

Müzikonomi

Rockonomics

Burçe Ulubilgin Çuhadar, *Müzik Bilimleri Bölümü, Dokuz Eylül Üniversitesi*

Alan B. Krueger. (2020). **Müzikonomi: Müzik Endüstrisi, Ekonomi ve Hayata Dair Ne Söylüyor?** [*Rockonomics: What the Music Industry Can Teach Us About Economics (and Our Future)*] İstanbul: Mundi Kitap, 328 s.

Bu kitap, başlığında da belirtildiği gibi müzik endüstrisine ekonomik bir temel ile yaklaşarak onun farklı boyutları ile değerlendirilmesini teknolojik değişimler özelinde ele alıyor. Bunda kuşkusuz Alan B. Krueger'in uzun yıllar kariyerini üzerine kurduğu ekonomistliğinin etkisi mevcuttur. ABD'de ekonomi danışmanlığı yapan Krueger, aynı zamanda Princeton Üniversitesi'nde ekonomi profesörü olarak görev almıştır. Bu kitabı yazmasındaki motivasyonunu da müzik bilgisini yetersiz görmesine rağmen ABD ekonomisine hakim olmasına ve müzik endüstrisi ile ABD ekonomisi arasında özellikle gelirlerin eşitsiz dağılımı konusunda büyük benzerliklerin bulunduğunu tespitine bağlamaktadır. Krueger'in bu söylemi, uzun yıllar popüler müzik araştırmacılarının da tartışma konusu olan bir soruyu gündeme getirir: Müzik endüstrisi yalnızca ekonomik yaklaşımlar ile ya da yalnızca kültürel bir boyut ile ele alındığında anlaşılabilir mi?

Krueger'in bu kitapta gerçekleştirdiği ekonomi temelli müzik endüstrisi incelemesi, özellikle 21. yüzyılın ABD müzik endüstrisi hakkında IFPI ve Pollstar verileri gibi müzik piyasası hakkında detaylı bilgiler sağlayan raporlara dayalı nitelikli bir çalışma sunar. Ancak bizim bu incelemede yaptığımız gibi etnomüzikolojik bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde çalışma, gücünü sayısal verilerden alan ve endüstrideki değişimlerin neredeyse toplumsal etkilerden ve politik dönüşümlerden soyutlanmış bir alan olduğu izlenimini sunan, müzik endüstrisini olumlayıcı görüntüsü, oldukça ekonomik determinist bir bakış açısı sunması ile eleştirilebilir. Krueger, her ne kadar çalışmanın başında ekonomik yaklaşımın 'kötümser ilim' olarak görüldüğünü belirterek eleştirel bir yaklaşımı bensimdeğini ortaya koymaya çalışsa ve müzik endüstrisi içerisindeki müzisyenler, plak şirketleri, dijital müzik platformları yürütücüleri gibi özneler ile çok sayıda görüşme yaptığını belirtse de yine de ekonomi politik ve kültürel çalışmalar arasındaki tartışmaların odağına yerleşen her iki tarafın da eleştirilerine maruz kalacak bir çerçeve çizmektedir. Bu tartışmalara dahil olan pek çok yazar arasında ön plana çıkan Grossberg (2015, s. 67-85) ve Garnham'ın (2015, s. 45-65) argümanları ekonomi politığın, kültürel boyutu neredeyse devre dışı bırakan ekonomik indirgemeciliğine karşı kültürel çalışmaların ekonomiyi göz ardı ederek iktidar ve baskı ilişkilerini anlamasını imkânsız hale getiren kültürel indirgemeciliği üzerinedir. Krueger ise bu çalışmada, neoklasik ekonominin temellerinden faydalanarak hem iktidar ilişkilerini hem de kültürel boyutu neredeyse yok sayan bir yaklaşımla müzik endüstrisini resmetmektedir. Bu durum çalışmayı, müzik endüstrisindeki temel değişimlerin öznesi olarak teknolojiyi hedef gösteren, ekonomik ve teknolojik determinist bir çerçeveye yerleştirerek müzik endüstrisinin bütünlüklü bir aktarımı ve gerçek boyutları ile anlaşılmasını zorlaştırır. Bu yönü ile çalışma, müzik endüstrisini adeta laboratuvar ortamında yalnızca belirli değişkenlerin etkisi ile dönüşen bir organizma olarak anlaşılmasına sebep olarak bir yanlığı yaratır.

Kitap, 2019 yılında ABD'de 'Rockonomics' adı ile yayınlanmıştır. Buna karşın çalışmanın içeriği çoğunlukla Amerikan popüler müzikleri üzerine kuruludur. Krueger, bu ismi "müzik dünyasının ekonomik açıdan incelenmesi anlamında" kullandığını belirtirken neden Türkçe baskısında olduğu gibi 'Musiconomics' ifadesi yerine belirli bir müzik türüne gönderme yapan bir başlığı tercih ettiğini açıklamaz. Bununla birlikte Türkçe baskısında yer alan 'Müzikonomi' başlığı da sorunlu görülür. Yazar çalışmanın başında ifade ettiği

- **Sorumlu Yazar:** Burçe Ulubilgin Çuhadar, Müzik Bilimleri Bölümü, Güzel Sanatlar Fakültesi, Dokuz Eylül Üniversitesi.
- **Adres:** Cumhuriyet Mah. 420 Sk. 11A/12, Gemlik, Bursa.
- **e-posta:** burce.ulubilgin@gmail.com
- **ORCID:** 0000-0001-5431-8434
- **Çevrimiçi yayın tarihi:** 13.11.2021
- **doi:** 10.17484/yedi.1012214

Geliş tarihi: 19.10.2021 / Kabul tarihi: 13.11.2021

üzere müzik dünyasını ekonomik boyutları ile ele almayı amaçlasa da aslında çalışmanın araştırma evreni ABD müzik endüstrisi üzerine kuruludur. Kitabın 'Küresel Müzik Pazarı' başlığını taşıyan bölümünde ise Çin müzik piyasasına değinmiştir. Yazarın incelemeleri ve görüşme kişileri çoğunlukla ABD müzik endüstrisi üzerinedir ve bu anlamda tümünden bir küresel müzik endüstrisini açıklamakta yetersiz kalır. Buna karşın yazarın argümanları küresel ölçektir. Yani yazar ABD merkezli bir çalışmanın verileri ile küresel boyutta bir müzik endüstrisi aktarımı yapmaya çalışarak problemleri genellemelerde bulunmaktadır.

Krueger kitabında müzik endüstrisindeki değişime de odaklanmış ve bu değişimin temellerini bilgisayar ve internet teknolojilerindeki dönüşüm ile atmıştır. Streaming platformlarının müzik endüstrisindeki tüm yapıyı yerinden ettiğini vurgulayan Krueger'in bu platformlar ile ilgili incelemeleri görece küresel bir ölçekte müzik endüstrisini resmetmesine imkân verse de buradaki çıkarımları da oldukça karamsar görünmektedir. Sosyal bilimler alanında oldukça tartışılan ve yerini yeni paradigmalara bırakan kültür endüstrisi yaklaşımları, çalışmanın genel perspektifine etki etmiş bir görünüm sunar. 'Küresel Müzik Pazarı' başlığını taşıyan bölümde streaming platformlarının farklı ülkelerden dinleyicilerin müzik yelpazelerinin giderek birbirine yaklaştırdığını ve bunun ilerleyen süreçte daha büyük bir homojenleşmeyi doğuracağını belirten Krueger, bu ifadeleri ile kültür endüstrisi paradigmasının önemli temsilcisi Adorno'nun (2020) görüşlerini paylaşır görülmektedir. Aynı zamanda küreselleşme ile ilgili karamsar yaklaşımlarını sürdüren Krueger, dinleme pratiklerinin dinleyicinin anlam üretme becerisinden bağımsız olamayacağını ve aynı metnin farklı kişiler tarafından okunduğunda farklı anlamlar üretebildiklerini göz ardı etmiştir. Bu anlamda Krueger'in, Stuart Hall'un (2008) 1973 yılında yayınladığı *Encoding and Decoding in Television Discourse* (Televizyon Söyleminde Kodlama ve Kodaçımı) çalışmasında ortaya koyduğu bu çığır açıcı yaklaşımlardan ve sonrasında pek çok yazar ve disiplin tarafından geliştirilen görüşlerden haberdar, yalnızca tüketimin sayısal boyutlarını ele alarak yaptığı çıkarımları temelsiz ve hatalı bir perspektifin ürünü olarak görülmektedir. Çünkü tüketim, yalnızca nelerin ne miktarda tüketildiği ile ilişkili değil, tüketicinin/dinleyicilerin bunu nasıl anlamlandığı ile ilişkilidir (Turner, 2016, s. 107-108) ve bu nedenle yalnızca sayısal verilerle toplumun ya da müzik tüketiminin homojenleştiği sonucuna ulaşmak oldukça eksik bir çıkarım olarak görünür.

Krueger'in bu çalışmayı yapmasındaki temel motivasyon olarak ortaya koyduğu ABD ekonomisi ve müzik endüstrisi arasındaki benzerlik, gelir dağılımındaki eşitsizlik olarak aktarılmıştır. Gelir dağılımındaki eşitsizliği 'Süperstar ekonomisi' kavramsallaştırması ile açıklayan Krueger, tüm teknolojik değişimlere rağmen hâlâ etkisini yitirmeyen büyük plak şirketlerinin etkisini detaylıca incelediği müzik endüstrisi raporları ile ortaya koyarak çarpıcı veriler sunar. Buna göre, müzik endüstrisi de az sayıda 'süperstar'ın endüstri gelirlerinin büyük kısmını elde ederken ve diğerlerinin geçim derdinde olduğu bir ekonomidir. Krueger'a göre streaming platformları her ne kadar çok sayıda müzisyenin fiziksel sınırların ötesinde dinleyiciye sahip olmasına olanak tanıdığı gerçeğini kabul etse de dijitalleşme ile her şeyin değişmediğini belirterek bu anlamda yapılan pek çok çalışmaya eleştirel bir perspektif sunar. Anderson'un "süperstar olgusunun yerini niş piyasalara bırakması"na dayalı Long Tail teorisine de değinen Krueger, endüstrinin gelirlerin büyük yüzdesini elde eden 'hit'ler yerine kuyruğun uzun kısmında yer alan çok sayıda niş piyasasına evrildiği görüşüne, gelirlerin hala %60'ını elde eden süperstarlar olduğu verisi ile yanıt vererek bu anlamdaki eleştirel perspektifini sürdürür. Bu anlamda David Hesmondhalgh'ın 2002 yılında yayınladığı 'Cultural Industries' başlıklı çalışmasında ortaya koyduğu kültür endüstrilerinin tüketicilerini kavrama biçimleri değiştiğine ve tüketici araştırmalarına, pazarlamaya ve niş tüketicilerine vurgu arttığına yönelik görüşlerine de karşı bir argüman geliştiren Krueger'in, izlerkitlenin kültürel alışkanlıkları ve zevklerinin giderek daha karmaşık bir hâl aldığı görüşleri ile de homojenleşme ifadeleriyle karşı durduğu ortadır. Ancak Krueger, Hesmondhalgh'ın reklamcılık ve pazarlama, film endüstrileri, video ve bilgisayar oyunları gibi birbiri ile ilişkili kültür endüstrilerinin varlığına ilişkin görüşlerini paylaşarak birden fazla kültür endüstrisine işaret etmiştir. Özellikle reklam ve pazarlama ilişkilerinin Hesmondhalgh'ın da sözünü ettiği, hâlâ etkisini yitirmeyen 'yıldızlara' yani 'süperstarlara' neden olduğunu vurgulayarak streaming platformlarının reklam ve pazarlama kampanyalarına örnekler sunmuştur. Buna karşın Krueger'in 2002 yılında yönelttiği "kültür endüstrisinin değişimi ve sürekliliklerini (değişmeyen yönlerini) nasıl açıklayabiliriz?" sorusuna yanıt getirmemesi çalışmanın bir eksikliği olarak görülebilir.

Krueger'in çalışmasında dikkati çeken bir başka husus da müzik endüstrisindeki kârın kaynağı ile ilişkilidir. Krueger, endüstri gelirlerinden, tüketim verilerinden, arz talep ilişkilerinden ve endüstrinin kaynaklarından bahsederken kârın kaynağını müzisyen emeğinden bağımsız bir boyutta resmeder. Oysa ki Marx'ın eleştirisi tam bu noktaya değinmektedir. Marx'a göre sermaye sınıfı, kârın kaynağının emek olduğunu göz ardı ederek irrasyonel bir düşünce geliştirir. Fakat kârı üreten şey, artık değerdir ve artık değer kaynağı ise insan emeğinden başka bir şey değildir. Bu fikri 'emek değer teorisi' ile ortaya koyan Marx, "Metanın değerinin yalnızca hammaddelerin, makinelerin, tek sözcükle, tüketilen üretim araçlarının değerini temsil eden bölümü hiçbir gelir meydana getirmeyip, yalnızca sermayeyi yerine koyar." (Marx, 1992, s. 52) ifadesine ek olarak "Artı-değere, yani metaların toplam değerlerinin içinde artı-emeğin, yani

işçinin ödenmemiş emeğinin gerçekleşmemiş bulunduğu bölümüne kâr adını veriyorum.” (Marx, 1992, s. 51) sözleri ile bu teorisini ortaya koyar ve çok çeşitli örnekleriyle güçlendirir. Ancak Krueger’in çalışmasında müzik endüstrisi, sermaye sahiplerinin yani plak şirketlerinin ve son dönemde büyük bir etkiye sahip olan streaming platformları idarecilerinin tüketici arzı yaratarak müzisyen emeğinden bağımsız bir biçimde elde ettiği kâr ile devamlılığını sürdüren bir görünümde aktarmaktadır. Hatta bu tartışma daha da ileriye götürülerek Krueger’in streaming platformları ile büyük plak şirketlerinin çok sayıda müzisyene ulaşabilme olanağını aktarması ve büyük şirketlerinin varlığını her koşulda sürdürebileceğine çünkü ‘müzisyen arzı’ olarak ifade ettiği ve müzisyenlerin hiçbir gelir beklentisi olmadan bile müzik yapmaya olan isteğinin hiç bitmeyeceğine vurgusunu müzik endüstrisinin varlığı için müzisyen emeğini yok saydığı öne sürülebilir. Ancak Krueger’in, kitabın ‘Süperstar Ekonomisi’ başlıklı dördüncü bölümünde müzik endüstrisinin temel kaynağı olarak gördüğü süperstarların doğrudan müzisyen emeği olarak ifade etmese de benzersiz ve kendine özgü bir yetenek olduğunu vurgulaması müzik endüstrisi çarklarının müzisyen emeği olmaksızın dönemeyeceğine işaret eden ve bu eleştiriyi bir nebze kıran argümanını ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak bu çalışmanın Krueger’in amaçladığı gibi tümenden bir küresel müzik endüstrisi işleyişini aktaramadığı, ancak ABD müzik endüstrisine ilişkin yalnızca ekonomik bir boyutun yansıtıldığı, Krueger’in sosyal sermayesinin zenginliği ile oldukça derinlikli ancak kültürel yaklaşımların, dinleyici/tüketici davranışlarının ve politik etkilerin, iktidar ilişkilerinin göz ardı edildiği, yine de daha önce bu denli bir boyutta sunulmayan güncel sayısal verilerin aktarıldığı nitelikli bir çalışma olduğu ve her ne kadar eksik, hatalı argümanlara sahip olsada müzik endüstrisi üzerine yazılan az sayıda çalışmadan kaynaklı boşluğun giderilmesine katkı sağlayan etki değeri yüksek bir kitap olduğu söylenebilir.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2020). *Kültür endüstrisi- kültür yönetimi* (N. Ülner, M. Tüzel ve E. Gen, Çev.). İletişim Yayınları.
- Garnham, N. (2015). Political economy and cultural studies: Reconciliation or divorce? *Réseaux*, 192, 45-65.
- Grossberg, L. (2015). Cultural studies versus political economy: Is anybody else bored with this debate? *Réseaux*, 192, 67-85.
- Hall, S. (2018). Encoding and decoding in the television discourse. D. Morley (Ed.), *Essential Essays Volume 1* (s. 257-276) içinde. Duke University Press.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The cultural industries*. SAGE Publication.
- Marx, K. (1992). *Ücretli emek ve sermaye-ücret fiyat ve kâr* (S. Belli, Çev.). Sol Yayınları.
- Turner, G. (2016). *İngiliz kültürel çalışmaları* (D. Özçetin ve B. Özçetin, Çev.). Heretik Yayıncılık.