

## Eurovision Şarkı Yarışması'nın Müzik Dışı Boyutları\*

### Non-Musical Dimensions of the Eurovision Song Contest

Buket Genç, *Sahne Sanatları Bölümü, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi*

#### Özet

Eurovision terimi ilk kez, 1950'lerde Avrupa Yayın Birliği'ne (EBU) bağlı olan kurumlar tarafından, bir ağ paylaşım sistemi oluşturma çerçevesinde kullanılır. 1955 yılında, savaş sonrası Avrupa kıtası yayıncılığında birleştirici etki yapacak bir etkinlik düşünen EBU, Eurovision Şarkı Yarışması'nın temellerini bu anlayış doğrultusunda atar. 1956 yılında İsviçre'nin Lugano kentinde ilki gerçekleşen Eurovision Şarkı Yarışması, o yıldan günümüze kadar Avrupa'nın, hatta dünyanın en önemli müzik organizasyonlarından biri olur. Eurovision Şarkı Yarışması, 1956 yılından günümüze kadar gerek müzikal açıdan gerekse müzik dışı unsurlar açısından pek çok değişim geçirmiştir. Tüm bu değişiklikler, belirli tarih aralıklarında birbirinden farklı gerçeklerle uygulanmıştır.

Temel olarak Avrupa Yayın Birliği tarafından her yıl ortak bir proje üzerinden düzenlenen, yani esas amaç olarak ulusal kamu yayıncılığı iş birliğine dayalı bir olanak yaratmak amacı ile oluşturulan yarışma, Avrupa Yayın Birliği'nin üye yayıncıların katkılarıyla düzenlenen bir medya olayıdır. Ancak bunun yanı sıra yarışmanın popüler müzik alanında yeni şarkıların yaratımını teşvik eden ikincil bir amacı da bulunmaktadır. Eurovision Şarkı Yarışması'nın, sadece bir şarkı yarışması olmadığı gerçeğinden hareketle, yarışmanın Medya, Politika, Ekonomi, Ulusal, Ulusüstü ve Rekabetçi boyutları da bulunmaktadır. Bu çalışmada yapılan analizler, birbirinden farklı içerimleri bulunan Eurovision Şarkı Yarışması'nın müzik dışı boyutlarının kimi zaman ayrışan kimi zaman da örtüşen özelliklerinin olduğunu bize gösterir.

**Anahtar Sözcükler:** Eurovision Şarkı Yarışması, Avrupa Yayın Birliği, müziksel boyut, müzik dışı boyut, medya.

**Akademik disiplin(ler)/alan(lar):** Müzikoloji, etnomüzikoloji.

#### Abstract

The term Eurovision was used for the first time in the 1950s within the framework of a network sharing system between institutions affiliated to the European Broadcasting Union (EBU). In 1955, considering an event that would have a unifying effect in post-war European broadcasting, the EBU laid the foundations of the Eurovision Song Contest in line with this understanding. The Eurovision Song Contest, which was held for the first time in Lugano, Switzerland in 1956, became one of the most important music events in Europe and even the world since that year. It has undergone many changes since 1956, both in terms of musical and non-musical elements. All these changes were applied for different reasons at certain dates.

The competition, is organized by the EBU every year as a joint project to create an opportunity based on national public broadcasting cooperation. It is a media event organized with the contributions of the member broadcasters of the European Broadcasting Union. However, the contest also has a secondary purpose that encourages the creation of new songs in the field of popular music. Based on the fact that the Eurovision Song Contest is not just a song contest, but has media, politics, economy, national, supranational and competitive dimensions. The analysis made in this study reveals that the non-musical dimensions of the Eurovision Song Contest, has sometimes diverging and sometimes overlapping features.

**Keywords:** Eurovision Song Contest, European Broadcasting Union, musical dimension, non-music dimension, media.

**Academical disciplines/fields:** Musicology, ethnomusicology.

\*Bu makale, 2019 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsünde kabul edilmiş olan 'İdeoloji, Medya ve Popüler Müzik: Bir Hegemonya Alanı Olarak Türkiye'nin Eurovision Süreci' başlıklı doktora tez çalışmasının 'Eurovision Şarkı Yarışması'nın Müzik Dışı Boyutları' başlıklı bölümün genişletilmesi ile oluşturulmuştur.

- **Sorumlu Yazar:** Buket Genç, Sahne Sanatları Bölümü, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
- **Adres:** Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Devlet Konservatuarı, Tayfur Sökmen Kampüsü, 31060, Alahan-Antakya/Hatay
- **e-posta:** bbuketgenc@gmail.com
- **ORCID:** 0000-0002-4156-2793
- **Çevrimiçi yayın tarihi:** 02.06.2021
- **doi:** 10.17484/yedi.925781

**Geliş tarihi:** 22.04.2021 / **Kabul tarihi:** 24.05.2021

## 1. Giriş

Eurovision Şarkı Yarışması, uzun ömürlü bir gelenek olarak dünyadaki en büyük popüler müzik yarışmalarından biridir. Popüler müzik üretimi çok katmanlı bir süreç olduğu için Eurovision şarkılarının üretimine eşlik eden çok sayıda birbirinden farklı müzik dışı (politik, ekonomik, medya vb.) ve müziksel boyut (tür, üslup, şarkı sözü, icra vb.) bulunmaktadır. Etnomüzikoloji incelemesi, araştırma konusu ile ilgili müziksel ve müzik dışı bileşenleri birlikte düşünerek ve belli bağlamlar gözeterek inceleme yapma becerisi gösterdiği için prestijli disiplin hüviyeti kazanabilmiştir. Bu yüzden bu çalışma da Eurovision şarkılarının birer metin olarak tasarımından seslendirilmesine, icra öncesi olduğu kadar performans sonrasının yansımalarına (ulusal ve uluslararası) vurgu yapar ve bunların bütünlüklü bir değerlendirmesini yapma zorunluluğunun bütüncül bir araştırma yürütme açısından yaşamsal bir önemde olduğunu kabul eder. Ancak bununla birlikte analiz olgusu, analiz edilecek unsurların sınıflandırılması, ayrıştırılması ve birleştirilmesi işlemine dayanmaktadır. Bu yüzden, Eurovision'un hayli karmaşık müziksel ve müzik dışı boyutlarını ayrıştırarak ilerlemek yerinde olacaktır. Bunu yaparken müziksel ve müzik dışı boyutların birbiriyle kesişen kümeleri birlikte ele alınacaktır.

Aslını söylemek gerekirse, Eurovision Şarkı Yarışması'nın müzik dışı boyutu medyaya ya da medya olayına (*media event*), müziksel veçheleri ise popüler müzik üsluplarına indirgenebilir. Çünkü temel olarak Avrupa Yayın Birliği tarafından her yıl ortak bir proje üzerinden düzenlenen, yani esas amaç olarak ulusal kamu yayıncılığı iş birliğine dayalı bir olanak yaratmak amacı ile oluşturulan yarışma, Avrupa Yayın Birliği'nin üye yayıncılarının katkılarıyla düzenlenen bir medya olayıdır. Ancak bunun yanı sıra yarışmanın popüler müzik alanında yeni şarkıların yaratımını teşvik eden ikincil bir amacı da bulunmaktadır (Wolther, 2012, s. 165).

## 2. Müzik Dışı Boyutlar

Çalışmanın bu bölümünde müziksel unsurları ile öne çıktığı kadar müzik dışı boyutlarının da bulunduğu Eurovision Şarkı Yarışması, ayrıştırma ve birleştirme ilkesinden hareketle çözümlenerek ele alınacak ve bütünlüklü bir çerçeve çizilecektir. Bu anlamda yarışmanın incelenen *medya, politik, ekonomik, ulusal/kültürel, rekabetçi, ulusüstü ve Avrupalı boyutlarına* değinilecektir.

### 2.1. Medya Boyutu

Eurovision Şarkı Yarışması (ESC), Avrupa Yayın Birliği'nin program mübadelesini kurumsallaştırma amacının en önemli parçalarından biridir. Bu yüzden ESC'yi, bir program türü olarak düşünmenin hiçbir sakıncası yoktur. Çünkü 1951'de İtalya'da düzenlenmeye başlayan San Remo Şarkı Yarışması'ndan esinlenen proje, literatürde varyete gösteri/eğlence programı olarak nitelendirilen formatın bir türüdür. Bu çerçevede eğlence programı sınıflandırması içinde düşünülebilir (Akın, 2010, s. 117). Eurovision Şarkı Yarışması, geniş ölçekli bir izler kitle çekmek ve devasa bir medya yayın alanı oluşturmak niyeti ile oluşturulmuş ilk ve en önemli televizyon yayını olduğu için, gösteriyi (*show*) medya tarafından sahneye taşınan yapay (*pseudo*) medya olayı olarak tanımlayabiliriz. Başka bir deyişle, sadece daha fazla medya ilgisi (*media coverage*) oluşturma amacıyla medya tarafından sahnelenen bir etkinlik/olay olarak değerlendirebiliriz (Wolther, 2012, s. 166). Medya olayları, önceden planlanarak ve duyurularak televizyonlardan canlı olarak yayınlanan, çok sayıda izleyiciyi ekran başına çekmeyi başaran, gündelik hayatın akışında *kırılma* olarak tecrübe edilen, büyük ve sıra dışı olaylardır. Eurovision Şarkı Yarışması, medya olayı fenomeninin alt türü sayılan yarışmalar kategorisine özgü nitelikler taşır: kurallara bağlı olarak mücadele eden tarafların varlığı, yarışmaların başlangıçta eşit pozisyonda yer alması, kesin olarak tanımlanmış kuralların izleyiciye ısrarla hatırlatılması, düzenli aralıklarla canlı olarak yayınlanması (Akın, 2010, s. 118). Bu çerçevede Eurovision Şarkı Yarışması'nın yapay bir medya olayı ya da yapay medya etkinliği olduğunu, başka bir deyişle medyanın kurguladığı, planladığı ve uyguladığı olay olduğunu tekrarlamakta yarar var.

Dolayısıyla Eurovision Şarkı Yarışması, yüz milyonlarca izleyicinin televizyon hatta bugün internet yoluyla küresel ölçekteki ulaşabildiği en uzun ve en önemli televizyon gösterilerinden biridir (Vuletic, 2018, s. 1). İçinde hayranların da bulunduğu izler kitle açısından, sürekliliğinden, standartlaşmasından, çok fazla değişmeyen formal yapısından, uzun süreli etkinlik geleneği olmasından ve ulusal ve kültürel kimliğin kalıpları üzerine dayalı bir topluluğun parçası olma duygusu vermesinden ötürü Eurovision Şarkı Yarışması bir televizyon ritüeli haline gelmiştir (Wolther, 2012, s. 166). Yarışmanın tek başına izlenmesinin düşündürülmemesi, izleme pratiği açısından birarada bulunulması, elbette bu arada sevinç ve hüznün birlikte yaşantılanması söz konusu 'ritüel' durum ile ilişkilidir. Eurovision, EBU'nun televizyon haberi ve program mübadelesi açısından, en farkedilmeyen etkinliklerine bir çehre kazandıran medya olayıdır. Bununla

birlikte milyon avroluk bu medya olayı ile EBU, üye yayıncılara kamu yayıncılığının özel şirket rakipleri üzerindeki teknik ve örgütsel üstünlüklerini öne çıkarma şansı da sunmaktadır. Benzer bir tanımlamayla Eurovision ve Olimpiyat gibi önemli medya olaylarında ev sahipliği yapmak için büyük fırsatlara sahip ülkelerin doğrudan yabancı ya da özel yatırımlar için reklam vermesi önemlidir (Güvendik, 2020, s. 100).

ESC, Avrupa Yayın Birliği tarafından 1950'lerin ortasında, Batı Avrupa'nın başlattığı televizyon hizmetlerini, Avrupa ağı ile zenginleştirilen program mübadelesi ve teknik iş birliği yoluyla geliştirilmek için bir girişim olarak tasarlanmıştır. ESC, tıpkı özellikle EBU ve diğer Avrupa organizasyonlarının yaptığı benzer şeyleri başarmakta ve Avrupalıları eşzamanlı ve ulusötesi yayıncıya birbirine bağlamaktadır. Ancak yarışmanın Avrupalıları biraraya nasıl getirdiğini vurgulamaktan hoşlanan ESC savunucuları tarafından yarışmanın etkisi çoğunlukla abartılmaktadır (Vuletic, 2018, s. 1). Bununla birlikte yarışmanın zaman içinde, medya olayı potansiyelini açığa çıkarmış olduğuna da tekrar vurgu yapmakta yarar vardır. ESC pek çok ülkenin yaşamının normal akışında bir *kırılma* olarak deneyimlenmiş, izler kitlenin önemli bir kesiminde yüksek beklentiler oluşturmuş, oylama prosedürü ve diğer kurallar sürekli tartışmalara yol açmış, farklı coğrafyadaki izleyiciler arasında bir ortaklık hissi yaratabilmiştir (Akın, 2010, s. 122). Sonuç olarak ulusal ve uluslararası dinleyicinin yarışmaya gösterdiği ilgi ve coşku, ulusal başarıyla doğru orantılı olarak düşüp ve yükselirken, ESC Avrupa'nın en büyük televizyon programı (*show*) olmayı sürdürmektedir.

## 2.2. Politik Boyut

Öncelikle Avrupa Yayın Birliği'nin (EBU) ulusal düzeyde ve kamu hizmeti çerçevesinde radyo ve televizyon yayını yapan üyeleri için politik normları olmadığını belirtmek gerekir. EBU üyeliği için kriter açıktır: Ulusal bir yayın kurumunun şu örgütlere üye olan bir devletten gelmesi gerekir: Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (*International Telecommunication Union, ITU*), Birleşmiş Milletler (*United Nation, UN*). Ayrıca ITU tarafından tanımlanan teknik bir bölge olması gereklidir ki bu Avrupa'dan ve Akdeniz çevresinden gelen devletleri içermektedir. Ancak bununla birlikte ESC; kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin yanı sıra ve elbette ki 63 yıllık tarihinde kimi noktalarda hemen hemen tüm Avrupa ülkelerinin yarışmada temsil edilmesiyle birlikte, savaş sonrası Avrupa'daki politik değişimleri yansıtmaktadır. Bununla birlikte ESC, Avrupa Yayın Birliği tarafından daima apolitik bir etkinlik olarak sunulmuştur. Öyle ki yarışmaya katılan ulusal yayın kurumlarının yarışma şarkılarının tümünü yayınlaması gerektiği konusunda ısrar edilmiştir. Bunların içinde ulusal yayın kurumlarının bağlı olduğu devletin iyi diplomatik ilişkilere sahip olmayabileceği ya da askeri bir çatışmaya karışmış olup olmayacağı meseleleri de vardır. Bununla birlikte yarışma şarkılarındaki politik ifadeler, yalnızca yarışmanın kurallarında 2000'lerden itibaren açık bir şekilde yasaklanmıştır, ancak bu kuralların tutarsız bir şekilde uygulanmış olduğunu da söylemek gerekir (Vuletic, 2018, s. 3). EBU'nun, yarışmanın politik olmadığını ifade etmesi, Eurovision'un uluslararası, ulusal, etnik ve politik meselelerin taşındığı ve tartışıldığı bir platform olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Gazeteci Jean Coucrand'ın Belçika gazetesi *Le Soir* (GECE) de 1979'da ifade ettiği gibi: "Eğer Eurovision Şarkı Yarışması politika ile ilgili değilse, politika bu yarışmayla ilgilidir." (Vuletic, 2018, s. 2). Dolayısıyla Eurovision'un politik boyutunu Wolther'in yardımı ile iki yönlü ele almak doğru olacaktır.

ESC'nin politik boyutu ikiye ayrılabilir: harici (*external*), yani eylemin dışarıdan içeri doğru yönelimi (*allative*) ve dahili (*internal*), yani eylemin içeriden dışarı doğru yönelim (*ablative*) boyutu. Harici politik boyut, ESC politik güçler tarafından temsil aracı olarak ya da politik meselelere kamu ilgisi oluşturmak için kullanıldığında etkinleşmektedir; sözcüğü politik sistem ESC sistemini etkilediğinde. Bu durumun çok çarpıcı bir örneği Kiev'deki 2005 yarışmasında, Eurovision tarihte ilk kez ev sahibi ülke Ukrayna'nın devlet başkanı Viktor Yushchenko'nun, ulusal hükümet tarafından verilen özel bir ödülü yarışmayı kazanana vermek için sahneye geldiğinde ortaya çıkmıştır. Diğer yandan, ESC'nin dahili politik boyutu, gösterinin bizzat kendisi politik gündemi etkilediğinde meydana çıkmaktadır; yani ESC politik sistemi etkilediğinde. 1974'de sansüre uğrayan İtalyan şarkıcı Gigliola Cinquetti tarafından seslendirilen *si* (evet) şarkısı ile ilgili böyle bir durum vardır. Beklenmedik eylemin nedeni ESC finalini takip eden pazar günü İtalya'da gerçekleştirilecek olan yeni bir boşanma kanununun oylanmasıyla ilgili referandumdur. *Evet* (*si*) şarkısı, yarışmayı izleyenlerin kararlarını etkilemek amacı ile yapılmış politik bir ifade olarak yorumlanabilmiştir (Wolther, 2012, s. 166).

Eurovision Şarkı Yarışma'sını çevreleyen politikaların hayli ağır oluşu (*sheer weight*), icracılar ve izleyicilerin üzerinde büyük güç sergileyen bir tutma basıncıyla birlikte, altdan üste ilerleyen yörüngede pek az boş yer bırakmış görünmektedir (Bohlman, 2007, s. 45). Bu yüzden ESC'nin politik boyutu farklı ülkelerde farklı tezahür etmiştir. ESC'nin politik bağlantılılığı farklılaştıran iyi bir örneği 1996 yarışmasında Norveç kamu yayıncısı NRK'nın ulusal politikacılardan aldığı kısa politik mesajları ilettiğinde ortaya çıkmıştır. Bu görevi Polonya, Türkiye ve İsveç gibi ülkelerin sırasıyla hükümet başkanları olan Kvasniewski, Demirel ve Persson üstlenirken, İspanya ve İngiltere gibi ülkeler video mesajlarını ikincil politik liderler

vasıtasıyla göndermiştir. Hükümet ya da devlet başkanının, ülkelerini temsil eden şarkıcılara kişisel bir video mesajı ile zaman ayırması, ESC'nin kendi ülkelerinde çok önemli bir politik önem taşıdığını göstermektedir (Wolther, 2012, s. 167). ESC, zaten gazeteciler ve siyasetçiler tarafından, uluslararası ilişkilerdeki gelişmelerin bir alameti olarak görülmüş, Avrupa siyasi örgütlerine ve özellikle de Avrupa Birliği'ne girmek isteyen ülkelerin bir bekleme odası gibi değerlendirilmiştir (Vuletic, 2018, s. 3). Bu politik önem, elbette ki bir ülkenin uluslararası güç dengesi dahilindeki pozisyonuna dayanmaktadır. Özellikle eski Doğu bloğunun parçası olan genç ülkeler açısından ESC, yıllardır muzdarip oldukları politik, ekonomik ve kültürel izolasyonu yenmede önemli bir rol oynamıştır. 2002'de ESC'ye ev sahibi olması vesilesi üzerine, Estonya devlet başkanı Siim Kallas şunu ifade etmiştir: pek çok Estonyalı açısından ESC'nin burada düzenlenmesi simgeseldir, çünkü bu yıl Estonya, Avrupa Birliği ile üyelik müzakerelerine başlamıştır (Wolther, 2012, s.167). İki yıl sonra, yani 2004'de Estonya'nın EU üyeliğine kabul edildiğini burada hatırlatmak yerinde olur.

Sonuç olarak ESC, başlangıcından bu yana, çeşitli yabancı politikaları ve politik sistemleri olan ülkelerin kültürel diplomasisi içinde, kültürel propaganda, ulus markası edinme ya da yumuşak güç olarak kabul ve takdir edildi. ESC'ye katılan EBU'nun aktif üyeleri açısından yarışmada seslendirilen popüler müziğin zararsızlığı, hükümetlerin çeşitli politik gölgelerini kültürel diplomasi çerçevesinde kabul edilebilir kıldı. Yarışmaya sadece katılmak bile bazen bir devletin Avrupa entegrasyonu arzusunun bir yansıması haline geldi. Francisco Franco'nun sağcı diktatörlüğünce yönetilen 1960 ve 1970'lerdeki İspanya örneğinden, Soğuk Savaş sonrası ESC'ye katılan Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine kadar örnekler, bu türden bir yansımalarıdır. 1960'lar ve 1970'lerde Yunanistan, Portekiz ve İspanya, soğuk savaş sonrası ise Azerbaycan, Belarus ve Rusya gibi ESC'de temsil edilmiş otoriter devletler açısından yarışmaya katılım, bu ülkelerin hükümetleri tarafından, medya özgürlükleri ve siyasal muhaliflere karşı yürütülen baskıyı örtbas etmek ve uluslararası imajlarını Batı Avrupalı izler kitleye daha makul hale getirmek için kullanılmıştır. Ulusal yayın kurumları üzerinde doğrudan denetim uygulayan otoriter devletlerde, yabancı politikaları ile ESC'nin kültürel diplomasisindeki kabulü arasındaki ilişki, ulusal yayın kurumlarının hükümetlerin işlerine ideal olarak burnunu sokmadığı liberal demokrasilerden daha belirgin olmuştur. Bununla birlikte liberal demokrasilerde bile ESC, siyasal partiler arasındaki yerel çatışmalar bağlamında politik bir simgeselliğe sahip olagelmıştır (Vuletic, 2018, s. 6). Liberal demokrasilerdeki sanatçılar, müzik endüstrisi temsilcileri ve ulusal yayın kurumu memurları, yarışmayı bir araç olarak da görmüşler ve bunu sadece ticari amaçlar için değil aynı zamanda politik eğilimlerini yansıtmak için kullanmışlardır.

### 2.3. Ekonomik Boyut

Eurovision Şarkı Yarışması'nın tecimselleşme yönündeki eğilimi, çok açık bir biçimde bir medya olayı olarak 60 yıldan fazla bir süredir devam eden bir başarı öyküsü ile ilgilidir. Aslını söylemek gerekirse ESC'nin ekonomik boyutu, gerek uluslararası gerekse ulusal düzeyde yansımaları bulunan, aynı zamanda hem metni üreten failleri, yani Eurovision'da temsil edilecek şarkıları çok katmanlı bir süreç sonunda ortaya çıkaran yaratıcıları, hem de bunları dolaşımda tutan kurumsal endüstriyel unsurları kapsamına alabilen bir genişliktedir. Başka bir deyişle EBU tarafından her yıl düzenlenecek ortak bir proje üzerinden, bir yandan ulusal kamu yayıncılığı için iş birliğine dayalı bir olanak yaratmak amacı ile oluşturulan ESC, EBU'nun üye yayıncıları tarafından düzenlediği bir medya olayıdır. Diğer yandan yarışmanın popüler müzik alanında yeni şarkıların yaratımını teşvik eden bir amaç taşıması ile de, hem ulusal ve uluslararası müzik endüstrisini hem de üye ülkelerin ve özellikle ev sahibi ülkelerin ekonomisini canlandıran bir boyuta sahiptir.

Gerçi şunları ifade etmekte yarar vardır: Eurovision Şarkı Yarışması'nın ticari etkisi, bir yandan yayın örgütlerinin yarışmalarını ticari kötüye kullanımdan korumaya çalışmaları diğer yandan da genel piyasa ve medya pozisyonlarının (yani plak satışlarının artan artışı, özel yayıncılığın giderek artan sayısı vb.) gelişimi yüzünden şaşırtıcı bir biçimde her zaman küçük çaplı olmuştur. Bunun nedeni çoğunlukla yarışma sonrasında şarkıların istenildiği gibi pazarlanamaması ve kısa bir yarışma süresi içinde tanıtılan şarkıları yayınlama şansından yararlanılmaması yüzündendir. Çok sayıda yarışma şarkısı, sadece 2001'de Avrupa Yayın Birliği tarafından üretilen resmi CD derlemesi dışında, satış için piyasaya çıkarılmamıştır. Müzik prodüksiyonlarının ticari başarısı birçok faktöre bağlıdır ve bunlar estetik niteliklerle ilişkili olmak zorunda değildir. 20.yüzyılın sonlarında Avrupa listelerinde ulusal dilde seslendirilen müziğin genel olarak düşüşe geçmesi, ESC şarkılarının azalan ticari başarısının üzerinde hayli etki yapmış gibi görünmektedir. Öyle ki bu şarkılar İngilizce bile seslendirilse, ulusal dil repertuarıyla usluap açısından bağlantılı olma eğilimi gösterebilen şarkılardır. ESC'nin düzenleyici çerçevesi, yani yarışma kuralları, gösteride sunulan müziksel usluplar üzerinde belli ölçülerde etkili olduğu için bu tasnif, bazı ülkelerin ulusal müzik endüstrilerinde ticari olarak daha az ilgi çekici olabilmıştır. Bu ülkelerden gelen kayıt şirketleri ve popüler müzik sanatçıları yarışmaya katılma arzularını kaybetmişlerdir (Wolther, 2012, s. 167). Ancak bununla birlikte pek çok ülke,

özellikle kendisini Avrupa ile Eurovision üzerinden bağlantılandırmak isteyen Batı Avrupa dışındaki ülkeler ve endüstrileri, yarışmayı uzun süre müzik yaşamlarının merkezine yerleştirmiştir.

Yukardaki ticari ya da genel olarak Eurovision ekonomisi ile üye ülkeler arasındaki pek de iç açıcı olmayan bir tarzda çizilen ilişkiye farklı açılardan bakmak da mümkündür. Sözgelimi savaş sonrası Avrupa'nın en büyük popüler müzik endüstrisine sahip İngiltere, soğuk savaş sırasında ESC'ye, her ne kadar Britanya hükümetinin politikaları Batı Avrupa entegrasyonu lehinde olmuşsa da, temel olarak ticari bir çaba olarak yaklaşmıştı. Çünkü kültürel ya da siyasal projelerden çok bu katılımın ekonomik yararları gözetiliyordu. Çoğu Avrupa Birliği'ne karşı olan devletlerin bazıları ise, aslında ESC'nin en ateşli ulusal izlerkitesin bir kısmını oluşturuyordu; EU üyeliğini reddettikten hemen sonra yarışmayı kazanan Norveç ile en büyük ulusal izler kitlelerden biri olan İsveç popüler müzik endüstrileri ESC'den çok yararlanmış, ancak Euro para birimini kabul etmemişti (Vuletic, 2018, s. 7). Avrupalıların *birbirimizi sevmeliyiz* mesajları veren şarkıları gözden geçiren Scott (2010, s. 193), Lüksemburg'un 1978'de, İspanyol ikili Baccara tarafından seslendirilen *Fransızca biliyor musunuz* adlı şarkısıyla İtalya'nın 1990 yarışmasında birinci olan *Together* başlıklı şarkısını, tek bir Avrupa pazarı yaratmak için tarih belirleme yönünde bir arayışın yansıması olarak değerlendirirken, benzer bir fayda ilişkisine değinmektedir.

Televizyon yayıncıları, izleyici sayıları açısından katılımcı sanatçı ve şarkıların popülerliğinden yarar sağladığı için yarışmanın kuralları bu yüzden 1998'den itibaren yarışmadaki şarkıların ticarileşmesini kolaylaştırmak amacıyla uyarlamadan geçirilmiştir. Bu kurallar şunları içermektedir: şarkıların yarışmadan önce belirli bir periyot içinde yayınlanmasına izin verilmesi, icra sırasında orijinal düzenleme ile birlikte hazırlanmış *playback*<sup>1</sup> uygulamasının kullanılması vb. Bunun yanı sıra Eurovision'un üye ülkeler, özellikle de ev sahibi ülkelerin ekonomisine etkileri söz konusu olduğunda, ekonomik fayda durumu daha açıktır. ESC'nin organizasyonu çok pahalı bir iş olsa da, ulusal yayıncılar buna çok az karşı çıkarlar. Yarışmaya ev sahipliği yapan, ekonomik olarak ülkeye pozitif bir etki kazandırır görünür. Çünkü yalnızca turizm açısından değil aynı zamanda vitrine çıkmak açısından ulusal hizmet sektörleri ile mal tanıtımı, dış satım için yapılmaktadır.

Sözgelimi 1990'larda yarışmayı üç kez düzenlemek, İrlanda kamu yayıncısı RTE için büyük külfet idi, ancak ülkenin politik temsilcileri tarafından açık bir şekilde ifade edildiği üzere, turist sayısındaki yüksek artışla ortaya çıkan kazanç daha fazla idi. İrlanda Başbakanı Charles Haughey'in bir parlamento tartışmasında belirttiği üzere:

Eurovision Şarkı Yarışması bu ülke için eşsiz bir deneyimdir. Son üç yıl ve öncekilerde bu şarkı yarışmasına ev sahipliği yapan RTE'ye özel takdirlerimi sunuyorum. Fevkalade bir iş çıkarıp ülkeyi bütün dünyaya tanıttılar. Şarkı yarışmasından gelen tanıtım avantajı inanılmazdır. Bu ülke bundan kazanç sağlamaktadır. Ayrıca; Avrupa Birliği üyeliğine girme arzusunda olan Estonya ve Letonya, sadece ESC'nin ev sahibi olarak turistik yerleri vitrine çıkarmak için çaba göstermedi. Bu devletler aynı zamanda ülkelerinin bilimsel araştırma ve endüstriyel üretimin cazibe yerlemleri olduğuna dikkat çekmeye çalıştılar. Estonya Dışişleri Bakanlığı'nın ifade ettiği gibi, ESC sayesinde ülkenin dünya ölçeğinde tanıtımı 1 milyar \$ değerindedir. (Wolther, 2012, s. 167)

#### 2.4. Ulusal/Kültürel Boyut

Her ülkenin yayın kurumu, yarışmaya göndereceği şarkının seçiminde bağımsız karar alır. Genellikle ulusal bir yarışma yapılır ya da şarkı ve şarkıcı ülkenin yayın kurumu tarafından belirlenir. Seçilen şarkı ulusun eğlence endüstrisinin zevkini ya da seçkinlerin tercihlerini yansıtır ve genellikle evrensel pop kültürünü yerli ulusal ve kültürel unsurlarla birleştirilmektedir (Yair & Maman, 1996, s. 312). Yayıncıların kendi ulusal seçimine etki etme arzusu ve kimi durumlarda temsilcilerinin sahne performansı, herşeyden önce uygun olmayan eylemlerden kaynaklanabilecek herhangi bir riskten kaçınmak için amaçlanır. Ulusal müzik endüstrilerinin çıkarlarına ters olan şeyler, pek çok durumda değerlendirmeye alınmaz. Bununla birlikte Hans-Otto Grunefeld'in 1970'te ifade ettiği gibi "gösteri (*show*) (yani ulusal seçmeler) en çok ticari potansiyele sahip şarkıları toplamak değildir. Ulusal seçmeler Alman kamu yayıncısı ADR'nin bu özel

<sup>1</sup> İngilizce kökenli *playback* kelimesinin Türk Dil Kurumuna göre anlamı 'söylemsemi'dir. Fakat *playback* kelimesi günlük dilde *geri çalma* ya da *banttan çalma* anlamlarıyla kullanılır. *Playback* uygulaması ise akustik bir ortamda önceden kaydedilen müzik parçalarının daha sonra sahnede çalınırken, yorumcuların çalan müziğe uygun olarak yaptıkları eş zamanlı dudak hareketleriyle o anda çalan parçaları söylüyormuş gibi yapmalarıdır.

yarışmayı Eurovision Şarkı Yarışması olarak adlandırmasına yardımcı olacak şarkıları belirleme işidir.” (Wolther, 2012, s. 166).

Bu çerçevede çoğu EBU üyesi yayıncının temel kaygılarından biri, kendi şarkılarında ulusal karakteristiklerin temsil edilmesidir. Bununla birlikte az ya da çok basmakalıplaşmış ulusal/kültürel unsurların bestede ve icrada kullanımı, zorunlu bir şekilde üzerinde durularak gerçekleştirilmiş bir çabanın sonucu olmayabilir. Bu, büyük ölçüde şarkıcının/bestecinin kendi ulusal kültürü ile bilinçdışı bir özdeşleşmeden kaynaklanabilmektedir. Ancak elbette ki çevremizin ve ulusumuzun tarihleri kendimize ve başkalarına sunduğumuz imgelerden koparılamaz. Bu yüzden bir ülkenin üyeleri kendi ülkelerine ne kadar bağlılık hissederse; müzikte, şiirde ve koreografide kültürel biriciklerini vurgulayan spesifik ifadelerinden o kadar çok gurur duyacakları varsayılır (Wolther, 2012, s. 169). EBU üyeleri, temsil olanağı buldukları için Avrupa’daki televizyonu hala, popüler müzikte olduğu gibi, ulusal mesele/iş olarak görebilmektedir. Gerçi ESC paylaşılan kültürel referanslar yaratarak Avrupalıları birleştirmiş olsa da ulusüstü (*transnational*) ikonlar ve kimliklerden ziyade ulusal ikonları pekiştirmede ve ulusal kimlikleri biçimlendirmede sanki daha başarılı olmuştur. Yarışmada ulusal şarkıcıların tezahüratını yaparken ifade edilen vatan sevgisi, Avrupa entegrasyon sürecinden ötürü ya da ona rağmen, halen ulusal kimliklerin mukavemetini yansıtmaktadır (Vuletic, 2018, s. 4). Dolayısıyla ESC’de ulusal müzik kültürü ve geleneklerini temsil etme arzusunu gösteren çok sayıda örnek bulunmaktadır. Bu örnekler özellikle de güçlü folk unsurlar taşıyan popüler müziğin bölgesel çeşitliliklerinin ulusal pop müzik atmosferlerinde önemli bir rol üstlendiği Akdeniz ve Doğu Avrupa ülkelerinden gelmektedir.

Eurovision Şarkı Yarışması, genel olarak ya da spesifik olarak hiçbir zaman azınlıklar ve azınlık kimlikleriyle ilgili olmamıştır. Ancak kabul etmek gerekir ki, farklı müziksel kimlikler yerel, bölgesel ve ulusal yarışmalarda boy gösterdiler. Bu düzeylerde yarışmacılar ulusal ilgiyi ve azınlık kültürlerini ortaya çıkarmaya odaklandılar. Bununla birlikte azınlık meselelerinin etkisinin bölgeden bölgeye değişiklik göstermekte olduğunu ifade etmek gerekir. Tıpkı ulusal yarışmayı kazananın tercihini, daha önce hiç olmadığı kadar ayırt edici tarzlarda yaptığı gibi. Tarihsel olarak İskandinav ülkeler sıklıkla bu tür meseleleri kendi bölgesel ve ulusal yarışmaları içinde yüzeye çıkarmaya izin verdiler. Aynı şey 1990’ların ortalarından itibaren Doğu Avrupa ve Güneydoğu Avrupa’daki hızla büyüyen yarışmalar için de söylenebilir. Avrupa farklılığının sesleri farklı düzeylerde ve ayırt edici rekabetçi ritüeller yolu ile Eurovision Şarkı Yarışması içinde yer buldu. Paradoksal olarak, azınlıklar ile ilgili olmayan uluslararası bir yarışma, azınlıklara bölgesel, ulusal ve uluslararası sahneye girmesine izin veren bir çerçeve haline gelmektedir. Bizzat Eurovision, Avrupalı farklılık politikalarını hayli dolambaçlı yollardan karıştırmakta (*mixed*), kimi zaman da onların seslerini kısmaktadır. Eurovision Şarkı Yarışması’nın sanal Avrupalı izleyicisi, farklı müziksel kimlikler ile karşılaşmakta ve bu yüzden de hem tanıdığı hem de tanımadığı seslerle sahne üzerinde karşı karşıya gelmektedir (Bohlman, 2007, s. 48).

Popüler müziğin ulusal ve kültürel olarak spesifik ifadelerinin geliştirilmesi, elbette ki Anglo-Amerikan müzik üsluplarının çeşitli ulusal müzik kültürleri üzerindeki etkisiyle harekete geçirilmektedir. Bununla birlikte pek çok örnekte, ulusal izlerkitle bu tür şarkıları kendilerine ait kültürlerin temsilcileri olarak algılamaktadır. Ancak etnik/kültürel/ulusal unsurların kullanımı, zorunlu ve kesin olarak tarihsel-kültürel kökleri yansıtmamaktadır, daha çok geçmişin aktif inşası olarak oluşturulmaktadır (Wolther, 2012, s. 167). Başka bir deyişle etnik/kültürel/ulusal müziksel unsurların bir ESC şarkısında bulunması, yarışmacı ülkenin seslendiricileri ve izlerkitle tarafından ayırım ve temsil inşası için tahayyül edilip kullanılabilir. Diğer yandan şarkıda bulunan ulusal ve kültürel olarak spesifik ifadeler, diğer ulusal ya da kültürel grup üyeleri tarafından zorunlu olarak bu anlamıyla kabul edilmeyebilir. Dünya Müziği kategorisi aslında tam da böyle bir şeydir.

Ulusal ve ulusalcı şarkı, parçalanmanın (*fragmentation*) ürünleri olarak biçimlenir. Bu yüzden de müziksel eserlerin kendileri gibi olmayan bir şekilde, kırılğan ve yumuşak başlı bütünü yaratmada parçaları birleştirme ve yeniden birleştirme yönünde hareket ederler (Bohlman, 2007, s. 53). Daha açık bir ifadeyle, ulusun kültürel mirasını müziksel pratikler yolu ile yansıtmayı, aslında farklı dönemlerde edindiği müziksel deneyimi belki yine başka parçalar haline getirerek birleştirilmesi sürecidir. Bu yüzden en *otantik* ulusal müziksel ifade olarak kabul edilen ya da iddia edilen bir pratik bile, aslında pek çok parçanın, yani farklı dönemlerin müziksel deneyimlerinin birleştirilme ya da harmanlanma tarzını yansıtır. Dolayısıyla ESC’de yarışan bir şarkı *otantik*, ulusa ait ya da milli kültür olarak kabul edilebilecek karakteristikleri sergilerken bile söz konusu yeniden birleştirme işlemi içinde hareket etmektedir.

## 2.5. Ulusüstü ve Avrupalı Boyut

Eurovision Şarkı Yarışması ile ilgili en önemli tartışmalardan biri, yarışmanın durmadan değişen bir şekilde Avrupalılığı ve Avrupa Birliği’ne karşı olmayı (*euroceptism*) ya da Avrupalılık ile ulusalcılık arasındaki

gerilimi ifade etmek için kullanılmış olmasıdır. Ulusal, hatta ulusüstü etnisitelerin yarışmada temsil olanağı bulmalarını ve bunu şarkılara yansıtma çabası içinde olmalarını yukarıda özetlemeye çalıştık. Bu kesimde daha çok Eurovision Şarkı Yarışması'nın *ulusal*dan çok, aslında bir Avrupalılık projesi olarak başlaması ve bu ulusüstü anlayışın şarkılardaki tezahürlerinin çok belirgin olduğu iddialarını gözden geçireceğiz. Sözgelimi Scott'a göre (2010, s. 185), Eurovision şarkılarında 60 yıldan fazla bir süredir kullanılan müziksel üsluplar, Avrupalı topluluğun değerlerini (sözgelimi insan hakları, ifade özgürlüğü ve sekülerizm) vurgulama tutkusu ile tekil bir ulusal kimliği ifade etme arzusu arasındaki uzlaştırma çabasını yansıtmaktadır. Dolayısıyla Scott, pek açık olmasa da Avrupa'daki özellikle Kıta Avrupa'sındaki ülkelerin Eurovision şarkılarının, popüler müziğin ana akımları içinde hareket ettiğini, özellikle de yerel/ulusal unsurları kullanma eğiliminde olmadıklarını vurgulamaktadır. Scott, bu durumu şöyle açıklar:

Ben hiçbir şekilde İsviçre'nin yarışmaya, geleneksel olarak Alplere özgü *yodelling* şarkısı ile girmeyi düşündüğünü sanmıyorum. Her şeyden önemlisi İsviçre'nin hâkim dili olan İsviçre-Almancası ile söylenen bir şarkı ile yarışmaya girmek, hiç de cazip gelmemiş görünmektedir. İsviçreli pop müzisyenleri genellikle Almanca şarkı söylerler, yani tıpkı ulusal kimlik meselelerine pek ilgi göstermeyen ve belirli bir etnik kimliği öne çıkarmada güçlü bir arzu sergilemeyen başka yerlerdeki pop müzikçileri gibi. (2010, s. 187)

Son 25 yıl içinde daha fazla içerme yönünde bir genişleme olmakla birlikte ESC'yi kontrol eden, özellikle de final aşamasında denetim yapan ulusalcı ve ticari kaygıların revizyonist bir yorumunu sunmak ve bu tutumu sürdürmek hala geçerlidir. Yarışmayı başlangıcından beri düzenleyen ve sürdüren EBU'da, azınlık seslerinin ve kimliklerinin heveslerini kıran hatta silinmesi ve yok edilmesi yönündeki argümanlara destek olan, bölgesel ve ulusal meselelerin bile Avrupa ticareti ve iş birliği adına reddedildiği yeterli kural ve ilke bulunmaktadır. Kültürel çeşitlilik ve politik dönüşüm meselelerine açıkça dikkat çekildiği tarihsel momentlerde bile, özellikle de 1989'dan sonraki Doğu Avrupa'daki sosyalist devletlerin geçişi sırasında, ulusal yarışmacılar günün acil meselelerine yanıt verme yolunu tercih etmişlerdir (Bohman, 2007, s. 47). Başka bir deyişle yarışmaya katılan sanatçıların ESC'de öne çıkardığı ulusal marka, çoğunlukla aldatıcı olmaktadır, özellikle de sanatçıların kendilerinin temsil ettikleri devletin vatandaşları olmadıkları durumlarda. Bununla birlikte yarışmanın ulusun üyesi olmayan birisi ile kazanılması, memleket sevgisi ile birlikte sonuçların şevkle karşılanmasına engel olmamıştır, tıpkı Kanadalı Celine Dion'un İsviçre adına 1988 yılında ESC'yi kazanması örneğinde olduğu gibi (Vuletic, 2018, s. 5). Aslında ESC yarışmacılarının en çarpıcı özelliklerinden biri, sanatçıların biyografileri yoluyla sosyal çeşitliliği daima yansıtmalarıdır. Bu aynı zamanda, hangi nedenden (ekonomik, eğitim, politik, mesleki vb.) olursa olsun, sonuç olarak uluslararası göç unsuruna işaret etmektedir.

Son 20 yılda birçok Eurovision şarkısı, bir ülkenin milliyetinde olmayan, hatta Avrupalı bir kökeni bile bulunmayan şarkıcılar tarafından temsil edildi. Sözgelimi Dave Benton, Tanel Padar ile Estonya'ya 2001'de birincilik kazandırmıştı. Kendisi, Karayip Aruba adasındaki Efen Eugene Benita'da doğmuş ve Estonyalı bir kadınla evlenerek 1997'de ülkeye taşınmıştı. Hollanda için 1964'de şarkı söyleyen Anneke Grönloh ise Endonezya kökenli idi ve postkolonyal göçmenlerin Avrupa'da giderek gelişen nüfusunun bir animatsıcısı olarak görünmekteydi (Scott, 2010, s. 186). Bununla birlikte ifade etmek gerekir ki, ESC'de ulusal özdeşleşmeyi aşan çok özel Avrupalı bir şey vardır. Bu özel durum, uzun ömürlülük ile popülerliği birleştirerek kurumsallaştıran başka uluslararası şarkı yarışması daha olmasından kaynaklanır. ESC'nin yapısındaki Avrupalılık, aynı zamanda Avrupa ve Eurovision'un ortak etimolojisiyle vurgulanmaktadır, öyle ki bu aynı kavramın Yunan ve Latin versiyonları olarak okunabilir. *Europe*'un etimolojisinin tek açıklaması, anlamı geniş (*broad*) olan, Grekçe *eurys* kelimesi ile anlamı göz (*eye*) olan *ops* kelimesinden türetilmiş olmasıdır. *Vision* (vizyon) terimi de Latince görü (*seeing*) kelimesinden türetilmektedir. Gerek Avrupa (*Europe*) gerek Eurovision bu yüzden şeyleri farklı da olsa görme ile ilgilidir. Yunan mitolojisindeki Europe miti, Zeus tarafından baştan çıkarılmış ve Girit (*Crete*) adasına götürülmüştür, bu mit aynı zamanda ESC'nin şarkılarının içerik temalarında somutlamaktadır: aşk, deniz ve seyahat (Vuletic, 2018, s. 4).

Farklı bir açıdan bakıldığında, Eurovision Şarkı Yarışması'na katılmış olan *farklı* sesler uzun süredir, yarışmanın ticari makinasında zararsız bir seyir içinde hareket ediyor görünmektedir. Eurovision'dan doğan ağların karmaşıklığına bakıldığında ise bu sesler değişen ve çeşitlenen Avrupa'yı açığa çıkarmaktadır. Yani Avrupa birkaç müziksel kimlikten ziyade pek çok müziksel kimliğin bir 'gerçeklik' haline geldiği yerdir. Her şeyden önemlisi süreç, kimlik biçimlenmesinin dinamik niteliğini ve popüler müzik, ulus ve Avrupa içindeki ve arasındaki ilişkileri temsil etmektedir (Bohman, 2007, s. 47). Dolayısıyla ESC, ulusal kimliklerin hiç de *arı* ya da *biricik* bir olgu olmadığını göstermektedir, çünkü yarışma kültürel transfer yoluyla ulusal

kimliklerin şeklini değiştirmektedir. ESC, bir Avrupa kimliğini belli ölçüde biçimlendirirken, bunu yeni medya, teknoloji ve elbette ki dış görünüş/biçimlendirme (*fashion*) yolu ile daha ilgi çekici ve modern kılarak gerçekleştirmektedir (Vuletic, 2018, s. 5). Sonuç olarak, ulusal/ulusalci ya da Avrupalı şarkının, tarihe artyöresel bir ses ya da eşlik olmadığı açıktır. Bu yüzden Eurovision şarkısı politikaları da, farklı parçaları (*fragment*) olan tarihsel bir ilgiden koparılabılır değildir.

## 2.6. Rekabetçi Boyut

Eurovision Şarkı Yarışması'nın organizasyonu, liyakata dayalı (*meritocratic*) bir seçme prosedürü yürütmeyi amaçlamaktadır. Bu süreç şarkıların popülaritesinden ziyade katılan şarkıların niteliğini yansıtan bir prosedürdür. Ancak bununla birlikte eğer oylama sürecinde tesadüfi olmayan bir yapı ortaya çıkıyorsa, bu durum yarışmada önyargıya (*bias*) işaret etmektedir. Başka bir deyişle eğer klişeler, analizlerde istikrarlı bir şekilde ortaya çıkıyorsa ve bunlar arasındaki bazı hiyerarşik konfigürasyonlar belirleniyorsa durum açık demektir (Yair & Maman, 1996, s. 313). Uluslararası ilişkiler, ulusal anlaşmazlıklar ile kültürel ve bölgesel farklılıklar yarışmanın sonuçlarına tümüyle yansiyabilmektedir. Rekabetçi boyut işte bu kavşakta ortaya çıkmaktadır.

Aslını söylemek gerekirse ESC, temel olarak bir besteci yarışması idi ve yarışmanın erken yıllarında puan tablosunda (*skorbord*) sadece şarkıların başlıkları görünürdü. Katılımcı ülkelerin sayısındaki artış, oylamayı kolaylaştırmayı gerektirdi ve yavaş yavaş şarkı başlıkları ülkelerin isimleriyle yer değiştirdi. Günümüzde aynı zamanda 'scorbord'da ulusal bayrakları da görebiliyoruz. Bu elbette ki oylamaya daha fazla ulusal bir simgesel boyut ekliyor. Artık şarkıların oylaması değil daha çok ülkelerin oylanması olan yarışma, ulusların ve ulusal kültürlerin bir yarışması haline gelmiş ve sanki müziğin önemi azalmış gibi görünüyor (Wolther, 2012, s. 169). Dolayısıyla ülkeler arasında hatta ülkelerin oluşturduğu bloklar arasındaki rekabet ve bunun puanlamalara yansımaları, Eurovision'un en hararetli konularından ve elbette ki en önemli boyutlarından biri olarak görünüyor. Sözelimi Vuletic'e göre (2018, s. 7) ESC'deki oylamalar yüz kızartıcı bir şekilde bölgesel blokları yansıtmaktadır: Balkan, Nordik, eski Sovyetler ve Batı. Ancak bununla birlikte yarışmanın organizasyonu Avrupa'nın kuzeyinin ticari hırsı ve teknolojik üstünlüğü tarafından domine edilmiştir. Belirli tarihsel noktada jeopolitik ve linguistik periferide kalmış ülkelerdeki gazeteciler ve politikacılar, yarışmadaki az puanları devletlerinin Avrupa ilişkilerindeki kültürel, ekonomik ve siyasal marjinalizasyonlarını açıklamak için yorumlamışlardır. Yarışmada alınan ulusal sonuçlara gösterilen kamusal tepki, tüm ülkelerde Avrupa'dan kültürel ve politik uzaklık açısından değerlendirilirken, başarı Avrupa'dan kabul görmek olarak sunulmuştur.

Eurovision'a katılan ülkelerin diğer katılımcı bazı ülkelere oy vermesinin ilginçliğini değinen Güvendik (2020, s. 99) bu ülkelerin oylama konusunda değiş tokuş yapıp yapmadığını, bu ülkeler arasındaki oylama bloklarını, yarışmayı izleyerek gözlemlene şansımız olabileceğini vurgular.

Farklı referans noktalarından (bölgesel, kültürel, politik vb.) hareketle değerlendirme eğilimi olsa da, blok kavrayışı ile oy verme davranışı arasındaki rekabetçi pozisyonun mevcudiyeti konusunda daha fazla fikir birliği bulunmaktadır. Yair ve Maman (1996, s. 316) tarafından yapılan çalışmada blokların nasıl işlediği ele alınmaktadır. Analizleri, Eurovision Şarkı Yarışması'nın 1975-92 yılları arasındaki oylamaları üzerine dayanmaktadır. Buna göre Avrupa ülkeleri arasında üç blok vardır: Batı, Kuzey, Akdeniz ve bunların yanı sıra üç bakiye ulus. Batılı blok sekiz ülke: İngiltere, İrlanda, Fransa, İsrail, İsviçre, Lüksemburg, Belçika ve Hollanda. Kuzeyli blok dört ülke: İsveç, Danimarka, Norveç ve Almanya. Akdeniz bloku ise dağınık bir şekilde Kıbrıs, Yunanistan, Yugoslavya, Türkiye, İtalya ve İspanya. Bunların dışında izole olarak üç ülke var: Finlandiya, Avusturya ve Portekiz. Bu üç ülke yapısal olarak eşit pozisyondadır, yani kendi aralarında oy alışverişi yapmazlar ve diğerleriyle benzer bir ilişki kalıbına sahipler. Yair ve Maman (1996, s. 317), analizlerini hegemonya kavramı eşliğinde gerçekleştirirken şunu iddia ederler: Batılı blok hegemonik konumunu bloklar arasındaki ve içindeki mübadele ilişkilerinin devamlılığı sayesinde sürdürür. Bulgular şunu göstermektedir:

- a) Batılı blok çok sayıda puanı diğer üç blokun her birinden aldığı gibi, homojen olarak kendi blokundan alıyor,
- b) Üç uyumlu blok puanları kendi içinden karşılıklı olarak aldığı için kendi kendini idame ettirenlerdir,
- c) Bloklar içindeki karşılıklılık bloklar arasından daha güçlüdür,
- d) Batılı blokun evrensel tercihten başka bloklar arası önemli bir şey yoktur; yani Kuzeydeki ve Akdeniz blokundaki ülkeler diğer blok içindeki ülkelere puan vermekten kaçınırlar. Bu kalıp her bloktaki ülkenin puanını aynı blok içindeki ülkeye verdiğini gösteriyor.



Yazarların yaptıkları analizleri hegemonya terimini merkeze alarak gerçekleştirdiklerini, bu çerçevedeki argümanlarını bu çalışmanın teorik perspektifini oluşturan bölümün ardından ele alacağımızı belirtelim. Ancak bununla birlikte rekabetçi boyut çerçevesinde ülkeler ve bloklar arasındaki oy verme davranışının son 10 yılda başka bir boyut kazandığını iddia eden birkaç yeni çalışmayı daha burada zikretmekte yarar var.

Batı Avrupalı ülkelerin erken yıllarda gözlemlenen hakimiyetinin Doğu Avrupa'dan değişik başarılı katılımcılar tarafından kırılmış olduğu, özellikle 2000'li yılların başlangıcından bu yana gözlemlenebilmektedir. 2004'de Ukrayna, 2007'de Sırbistan ve 2008'de Rusya'nın zaferleri, geleneksel ESC ülkelerinin bazıları içinde hoşnutsuzluk bile yaratmıştır. Bununla birlikte coğrafi ve kültürel etkenlerin oylama meselelerinde çok daha önemli rol oynadığı görülmektedir, tıpkı kimi zaman bir şarkının ve o şarkının icrasının estetik niteliklerine rağmen ulusal izlerkitlenin ilgisine rehberlik eden şeyin farklı olabilmesi gibi. Spierdijk ve Vellekoop (2009) tarafından yapılan çalışma sonuçlarını aktaran Wolther (2012, s. 170), şunu göstermiştir: şarkı yarışmasında oy verme yargısı açısından en güçlü kanıtlardan biri coğrafik temeldir. Bununla birlikte, bu etkiler genel olarak blok oylamanın olağan suçlamalarıyla eş değildir, yani belirli ülkeler politik nedenlerden ötürü komşularına oy verirler. Wolther'in (2012, s. 170) bu kez And Ginsburg ve Noury'in (2004) araştırmasından aktardığı yaklaşım ise bir hayli farklıdır: destekleme ya da siyasal yandaşlık (*logrolling*) açısından hiçbir kanıt yoktur. Buna karşın kültürel ve lingustik yakınlıklar açık bir şekilde önemli bir rol oynarlar. Şu pekâlâ olabilir: kültürel yakınlıklar aynı zamanda uluslararası politik alanlarda da işler ve yandaşlık olarak görünen şey kültürel etkenlerden kaynaklanır.

Blok ülkeler arasındaki ilişkilerle ilgili değerlendirmesini 2008 yılı sonuçlarına odaklanarak yapan Scott, coğrafi yakınlığın hatta sınır komşuluğun oylamada belirleyici olduğuna işaret etmektedir:

2008 yarışması açıkça gösterdi ki, 43 oy veren ülkenin 17'si yaklaşık olarak %40'ı en yüksek puanı sınırlarını paylaştıkları bir ülkeye verdiler: Finlandiya Norveç'e, Kıbrıs Yunanistan'a Norveç Danimarka'ya, Bosna Hersek Sırbistan'a, Hırvatistan Bosna Hersek'e, Estonya Rusya'ya, Makedonya Arnavutluk'a, Letonya Rusya'ya, Ukrayna Rusya'ya, Arnavutluk Yunanistan'a, Andora İspanya'ya, Belarus Rusya'ya, Moldova Romanya'ya, Ermenistan Rusya'ya, Gürcistan Ermenistan'a, Sırbistan Bosna Hersek'e, Karadağ Sırbistan'a. Eğer yarışmanın ilk düzenlendiği 1956 yılına geri gidersek, İsviçre'nin Lüksemburg jürilerinin her ikisinin de İsviçre milliyetinde olması yüzünden kazandığını söyleyebiliriz. (2010, s. 195)

Ancak son 10 yılda Doğu ülkelerin Batılı ülkelere aldıkları oylar, uluslararası müzik endüstrisinin eğilimleri, farklı ulusal ve kültürel toplulukların popüler deneyimleri ile beslenen yeni müziksel üsluplar, yarışmanın ve şarkılarının bir hegemonya mücadelesi/süreci içinde sürekli yeniden inşa edildiğini göstermektedir.

### 3. Sonuç

Avrupa Yayın Birliği tarafından ilk kez 1956 yılında düzenlenen Eurovision Şarkı Yarışması, bu tarihten günümüze kadar gerek yarışma kuralları gerekse müzik ve müzik dışı boyutları açısından pek çok değişime sahne olmuştur. Başka bir deyişle yarışmanın başladığı ilk günden itibaren, Avrupa Yayın Birliği tarafından konulan kuralların kimileri değişmezken, kimileri ise zaman içinde dönüşüme uğramış ya da esnetilerek uygulanmıştır.

Eurovision Şarkı Yarışması, uzun ömürlü bir gelenek olarak dünyadaki en büyük popüler müzik yarışmalarından biridir. Popüler müzik üretimi çok katmanlı bir süreç olduğu için Eurovision şarkılarının üretimine eşlik eden çok sayıda birbirinden farklı müzik dışı (politik, ekonomik, medya vb.) ve müziksel boyut (tür, üslup, şarkı sözü, icra vb.) bulunmaktadır. Eurovision şarkılarının birer metin olarak tasarımından seslendirilmesine, icra öncesi olduğu kadar performans sonrasının yansımalarına kadar (ulusal ve uluslararası) uzanan boyutları vardır. Ulusal ve uluslararası dinleyicinin yarışmaya gösterdiği ilgi ve coşku, ulusal başarıyla doğru orantılı olarak düşüp yükselirken, ESC Avrupa'nın en büyük televizyon programı (*show*) olmayı sürdürmüştür. Bu durum, Eurovision Şarkı Yarışması'nın *medya olayı* niteliğine işaret etmektedir. Medya olayları, önceden planlanarak ve duyurularak televizyonlardan canlı olarak yayınlanan, çok sayıda izleyiciyi ekran başına çekmeyi başaran, gündelik hayatın akışında *kırılma* olarak tecrübe edilen, büyük ve sıra dışı olaylardır.

Avrupa Yayın Birliği'nin ulusal düzeyde ve kamu hizmeti çerçevesinde radyo ve televizyon yayını yapan üyeleri için politik normları olmaması; ESC'nin, Avrupa Yayın Birliği tarafından daima apolitik bir etkinlik

olarak sunulması; Eurovision'un uluslararası, ulusal, etnik ve politik meselelerin taşındığı ve tartışıldığı bir platform olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Başka bir deyişle Eurovision Şarkı Yarışması'nın politika ile ilgili olmadığı söylene de, politika bu yarışmayla daima ilgili olmuştur. ESC'nin ekonomik boyutu, gerek uluslararası gerekse ulusal düzeyde yansımaları bulunan, aynı zamanda hem metni üreten failleri, yani Eurovision'da temsil edilecek şarkıları çok katmanlı bir süreç sonunda ortaya çıkaran yaratıcıları, hem de bunları dolaşımda tutan kurumsal endüstriyel unsurları kapsamına alabilen bir genişliktedir. Yarışmanın popüler müzik alanında yeni şarkıların yaratımını teşvik eden bir amacı da olması, hem ulusal ve uluslararası müzik endüstrisini hem de üye ülkelerin ve özellikle ev sahibi ülkelerin ekonomisini canlandıran bir boyuta sahip olduğuna işaret etmektedir.

### **Kaynakça**

- Akın, A. (2010). Eurovision Şarkı Yarışması üzerine monografik bir inceleme. *İletişim: Araştırmaları Dergisi*, 8(2), s. 115-132. Erişim adresi: <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/23/1858/19537.pdf>
- Bohlman, P. (2007). The politics of power, pleasure and prayer in the Eurovision Song Contest. *Muzikologija*, 2007(7), 39-67.
- Güvendik, E. (2020). Music in political culture: The Eurovision Song Contest. *Etnomüzikoloji Dergisi*, 3(1), 99-100.
- Scott, D. B. (2010). *Musical style and social meaning: Selected essays*. London: Routledge.
- Vuletic, D. (2018). *Postwar Europe and the Eurovision Song Contest*. London: Bloomsbury Academic.
- Wolther, I. (2012). More than just music: The seven dimensions of Eurovision Song Contest. *Popular Music*, 31(1), 165-171.
- Yair, G. & Maman, D. (1996). The persistent structure of hegemony in the Eurovision Song Contest. *Acta sociologica*, 39(3), 309-325.