitalist dinamiklerin doğrultusunda “kültür endüstrisi”nin araçlarından biri olarak görür ve halkı yanlış bilinçlendirip tüketim endüstrisine sunan bir araç olduğunu ileri sürer. İkinci görüş ise, popüler kültürü ve onun ürünü olan popüler müziği “halkın sesinin yansıması” olarak görür ve özellikle tüketimle anındaki bilinçli tercihe vurgu yaparak, popüler kültür içerisindeki özgürleşim olanaklarını işaret eder.

POPÜLER MÜZİĞE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR

Popüler müziğe olumsuz yaklaşan Marksist teorisyenler popüler müziği bir sanat formu olarak değil, kapitalist toplumdaki kaçınılmaz bir gerçeklik olan “şeyleşmiş/metalaşmış” bir olgu olarak ele alırlar. Popüler kültürle, kitle kültürünü aynılaştıran ve karşısına gerçek sanatı koyan Frankfurt Okulu’na göre, popüler müzik, modern toplumlarda, hegomonik söy-

lemin yürüngesinde bireyleri sömürmek ve edilgenleştirmek amacıyla “şeyleştirilmiş” bir boş zaman eğlencesi olarak işlev görmekte ve kitlelere verdiği kaçış duygusuyla onların toplumsal dizgedeki konumlarını unutturmaya çalışmaktadır. Kapitalist toplumlarda ürünlerin üzerinden üreticinin izlerinin silinmesi, tüketicinin üreticinin kişiliğiyle özdeşleşmemesi ve toplumsal farklılığın hissedilememesi şeyleştirilmenin bir sonucudur. Popüler kültür de bu “metalaştırma” sürecinde kitlelerin umut ve arzularının, otoriteler tarafından yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Geçmişte “ulvi” bir amacı olan sanatın özü, “yeniden üretim çağında” tehlikeye girmiş, sanat “aurası”nı yitirmiş ve “değerini” piyasa belirler olmuştur. Ünsal Oskay’a göre, “ilkel insandan beri dış gerçekliğin aşılmasını yürekletirmek için kendisine umut bağlanan sanat ve fantazyaya sanayi toplumuna geçişten günümüze doğru hızlanan bir süreç içinde, sistemin mantığının gerekli gördüğü yerlerde örgün ve eşgüdümlü bir yaşam içine sokulmuştur. Bunun dışındaki yaşam alanlarında ise, amorf bir topluntu olmaya bırakılarak homojenleştirilmiş çağdaş kitle toplumu insanın dünyasında özgürleştirici birer öge olma özelliğini yitirmiş bulunmaktadır” (Oskay 1982: 201).

Frankfurt Okulu’nun “kültür endüstrisi” tezi kapitalist toplumlarda popüler/kitlesele kültür ürünlerinin ideolojik fonksiyonlarını işaret etmektedirler. Frankfurt Okulu’nun en önemli temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer’a göre, sanat, kültür endüstrisi aracılığıyla metalaştırılarak, çoğunlukla da eğlence içeriğine büründürülerek, kitleleri yanlış bilinçlendirmenin aracı olmaktadır. “Dolayısıyla artık kültüre damgasını vuran temel güdünün en geniş satışı yakalamak, en çabuk ve çok kara ulaşmak haline geldiğini; bu durumda verili değerlerin, genel geçer anlayışın suyuna gitmenin dışına çıkılmadığını, çıkılamayacağını; böylece gerçek sanatın ‘var olandan başkayı görme, gördürebilme’ yetisinden oluşan olmazsa olmaz yönünün kültür eserinden giderek silindiğini” (Uğur 1991:110) ileri sürmektedirler. Henry Lefebvre’ye göre de “bu toplum içinde kültür de bir tüketim malzemesidir. Özgürmüş gibi geçinen bu tüketici etkinlik şenlik havasına bürünür. Bu şenlik havası ona toplumsal olarak gerçek ancak kurgusal, imgesele ait bir tür birlik verir. Yapıtlar, üsluplar doymak bilme-

yen bir tüketime sunulurlar” (Lefebvre 1998: 110).

Uygulamalı sanatla saf sanat arasında önemli bir ayırım vardır. Birincisi pratiktir ve “bir araçtır”-dolayısıyla kendisi dışında bir amacı vardır- oysa sanat eseri hiçbir zaman araç değil, sonuçta yine kendisine varan bir çalışmadır (Chaney 1999: 61). Popüler kültür ürünlerine ve dolayısıyla popüler müziğe olumsuz yaklaşan teorisyenler bu noktadan hareketle kitleleşmenin ve metalaştırmanın bir sanat formu olan müzik eserleri üzerindeki etkisi ve “araçsallaşan” müziğin toplumdaki güç ilişkilerini nasıl belirlediği sorunsalı üzerine yoğunlaşmışlardır. Frankfurt Okulu teorisyenleri, müziği kültür endüstrisinin önemli formlarından biri olarak görmüşler ve içeriğindeki kapitalist pratiklerin nasıl yapılandığı üzerine çalışmışlardır. Bir meta formuna dönüşen müzik eseri ile üretici arasında kitleleşme sürecinde bir yabancılaşmanın olmaması kaçınılmazdır. Kapitalist sistem, pazara uymayan sanata, sanatçıya, fazla çıkış yolu bırakmamıştır; kitle iletişim araçlarının devreye girmesi ise müziğin ve sanatın özünü yitirmesine yol açmıştır. Pazarın genişlemesi ile müziğin yaratıcıları olan besteciler, yorumcular ve dinleyicilerin farklılaşması derinleşmiştir. Bir ortamda bulunmaları bir yana, birbirlerini hiç tanımamaya başlamışlardır. 19. yüzyıl başlarında tüketicilerin isteklerine göre besteler yapılmakta, yorumcular da bütün maharetlerini kullanarak eseri dinleyicisine sunmaktaydılar. Böylece kısmi bir beraberlik söz konusuydu. Süreç içinde pazar, kitle iletişim araçlarıyla genişletilmiş, sahte ihtiyaçlar uyandırılmış ve ürünlerin niteliğini ekonomik gücü elinde bulunduran burjuva sınıfı kararlaştırmaya başlamıştır.

Pazarın belirleyici duruma gelmesiyle, bestecinin, yorumcunun ve dinleyici kitlesinin ortalama bilinci pazara koşullanmıştır. Müzisyenin öznel bilinci ne kadar ileri olursa olsun, pazarın yarattığı ortak bilincin egemenliğinde ürün vermek zorunluluğu kaçınılmazdır. Müzik, bu kültürel ortamda bireyi gerçekten uzaklaştırarak, var olan çelişmeleri saklayarak, sahte ütopyalar yaratarak, kısacası, yanlış bilinç oluşturarak burjuva ideolojisine hizmet etmiştir. “Müzikle burjuvazinin bulunduğu nokta, bilinci ortadan kaldırmak noktasıdır. Bütün müzik türleri için bu geçerlidir. Ama özellikle pop

müzik için. Çünkü pop müzik doğrudan Pazar için üretilen bir metadır. Yüceltilen müzik, burjuvazinin kendi kültürünün bir ürünüdür; dolayısıyla yüceltilen, saygın hale getirilen, din gibi kutsanan burjuva değerleridir. Başlangıçta bilinçsizce yapılan bu iş daha sonra bilinçli bir şekilde yapılmaya başlanmış ve müzik bu süreçte sadece burjuva değerlerini yücelten bir işlev görmemiş; hem ticari bir meta haline gelmiş, hem de alt sınıfların kendileri için bir şey buldukları bir ütopya görünümüne dönüşmüştür. Ve daha önemlisi egemen ideolojinin kendisini sakladığı, düzenin sürmesini sağlayan bir araç olmuştur” (Kaygısız 1999: 334).

Günümüzde popüler kültür üretimi özünde kapitalist bir iş yapış biçimine sahiptir. Söz yazarları, bestekarlar, şarkıyı seslendiren sanatçılar, orkestra üyeleri, stüdyo çalışanları, sahne ve konser prodüktörleri, sanatçı menajerleri, klip yönetmenleri, plak-kaset şirketleri, radyo ve televizyon kanalları ve daha bir çok kişi ve kuruluş, kapitalist iş yapış biçimine uygun ve kapitalist ilişkilerin belirlediği toplumsal yaşamın gereksinim duyduğu müziğin üretimini gerçekleştirir. Popüler müziğin kültürel değer içerdiğini, bir sanatsal faaliyet olarak sanatçının bireyselliğinden çıkış noktası bulunduğunu savunan çevrelerce pazar yapısı içinde popüler müzik üretimine farklılık atfetmeye çalışılmaktadır. Oysa ki temelde, popüler müziğin gerçekleşmesi için bir araya gelen sermaye, emek ya da girişimcilik potansiyelinden hiçbir farkı yoktur. Kapitalist pazarlarda müzik endüstrisinin adeta “özgür, bireysel ve serbest” bir görünüm arzemesi; egemen sistemin üretimi kendi çıkarları, değerleri ve pratikleri paralelinde biçimlendirmesinden kaynaklanmaktadır (Öcal-Tellan 2000: 292). Günümüzde bu pazara üretim yapan her popüler müzik üreticisi, kendi dışında belirlenen bu sistemin bir parçası konumundadır ve sınırları çevrelenmiş bir pazara kullanım değeri üreten araçsallaşmış öğelerinden biri haline dönüşmesi kaçınılmazdır; öyle ki sözde sistem karşıtlığı, özneliği bile sistemin metalaşmış parçalarından birini oluşturmaktadır.

Yerküre üstündeki bir sürü insanın popüler müziği haz verici sound ve kıskırtıcı üslup olarak yaşantılamasına karşın, popüler müzik aynı zamanda milyarlarca doların döndüğü bir endüstridir (Rowe 1996: 37). Popüler müzik

endüstrisi, günümüzde “kültür endüstrisi bir uzantısı olarak kapitalist sistemce yönlendirilmektedir. Kapitalist sistemdeki üretim ve örgütlenme yapısına bağlı olarak iş gören müzik şirketleri, toplumsal egemenliğin bilinç yönetimi araçları olarak (Erdoğan 1997: 67) yönetilir, yönlendirilir ve yönlendirirler. Kapitalist sistemdeki her piyasada olduğu gibi, popüler müzik piyasasında da ürünlerin tüketilmesi süreci de var olduğu kapitalist dinamiklerden bağımsız düşünülemez. Bu süreçte üretici eser üzerindeki hakimiyetini kaybetmiş ve ürününe yabancılaşmıştır. Son derece “bireyselmiş” gibi görünen bu iletişim sürecinde şarkılaştırılan duygular ya da “mış gibi” sözceler birer ticari mala dönüştürülerek sistem içindeki konumlarına doğru yönlendirilirler. Müzikal üretim ve müziksel tüketim kapitalist süreç tarafından belirlenmektedir; bu ortamda müziğin “şeyleşmesi” kaçınılmazdır. Müziğe biçilen rol, bir “değer” olmasıdır ve “değer”in en önemli belirleyicisi “pazar” olmaktadır. Pop müzik ile varolan toplumsal düzen arasında tüm bir karşılıklı yardımlaşma ve birbirini kollama durumu olduğu görülmektedir. Pop müzik, bir çok yol ve biçimde toplumsal iktidar tarafından desteklenmekte ve popüler müzik de bunun karşılığında kitlelerin yanlış bilinçlenmesinin aracılığı yapmaktadır. Popüler müziğin bireyin yabancılaşmasındaki rolünü inceleyen Ünsal Oskay’ Adorno’nun izleğinden modern toplumlarda popüler müziğin “yabancılaştırıcı” işlevi konusunda şunları söylemektedir: “Müzik, yaşamın ideolojik özü toplumdaki egemenlik yapısının gereksinimlerini karşılamaktadır. Bu nedenle de, yönelinen müzik ‘aslımı’ sakladığı toplumsal hayatın sürmesini sağlamaktadır. Bunu toplumdaki çelişkileri ve çatışmaları ortaya çıkarmak (görünür kılmak) ve bunların bilincine varılmasını kolaylaştırmaktan özenle kaçınıp, varolan toplumsal sistemin kendi varoluşuna temel aldığı yabancılaşma içindeki ‘sıradan insan’ tarafından algılanmasını güçleştirerek yapmaktadır” (Oskay 2001: 58).

Popüler müzik üzerinde tartışmalarda Frankfurt Okulu teorisyenlerinden Theodor Adorno önemli bir yer alır. Adorno felsefe eğitiminden önce, Viyana’da müzik eğitimi almış ve tüm yaşamı boyunca bu alandaki çalışmalarını sürdürmüştür. (Adorno popüler müzik tartışmasını caz müziği üzerinden yaptığını ve po-

püler olarak cazı nitelediğini, özellikle popüler müzikle pop müzik arasındaki farklılığı imlemek açısından fayda bulunmaktadır.) “Adorno’ya göre kültürel görüngüler, her alanda olduğu gibi müzikte de ne tam olarak ayrı ve bağımsızdır, ne de yalnızca bir yansımadır. Günümüzde müziğin toplumsal gerçeklikten ayrı ve bağımsız olabilmesi ise her gün daha da artan bir tehdit altındadır. Çoğu müzik, yaşadığımız dönemde, bir meta karakteri taşımakta; müzik kullanım değerinden çok, değişim değerince yönlendirilmektedir. Gerçek ikilem, hafif müzik ile ciddi müzik arasında değil, piyasa yönelimli müzik ile böyle olmayan müzik arasındadır. Bugün pazar yönelimli olmayan müzik, çoğu insan için kavranabilen ve tadına varılabilen bir müzik değilse, buna dayanarak, bu tür müziğin nesnel biçimde reaksiyoner olduğunu söylemek yanlış olur” (Dellaloğlu 1995: 67). Adorno’ya göre bir ticari biçim olarak müziğin üretimi artık sadece tüketim içindir. Bu onun kültürel değerini belirler. Popüler müzik, popüler olabilmek için tüketilebilecek bir şey olmalıdır; bu bağlamda müzik toplumsal ortamda sonuçtan çok bir araca dönüşmüştür. Adorno müzik üzerine yaptığı incelemelerde kapitalist üretim biçiminin siyasal ve estetiksel bakımlardan popüler müziği etkilemesi ve popüler müziğin ideolojisi o üzerinde durmuştur. Adorno’nun modern toplumlarda popüler müziğin ideolojik işlevi konusunda birbirleriyle son derece bağlantılı ve hatta iç içe geçmiş 3 temel öngörüsü vardır: Standartlaşma, pasif dinleme ve toplumsal uyum.

Kitle kültürü içinde karşıt simgesel pratikler olduğunu kabul etmeyen Adorno’ya göre mekanizasyon sanatın kökenini gözden saklamakta, insanları kabalığa, saldırganlığa, şiddete ve egemen kurallara uymaya yönlendirmektedir. Adorno endüstrileşmeyle gelen standartlaşmadaki parçaların birbirinin yerini alabilmelerini ve sahte bireyselleşmeyi bir sorunsal olarak ele alır. Popüler müzikteki “parça değiştirilebilirliği” üretimin maliyetini düşürür; sahte bireycilik ise satışı çoğaltma gereğinden doğar. Adorno’ya göre, popüler müzikte müziksel iskelet/öz ya ayırdır, ya da parça değiştirilebilirliğine bağlıdır. Popüler müzikte görülen bir diğer özellik ise, mekanizasyonun bir parçası olarak tekrarlamadır. Aynı parçanın, aynı müziğin tekrar tekrar çalınması yanında, tekrarlama o denli ileri gitmiştir ki, sadece birkaç

cümleyi baştan sona kadar tekrarlayan ürünlere rastlanabilmektedir. Adorno’ya göre “kültür endüstrisi müzikte sahte bireyselleştirilmiş “oltalar” ve sürekli “yenilik” hayalleri yaratır. İşçiler bu uyuşmuş durumlarıyla, tükettikleri kültürel ürünle mücadeleliliği gösterecek ne eğilime, ne de kapasiteye sahiptirler. Dolayısıyla, ürün onlara tamamıyla önceden hazmedilmiş olarak gelir. Bu gereksinme müziksel homojenlik ve parça değiştirilebilirliğiyle karşılanır. Fakat bu homojenlik, aynılık, yenilik yanılması tutmak için saklanmak zorundadır. Ne kadar saklanırsa saklansın, her plağın uyarma gücü yavaşlaşır ve ortadan kaldırmayı amaçladığı bıkkınlığı/usanmayı yeniden yaratır. Bugün çok sevilenler yarın veya sonraki günlerde yerini başkasına terk ederler. Standartlaşma sadece katılımın ifadesi değil, aynı zamanda zevk kaynağıdır. Aranılan çoğunlukla yerleşmiş olandır, sunulan yerleşmiş olanın istismarıdır” (Alemdar ve Erdoğan 1994: 39). Kitlesele üretim teknikleriyle halinde üretilen müzik içinden çıktığı egemen ideolojiyi yayar. Bu müziğin ideolojisi egemen söylemle uyum içerisindedir. Popüler müzik kişinin kapitalizm altındaki yaşama uymasını kolaylaştırmaktadır. “Çünkü kültür endüstrisininin temeli konumundaki teknik rasyonellik, bugün egemenliğin rasyonelliğidir ve kendine yabancılaşmış bir toplumun gerçekliğidir” (Adorno ve Horkheimer 1996: 8).

Müziğin anlamı sadece bir farkına varma, örnek olarak başka bir parçayla özdeşleştirme biçiminde kavranamaz. Müzik bir çaba ve yoğunlaşma gerektirir. Oysa popüler müzik, kolay anlaşılabilir türler şeklinde standartlaştırılmıştır. Bütün daha algılama öncesi bilinmektedir. Müzik dinlemek pek önemli bir çabayı gerektirmez. Dinleyici müziksel deneyimin gerçekleşeceği bazı modellere şartlanmıştır. Bütün değil, tarz ve ritm önemlidir. Daha önceki müziksel deneyimlere bağlantı önemlidir. Müziğin anlamını kabullenmeyle sonuçlanan bir farkına varma şeklinde kavranır. En iyi, en başarılı müzik sürekli tekrar edene uyumlu olandır. Müzik toplumsal bilinç üzerinde uyutucu bir etki bırakır. Günlük yaşamda sürekliliği güçlendirir ve şeyleşmiş yapısı unutkanlığı teşvik eder (Dellaloğlu, 1995: 70).

Adorno’nun ikinci savı, popüler müziğin pasif dinlemeye yol açtığıdır. Kapitalist sistem altın-

da, iş hayatının yoğun ve baskıcı ortamında çalışan bireyler, rahatlamak, sıkıntılarını hafifletmek ve işlik-dışı hayatını renklendirmek amacıyla bazı fantazyalara başvurmaktadır. Kültür endüstrisi de, bireyleri günlük hayatın monoton sıkıcılığından kurtarmak için çeşitli eğlenciler üretmekte ve halkı bu metalarla özdeşleşmeye teşvik etmektedir. Bu süreç içerisinde, yüksek kültür ürünleriyle sıradan halkın özdeşleşmesi çok kolay olmamaktadır. Bunun için tüketilmesi kolay ve çok çaba gerektirmeyen, aynı zamanda da pahalı olmayan popüler kültür ürünleri -ki belki de en çok müzik- kitlelerin sıkıntılarını hafifletmek ve onları eğlendirmek işleviyle toplumsal dizgede konumlanmaktadır. Popüler müzik her yerde dinlenebilir; fabrikada, okulda, yolda, işte vb.; tüketimi kişiyi yormaz, algılaması kolaydır ve sistem altında çalışan bireylerin kaçış ihtiyacını giderir. Popüler müziğin tüketimi daima pasif ve sonsuz tekrara dayalıdır ve sistemi ve bireyi zorlamadığı için, tam da Marksist teorisyenlerin belirttiği gibi, “uyuşturucudur” .

Adorno'nun üçüncü iddiası ise popüler müziğin sosyal bir çimento (güçlendirici) olduğudur. Popüler müziğin sosyo-psikolojik işlevi müziğin tüketicilerin günlük hayatının düzenine fiziksel olarak uyumunu gerçekleştirmektir. Bu uyum kitle davranışının sosyo-psikolojik biçiminin iki türünde kendini gösterir; ritmik olarak itaatli tür ve duygusal tür. Birincisi, tüketicinin kendi sömürü ve baskı ritminin oyalanması doğrultusunda işler. İkincisi ise hayatın asıl koşullarından habersiz duygusal bir sefalet kapılır (Storey 2000: 113). Belirli bir formül bir kez tuttu mu, kültür endüstrisi bunu tekrar tekrar kullanmakta ve “tüketinceye” dek piyasaya bu aynı ürünün benzerlerini sürmektedir. Sonuçta müzik bir tür toplumsal bir güçlendirici ve “eğlenceye yol açarak halka anlak zevk veren, aynı zamanda zevki ve estetiği belirleyen” (Adorno 2002: 30) bir olgu olarak işlev görmektedir. Bu tarzda “güçlendirilmiş ve mayalanmış” toplum “atomize” bir yapıya sahip olmakta ve iktidar tarafından rahatlıkla yönlendirilmektedir.

Ekonomi-politikçiler Marksist altyapı/üstyapı eğretilmesini kullanarak, ideolojinin ekonomik altyapı tarafından belirlenen bir üstyapı kurumu olduğunu belirtirler. Bu bağlamda metalaşmış hiçbir ürün, varolduğu sistemin ekono-

mik koşullarından bağımsız düşünülemez. Ekonomi-politik yaklaşımına göre, bu konumlanma eserlerin söylemleri ve ideolojileri açısından da mutlak belirleyici olmaktadır. Leon Rosselson'un savı buna tipik bir örnektir: “Müzik dünyası, diğer icra sanatlarından daha fazla, para babalarının ve öte yandan medyanın ahlaki sansürünün hakimiyeti altındadır. Diğer seslerin kendilerini duyurması çok zor, hatta şu anda (1979) olduğu gibi imkansızdır. Şarkıların özgürce sunulduğu yanılması yaşıyoruz... gerçek, şarkıların büyük iş organizasyonlarının özel mülkü olduğudur. Müzik endüstrisi, dinleyiciye ondan dinlemesini istemek istediğini verir. Yani bir şeyin nasıl üretildiği, onun tüketim biçimini belirler. Müzik endüstrisi kapitalist bir endüstridir. Bu yüzden ürettiği ürünler kapitalist ürünlerdir. Yani bu ideolojinin mağdurlarıdır” (Storey 2000: 113).

POPÜLER MÜZİĞE ÖZGÜRLÜKÇÜ YAKLAŞIMLAR

Frankfurt Okulu ve Marksist teorisyenler bireylerin, ideoloji karşısındaki konumu konusunda son derece karamsardır. Bu görüşe göre, kültür endüstrisi ve devletin ideolojik aygıtları farklı stratejilerle “rızaı üretirler” ve bu ideolojik yönlendirmeyi gizlerler. Bu “doğallaştırma”nın ardından ideoloji kitlelerin bilinçlerinde ve gündelik alışkanlıklarında yeniden üretilir. Ama hegomanyanın özünde istikrarlı olmayan doğası bu analizlerde gözden kaçırılmaktadır. Hegomanya, devamlı olarak yeniden müzakere edilmekte, pazarlık konusu olmakta ve yeniden kurulmak zorundadır. Kültürel Çalışmalar, tahakküm güçleri üzerindeki bu odaklanmayı genişletir ve bizi metinlerin ideolojik tutarlılıklarındaki çelişkilere bakmaya teşvik eder. Kültürel Çalışmalar ve Liberal Çoğulcular'a göre “Eğer bir metin popüler olacaksa ve niyet edilen okurlarına doğru biçimde seslenecekse, başat ideolojinin sesinin içerdiği gibi bu okurların muhalif toplumsal konumlarının bazı göstergelerini de içermek zorundadır. Bu tür çelişkiler olmazsa, hedef alınan okurlar kendilerine seslenildiğinin farkına varmayabilirler; böylece çağrı reddedilecek ve iletişim gerçekleşmeyecektir” (Fiske 1999: 26). İkincil, bağımlı sınıfların, hegomonik söyleme sistem-içi muhalefeti ve okurların çağrıldıkları metin karşısındaki konumu İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'nun öncülüğünde, 70'li yıllardan

itibaren akademik alanda tartışılmaya başlanmıştır. Kültürel Çalışmalar özellikle popüler metinlerinin yapısını çözümleyerek bunların tahakküm sistemlerini sürdürmedeki rolünü ortaya koymakla ilgilenmiştir. Kültürel Çalışmalar Raymond Williams ve Stuart Hall'ın çalışmaları doğrultusunda kitlelerin “atomlaşmış” bireylerden oluşan, edilgin bir topluluk olduğunu varsayan kitle toplumu kuramının doğruluğunu sorgulayarak, sistem içinde tüketicilerin de direnme olanaklarını işaret etmiştir.

Stuart Hall ve Pady Whannel'in çalışmalarına göre “popüler müzik endüstrisinin masum gençleri sömürdüğü” görüşü fazlaca basittir. Çünkü dinleyicinin, bir metin ya da pratiğin kullanılması ile metni üretenin onu kullanması arasında çoğu zaman çelişki vardır. Ve “her ne kadar bu çelişki belirli olarak gençlerin eğlence alanında belirlenmiş olsa da, aslında, kitle eğlencesinin tüm sahasında belli derecede varolan ortak bir çelişkidir. “Altkültürel müzik dinlemek belki de müziğin en aktif biçimde tüketimidir. Müziğin tüketimi bir alt kültürün, kendini diğer toplum üyelerinden ayırarak kimliğinin geliştirdiği ve kültürel olarak kendini yenilediği araçlardan biridir. Bu, müzik endüstrisinin gücünü (ekonomik ve kültürel) tanımak amacıyla yapılan bir reddetme süreci değil, bütün ticari popüler kültür alanlarında olduğu gibi, pop müzik alanının da çelişkilerle dolu olduğunu iddia etmektir” (Storey 2000: 119). Bu bağlamda, kitlesel üretimin bir sonucu olarak üretilen bir popüler müzik ürününü dinlemek, elbette kitlesel bir eylemdir; fakat alımlama sürecinde okur (izleyici) kendi anlamlarını kendi oluşturarak egemen söylemin tahakkümünü kabul etmeyebilir.

Popüler kültür alanına önemli katkılar sağlayan John Fiske'e göre popüler kültür, “her zaman kendisini denetlemeye çalışanlar için güç koşullarla çevrili bulunan dağlık bir bölgedir. Popüler kültür, tabiler ile güçsüzlerin kültürüdür, içinde iktidarın elinde bulundurduğu güce karşı direnmenin ve bu güçten sıyrılmanın izlerini taşır. Popüler kültür kendi içinde çelişkilidir” (Fiske 1999: 15). Popüler kültürün olumlu ve yararlı özelliklerine değinen John Fiske sıklıkla, popüler kültürün direnişçi öğelerine ve halkın bilinçli seçimine vurgu yapmakta ve popüler kültür'ün, “kültür endüstrisi tarafından değil, halk tarafından oluşturuldu-

ğunu” (Stevenson 1996: 89) ileri sürmektedir. Bu bağlamda müziğin de popüler olabilmesi için sahte ihtiyaçlar yaratmak yerine halkın varolan ihtiyaçlarını karşılayıp onu tatmin etmesi gerekmektedir; dolayısıyla bu iletişim sürecinde halk da en azından kültür endüstrisi kadar belirleyici bir konumda bulunmaktadır. Müzik endüstrisi, belki müziğin üretim koşullarını belirleyip kontrol edebilir; fakat asla müziğin nasıl kullanılacağını ve kullanacak olanların ona yükleyeceği anlamları belirleyip kontrol edemez.

Marxist teorisyenler “daha çok nicelik, daha az nitelik” yaklaşımı doğrultusunda bütün popüler ürünleri ideolojik olarak eşitlemektedirler. Oysa Terry Lovell'a göre, “popüler kültürün yarattığı ürünler (popüler müzik de dahil) onu kullanan ve satın alan bireyler için, onu üretilen satan kapitalistlerden farklı bir kullanım değerine sahiptir. İnsanların bu insan yapımı kültürel ürünleri satın almadaki amaçları, burjuva ideolojisine mahkum olmak değil, çeşitli istek ve arzularını doyurmaktır; bu istek ve arzuların varlığı ancak analiz ve inceleme işlemlerinin yokluğunda tahmin edilebilir. Kültürel ürünün tüketicisi için kullanım değerinin bir burjuva ideolojisi olarak kapitalizme faydalarıyla beraber var olabilmesinin bile garantisi yoktur” (Storey 2000: 117).

Popüler müziğe olumlu yaklaşımların temel tezi, kitlelere ulaşan şarkıların alıcıların belleğinde, kendi öncelikleri doğrultusunda yeni anlamlara ulaşması ve bu anlamlandırma sürecinde kültür endüstrisinin hedefinin her zaman gerçekleşmeyeceğidir. Hiç şüphesiz müzik endüstrisi muazzam bir ekonomik ve kültürel güce sahiptir. Ama bu durum tüketicinin mutlak güçsüzlüğü anlamına gelmemektedir. Simon Frith'in belirttiği gibi, “piyasaya sürülen tüm kaset ve CD'lerden yalnızca yüzde onu (yaklaşık) para kazandırmaktadır” (McGregor 2000: 22). Müzik endüstrisi, pasif bir pazara dayatmada bulunmaktan ziyade, dinleyicilerin müzik zevklerini kontrol etmekte mutlak belirleyici olamamanın sıkıntılarını yaşamaktadır. Çünkü daima ürünün değişim değeri (ekonomik değer) ile kullanım değeri (kültürel değer) arasında bir fark bulunmaktadır. Müzik endüstrisi, değişim değerini belirleyebilmekte; ancak kullanım değeri konusunda söz öncelikle tüketicilerin olmaktadır. “Çünkü popüler kültü-

rün akış yatağında, kültür endüstrisinin belirleyici gücüne rağmen, hala bir doğallık, bir kendiliğindenlik de işleyebiliyor; el yordamıyla hazırladığı şarkı hit olan müzisyen, ikinci albümünde daha profesyonelce çalışıyor ama aynı başarıyı elde edemiyor” (Kozanoğlu 2003).

Popüler müzikle ilgili olumlu bir başka açı da kaliteyle popülerlik arasında bir bağlantının varolmasıdır. Zamanımızın en iyi şarkı yazarları olan Beatles ve Bob Dylan’ın aynı zamanda en sevilen, tartışmasız ölçüde popüler olmaları bir rastlantı değildir. Onların şarkıları milyonlarca insan tarafından çalınmış, söylenmiş ve dinlenmiştir. London Observer’ın müzik eleştirmeni olan Tony Palmer, bir keresinde Lennon ve McCartney’i Schubert’ten günümüze yaşamış en iyi şarkı yazarı olarak nitelemiştir. Eğer bazı Marksist eleştirenlerin dediği doğru olsaydı, bu sanatçılar milyonlarca kişinin hayranlığını kazanamazlardı. Bu sanatlarda da çoğu zaman en iyi sanatçılar en popüler olanlardır. Kalite arayışı sizi bir azınlığa hitap etmeye mahkum etmez ama sizi o yöne doğru çekebilir (McGregor 2000: 29).

Popüler müziğe olumlu yaklaşanların bir diğer önemli tezi, popüler kültürün dolayısıyla da popüler müziğin gündelik yaşamdan derin etkilenmeler taşıdığı ve dolayısıyla halkın kültürünü yansıttığıdır. Tüm sanatlar, özellikle de popüler sanatlar toplumsaldır. Bağrından çıktığı toplumu yansıtır, billurlaştırır ve onu yeniden şekillendirir: “Robert Johnson’un muhteşem gitar tekniğinin ardında, bu otantik seste sentezine ulaşmış üç yüz yıllık Afro-Amerikan kültürel tarihi vardır. Dünya bu müziği daha önce hiç duymamıştı, çünkü tanışmamıştı. Böylece bir kişinin çılgınlığı (hepimizin sesinde bir çılgılık vardır) hepimiz için bir sembol haline gelmektedir” (McGregor 2000: 38).

SONUÇ

Popüler müziğin ideolojisini tartışmak bir bakıma popüler kültürün ideolojisini tartışmak anlamına gelmektedir. Popüler müzik, popüler kültürün somutlaşmış biçimlerinden biridir ve tam da bu noktada bu tartışmaların göbeğinde yer alması kaçınılmazdır. Popüler kültürün ideolojisi konusunda ana hatlarıyla iki görüş

bulunmaktadır. Birincisi popüler kültürü Marksist açıdan okuyan eleştirel yaklaşım, diğeri de Kültürel Çalışmalar kökenli ve bireyin seçme özgürlüğüne vurgu yapan özgürlükçü yaklaşımlar. Eleştirel yaklaşıma göre popüler kültürün içinde özellikle “Eğlence Endüstrisi” teziyle işaret edilen ve son derece ideolojik, hegemonyayı pekiştirici öğeler bulunmaktadır ve popüler kültür günümüzde hayatın her alanı gibi metalaştırılmaktan izole edilmiş alanlardan biri değil; aksine hem metalaştırılmış hem de kitlelerin duygularının şekleşmesine olanak sağlayan bir oluşumdur. Günümüzde popüler kültür geniş ölçüde, kitle kültürü tarafından kuşatılmakta ve kitleleri eğlendirirken onların toplumsal dizgedeki konumlarını unutmalarını sağlamak ve sistemin olumsuzluklarını fark etmeden oyalanmaları sağlamak amaçlanmaktadır. Popüler kültür, egemen sınıfların ideolojisiince güdümlenir ve alt grupların kültüründeki muhalif yanı içselleştirip, edilgenleştirir. Popüler kültür’ün belirsizlik ve çelişkilerle dolu yapısı zaman zaman farklı direniş biçimlerine olanak sağlasa bile, ağırlıklı olarak, toplumsal iktidarı kitlelerin bilincinde yeniden üreten bir konumlanmada olduğu ileri sürülebilir.

Kültürel Çalışmalar ve onların özgürlükçü yaklaşımını takip eden çoğulcu teorisyenler ise, kaynağını Gramsci’den alan Hegomanya kavramına ve özünde istikrarlı olmayan doğasına vurgu yapmaktadırlar. İktidar hegomanya yolu ile rızayı/ortak duyuyu üretir ama bu durum devamlı olarak yeniden müzakere edilmekte, pazarlık konusu olmakta ve yeniden kurulmak zorundadır. Kültürel Çalışmalar, tahakküm güçleri üzerindeki bu odaklanmayı genişletir ve bizi metinlerin ideolojik tutarlılıklarındaki çelişkilere bakmaya teşvik eder. Bu bağlamda müziğin de popüler olabilmesi için sahte ihtiyaçlar yaratmak yerine halkın varolan ihtiyaçlarını karşılayıp onu tatmin etmesi gerekmektedir; dolayısıyla bu iletişim sürecinde halk da en azından kültür endüstrisi kadar belirleyici bir konumda bulunmaktadır. Müzik endüstrisi, belki müziğin üretim koşullarını belirleyip kontrol edebilir; fakat asla müziğin nasıl kullanılacağını ve kullanacak olanların ona yükleyeceği anlamları belirleyip kontrol edemez.

Kısacası popüler müzik, popüler kültür gibi, içinde olumlu ve olumsuz öğelerin bulunduğu,

belirsizlik ve çelişkilerle dolu bir bütündür. İçinde direnmenin ve tahakküm altına alınmanın derin izlerini taşır. Bu bağlamda modern toplumlarda rock müziğin konumu tam anlamıyla bu belirsizliği ve çelişkiyi yansıtmaktadır: Rock müzik bir yandan sistem karşıtı, ahlakçı, insancıl ve yabancılaşmayı imleyen bir tutum benimserken, diğer taraftan apolitik, hedonist, saldırgan, seks taraftarı, “araçsallaşmış” ve yabancılaşmayı pekiştiren sözde muhalif bir tavır arasında savrulup durmaktadır. Popüler müziğin çelişkileri, şüphesiz ki popüler kültürün karmaşık yapısından kaynaklanmaktadır. “Popüler kültür, son analizde, neredeyse hayat kadar karmaşık, bitimsiz. Böyle bir şey karşısında ne karamsar olunur, ne iyimser. Bugün, 'atmosfer' gibi, onun içindeyiz ve onunla birlikte varolacağız, 'hayatın niteliği'ni onun içinden çekip çıkaracağız” (Belge 2003). Bu bakımdan net bir şekilde özgürlüktür ya da pasifize edicidir diyerek kategorize etmek bir çok açıdan, farklı sakıncaları beraberinde getirmektedir. Kapitalist üretim ilişkileri eserlerin ideolojik yapılanmasını belirler fakat bireyler de kendilerine sunulan ürünler karşısında edilgin konumda değildirlir; burada temel nokta seçme hakkıdır; fakat bu seçme hakkının ne kadar bireysel ya da toplumsal olduğu ve bu “bireysel görünümlü” edimin ne kadar iktidar güdümünde olduğu, belki de hiçbir sosyal bilimcinin ulaşamayacağı kadar derinlerde saklıdır.

KAYNAKLAR

Adorno TW ve Horkheimer M (1996) Aydınlanmanın Diyalektiği, Oğuz Özügül (çev), Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Adorno T (2002) On The Fetish Character In Music and the Regression of Listening, The Culture Industry (Selected Essays On Mass Culture), J.M.Bernstein (ed), Routledge, London – New York.

Alemdar K ve Erdoğan İ (1994) Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayınları, İstanbul.

Ali F (1980) Müzikte Çağdaşlık Üzerine, Milliyet Sanat Dergisi, İstanbul, Haziran 1980.

Belge M (2003) Artık Her Şey Pop, Popüler Kültür Gazetesi, 10.10.2003.

Chaney D (1999) Yaşam Tarzları, İrem Kutluk (çev), Dost Yayınevi, Ankara.

Dellaloğlu B (1995) Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum, Bağlam Yayınevi, İstanbul.

Erdoğan İ (1997) İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

Eroğan İ (1999) Popüler Kültür, Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele, Popüler Kültür ve İktidar, Nazife Güngör (der), Vadi Yayınları, Ankara.

Fiske J (1999) Popüler Kültürü Anlamak, Süleyman İrvan (çev), Ark Yayınevi, Ankara.

Kaygısız M (1999) Başlangıcından Bugüne Müziğin Gelişimi, Kaynak Yayınları, İstanbul.

Kozanoğlu C (2003) Garantili Mania Olur mu?, Milliyet Popüler Kültür Gazetesi, 23.10.2003

Lefebvre H (1998) Modern Dünyada Gündelik Hayat, Işın Gürbüz (çev), Metis Yayınevi, İstanbul.

Mc Gregor C (2000) Pop Kültür Oluyor, Gürol Özferendeci (çev), Çiviyazıları, İstanbul.

Mutlu E (2002) Pop Müzik, Gündelik Hayat ve Sol, Radikal 2, 3 Mart 2002.

Oktay A (2001) Gündelik Hayat ve Popüler Kültür, Radikal Gazetesi, 18 Şubat 2001.

Oskay Ü (2001) Müzik ve Yabancılaşma, Der Yayınları, İstanbul.

Oskay Ü (1982) Çağdaş Fantazy, Ayko Yayınları, Ankara.

Öcal D ve Telan T (2000) Popüler Müzik Endüstrisinin İlettikleri, Medya ve Kültür, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, 3-5 Mayıs, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi.

Rowe D (1996) Popüler Kültürler, Mehmet Küçük (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Stevenson N (1996) Understanding Media Cultures, Sage Publishing, London.

Storey J (2000) Popüler Kültür Çalışmaları, Koray Karaşahin (çev), Babil Yayınları, İstanbul.

Uğur A (1991) Keşfedilmemiş Kıta, İletişim Yayınevi, İstanbul.