



International Journal of Social Sciences

ISSN: 2587-2591

DOI Number: <http://dx.doi.org/10.30830/tobider.sayi.9.7>

Volume 5/2 Fall

2021 p. 114-133

TÜRK MÜZİĞİ DİNLEME KÜLTÜRÜNÜN GÜNÜMÜZ Z KUŞAĞI NESLINE AKTARILMASINA DAİR BİR ÖNERİ

A SUGGESTION REGARDING THE TRANSFER OF TURKISH MUSIC LISTENING CULTURE TO TODAY'S GENERATION Z

Hakan Emre ZİYAGİL*

ORCID iD: 0000-0002-2981-2497

ÖZ

Türk müziğinin yeni kuşaklar arasında yaygınlaştırılması oldukça önemlidir. Bu durum, gerek Türk müziğinin unutulmaması gerekse kültürel müzik mirasımız açısından önem teşkil etmektedir. Bu çalışma kapsamında Z kuşağının, müzik dinleme alışkanlıkları ile Türk müziği dinleme konusuna dair bazı yaklaşımlara yer verilmiştir. Araştırmalar dâhilinde, Z kuşağının vazgeçilmezi olan internet (sosyal medya, müzik uygulamaları, müzik platformları vs.) kullanımına ilişkin istatistiksel bilgiler ışığında önerilerde bulunularak ebeveynlerin tutumları ve nasıl bir yol izlemeleri gerektiği konusunda bilgilere yer verilmiştir. Aynı zamanda devlet tarafından yapılacak bazı yaptırımlar sayesinde Türk müziğinin belli oranlarda yayılması şartının da uygunluğu tartışılmıştır.

Bu çalışma kapsamı dâhilinde, Kültür, popüler kültür ve popüler müzik üçgeninde oluşan kavramlar arasında Türk müziğinin yerine dair bulgular, ele alınarak, Z kuşağının hızlı tüketime dayalı müzik dinleme alışkanlıkları içerisinde Türk müziği eserlerinin bu sisteme nasıl dâhil edileceği hakkında bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin 2018 ile 2021 yılları arası internet kullanımı oranına, iletişim araçları ve sosyal medya ağlarında geçirilen süreler ortaya konulmuş, Türk müziği eserlerinin

* Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Türk Musikisi Devlet Konservatuvarı, Türk Müziği Bölümü, E-mail: hakanemreziyagil@gmail.com.

(sözlü/sözsüz) nasıl bir eylem planı ile yayınlanması gerektiği hakkında bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın, Z kuşağına ait müzik dinleme alışkanlıkları ve Türk müziği eserlerini dinleme alışkanlıklarının incelenmesiyle birlikte, araştırma kapsamına yönelik somut ve ayrıntılı verilerin de elde edilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırmada konuyla ilgili verilerin toplanması amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden tarama (Survey) modeli kullanılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan veriler betimsel analiz yönteminden yararlanılarak yorumlanmış ve bu bağlamda çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Z kuşağı, Türk Müziği, Müzik Dinleme Alışkanlığı, İnternet ve Müzik.*

ABSTRACT

It is very important to popularize Turkish music among new generations. This situation is important both for not forgetting Turkish music and for our cultural musical heritage. Within the scope of this study, the music listening habits of the Z generation and some approaches to the subject of listening to Turkish music are included. Within the scope of the research, suggestions were made in the light of the statistical information on the use of the internet (social media, music apps, music platforms etc.), which is indispensable for the Z generation, and information about the attitudes of the parents and what method they should follow were included. At the same time, the appropriateness of the condition of broadcasting Turkish music at certain rates with some sanctions to be made by the state was also discussed.

Within the scope of this study, the findings on the place of Turkish music among the concepts formed in the triangle of culture, popular culture and popular music are discussed. Thus, information about how Turkish music works will be included in this system within the fast consumption-based music listening habits of the Z generation has been mentioned. In addition, the rate of internet usage in Turkey between 2018 and 2021, the time spent on communication tools and social media networks are revealed, and information is given about how Turkish music works (verbal/nonverbal) should be published with an action plan. It is thought that this study will contribute to the acquisition of concrete and detailed data for the scope of the research, together with the examination of the music listening habits of the Z generation and the listening habits of Turkish music works. In this study, scanning model, one of the qualitative research methods, was used to collect data related to the subject. The data obtained as a result of the research were

interpreted by using the descriptive analysis method and various suggestions were made in this context.

Key Words: *Generation Z, Turkish Music, Music Listening Habits, Internet and Music.*

GİRİŞ

Kültür kavramı, bir toplumun öz benliği ve içerik yapısı bakımından oldukça önemli bir yere sahiptir. Kültür olgusunu Türk Dil Kurumu (TDK); “*Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddî ve manevî değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin.*” şeklinde ifade etmiştir (Url 1, 2021). Bu tanım içerisinde de görüldüğü üzere “...sonraki nesillere iletmede kullanılan...” ifadesi, bu araştırma kapsamı açısından odak teşkil etmektedir. Diğer yandan bakıldığında ise kültür aktarımının en önemli dallarından biri olan “*müzik ile aktarım*” karşımıza çıkmaktadır ki bu konuda TDK’nin ikinci bir tanım olarak bizlere sunmuş olduğu; “*Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü.*” ifadesi kültür ve aktarım konularında belirleyicilik sağlamaktadır (Url 1, 2021).

Yüzyıllar boyunca nesil olgusu göz önünde bulundurulduğunda her döneme ait farklı kuşakların ortaya çıktığı dikkati çekmektedir. Bu farklı kuşaklar, mevcut buldukları dönemlerin içinde var olan ekonomik, siyasî, eğitim ve teknolojik gelişmelerin etkisinde kalarak kendi karakteristik özelliklerini oluşturmaktadırlar. Bu özelliklerin meydana gelmesiyle birlikte mevcut buldukları döneme ait kuşakların müzik dinleme alışkanlıkları da değişime uğramakta ve bu durumla beraber her ne kadar kuşaklar arasında farklılık göstermiş olsa da sonuçta kendi öz kültürlerine ait müziklerin dinlenmesi açısından ne yazık ki yozlaşmaya yol açmaktadır. Müzik kavramı yalnızca bir ihtiyaç sonucu ortaya konan ve tüketime uğrayan bir kulvar değil, aynı zamanda toplumları oluşturan kültür yapılarının bir sonraki nesillere aktarılmasını sağlayan önemli bir iletişim aracıdır (Efe ve Sonsel, 2019: 976).

Bu yozlaşmanın en büyük sebeplerinden biri de popüler kültür olgusunun kuşakların içinde kendini var etmesidir. Müzik dinleme alışkanlığı da aynı yenilecek olan

yemek seçimi gibi popüler kültür materyalleri olarak kaşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda popüler kültür materyalleri (ürünleri), o döneme ait bakış açısını, gündemi belirlemede yaratma gücünü ve ortak fikirlerin (söylemlerin) ifade edilmesi bakımından önem teşkil etmektedir (Özdemirci, 2017).

Kuşak kavramı tarihsel süreç içerisinde aktarımın en önemli halkalarından biri olarak bilinmektedir. Kuşaklar kategorize edilecek olursak 5 ana başlık altında ele alınabilir. Bunlar tarihsel sıralamaya göre; Sessiz (1925-1945), Bebek Patlaması (1946-1964), X (1965-1979), Y (1980-1999) ve Z (2000 ve sonrası) olarak gruplandırılmaktadır (Ünür ve Tunar, 2021). Bu kuşaklar arasında şu an içerisinde bulunduğumuz Z (2000 ve sonrası) kuşağının, geleneksel Türk müziği dinleme konusunda nasıl bir yol izleneceğine dair bazı öneriler, bu çalışma kapsamında verilmeye çalışılacaktır.

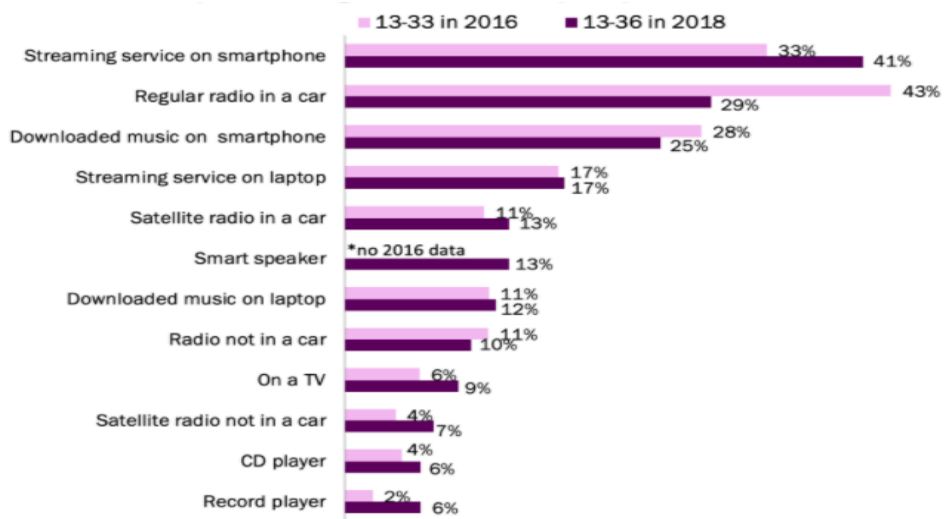
Z Kuşağı ve Müzik Dinleme Alışkanlıkları

Günümüz gençlerinden oluşan Z kuşağının başlangıç tarihleri konusunda birkaç farklı görüş ve çalışma vardır. Bu görüşlerden bazıları Z kuşağını 1994 yılından başlatırken bazı çalışmalar da 2000’li yıllardan başlatmaktadır (Yüksekbilgili ve Akduman, 2015, s. 425). Bu araştırma kapsamında 2000’li yıllar ve sonrasında doğanların Z kuşağını oluşturduğu temel alınmıştır. Şu an Z kuşağını oluşturan gençlerin en belirgin özellikleri, teknolojiyi kullanma ve sosyalleşmeleridir. Bu sosyalleşmeyi ise dijital platformları kullanarak elde etmektedirler. Bu durum, aynı zamanda bilgiye hızlı erişimi ve satın alma sistemini de hayatlarında var etmektedir (Gündüz ve Pekçetaş, 2018, s. 95; Taş vd., 2017, s.1036; Göktaş ve Çarıkçı, 2015, s. 9; Altuntuğ, 2012, s. 206).

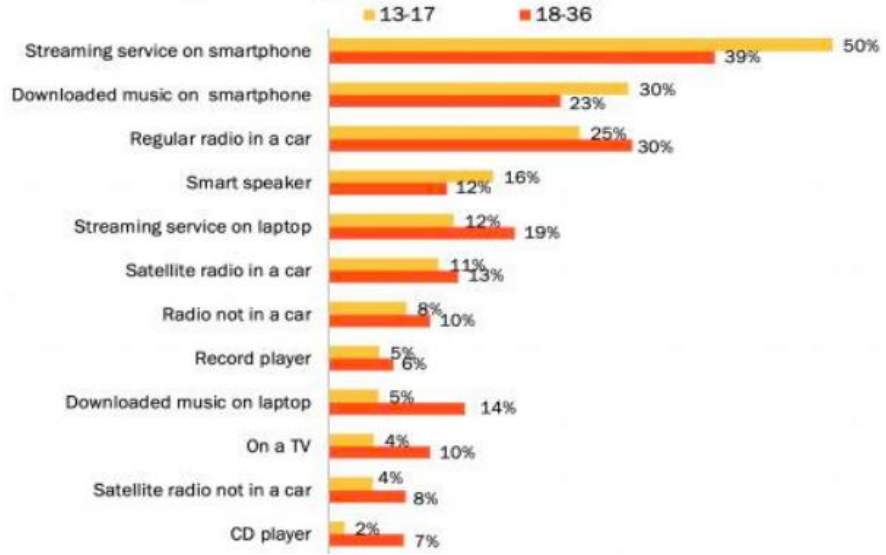
Z kuşağı, günümüzde birden fazla işi aynı anda uygulayanlar olarak addedilebilir. Bunun nedeni ise Z kuşağının, dijitalleşen sistem ve yaşamı kavramalarıdır. Bundan dolayı Z kuşağının teknoloji ürünlerinin (taşınan, giyilebilen, portatif vs.) birçoğunu hayatlarının odak noktalarına koydukları söylenebilir (Senbir 2004, s. 27-28; Williams, 2010, s 12). Z kuşağına dair tanımlamalar oldukça fazla olmasına rağmen en yakın genel kanı şu şekilde söylenebilir:

“Milenyum civarında doğmuş, internetsiz bir dünyayı tanımayan, sosyal ağları aktif kullanan ve asıl iletişim kanalı olarak kabul eden, küresel dünyadan haberdar, esnek düşünebilen, farklı kültürlere toleranslı, elektronik cihazlara karşı gelişmiş becerileri olan, hızlı karar verebilen, duygusal yetersizliklere sahip gençlerdir.” (Nangy, 2012, s. 9-11).

Günümüzde hızlı erişim ve internetin gücünü en iyi kullananlar arasında Z kuşağı gelmektedir. Bunun ana nedenlerinden biri de cep telefonları ve internet tabanlı yazılımların yaygınlığıdır. Bu yazılımlar arasında müzik programları (Spotify, Itunes, Deezer vb.) başı çekmektedir. Bundan dolayı artık CD’lerin yerini cep telefonlarında var olan bu programlar (müzik uygulamaları) devralmıştır. Bu durum, Z kuşağının hem hızla müzik ağına erişme hem de diledikleri müzik tarzına ulaşmaları adına kolaylık sağlamaktadır. Kısacası bu kuşak, internet ve mobil (cep telefonu, tablet) ikilisini hayatlarının tam ortasına koyarak bağımlılık derecesinde yaşamaktadır. Z kuşağının 2016 ile 2018 arası ve 2018 sonrası kullanmış oldukları aygıtlar ve internet alışkanlıkları aşağıda Tablo 1 ve Tablo 2’de detaylıca gösterilmiştir.



Tablo 1. Z Kuşağının 2016 – 2018 Yılları Arası Müzik Dinleme Alanları (Url 2)



Tablo 2. Z Kuşağının 2018 Sonrası Müzik Dinleme Alanları (Url 2)

Yukarıda gösterilen tablodan da anlaşılacağı üzere ağırlıklı olarak akıllı telefonların (smartphone) öncülüğü göze çarpmaktadır. Özellikle 13 ile 17 yaş arasındaki Z kuşağı genç bireylerin, %50 oranla ilk sırada yer alarak akıllı telefonları ne denli aktif kullandıkları görülmektedir. Yine aynı yaş grubu (13-17) bireyler %30 oranında akıllı telefonlarından müzikleri telefona indirerek müzik dinleme alışkanlık seviyelerini ortaya koymaktadır. 2016-2018 yılları arasındaki akıllı telefon kullanma oranları dikkate alındığında, Z kuşağının müziği internet üzerinden dinleme alışkanlıkları (13-33 yaş arası) %33 iken bu oran, 2018 ve sonrasında %50 ve üzerine çıkmaktadır. Buradan da görüldüğü üzere her yıl teknolojinin hızla gelişmesi ve akıllı telefonlara olan ulaşımın daha kolay olması nedeniyle müzik dinleme oranı artışı da paralellik göstermektedir.

Z kuşağının kullandıkları dijital aygıtlar göz önüne alındığında, farkındalığı yüksek ve istediği müzik türünü dinleme kapasiteleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda dinledikleri müzikler, farklı içerikleri barındıran ve farklı değerlendirme biçimlerini ortaya koyan bir yaklaşım içerisinde tecrübe ettikleri bir deneyimi de meydana getirmektedir (Rana ve North, 2007, s. 59). Z kuşağının dinlemiş olduğu müzik türleri ne olursa olsun kendi aralarında etkileşime girerek o müziğin yayılmasını sağlamaktadırlar. Bu yüzden günümüzde yapılan çoğu albümler, besteler vb. bu kuşağın zihnine hitap eden detayları barındırmaktadır. Bu detaylar, söz ve müzik bakımından bazen uyumsuz olsa da akılda kalıcı basit melodilerin tekrarları hâlinde sunulmaktadır. Bu tarz şarkıları yapan çoğu müzik

firması, Z kuşağının bu özelliğinden oldukça faydalanmaktadır. Dolayısıyla yapılan bu parçalar ne kadar basit olursa olsun önemli olan sosyal medya ya da dijital iletişim ağında, gerek reklam yoluyla gerekse farklı yönlendirmelerle, yaptıkları şarkıların bireylerin önlerine çıkmasını sağlamaktır. Aynı zamanda Z kuşağının ruh hâline uygun parçaları da müzik üreticileri belirleyerek onlara uygun müzikleri yapma çabasını taşımaktadırlar. Burada tamamen ticarî bir müzik sektörü söz konusu olduğundan ne yazık ki bu yönüyle üretilen müzikler kültürel bir değer taşımamaktadır. Bu bağlamda ortaya konan müziğin, her an gelişen sanayinin ticarî kaygılarıyla üretilmekte olduğu söylenebilmektedir (Uluçay, 2018, s.142).

Türk Müziği Dinleme Kültürünün Z Kuşağına Aşılması

Müzik dinleme olgusunu oluşturan birçok etmen vardır. Bunlar arasında yaşadığımız çevre ve iletişimde olduğumuz bireylerin etkisi oldukça fazladır. Ayrıca insanların müzik dinlemeyi tercih etmelerinin en bilinen nedenleri arasında ise eğlenme isteği, ruhsal durumları ve törensel amaçlar yer almaktadır (Johnson, 2004, s. 1161).

Yüksek teknoloji ile birlikte ortaya hızlı tüketen toplumlar çıkmaktadır. Bugün ortaya konan bir şarkı ya da albüm, saman alevi şeklinde ilgi görüp dinlenmekte ve sonrasında ise unutulmaya yüz tutmaktadır. Hızlı tüketim bu şekilde bir alışkanlık hâlini alarak Z kuşağı içerisinde giderek yayılmaktadır. Oluşan bu durumun olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak amacıyla kendi kültürümüzden olan eserler daha çok dinletilmeli ve bu alışkanlığı kazanmaya yönelik eylem planları yapılmalıdır. Kültürel mirasımız olan Türk müziğimizin günümüz gelişen teknolojik yapı içerisinde nasıl barındırılması gerekliliği mutlaka detaylıca işlenmelidir. Bugün Z kuşağından çoğu birey Türk müziğine dair çok az eser/şarkı bilmektedir. Hatta hemen hemen hiç Türk müziği dinlemeyen Z kuşağı gençlerine bile ne yazık ki rastlamak mümkündür.

Öncelikli olarak müzik dinleme kültürünün küçük yaşta verildiğini bilmekte fayda vardır. Bu konuda Kuyucu'nun şu ifadeleri anlam taşımaktadır:

“Müzikal beğeniye etkileyen faktörler dünya çapında yapılmış pek çok araştırmada incelenmiştir. Yapılan araştırmalarda müzikal beğeninin çocuklukta başladığı, 10 yaşından itibaren seçiciliğe ve 12 yaşından sonra sosyal çevrenin de etkisiyle müzikal beğenilere yer verildiği kabul edilmektedir. Yetişkinlik dönemine de etki edecek olan müzikal seçimin genelde 12-16 yaş arasında yapıldığı gözlemlenmektedir.” (Kuyucu, 2020, s.186).

Yukarıda verilen ifadelerden de anlaşılacağı üzere müzik beğenisi ve dinleme alışkanlıklarının yaş seviyesi 10’dur. Burada aile ve ebeveyn ilişkisinin önemi de ortaya çıkmaktadır. Öncelikli olarak aile fertlerinin kendi çocuklarına verecekleri dinleme alışkanlıklarını belirlemesi hayati değere sahiptir. Bundan dolayı ev ortamında dinlenecek olan müziklerin birincil olarak kendi kültürel mirasımız olan Türk müziği eserlerinden/şarkılarından oluşması, küçük yaştaki bir çocuğun kulak doygunluğu açısından önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte toplumu oluşturan bireyler, tercihler sonucu ortaya çıkan his durumunu sosyallikleri, zekânın gelişimi ve duyum mecrası ile birlikte dinleme sürecindeki aktiviteleri ve ruh hâlleri ile inşa etmektedir (Gürgen, 2016, s. 230). Bu konuda ebeveynlerin de bu anlamda bilinçlendirilmesi ayrı bir çalışma ve farkındalık gerektirmektedir. Dolayısıyla kendi kültürümüze ait müziklerin benimsenmesini ve tüm kuşaklara aktarılmasını istiyorsak mutlaka aile temelindeki müzik anlayışını da irdelemek yerinde olacaktır. Aksi hâlde büyüme çağındaki çocukların ev içerisinde duyamadığı bir müziği ileride dinlemesini beklemekte yersiz bir beklenti olacaktır.

Türk Müziği Dinleme ile Popüler Müzik Kültürü Arasındaki Çatışma

Günümüz Z kuşağında Türk müziği dinleme alışkanlığını negatif olarak etkileyen unsurlar arasında adına popüler müzik dediğimiz ve devamlı değişen bir yapı karşımıza çıkmaktadır. Popüler müzik ve buna bağlı ortaya çıkan sözlü parçalar, ilgili döneme ait ideolojik sistemi, hayata dair ortaya çıkan alışkanlıkları ve buna bağlı olarak da önemli olayların değer yargılarına ait izlerinin görüleceği bir metin özelliği taşıyabilmektedir (Paker, 2008).

Popüler kültür kavramını, araştırma kapsamımız olan Z kuşağı genelinde düşünmekte fayda olacaktır. Zira popülerlik her dönem ve bu dönemlere ait oluşan

kuşakların ortaya koyduğu alışkanlıklara göre evirilmektedir. Örneğin bugün Z kuşağı için popüler olan bir müzik, bir önceki Y kuşağına göre çok vasat olarak nitelendirilebilir. Bundan dolayı müzik anlamında popülerlik, belli bir dönem içerisinde fazla dinlenen müzikler için ortaya konan bir ifade olarak karşımıza çıkmaktadır. Bundan dolayı kuşaklar arasında devamlı değişen popüler müzik kavramı ise kendini göstermektedir. Popüler müzik ile popüler kültür arasındaki bağ ise bu anlamda etkilenmektedir. Bu bağlamda kültür olgusunu da şu şekilde açıklamak yerinde olacaktır:

“Toplumda yaşayan insanların bütün öğrendiklerini ve paylaştıklarını kapsayan bir kavram olup bilimlerin incelediği hemen her şey kültür tarafından biçimlendirilmiştir. Kültür, doğuştan gelen kalıtımsal bir özellikler değil, sonradan kazanılan öğrenilmiş özelliklerdir. Toplum her yeni katılan üye bunu öğrenerek geliştirir.” (Özkan, 2006; aktaran Çiftçi, s.150).

Kültür kavramından sonra *popüler kültür* olgusu karşımıza çıkmaktadır. Popüler kültürü en yaygın ifadeler ile açıklayacak olursak: Ani bir şekilde üretilip birden tüketilen, tarihi bir değeri olmayan, derinlik veya süreklilik arz etmeyen, elit bir bakış açısı taşımayan, normal insanların kendinde barındırmış oldukları kültürel özellikler olarak ele alınmasıdır (Solmaz, 2009). Kültür, popüler kültür ve popüler müzik üçgeninde oluşan müzik dinleme olgusu her anlamda kuşakları etkilemektedir. Günümüz Z kuşağında ise Türk müziği dinleme alışkanlıklarının düşük olmasının ana nedenlerinden biri de “kültür” kavramında bahsi geçen “*sonradan kazanılan öğrenilmiş özellikler*” cümlesi oldukça önem teşkil etmektedir. Sonradan kazanılan olgular ve öğrenilen davranışlar arasında kendi kültürümüzü ve mirasımızı yansıtan Türk müziği dinleme alışkanlığının yeterince kazandırılmamasından dolayı Z kuşağının bu müzikten mahrum bırakıldığını söylemek yerinde olacaktır. Dinleme konusu ve sunum (üretim) konusunda da oldukça mahrum bırakılan müzik alanlarından biri olan Türk müziği, Z kuşağını oluşturan gençlerin ne yazık ki dinleme listesine bu anlamda çok zor girmektedir.

Günümüzde ortaya konulan TV programlarının kültürel bir altyapı içerisinde olmayışının da Z kuşağının Türk müziği dinleme alışkanlıklarını negatif etkilediğini söylemek yerinde olacaktır. Bundan dolayı bilinçsiz bir şekilde izlenen programlarda olsun, medyada olsun gösterilenlerin doğru olarak algılandığı ve yanlış sonuçlara yelken açmasının

yanı sıra hızla gelişen teknolojinin de farkında olmadan kullanılarak doğal olmayan bir beğeni meydana getirilmektedir (Mc Gregor, 2000). Ortaya çıkan bu beğeniler anlık bir popülerlik içerisinde olsa da ne yazık ki kalıcı olamamaktadır. Bundan dolayı popüler kültür denilen kavram anlık tüketim olgusunu içinde barındıran bir sistemi gözler önüne sermektedir.

Z kuşağı gençlerinin, popüler kültür içerisinde oradan oraya savrulan beğenileri arasında Türk müziği dinleme alışkanlığını edinmesi bu bağlamda oldukça zor olmaktadır. Bu doğrultuda yapılacak olan bazı müzikal değişimler, Z kuşağının Türk müziğini dinleme alışkanlıkları adına bir gelişim olabilir. Bu değişimleri şu şekilde sıralamak ve açıklamak mümkündür:

a- Radyo ve TV müzik kanallarında dinlenen yeni nesil parçaların arasında Türk müziği eserlerinden yayınlanması

Bu madde ışığında ortaya konmak istenen asıl husus, güncel (popüler) parçaların devamlı üretildiği günümüz Z kuşağı döneminde dinleme listelerinde Türk müziği eserlerinin yer alması gerekliliğidir. Seçilecek olan Türk müziği eserlerinde, Z kuşağına yakın dönemden başlayıp daha klasik eserlere kadar uzanan bir liste oluşturulabilir. Burada asıl olan radyo ve TV’de yayınlanan müziklerin arasında hangi sıklıkla yayınlanacağı konusudur. Dinleyici kitlesinin Z kuşağı gençlerinden oluşması sebebiyle, ilk başlarda daha kısa süreli Türk müziği eserleri yayınlanarak kulaklarına ulaşması sağlanabilir. Yeni nesil (güncel, popüler) şarkılar çalındığında araya girecek olan Türk müziği eserlerinin önceden anons edilerek dinleyicilerin bilgilendirilmesi ve sonrasında tekrar güncel şarkıların devam edeceğinin söylenmesi yerinde olacaktır. Böylelikle dinlenen TV ya da radyo programı değiştirilmeden beklemeleri sağlanacaktır.

b- Yayınlanacak olan eserlerin bir kısmının sözlü, bir kısmının ise enstrümantal nitelikte olması ve bu sayede Z kuşağı açısından Türk müziği dinleme eşliğinin oluşturulması

Radyo ve TV’lerde yayınlanacak olan müziklerin arasına yerleştirilecek olan Türk müziği eserlerinin, gerek sözlü gerekse enstrümantal (sözsüz müzik) olarak yayınlanması, dinleyecek olan Z kuşağı açısından farklı bir dinleme eşliği oluşturacaktır. Buradaki “*dinleme*

eşiği” tabirinden kastedilen ise: İlerleyen zamanlarda ya da herhangi bir zaman diliminde kulaklarında bu eserlere aşına olmalarının sağlanmasıdır. Zira müzik olgusu, dinledikçe bilinçaltında kendini besleyen bir sistematik yapıya dönüşmektedir. Duyulmamış ve dinlenmemiş hiçbir müzik akılda kalıcı ya da hatırlanan olamaz. Bundan dolayı Z kuşağı gençlerinin kulaklarına Türk müziği eserlerinin bir şekilde ulaşmasının sağlanmasında fayda vardır.

c- Müzik üreticilerinin sadece kâr amaçlı değil, aynı zamanda kültür mirası olan Türk müziğini de üretimleri dâhiline alması

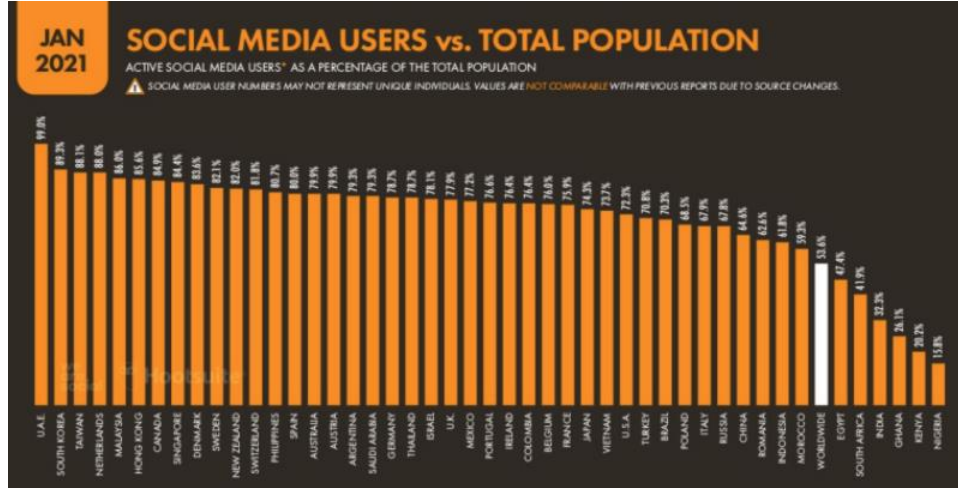
Birçok müzik üreticisi kâr amaçlarının doğrultusunda hareket etmektedir. Elbette bu bir yere kadar normaldir. Fakat müzik kavramı kültürel yapıyı da içinde barındırdığından dolayı müzik üreticilerinin bu detaya dikkat etmesi yerinde olacaktır. Belli periyotlar arasında sözlü/sözsüz Türk müziği eserlerinin de piyasaya çıkartılmasına aracılık ederek kültür mirası olan Türk müziğinin yayılmasına destek olmaları fayda sağlayacaktır. Çoğu firmanın bu mantık ile hareket ettiği düşünüldüğünde ortaya çıkacak olan Türk müziği eserlerinde bir artış olacak ve böylelikle müzik piyasasında dinlenir hâle gelmesi kolaylaşacaktır. Müzik üreticilerine bu anlamda devlet desteği sağlanması konusunda bazı çalışmalar yapılarak teşvik edilmeleri sağlanabilir.

d- Sosyal medya ağları üzerinden yapılacak olan reklamlarda devlet kanalı ile zorunlu Türk müziği eserlerinin sunulması

Günümüz teknolojisi ele alındığında sosyal medya ağlarının etkisi inanılmaz boyutlara erişmiştir. Bu konuda yapılan bir araştırmada ortaya çıkan istatistiksel bilgilere göz atacak olursak:

“83 milyon nüfuslu ülkemizde herhangi bir cihaz vasıtasıyla internet kullanan kişi sayısı 62,07 milyondur. Yani nüfusun yüzde 72’si internet kullanıcısıdır. İnternet kullanıcılarının sayısı geçtiğimiz yılın ocak ayından bu yılın ocak ayına kadar 2,4 milyon artarak yüzde 4’lük bir artış yaşanmasına yol açmıştır. Bir günde ortalama 7 saat 29 dakika internette, 2 saat 51 dakika sosyal medyada, 3 saat 4 dakika televizyonda, 1 saat 21 dakika Spotify gibi müzik dinleme uygulamalarında ve 58 dakika oyunlarla vakit geçirilmektedir.” (Webtekno, 2021).

Webtekno'dan alınan istatistiksel bilgiler ışığında görülüyor ki Spotify (Müzik dinleme uygulaması) günde 1 saat 21 dakika ile insanların ve Z kuşağının kullandığı uygulamalar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda sosyal medya ağları üzerinde özellikle bu tarz müzik programlarında yapılmış olan müzikal reklamlar arasında Türk müziğine dair reklamların olması ilgi çekici olabilir. Yeni çıkan albümler arasında Türk müziğine dair albüm ya da eserlerin kısa reklamları yapılarak Z kuşağına tanıtılabilir. Diğer bir yandan 2 saat 51 dakika ile sosyal medyayı kullanan bireyler için, aynı zamanda farklı müzikal mecraların reklamları arasında Türk müziği eserleri yayınlanması konusunda teşvik edilmesi sağlanabilir. Bu reklamların devlet kanalı üzerinden belli bir yasa içerisinde kanunlaştırılmasının kendi mirasımız olan Türk müziğinin unutulmaması için atılmış önemli bir adım olduğu da düşünülebilir. Aşağıda Tablo-3'de Türkiye nüfusunun %70,8'inin sosyal medyayı tam anlamı ile kullandığı görülmektedir.



Tablo 3. Türkiye'nin dünya geneline göre sosyal medya dağılım sırası (Url 4)



Tablo 5. Türkiye’de ki internet kullanıcısı dağılımı (Url 5)

Türkiye’de 2021 Ocak ayı itibarıyla nüfus 84.69 milyon olarak bilinmektedir. Bu nüfusun %77.7’sinin internet kullanıcısı olduğu istatistiksel olarak ortaya çıkmaktadır. Böylelikle Türkiye’de 65.8 milyon kişi aktif bir şekilde internet kullanmaktadır.



Tablo 6. Sosyal medyada geçirilen günlük süreler (Url 5)

Yukarıda Tablo-6’da verilen bilgiler ışığında Türkiye’de aktif internet kullanıcılarının günlük ortalama 7 saat 57 dakika gibi çarpıcı bir süreyi internet ortamında

geçirdikleri görülmektedir. Bu durumda günlük uyku süremizin yaklaşık 7-8 saat aralığında olduğu düşünüldüğünde neredeyse uyku saatimiz kadar internette zaman harcadığı ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan TV izleme oranı ise 3 saat 13 dakika ile daha alt sıralarda yerini almaktadır. İnternette harcanan vaktin sosyal medya ağlarında olan kısmı ise 2 saat 57 dakikadır. Müzik dinleme oranı da 1 saat 35 dakika olarak verilerde sunulmaktadır.

e- TV kanallarında belli saatlerde Türk müziği eserlerinin daha yaygın hâle getirilmesi

Tablo-6’da sunulan istatikselsel verilerde, TV izleme oranının gün içerisinde yaklaşık 3 saat 13 dakika olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkılarak yayınlanacak olan müzik programlarının arasına Türk müziği eserlerinden sunum yapılması, Z kuşağının bu müzik türünü dinlemesi açısından mantıklı olacaktır. Her ne kadar sosyal medya ve internet kullanımı daha üst sıralarda olsa da burada TV yayınlarının bu duruma katkı sağlayacağı düşünülebilir. Zira Z Kuşağı, okul dönemlerinde ebeveynlerinin TV’yi kullanması ile birlikte, belli bir zaman aralığında ekranlarda yer alan yayınlara göz aşinalığı kazanmaktadır. Bundan dolayı TV yayınlarında kullanılacak olan müziklerin mutlaka Türk müziği eserlerini de içermesi yerinde olacaktır.

f- Çizgi filmlerde kullanılacak olan animasyonların fon müziklerinde Türk müziği eserlerinin kullanılması

Z kuşağı çocuklarının çizgi film izleme alışkanlıklarından dolayı bu mecrada dinlenen müziklerin de önemi büyüktür. Bilişsel hâlin en açık olduğu bu genç evrede duyulan her müzik, dinleyen birey tarafından hafıza altına ya da bilinçaltına alınmaktadır. Bundan dolayı çizgi film kuşaklarında yapılan müziklerde Türk müziği eserlerinin dinletilmesi, genç bireylerin bilinçaltında yer edecek olan müzikler adına önem teşkil etmektedir. Z kuşağını meydana getiren en genç bireylerin çizgi filmleri izleme tutkusu düşünülerek bazı Türk müziği eserlerinin uyarlanması bu programlarda yapılabilir. Burada kullanılacak olan Türk müziği çalgılarının görüntü ve duyularının bu yolla akılda kalması sağlanabilir.

g- Bazı Türk müziği çalgılarının trend olan müzikler arasında kullanılarak Z kuşağına tanıtılması

Günümüz Z kuşağı gençleri arasında maalesef kendi öz müziğine ait çalgıları tanımakta zorluk çeken genç bir nesil bulunmaktadır. Ud, kanun, tambur, ney, rebap, klasik kemençe vb. gibi kendi Türk müziği eserlerimizde kullanılan birçok çalgının bir şekilde tanıtılması gerekmektedir. Bu tanıtım aşamasında kullanılması önerilecek yöntemlerden birisi de trend olan ve Z kuşağının çok dinlediği müzik türleri arasında bahsi geçen çalgılara yer vermektir.

Türk müziğine ilgisi olmayan birçok Z kuşağı bireyi, hızlı tüketime uğrayan ve popüler kültür adı verilen birçok müzik türü dinlemektedir. Dinledikleri bu türlerin arasında hem görsel hem de duyum olarak Türk müziğini tanımalarını sağlayacak çalgılar kullanılabilir. Böylelikle dinlediği trend müzikler arasında bahsi geçen çalgıların sesini ya da görselini görerek bilgi sahibi olmaları da sağlanabilir. Burada önemli olan, Z kuşağına kendi mirasımız olan müziklerimizde kullanılan çalgıları tanıtmak ve seslerini kulaklarına taşımaktadır. Aksi halde yalnızca Türk müziği içerisinde çalgı türlerini dinlemesi düşünülerek oluşturulacak olan bakış açısı ne yazık ki gençlerimize yeterince ulaşmayacaktır. Bu maddede önemli olan önce Türk müziği çalgılarının sesini ve sonra da görselini öğretme girişimidir.

h- Amatör müzikle ilgilenen Z kuşağı gençlerinin Türk müziği ekseninde değerlendirilerek yarışmalar hazırlanması

Bu maddede bahsedilen Türk müziği eksenini, gençleri teşvik etmek için yapılacak olan müzik yarışmalarıdır. Burada amaç, bu yarışmalarda kullanılacak olan çalgıların Türk müziğine ait enstrümanlardan seçilmesi ve bilindik makamlar kullanılarak müzikal çalışmaların yapılmasını sağlamaktır. Bu yarışmalarda güncel müzik yaklaşımıyla gelen Z kuşağı gençlerinden, yapacakları müzik içerisinde mutlaka Türk müziğine ait çalgıların kullanılması istenmelidir. Böylelikle kendi müziklerine ait olan çalgıların hem bilinmesi hem de icra edilmesi açısından önemli bir yol alınması sağlanacaktır.

i- Aile bireylerinin, evde dinlemiş oldukları müziklerin niteliklerine dikkat edilmesi konusunda bilgilendirilmesi

Genç bireylerin yetişme sürecinde ve müzikalite duygularının gelişmesinde en önemli faktörlerden biri, aile bireylerinin yaşam alanlarında (evlerinde) dinlemiş oldukları müzik türüdür. Özellikle Z kuşağında doğan ve sonrasında gelişecek olan bu bireyler, evde dinlemiş oldukları müzikleri özümseyerek ileride bu duyguyu kendilerinde taşıyacaklardır. Bundan dolayı aile fertlerine bu anlamda oldukça önemli bir rol düşmektedir. Kültürel müzik mirasımızı kuşaktan kuşağa aktarmak için bu temel altyapının ebeveynler arasında mutlaka irdelenmesi ve üzerine düşülmesi gerekmektedir. Ev ortamında dinlenecek olan müziklerin doğru icra yapan kişilerden dinlenmesi, Türk müziği perdelerinin özümsemesi için önemlidir. Zira yanlış icra ile dinlenen Türk müziği hem duyum açısından hem de beğeni açısından talep görmeyerek dinlenmeyecektir. Burada aile fertlerinin mutlaka doğru Türk müziği seçimlerini yaparak ev ortamında çocuklarına dinletmesi doğru bir yaklaşım olacaktır. Radyo kanallarında yapılan yayınlarda Türk müziği eserlerinin doğru icra edildiği programları bulmak ya da internet üzerinden dinlenen müziklerde yine doğru ve kaliteli icraları bulmak son derece önem arz etmektedir.

j- Okullarda (ilk-orta) verilen müzik derslerinde Türk müziğine vurgu yapılması ve dinleme saatleri oluşturulması

Müzik olgusunun eğitimdeki yeri düşünüldüğünde; bireysel gelişim açısından çok değerli bir yere sahip olmakla birlikte, önem derecesi de oldukça yüksektir. Bu sebeple müzik eğitimi veren kuruluşlarda öğrenciye aktarılacak olan müzik türünün özenli bir şekilde seçilmesi gerekmektedir. Sadece ders sırasında müzik yapma eylemi değil, aynı zamanda bu dersler içerisinde “müzik dinleme saatleri” oluşturulması Z kuşağı öğrencileri açısından önem arz etmektedir. Oluşturulacak olan müzik dinleme saatlerinde Türk müziğinin sözlü ya da sözsüz eserlerinden dinletilerek hocalar tarafından gerekli bilgiler verilmeli ve tarihsel detaylarda ortaya konmalıdır. Böylelikle eğitim alan bireyler, dinlemiş oldukları Müzik örneklerine ait olan gerekli ayrıntıları da öğrenmiş olacaklardır.

k- Türk müziği eserlerinin bestekârları hakkında bilgi verilmesi

Gerek radyolardan gerek TV'lerden verilecek olan Türk müziği yayınları arasında seçilen eserlerin nitelik bakımından sadece dinleti odaklı değil, aynı zamanda bilgi odaklı olmasında yarar vardır. Başka bir deyişle Z kuşağının, dinlemiş olduğu Türk müziği eserleri hakkında bilgi sahibi olmaları, aynı zamanda müzik kültürümüzün gelişmesi açısından da önem arz etmektedir. Bundan dolayı yapılacak olan müzik yayınlarının arasında kısa da olsa Türk müziği bestekârlarından bahsedilmeli ve isimleri akılda kalıcı hâle getirilmelidir. Örnek verecek olursak şu an Z kuşağı gençlerine “Dede Efendi kimdir?” sorusu yönlendirildiği düşünüldüğünde alınacak yanıtlar oldukça sığ olacaktır. Bundan dolayı kendi mirasımız olan Türk müziği bestekârlarına gerekli önem verilerek müzik programları (yayınları vb.) arasında mutlaka küçük anekdotlar hâlinde anlatılması yerinde olacaktır.

Sonuçlar ve Öneriler

Bu araştırma kapsamında ortaya konan istatistiksel veriler ve yaklaşımlar sonucunda; Z kuşağı gençleri arasında Türk müziği dinleme alışkanlığının edinilmesi için belli bir sistematik yapının oluşturulması gerektiği dikkati çekmektedir. Bu sistematik yapı içerisinde en önemli zincir olan aile kavramının önemi ilk sıralarda yer almakla birlikte ebeveynlerin müzik kültürlerinin de sağlam bir zemine oturtulması sonucu ortaya konmuştur. Ayrıca sadece aile bireylerinin tutumu değil, aynı zamanda devlet kuruluşları tarafından yapılacak olan düzenlemelerin yanı sıra müzik üreticilerinin kendi müzik kültürümüzden oluşan yapıyı da önemsemeleri gerekmektedir.

Türk müziğinin kendi öz kültürümüze ait bir kültürel miras olduğu ve günümüz Z kuşağı arasında yayılmasının gerekliliği bu çalışma kapsamı dâhilinde sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu sebeple her mecrada Türk müziğine ait örneklerin dinletilmesi ve ayrıntıları ile aktarılması, günümüz Z kuşağının kendi müzik kültürünü tanınması açısından önem teşkil etmektedir. Diğer yandan Z kuşağı gençliğinin teknolojiyi oldukça hızlı kullanmaları ve kendi aralarında hızlı iletişime sahip olmaları dolayısıyla kendi aralarında yapmış oldukları müzikal paylaşımlarında hızlı olacağı sonucu karşımıza çıkmaktadır. Bu bakımdan birbirini etkilediği bilinen Z kuşağının, Türk müziğini tanınması ve bu müziği aralarındaki hızlı iletişime dâhil ederek yaymaları da hız kazanacaktır. Kültürel mirasımızın bir parçası olan Türk müziğimizin şu an var olan Z kuşağı dönemi içerisinde bilinmesi konusu, diğer kuşaklara aktarım konusunda oldukça önem arz etmektedir. Böylelikle unutulmayan ve

eskimeyen bir Türk müziği kavramı ortaya çıkacaktır. Ayrıca araştırmada güncel müzik (popüler müzik) kavramını benimseyen Z kuşağı gençlerine yönelik özenli çalışmaların yapılması gerekliliği de ortaya konmuştur. Yapılacak olan bu çalışmalar, öncelikle sosyal medya ağları ve müzik dinleme platformlarında oluşturulacak bir planlama dâhilinde yürütülmelidir. Aksi hâlde günümüz teknolojisini takip etmeyen bir yaklaşım, kendi öz kültür mirasımız olan Türk müziğinin zaman içerisinde kaybolmasına yol açacaktır.

KAYNAKLAR

- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* 4(1), 203-212.
- Çiftçi, E. (2010). Popüler Kültür, Popüler Müzik ve Müzik Eğitimi, *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt-Sayı: 12-2*.
- Efe, M. & Sonsel, Ö.B. (2019). Türkiye’de dinlenen popüler müziklerin incelenmesi: Spotify Örneği. *İdil Dergisi*, Sayı 60, ss. 975-983.
- Göktaş, P. & Çarıkçı, İ.H. (2015). Kuşakların Siyasal İletişim Kültür ve Liderlik Açısından Değerlendirilmesi. *MAKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 2(3), 7-33.
- Gündüz, Ş. & Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar ve Örgütsel Sessizlik/Seslilik. *İşletme Bilimi Dergisi* 6(1), 89-115.
- Gürgen, E.T. (2016). Social and emotional function of music listening: reasons for listening to music. *Eurasian Journal of Educational Research*, Issue 66, pp. 229-242.
- Johnson, D.C. (2004). Music listening and critical thinking. *International Journal of the Humanities*, Vol. 2, No 2, pp. 1161-1167.
- Kuyucu, M. (2020). Dijital ve Geleneksel Medyanın Z Kuşağının Müzik Dinleme Alışkanlıklarına Olan Etkisi, *Ispac 4th International Conference On Social Sciences & Humanities*, s.182-195, Ankara.
- Nangy, A. S. (2012). The Basis And The Structure Of The Tertiary Socialisation Field And The "Youth-Affairs" As An Autonomous Area. *Acta Technologica Dubnicae* 2(2), 1-18.
- Özdemirci, A. (2017). *Şirket ve Popüler Kültür*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Özkan, H. H. (2006). Popüler Kültür ve Eğitim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 29 – 38.
- Paker, K.O. (2008). Popüler Müzik, Günlük İdeoloji ve Benlik İnşası: Sezen Aksu Şarkıları Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 34, 87-106.
- Rana, Shabir A., North, Adrian C. (2007). “The Role of Music in Everyday Life Among Pakistanis”, *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, Vol. 25, No. 1, s. 59-73.
- Senbir, H. (2004). *Z Son İnsan Mı?*, İstanbul: Okuyan Us Yayınları.

Solmaz, M. (1996). Türkiye’de Pop Müzik. Pan Yayınları, İstanbul.

Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. & Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi 7(13), 1031-1048.

İnternet Kaynakları :

Url 1, Kültür, <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 3 Kasım 2021.

Url 2, <https://www.ypulse.com/article/2019/01/28/how-gen-z-millennials-have-dramatically-changed-music-listening-in-4-charts/>, Erişim Tarihi: 13 Kasım 2021.

Url 3, Konda, (2018). Müzik Tercihleri ve İletişim Araçları, <https://www.verikaynagi.com/genel/turkiyede-muzik-dinleme-aliskanliklari/>, Erişim Tarihi:10 Kasım 2021.

Url 4, <https://recrodigital.com/dijital-2021-raporunda-turkiye-ve-dunyada-internet-ve-sosyal-medya-kullanimi-karsilastirmasi-ocak-2021/>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2021.

Url 5, <https://recrodigital.com/turkiye-internet-ve-sosyal-medya-aliskanliklari-raporu-ocak-2021/>, Erişim Tarihi: 25 Kasım 2021.