

TÜRKİYE'DE MÜZİK BASINI TARİHİ VE HEY DERGİSİ ÖRNEĞİ

Mihalis KUYUCU *

ÖZET

Bir kültür ürünü olarak değerlendirilen müzik ürünü, her geçen gün toplumla olan etkileşimini arttırmaktadır. Ekonomik hacmi büyüyen bir endüstri olmayı başaran müzik endüstrisi faaliyetlerini medya ile paralel bir ölçekte sürdürmektedir.

Bu çalışmada Türk basınında müzik gazeteciliğinin tarihsel gelişimi incelenmiş ve müzik basınının ortaya çıkış süreçleri üzerinde durulmuştur. Müzik basınının ortaya çıkış süreçlerinin araştırıldığı çalışmada Türkiye'nin en uzun süre yayımlanan ve müzik basınının en yüksek tirajına sahip müzik dergisi olan Hey Dergisi üzerinden bir analiz yapılmıştır.

Hey Dergisinin Türk müzik basınında ki misyonunun araştırıldığı çalışmada müzisyen ve müzik yazarları ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Yapılan mülakatlarda Türkiye'de müzik basınının günümüzdeki sorunları üzerinde görüşler derlenmiştir.

Çalışmada ayrıca geleneksel müzik basını ile yeni medyanın oluşturduğu çevrim içi müzik basını arasındaki farklar ele alınmış ve geleneksel medyadan yeni medyaya geçişte müzik basınının geçirdiği değişimler aktarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya Araştırmaları, basın ekonomisi, yeni medya, müzik, basın işletmeciliği.

THE HISTORY OF MUSIC PRESS IN TURKEY A RESEARCH ABOUT HEY MUSIC MAGAZINE

ABSTRACT

Music product which is evaluated as a culture product, increase its interaction with society day by day. The music industry which achieved to growth their economic size, continues their activity with media in paralel scale.

In this study, historical development of music journalism in Turkish media was examined and discoursed on process of coming up the music media's. In the study which the music media's coming up process was researched, the analysis was made on Hey Magazine which was printed long time ever of Turkey and had an high circulation in music media.

In the study which mission of Hey Magazine in Turkish music media was researched, there were many running commentary with musician and maestros deeply. In the running commentary, the thoughts upon the present day problems of the music media in Turkey was compiled.

Also, in the study the differences between music media which is online and the traditional music media and the new media were discussed and alterations that music media faced in passing period from traditional media to new media were reflected.

Key Words: Media research, media management, new media, music, media management

* Yrd..Doç.Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi Öğretim Üyesi , Radyo & TV Program Yapımcısı, e-mail: michael@michaelshow.net , michaelkuyucu@gmail.com

Giriş

Müzik, tarih boyunca sesini duyurmak isteyenlerin en geçerli iletişim araçlarından biri olmuştur. Dünyada Klasik müzik ile başlayan ve daha sonra popüler müzik formları ile gelişim gösteren müzik tarihine baktığımızda özellikle altmışlı ve yetmişli yıllarda folk, reggae ve rock n’ roll ile beraber toplumsal muhalefetin yükseldiğini görülmektedir. Müzik tarih boyunca özellikle gençlerin yaşam biçimlerini ifade etme yöntemlerinden biri olmuştur. Gençlerin takip ettiği müzik yayınları yeni müzik akımlarının ortaya çıkışı ve geniş kitlelere yayılmasında önemli roller üstlenmiştir.

Geniş kitlelere seslenen ve bir iletişim aracı olmayı başaran müzik endüstrisi günümüzde hacmi 130 milyar dolar değerinde bir pazar olmuştur (IFPI Raporu,2013). Müzik endüstrisinin bu endüstrileşme serüveninde müzik basını yapım şirketleri ile beraber yol almış müzik endüstrisi içerisinde kültür endüstrisinin bir parçası olarak hareket etmiştir.

Müzik basını üretici ile tüketiciler arasında bir köprü görevi görmektedir. Özellikle popüler müziğin gelişmesi ile birlikte müzik endüstrisi kapsamında tüketicileri ilgilendiren haberlerin kitlelere duyurulmasında müzik basını ve müzik gazeteciliği önemli bir rol almıştır.

Müzik endüstrisi geliştikçe müzik basını da müzik endüstrisinin bir parçası haline gelmiş ve tanıtım ve tutundurma faaliyetleri içinde müzik gazetecilerine önemli roller düşmüştür.

1.Araştırma Konusu ve Yöntemi

Bu çalışmada Türkiye’de müzik basını kavramı üzerine araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti ve öncesince müzik basınının tarihçesi ile ilgili tarihsel ve kavramsal tarama yapılmış ve Osmanlı Devleti’nden günümüze müzik basınının tarihçesi derlenmiştir. Araştırma kapsamında Türkiye’nin en uzun soluklu müzik dergisi olan HEY adlı müzik dergisi örnek olarak incelenmiştir. Derinlemesine mülakat yönteminin uygulandığı çalışmada Hey Dergisi eski çalışanları ve müzik dünyasında aktif olarak çalışmalarda bulunan on bir

profesyonelden görüş alınmıştır. Mülakatlarda Hey dergisi, Türkiye’de müzik basını ve Türkiye’de müzik basınının geleceği konuları ile ilgili görüşler toplanmıştır.

2.Müzik Basını Kavramı

Müzik eleştirisi, bir müzik olgusunun, kurumsal ya da bireysel bir etkinliğin, bir yapıtın ve onu yorumlama özelliklerinin, müzik sanatının özüne inerek irdelenmesi, gerçekleriyle birlikte sunularak kamuoyuna açıklanması şeklinde tanımlanmaktadır (Uslu, 2009: 66).

Müzik endüstrisinde yaşanan gelişmeler sonucunda bu endüstride tüketici durumunda bulunan müzik dinleyicisinin tüketim alışkanlıklarını şekillendiren müzik basını, basın işletmelerinde kültür – sanat alanında ki gelişmelerden haberdar eden kültür – sanat gazeteciliği ile beraber doğmuştur. Müzik eserlerinin çoğaltılmasının ve dinlenmesinin sağlanması, müzik sektöründe önemli bir dönüm noktası haline gelmiştir. Sermaye, müziğin gücünü fark etmiş ve bu alanlara girmeye başlamıştır. Plak şirketlerinin gittikçe çoğalması, müziğin başka alanlarda da kendisini göstermesine neden olmuştur. Müzik dergileri ve müzik gazeteciliğinin ortaya çıkması müzik alanında yaşanan ekonomik gelişmelerin sonucunda meydana gelmiştir (Ünal, 2010: 2).

18. yüzyılda özellikle klasik müzik eleştirisi ile başlayan müzik eleştirilenliği olgusunun ortaya çıkmasıyla müzik basını şekillenmiştir. 21. Yüzyıla geldiğimizde eğlence endüstrisinin gelişmesi ile beraber müzik basını bu endüstrinin bir parçası olmuştur. Müziğin endüstrileşmesi sonucunda ortaya çıkan müzik dergileri tarihine baktığımız zaman, ilk yayınlanan dergilerin Caz Müzik dergileri olduğu görülmektedir (Ünal, 2010: 59).

Müzik basını daha çok müzik dergileri alanında faaliyet göstermiştir. Uzmanlaşmış dergilerin seslendikleri kitle, bu derginin kendi çıkarlarını ve görüşlerini savunduğunu düşünmektedir. Bu nedenle de, söz konusu derginin görüş ve tavsiyelerini büyük bir oranda kabul etmektedirler. Bu tip dergilerde yazılar, konusunda uzmanlaşmış kişiler tarafından yazılmaktadır. Gazete ve dergilerin en eski ve tarihi medyalardan olması özel bir prestijin affedilmesine neden olmaktadır.

Basılı medyalarla, “kültür”ün birlikte düşünülmesinin bir gelenek haline gelmiş olması da ileri sürülen görüşlerdendir (Oksay,1992:201)

Müzik dergileri özel okuyucu kitlesine hitap eden dergiler kategorisinde yer almaktadır. Dünyada, özellikle ABD ve Avrupa’da çok uzun yıllar boyunca müzik teması ile yayın yapan dergiler uzun yıllar boyunca faaliyette bulunmuşlardır. Müzik yayıncılığında fotoğraf, müzik dergiciliğinin ortaya çıkmasıyla daha da gelişmiştir. Müzik dergileri, önceleri fotoğrafsız ya da bir iki fotoğrafla yayınlanırken, zaman içinde fotoğraf kendisine daha fazla yer bulmuştur. Dergi yöneticileri, müziğin yazınsal hikâyesi olduğu kadar görsel hikâyesi olduğunu da keşfetmişler ve bu hikâyeyi de müzikseverlerle paylaşmak istemişlerdir (Ünal, 2010: 5).

Müzik basınının; sanatçı, dinleyici, sektör ve kültür arasında bir buluşturucu ve ayrıştırıcı unsur olarak üstlendiği görev, popüler ve alternatif müzik tarihinde çok önemli olmuştur. Müzik içeriği, hem yaygın medya tarafından hem de alternatif medya üretkenleri tarafından ilgi çekici bir konu olarak kullanılmıştır (Kula, 2010: 1)

Popüler müzik basını genel olarak en son pop trendlerini yansıtmayı amaçlayan ve çabuk tüketilen müzik eserlerinin dağıtımını içermektedir. Diğer yazılı basın organları gibi bu yayınlar da, içeriklerini eleştirel bakış açısından ziyade görsel bir bakış açısı hâkim olmaktadır. Bunun dışında yayınlarda pop tüketimin star bakış açısı, hayranların arzularının beslenmesi ve tüketilebilir imaj ve haberlerin sunumu da önemlidir (Shuker, 2005: 84).

Müzik gazetecileri repertuar ve performanslar hakkında iyi bir bilgi sahibi olmalıdır. Bununla beraber bir eserin yapım süreci ve tarihsel arka planı hakkında ulaşılan bilgiler de farklılaştırıcı niteliktedir. Bu nedenle özellikle röportajlar ile elde edilecek bilgiler ve hikâyeler büyük öneme sahiptir. Müzik gazetecilerinin bilgilerini arttırması için, müziğin güvenilir ve önemli kişileri ile iletişim içerisinde olmaları da gerekmektedir. Tüm bunlarla beraber müzik gazetecilerinin, gazete ya da dergilerde yazabilmesi için belirli bir türde yazması, terminolojiye hâkim olması ve okuyucuların anlayabileceği bir dil kullanması da beklenmektedir (Hannan, 2003: 211)

Başkut (1967:194) müzik basınının Türkiye’de ilk şekillendiği dönemlerde üç önemli haber kaynağının olduğunu söylemiştir.

- Müzik öğretmenleri ve okul orkestraları: Okullar yarının büyük müzisyenlerinin yetiştirdikleri tarlalardır. Öğrencilerin verdikleri konserler ve resitaller gazete sütunlarında yer alırken, öğretmenlerle mülakatlar yapılır.
- Konser ve resitaller: Bir kulüpte verilen bir resital bir gazete için ilgi çekici bir haber olur.
- Şöhretli müzisyenler: Ünlü müzisyenlerin sanat faaliyetleri, turneleri, hazırladıkları yeni konser ve resitaller kadar şahısları da alakadar eder.

Bütün bunlara dair yazılacak yazının eleştiriden ziyade haber amacını taşımaları, okuyucuya haber olarak sunulmalıdır. Eleştiri mutlaka teknik bilgiye dayanmalıdır. Müzik muhabiri ve yazarı gençlerin faaliyetlerini ele alırken insafli davranmalıdır. Bir müzik haberinin veya yazısının kuruluşu şöyle olmalıdır (Başkut,1967:195) :

- Ne, nerede, ne zaman, niçin, nasıl suallerinin cevapları,
- Konser veya resitalin en beğenilen, en çok alkış toplayan kısmının basit bir dille anlatılması,
- Teknik kısım; müzisyenlerin ifadelerine göre konser ve resitalden bahsedilmesi,
- Programın basit bir dille analizi,
- Müzisyen okuyucular için programın teknik analizi.

Müzik endüstrisi ile medya endüstrisinin dikey bütünleşmesi sonucunda ortaya çıkan medya holdingleri müzik gazetecilerinin tarafsız olma konusunda zorluklar yaşamasına neden olmuş ve müzik basınının tarafsızlığını tehdit etmiştir. Dünyada özellikle son otuz yılda medya işletmeleri birer holdinge dönüşmüştür. Medya holdingleri dikey yönde büyüme gösterirken müzik şirketleri, müzik televizyonları ve müzik basınına da içine alacak şekilde genişlemiş ve bir bütün olarak hareket etmiştir.

Türkiye’den bir örnek verecek olursak Doğan Medya Grubu, 1979 yılında Milliyet gazetesinin azınlık hisselerini satın alarak başladığı medya faaliyetlerine dikey yönde büyüme gösterecek şekilde devam etmiş ve 2000 yılında Doğan Music Company (D.M.C.) adlı müzik şirketini kurmuştur. 2000 yılına gelindiğinde müzik radyoları, müzik televizyonu ve müzik basını alanında faaliyet gösteren medya grubu müzik yayıncılığında da faaliyetlere başlamıştır. Oluşan bu dikey yapılanma bir müzik ürününün üretiminden son tüketiciye ulaşmasına kadar ki bütün evrelerin grup tarafından imal edilmesi ile sonuçlanmıştır.

Tablo 1. Doğan Grubu’nun müzik üretim ve dağıtım sistemi



Tablo 1.’de de görüldüğü gibi müzik basını, dikey yönde büyüme gösteren medya gruplarında müzik üretiminin bir parçası gibi değerlendirilmekte ve üretilen grubun reklam ve tanıtımını yapan bir mecra gibi hareket etmek zorunda kalmaktadır. Bu gibi dikey oluşumlarda müzik basını özerkliğini kaybetmekte ve bağlı bulunduğu zincirin kendisine biçtiği görevi yapmak zorunda kalmaktadır. Böyle oluşumlarda müzik gazetecisi bir ürünü yetersiz bulsa dahi eleştiri yazısı yazamamakta, holding tarafından yeni lanse edilen bir sanatçıyı hak etmediği halde dergisinde kapak dahi yapabilmektedir.

Birçok alanda olduğu gibi internetin gelişimi de müzik gazeteciliğini doğrudan değiştirmeye başlamıştır. Günümüzde müzik içerikli sayısız blog, site ve internet dergisi bulunmakta ve bu durum yazılı basının güç kaybetmesine neden olmaktadır. Günümüzde medyanın gücü ve etkileri tartışılırken en fazla gündeme gelen konu görsel ve yazılı medya organlarının geçmişteki gücünü internet

teknolojileri ile paylaşımlarıdır. Bu teknolojik altyapı özellikle küreselleşmenin dinamikleri ile birleşince etkisini daha da hissettirmektedir. Çünkü artık küresel medya düzeni denilen süreç teknolojiden aldığı güç ile tüm dünyayı etkilemektedir. Artık medyanın internet teknolojileri ile gücünü paylaşması sadece birkaç ülkede değil küreselleşme sayesinde tüm dünyada geçerli bir yöntem olmuştur.

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda iki binli yıllara kadar geleneksel medya aracılığı ile yayın yapan dergiler teker teker kapanmış yerini çevrim içi yayın yapan (online) dergilere bırakmışlardır. Önce internet siteleri aracılığı ile açılan müzik dergileri, sosyal medyanın gelişmesi ile özellikle bloglar vasıtasıyla kişisel yayıncılığa dönüşmüştür. Günümüzde sosyal medya sayesinde herkes kendi müzik dergisini yayınlatabilmekte ve herkes istediği genişlikte bir müzik dergisi yayını yapabilmektedir. Bireyler sosyal medya platformları Facebook ve Twitter sayesinde istediği tarzda müzik gazeteciliği yapabilmekte ve bunu fotoğraf ve ses & video gibi öğelerle çeşitlendirebilmektedir.

Bugün sayısı binleri aşan müzik dergisi çevrim içi olarak sosyal medya başta olmak üzere farklı çevrim içi ortamlarda yayınlanmaktadır. Bu dergilerin en uzun süre hayatta kalabileni ise 2001 Şubat’ından günümüze kadar yayınına devam eden www.muzikyorumcusu.com adlı elektronik müzik dergisi olmuştur. Geleneksel müzik basını ile çevrim içi yayınlanan yeni müzik basını arasındaki farklar Tablo 2.de gösterilmiştir:

Tablo2. Geleneksel müzik basını ile çevrim içi (on-line) müzik basını arasındaki farklar

Geleneksel Müzik Basını	Çevrim İçi (On-Line) Müzik Basını
Periyodik yayınlanma imkânı	Anlık haber güncellenmesi
Tek taraflı iletişim	İnteraktif (Çoklu iletişim)
Dergi kâğıdı ile sınırlı üretim	Mobil ortamlardan takip edilebilme imkânı
Yayınlandığı coğrafyalarda takip edilebilme	Global yayınlanma ve takip edilebilme
Sayfa sayısı ve boyutu ile sınırlı içerik	Geniş içerik sunma imkânı
Ücretli içerik	Bedava içerik

Fotoğraf ve Metne dayalı içerik	Multimedia ve metne dayalı içerik
Periyodik geri bildirim	Anlık geri bildirim imkânı
	Çevrim içi alışveriş yapma imkânı

Bir sonraki bölümümüzde de anlatacağımız örneklerden de anlaşılacağı gibi Türkiye’de müzik basını ve müzik yayıncılığının hiçbir zaman istenilen bir seviyeye ulaşmadığını söyleyebiliriz. Gerek ekonomik sebepler gerekse okuyucu ile kurulamayan bağlar yüzünden müzik dergileri kısa sürede kapanmak zorunda kalmıştır. Son yıllarda gelişen internet teknolojilerinin geleneksel basına olan olumsuz etkileri de dikkate alındığında müzik basınının günümüzde daha çok çevrim içi olarak faaliyetine devam ettiğini söyleyebiliriz.

Gazeteci Mehmet Tez (2010) Türkiye’de müzik yayıncılığının sona erme noktasına gelmesinde şu faktörlerin etkili olduğunu belirtmektedir:

- Bir kere yöneticiler geleceği görse de tedbirlerini almadılar. Dergiciliğin başta web, yeni mecralara (cep telefonları ve tabletler) kaymakta olduğunu hissedyorlardı ama değişmek zor geldi. Alışkanlıkları değiştirmek zordur. Yeni şeyler öğrenmek yerine bildikleri eski numaralara başvurdular.

- İnternet yayıncılığı dergilerde yayımlanan haberleri webe aktarmak sanıldı. İnternet kullanıcılarına ve bu mecralara uygun içerik üretmek çok geriden geldi. Hala da kafalar karışık bu konuda

- Dergilerde sadece satış rakamına odaklanıldı. Ne reklam veren, ne de reklamı satan içerik ve okur profiliyle ilgilendi. Oysa dünyada okur profili önemlidir. Pek çok etkin derginin satışları düşüktür. Bu dergiler okurlarının nitelikleriyle hayatta kalırlar.

- Popüler müzik dergisi yayıncılığında ibre sadece çocuklara hitap eden dergilere döndürüldü. Bu şekilde içerik de zayıfladı. Poster ve çıkartma verince satış rakamları yükseldi ama bu reklama dönmedi. Zira satın alma gücü yetişkinlerde. Reklam veren sektörler sınırlı kaldı.

- Dergiye özel pazarlama stratejisi geliştirilmedi. Paket reklam satış, dergilere göre değil sektöre göre reklam alma, dergilerin kimliklerini arka plana attı. “Benim elimde şu özelliklere sahip şöyle bir dergi var” diye anlatmak yerine reklam verene “toplamda şu kadar satan beş dergimiz var” diye gidildi. Sonuçlar ortada...

- *Promosyona harcanan para iyi yazılara, iyi fotoğraflara harcanmadı. Dergilerin içeriği zayıfladı.*

- *Elbette yazı işlerinin de hataları var. Popüler olsun, entelektüel olsun müzik dergileri özgün içerik üretme konusunda pek çok nedenden dolayı başarılı olamadı. Yeterince iyi gazetecilik yapamadılar. Türkiye’de çok zengin bir müzik yelpazesi var. Bunun çok küçük bir bölümüyle ilgilendi dergiciler.*

- *Ve okuyucu. Onlar dergi değil hayran oldukları isimlerin posterlerini satın almayı tercih ettiler. O sayı hayran oldukları sanatçı varsa aldılar, yoksa almadılar. Yeni şeyleri merak etmediler. Tıpkı festivallerde kendi sevdikleri grupların çaldığı saatte gidip başka hiçbir müzisyeni ve grubu merak etmeyen hayranlar gibi.*

Bu ifadelerden de anlaşılabilceği gibi müzik basını içerisindeki isimler son zamanlarda, Türkiye’de müzik basının neden tam olarak istenilen düzeyde olmadığı ile ilgili sorgular yapmaya başlamış ve araştırmalara yönelmişlerdir. Müzik yazarı Tolga Akyıldız bu konuda internetin bir engel olmadığını ve okuyucuların dergiler ile aidiyet kurmak istediğini belirtmektedir. “İnternetin varlığı sanıldığı gibi bir tehdit değil, müthiş bir avantaj aslında müzik dergileri için. Yeter ki işin çatısı doğru kurulsun. Çünkü müzik okumak isteyen insanlar dergileri ile bir aidiyet ilişkisi kurmak isterler.” demiştir.

Müzik basınının popüler müzikten çok alternatif müzik türlerine yönelik bir içerik sunması gerektiğini söyleyen Melis Danişmend (Sabah, 2010):

“Bu ülkede müzik basınının oluşmasını sağlayan şey alternatif kültürdür. Çünkü popüler müzik maalesef sadece ve sadece o “sanatçının” aşkları, milyarlık kostümleri, diğer bir sanatçı ile “atışmaları” üzerinden ilgililere ulaşır. Siz hiçbir popçunun albümünün ciddi bir şekilde incelenip eleştirildiğine, konserinin (kaç bin kişinin geldiğini, ön sıradan oturanlara ne laf attığı, kaç kıyafet değiştirdiği ‘bilgiler’ dışında) nasıl geçtiğine, önceki albümleri ile bu albümü arasında nasıl bir tarz farkı olduğuna dair doyurucu bilgiler içeren yazılar okuyormusunuz? Bunu yapan değerli müzik yazarları var evet ama o kadar az ki... Bir kere yapılan müzik genellikle eleştirilmeye değer bulunmadığı için yer almıyor müzik yazılarında”

Günlük gazeteler bazında incelendiğinde Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet ve Sabah gibi gazetelerinde müzik yazılarına rastlamak mümkündür. Ancak popüler kültüre seslenen gazetelerde yer alan müzik yazılarının çoğu görsel kullanımı yüksek müzik yazılarıdır. Ülkemizde müziği ciddiye alan pek çok iyi müzik yazarı ve müzik

eleştirme olmasına rağmen gerçek bir müzik medyasından söz açmak kolay değildir (Uslu, 2009:71).

3. Türkiye’de Müzik Basını Tarihi

Türkiye’de müzik basınının geçmişi Osmanlı Devletine kadar gitmektedir. Osmanlı döneminden günümüze kadar ki müzik basınının tarihi aşağıdaki gibi gelişme göstermiştir

3.1. Osmanlı Döneminde Müzik Basını

Avrupa’da 15. yüzyılda nota basım ve yayıncılığının gelişmesi Osmanlı topraklarında 20. yüzyıl ile birlikte ortaya çıkmış ve bu dönemde özellikle azınlıkların önderliğinde nota temelli müzik yayıncılığı başlamıştır. Ancak bunun dışında bugün anladığımız şekli ile müzik basını, çok sınırlı sayıda dergi ve gazete ile kendisini göstermiştir.

İlk Türk müzik dergisi 1863 yılında Musiki-i Osmanî adı ile yayınlanmıştır. Osmanlı döneminde yayınlanan müzik dergileri aşağıdaki gibidir (Aydın, 2004: 1-2):

- Hanende: Ahmet Avni’nin sahibi olduğu dergi 1901–1905 arasında İstanbul’da yayınlanmıştır.
- Hâdika-i Mûsikî: İstanbul’da her Perşembe günleri çıkan derginin sahibi Hasan Tahsin’dir ve 1907 yılında 10 sayı şeklinde yayınlanmıştır.
- Yeni Şarkı Mecmuası: İstanbul’da 1908’de 10 sayı yayınlanmıştır ve kantolara yoğunlaşan bir dergidir.
- Musavver Hale: Aylık yayınlanan gazete İstanbul’da Selanik Matbaası’nda basılmış ve 1909–1910 arasında yayın hayatını sürdürmüştür.
- Saz ve Söz: Haftalık dergi olarak İstanbul’da 1910’da yayın hayatına başlamıştır ve 11 sayı yayınlanmıştır. Sahibi Udi Afet’tir.
- Risale-i Musikiye: On beş günlük bir yayın olan dergi İstanbul’da 1915 yılında yayın hayatına başlamış ve 13 sayı yayınlanmıştır.

- Âlem-i Mûsikî: On beş günlük bir dergi olan Âlem-i Musiki 1919’da Bursa’da yayın hayatına başlamıştır. 16 sayı yayınlanan derginin sahibi Mehmet Baha’dır.

- Dilhayât Nota Mecmuası: İzmir’de 1922 yılında yayınlanan derginin sahibi Ahmed Selanikli’dir ve dergi 4 sayı yayınlanmıştır.

3.2. Cumhuriyet Döneminde Müzik Basını

Türkiye’de toplumsal yaşamın Cumhuriyet ile birlikte büyük değişime uğraması, Tanzimat dönemi ile başlayan yayıncılık çabalarının artarak devam etmesinin önünü açmıştır. Bu nedenle cumhuriyet sonrasında dergicilik büyük önem kazanmış ve o yıllar için önemli okur sayılarına ulaşılmıştır. Müzik de bu dönemde özellikle kadınlar ve genç kızlara yönelik dergilerde işlenen önemli konulardan biri haline gelmiştir.

“Çağdaş anlamda müzik eleştirisi, Cumhuriyet döneminde başlamıştır. Uluslararası sanat müziği kökenli bir müzikolog ve eleştirmen olan Mahmut Ragıp Gazimihal’in (1900–1961) yurt dışında ve Türkiye’de yayımlanmış 3000 dolayında yazısı ve 28 kitabı vardır. Gazimihal, Cumhuriyet döneminin ilk bestecileri olan “Türk Beşleri”nin ulusalcı yaklaşımındaki eksikliklerini belirten ve onları etkileyen yazılar yazmıştır” (Uslu, 2009: 70).

Türkiye’deki müzik basınının 1934’te Müzik ve Sanat Hareketleri Dergisi ile başladığı kabul edilmektedir. Dergide özellikle klasik müzik ve yorumcuları üzerine eleştirel makaleler yer almıştır. Popüler müziğe yer veren ilk dergi ise 1948’de yayın hayatına başlayan Melodi Dergisi olmuştur (Uslu, 2009: 71).

Doğrudan müzik basını içerisinde değerlendirilmeyen ama içinde müzik olgusunu taşıyan “Ses Dergisi” 1956’da yayın hayatına başlamasının ardından, uzun yıllar müzik gündemini belirleyen önemli bir mecra haline gelmiştir. Müzik, sinema, magazin ve moda ağırlıklı dergi, düzenlediği yarışmalar ile de birçok bilinen ismin mesleğe kazandırılmasında öncü rolü üstlenmiştir.

Özellikle 60’lı yıllarda pop ve rock’a ilişkin kısa ömürlü, birçok dergi yayınlanmıştır. Bunlara örnek olarak “Ritm” ve “Diskotek” dergilerini gösterebiliriz (Kayhaoğlu,1997:14).

Türkiye’de müzik basını denildiğinde ilk akla gelen yayın ise kuşkusuz Hey dergisidir. 1970’lerin başlarında Milliyet Yayınları bünyesinde çıkarılan dergi, 1980’lerin sonuna dek yayınlarını sürdürmüştür. Dergi özellikle popüler olduğu yıllarda 60 bin tiraja ulaşarak önemli başarılar elde etmiştir (Kula, 2010: 30).

1980’li yıllara geldiğimizde 12 Eylül rejiminin sansürcü politikaları sayesinde yazılı basın gazeteciliğin içerik yönünü magazine kaydirmişlardır. Bunun sonucunda pornografik görüntüler içeren fotoğraflar, sanatçıların özel yaşamlarını anlatan haberler ve dedikodu haberciliği ön plana gelmiştir. Magazin haberciliğinin ön plana gelmesi ile müzik basını da temel işlevini yitirmiş ve müzik starları ile magazin haberciliği tercih edilmiştir.

1987 yılında yayın hayatına başlayan ve günümüze kadar ayakta kalmayı başaran Blue Jean dergisi yabancı popüler müziğin gelişiminde önemli roller üstlenmiş ve dergi uzun yıllar en çok satan dergiler kategorisinde yer almıştır. Çeyrek yüzyılı aşan yayın hayatı ile Türk müzik tarihinin en uzun süre yayınlanan dergisi olan Blue Jean dergisi, 2007 yılından itibaren rock ve metal müziğinin nabzını tutan Headbang ekini yayınlamaya başlamış, 2009 yılında genç kızları hedefleyen Pop Up adlı ekleri ile beraber yayınlanmaya başlamıştır (<http://www.Bluejean.com.tr>).

1985’te faaliyete geçen “Stüdyo İmge”, çeşitli dönemlerde yayınlanmasa da 1993’e dek varlığını sürdürmüştür. Yayın hayatına Levent Erseven editörlüğünde başlayan dergi, ilk sayılarından itibaren "Kültür/Müzik Dosyası" adıyla bir yazı dizisi açarak; rock tarihini Türkiye bağlamına oturtarak açıklamaya çalışmıştır (Özük, 2009: 36). Stüdyo İmge 2000 yılından bu yana www.studyoimge.com adlı web sitesi olarak müzik tutkunlarına seslenmektedir (www.studyoimge.com). “Stüdyo İmge” üç farklı dönemde yayınlanmıştır. Metronom, Müzik, Muzuk, Çalıntı, Jazz ve Roll dergileri Stüdyo İmge’nin ardından yayınlanan dergiler olmuştur (Kahyaoğlu, 1997:14).

1990’lı yılların en popüler müzik dergilerinden biri “Boom Müzik” dergisi olmuştur. Boom doksanların başında yayınlanmış ve hem pop müziğe hem de rock türlevlerine yer ayırarak geniş bir kesime seslenmeyi başarmıştır.

1991’de rock/metal eksenli Laneth Dergisi, yayın hayatına, bandrolsüz bir şekilde fanzin olarak başlamıştır. İlk sayısı 35 adet basılan derginin 1994 yılına gelindiğinde tirajı 2700’e ulaşmıştır (Özük, 2009: 37–38).

90’lı yıllar müzik basınında yeni dergilerin ortaya çıktığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde yayın hayatına başlayan önemli dergilerden biri de Roll olmuştur. Ekip içerisinden Yücel Göktürk’e göre dergi bağımsız ve etkili bir müzik yayını olması ile diğer dergilerden ayrılmaktadır (Kula, 2010: 44). Roll Dergisi 2009 yılında 144. sayısı ile yayın hayatına veda etmiştir.

Doksanlı yıllarda faaliyete geçen özel sermayeli tecimsel radyo ve televizyon kanallarının sahipleri de müzik dergileri yayınlamış ve radyo ve televizyon yayıncılığının yanında yazılı basında da faaliyetlerde bulunmuşlardır. Buna ilk örnek Number One medya grubunun yayınladığı “Number One” adlı müzik dergisi olmuştur. Haftalık periyotla yayınlanan bu dergiye Uzan Medya grubu tarafından yayınlanan “Kral Magazin” dergisi eklenmiştir. “Number One” dergisi iki binli yılların başında yayın hayatına veda ederken, “Kral Magazin” dergisi 2008 yılına kadar yayınlanmıştır. Number One TV ve Kral TV’nin dergilerinin yanında Doğan Medya Grubunda yayın yapan Dream TV adlı kanalın “Dream” adlı dergisi iki binli yıllar boyunca yayın hayatına devam etmiş ve 2008 yılında kapanmıştır.

Doksanlarda yayınlanan ve popüler kültüre seslenen “Top Pop” ve “Popsi” adlı dergileri iki binli yıllara kadar yayın hayatına devam etmiştir. Avrupa Holding tarafından yayınlanan “Top Pop” dergisi ile Doğan Grubu tarafından yayınlanan “Popsi” uzun yıllar rekabet etmiş ve doksanlarda ikinci baharını yaşayan Türk pop müziğinin bu çıkışından faydalanarak haftalık periyodda yayınlarına devam etmiştir. Bu dergilerden “Top Pop” dergisi doksanların sonlarında yayın hayatına veda ederken, “Popsi” 2006 yılına kadar yayınlanmaya devam etmiştir.

İki binli yıllara geldiğimizde müzik basınına yatırım yapan sermaye sahiplerinin doksanlı yıllara oranla daha az olduğunu görmekteyiz. Bu dönem A.B.D. sermayeli “Billboard” adlı dergi ile “Rolling Stone” adlı dergilerin yayın hayatına başladığı dönem olmuştur. Dünyanın en eski müzik dergisi olan ve 1894 yılından

beri A.B.D. ‘de yayımlanan Billboard dergisi 2006 Kasımından 2010 yılına kadar Doğuş Yayın Grubu tarafından Türkiye’de de yayınlanmıştır.

Rolling Stones dergisinin Haziran 2006 itibariyle, Türkiye’de de yayınlanmaya başlaması Türk müzik basın tarihinde önemli bir gelişme olmuştur. 2009 başında ekonomik gerekçelerle yayın hayatı sona eren dergi, yayında kaldığı süre boyunca müzik basınının önemli bir temsilcisi haline gelmiştir. Türkiye edisyonunda dergi özellikle yabancı sanatçı/gruplar ile ilgili haberler, röportajlar, festivaller ve bunlarla ilgili haberler ağırlıklı bir yayın politikası sürdürmüştür.

Rolling Stone/Türkiye, Haziran 2006’da üç farklı kapak/aynı içerikle Ciner grubu bünyesinde yayın hayatına başlamıştır. Orijinal Rolling Stone dergisinin kırk yıllık arşivini de kullanan dergi daha çok, yerel içerik ve röportajlara yer vermiştir.

Rolling Stone dergisi editörü Mehmet Tez’e göre, derginin okuyucuları müziğin magazinden arındırılmış bir şekilde sunumunu tercih etmektedir. Tez, Rolling Stones Dergisi’nin eleştirel ağırlıkta olduğunu ve promosyona yönelik haberlere daha az yer verdiklerini belirtmiş; Türkiye’de bir müzik endüstrisi olmadığı için müzik gazeteciliğinin de gelişmediğini belirtmiştir (İri, 2009: 170-171):

2002 yılında yayınlanan “Zor” Dergisi hem Türkçe hem de İngilizce basılarak bu alanda bir yeniliğe imza atmıştır. Dergi ekonomik anlamda ayakta kalmak adına değişik tutundurma yöntemleri geliştirse de 2009 yılında kapanmıştır.

İki binli yıllarda popüler müzik kültürüne hitap eden dergiler teker teker kapanırken alternatif müzik türlerine yönelik içerik sunan dergiler ile müzik teknolojisine yönelik yayınlanan dergiler faaliyetlerine devam etmiştir. Bunlara örnek olarak 2002 yılının Ekim ayında yayın hayatına başlayan Andante adlı klasik müzik dergisini gösterebiliriz. Dergi onuncu yaş gününü Borusan Müzik Evi’nde gerçekleştirdiği törende kutlarken Türkiye’nin klasik müzik dünyasında büyük bir boşluğu doldurduğu vurgusunu yapmıştır (Zaman Gazetesi, 17 Aralık 2002).

2013 yılına geldiğimizde müzik basını daha çok çevrim içi olarak basılan müzik dergileri ile faaliyetlerde bulunmaktadır. Yazılı olarak basılan ve geleneksel

yollarla dağıtımı yapılan hiçbir müzik dergisi kalmamıştır. Çevrim içi yayınlanan müzik dergileri ise aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. Çevrim içi yayın yapan müzik dergileri

Bant Mag	Foklora Doğru	Deli Kasap.com
DrumandBass	EqMag	HeadBang
Kadem	Vizyon	Akort
Müzikram	Metalmonster	Musikişinas
Müzik Yorumcusu	Miras	Ozan Dergisi
Porte Dergisi	Pureelectronic	Stereo mecmuası
Yüksekse	Reset Magazine	Soz Müzik
Musiki Dergisi	Müzik Fakültesi	Hayat Müzik

4. Türk Basınında HEY Dergisi

4.1 Hey Dergisinin Tarihçesi

Hey Dergisi 18 Kasım 1970 yılında yayınlanmaya başlamıştır. Dergi Milliyet Gazetesi bünyesinde Karacan Grubu tarafından yayımlanmıştır. Milliyet Gazetesi 16 Kasım 1970 tarihli baskısında derginin yayınlanacağını şu sözlerle duyurmuştur (Milliyet Gazetesi,16.11.1970):

“Gazeteniz, hızla gelişen kitapçılık dalından sonra bu haftadan itibaren yeni bir alana atılıyor ve size ilk dergisini sunuyor: Müziksever gençlerimiz için hazırlanan “HEY” dergisini önümüzdeki Çarşamba günü gazetenizle birlikte hiçbir ek ücret ödemededen alacaksınız. Hey çocukluğundan beri böyle bir dergi çıkarmanın hayalini yaşayan arkadaşımız Doğan Şener’in eseridir. Yıllardır Milliyet’in magazin bölümünü yöneten Doğan Şener, hafif batı müziği meraklılarının yabancıları değildir. Milliyet’te yıllardır yayımlanan ‘Müzik Kulübü’ köşesini izleyenler onu yakından tanır ve takdim ederler. Hey hazırlanırken Doğan’a “İlk sayı güzel olmazsa hiç üzülme. Bunca yıllık meslek hayatımızda ilk sayı güzel olan bir gazeteye veya dergiye rastlamadık” demiştik. Size şimdiden haber verelim ‘Hey’ bu kuralı bozdu. Çarşamba günü gördüğünüzde sanırım siz de Hey’in ilk sayısından güzel bir dergi niteliğine kavuştuğunu kabul edeceksiniz”

Hey dergisinin adı gençlerin kendi aralarında kullandığı jargonlardan esinlenerek verilmiştir. Derginin kurucuları arasında yer alan gazeteci Arda Uskan, 21 Ağustos 2011 tarihinde Radikal Gazetesinde yayımlanan yazısında derginin isminin nasıl Hey olduğunu şöyle açıklamıştır : “ ... O dönemlerde “woah” “pow” gibi gençlik nidaları modaydı. Bunun Türkçesi ‘Hey’ olabilirdi. Doğan Ağabey ‘Harika’ dedi ve bu öneri, yirmi yaşlarındaki bir çocuğun – ki o ben oluyordum – yıllarca yayımlanacak bir gençlik dergisinin ismi olarak kabul gördü...” Arda Uskan’ın bu yazısından sonra Ülkü Tamer yine Radikal Gazetesindeki bir yazısında derginin yazı işlerini şöyle anlatmıştır : “ ...Hey’in başında Doğan Şener vardı. Derginin ‘fiili’ yöneticisi ise Yener Süsoy’du.ERCÜMENT BEY’in deyiimi ile ‘Japon Amiralî’ gibi koltuğuna kurulur, herkese komutlar yağdırır, ama yüzünden gülümsemesini hiç eksik etmezdi. Ağır toplar, elbette Arda, Erhan Akyıldız, Hulusi Tunca bir de Erman Şener’di (Ünal, 2000:15).

Erol Büyüburç yaptığımız mülakatta Hey Dergisinin kuruluş hikâyesi ile ilgili şu bilgiyi aktarmıştır: “Bir gün Doğan Şener bana bu anektodu anlattı. Abdi İpekçi Şener’i odasına çağırdı ve ‘bizim müzikle ilgili bir mecmuamız var mı?’ diye sormuş. Doğan Şener “yok” demiş. Bunun üzerine İpekçi ‘bana piyasanın durumunu anlatırmısın?’ diye sormuş. Şener ‘Erol Büyüburç var, Başar Tamer var, Alpay var, Berkant yeni çıkmış vs’ demiş ve piyasadaki sanatçıları anlatmış. Bunun üzerine Abdi İpekçi ‘Tamam bunlar varsa yetiyor’ cevabını vermiş. O toplantıda Hey’in temeli atılmış” (Büyüburç, 2013)

Hey Dergisinin ilk sayısı “sıfır” olarak yayımlanmıştır. Derginin ilk sayısının sayı hanesinde ‘sıfır’ yazdıran genel yayın müdürü Doğan Şener bu durumu “İşe sıfırdan başladık..” sözü ile açıklamıştır (Hey Dergisi, 18 Kasım 1970). Dergi kendisini “Türkiye’nin tek gençlik ve müzik dergisidir” şeklinde konumlandırmıştır (Milliyet Gazetesi, 25.12.1973). Dergi onuncu yaşına geldiğinde kendisini 100.000’e ulaşan tirajı ile müzik, sinema, televizyon, moda ve gençlik konularında liderliği elinde tutan yüzbinlerin dergisi olarak konumlandırmıştır (Milliyet Gazetesi, Hey Dergisi 10 Yaşında, 12.11.1979).

Hey dergisi Türk basınında öylesine ciddi başarılar elde etmiştir ki aldığı ödüller ve yakaladığı yüksek tirajlar ile de tarihe geçmiştir. 1977 yılında Demokrat

İzmir Gazetesi ile MEB Ajans tarafından düzenlenen “Basın 77 Yılın Sanatçıları” yarışmasında ilk kez bir gazeteci ödül almıştır. Bu gazeteci Hey Dergisinde yazı ve röportajları ile dikkatleri çeken Hulusi Tunca olmuştur. İlhan İrem, Cem Karaca, Nükhet Duru, Bilgen Bengü, Timur Selçuk, Sezen Aksu gibi sanatçıların ödül aldığı ve sadece ses yorumcularına verilen ödül töreninde Hey Dergisi adına Hulusi Tunca’ya yılın gazetecisi ödülü verilmiştir. Hey Dergisi tarihe geçen ve ilk kez bir müzik gazetecisine verilen bu ödül ile ilgili olarak ‘ Gerçekçi haber ve tarafsız yorum ilkesinden, yayın hayatına başladığı günden bu yana sapmayan Hey, gerçekten yana olan yayını bundan sonra da sürdürecektir. Hey, çalışkan arkadaşımız Hulusi Tunca’nın başarısı ile övünç duymaktadır.’(Hey Dergisi, 27 Şubat 1978) açıklamasını yapmıştır.

Hey Dergisi 18 Kasım 1970 tarihinden itibaren kesintisiz olarak 1988 yılının Eylül ayına kadar haftalık periyotta yayınına devam etti. 28 Haziran 1988 tarihinde aylık periyoda geçti, ancak ömrü fazla uzun olmadı. Dergi son sayısını 15 Mart 1989 tarihinde yayınladı. 17 yıl 7 ay aralıksız yayın hayatına devam eden Hey Dergisi, doksanlı yıllarda tekrar yayımlanmaya başladı. Türk pop müziğinin yakaladığı popülerlikten istifade etmek isteyen Doğan Grubu 1994 yılının Nisan ayında dergiyi Milliyet gazetesinin haftalık eki olarak aynı yılın Eylül ayına kadar tekrar yayınladı, dergi 1994 yılının Eylül ayında tamamen kapandı.

Hey Dergisinin kapanması ile ilgili olarak Akyıldız “ Hey’in sıkıntısı o dönemde finansal anlamda rekabet gücünün yeterli olmamasıydı. Milliyet’in bir uzantısı olan Milliyet Yayınları kendi yağında kavrulan küçük bir yapıydı son dönemlerinde. Değişime ayak uyduramıyordu. Çocuk, magazin ve müzik yayınlarına odaklanmıştı, kâğıt maliyetlerini düşük tutmak için kâğıt kalitesini saman kâğıt düzeyinde tutmayı da kurum politikası haline getirmişti. Bu anlamda bir boşluk olduğunu gören Hürriyet Dergi Grubu bir anlamda Alman Bravo’suyla aynı kâğıt kalitesinde, posterli, çıkartmalı bir yayın çıkartınca; diğer bir deyişle Blue Jean dergisi ortaya çıkınca Hey fazla direnemedi. Önce aylık oldu sonra da yok oldu” yorumunu yapmıştır.

4.2 Hey Dergisinin Türk Müzik Basınındaki Misyonu

Hey Dergisi bir müzik dergisi olmasına rağmen geleneksel bir gazete gibi yönetilmiş ve özellikle yazı işleri bölümünün disiplini ile tarihe geçmiştir. Her sabah yazı işleri toplantısı ile güne başlayan dergi çalışanları müzik gazeteciliğine farklı bir boyut getirmiştir. Hulusi Tunca her gün yapılan yazı işleri toplantısı ile ilgili aşağıdaki yorumu yapmıştır (Tunca, 2007:13-14)

‘sabahları saat dokuzda Milliyet Gazetesi’nin zemin katındaki asansörün kapısı kalabalık olurdu. Sabırsızlıklar ya da çalıştıkları servis katları pek yukarıda olmayanlar, meslektaşlarını uzaktan selamlayıp merdivenlere yönelirler. Asansörü dolaşanların çoğu ise dördüncü katın düşmesine basar. Dördüncü kat, bizim aramızdaki deyimle HEY Ülkesidir....Her gün saat 09:30’da Hey ekibinin toplantısı vardır. Saat 10:00’u gösterdiğinde mahmurluk dağılmış, not defterleri ve zihinler cilalanmıştır. Haber alma, haber toplama, röportaj yazarları, sayfa, sütun, köşe sahipleri deyim yerindeyse istim üstündedir. Saat 11:00 sularında haber alma – haber toplama görevlileri, röportaj yazarları, foto muhabirleri gazeteden ayrılırken, sayfa, sütun, köşe sahipleri de odalarına, masalarına çekilirler.

Müzik gündemini elinde tutan Hey Dergisi, müzik basını tarihinde en yüksek tiraj yakalayan ve en büyük gündemi yakalayan yayın organı olmuştur. Can Dünder derginin gündem belirleme gücü ile ilgili olarak dergi için ‘müzik piyasasının efsanesi’ tanımlamasını yaparken, müzik dünyasına yeni giriş yapan bir sanatçının Hey’de haber olması, ya da kapak olmasının rüştünü ispat etmesi anlamına geldiğini söylemiştir. Dünder (2007):

‘ piyasayı Hey’den izliyor, Hey’in verdiği posterleri duvarımıza asıyor, Hey’in ilan sayfalarından haberleşiyor, kurduğumuz fan kulüplerin toplantılarını, çaylarını Hey’den duyuruyorduk. Hey’in listesi müzik âleminin termometresiydi. Erkin Koray ‘Fesupanallah’ı çıkarmış ve liste başı olmuşsa, gençliğin gönlünde taht kurdu demektir. Hümeýra’nın ‘Sessiz Gemi’sinden de, Esmeray’ın ‘Gel Tezkere’sinden de, Füsün Önal’ın ‘Ah Nerede’sinden de oradan haberdar olmuştuk...’

Müzik dünyasında gündem belirleme gücü olan Hey Dergisinde bir gazetecinin yazılarının yayınlaması da heyecan verici bir olaydı. Yazar kadrosunu seçerken seçici davranan dergi yönetimi kadrosunu seçerken de çok titiz davranmıştır. Hulusi Tunca, yazılarının yayımlanma sürecinin stresli olduğunu ve

bunun ayrı bir heyecan verdiğini belirtmiştir. Tunca bu durumu şöyle açıklamıştır: ‘ Yazarlar akıllarında sorularla bayinin yolunu tutarlardı. ’Acaba yazım çıktı mı? , yayınlandıysa aynı başlıkla mı çıktı değişik başlıkla mı?, manşetten ilk yazı olarak mı girilmiş yoksa küçük mü?, Resim kullanılmış mı kullanılmamış mı?,(www.sites.google.com/site/heydergisi/ Hulusi Tunca , 12.12.2004).

Hey Dergisi özgün müzik haberciliğine önem vermiş ve yorum yazılarında dahi bilgi vermeyi tercih etmiştir. Sade bir dil kullanan dergi tüm içeriklerinde bilgi odaklı olmaya çalışmıştır. Haberlerinde muhabirlerin künyelerine yer veren dergi daha çok yazı ve haberlerinde gençlerin dilini kullanmıştır. Dergi özellikle günümüzde sosyal medyanın yaptığı çift taraflı iletişim yöntemlerinin kullanıldığı içeriklere yer vermiştir. Dergide yer alan tanışma ilanları, okur mektupları ve şiir sayfası, düşünce ve duygularını paylaşmak isteyen gençlere bir iletişim platformu sunmuştur.

Hey Dergisi ile ilgili olarak yapılan derinlemesine mülakatlarda görüş alınan müzisyen ve müzik yazarlarından Naim Dilmener Hey dergisinin yol gösterici ve aydınlatıcı bir misyonu olduğunun altını çizerken, günümüzde güven sorunu yaşayan basının aksine Türkiye’nin en güvenilir yayın organlarından biri olduğunu söylemiştir. Dilmener Hey için “Dergiyi yönetenler hem müzik tutkunu hem de çok iyi gazetecilerdi, bu nedenle her satırına, her listesine güvenilebilir” demiştir. (Dilmener, 2013)

Ali Kocatepe Hey Dergisi ile ilgili (Kocatepe, 2013):

“ 1960’lar yabancı şarkılara Türkçe sözlerin yazıldığı, tek tük özgün Türk bestelerin ortaya çıktığı bir dönemdi. Müzikseverlerin Milliyet Gazetesinde Doğan Şener’in haftada bir gün hazırladığı müzik sayfasından başka takip edebilecekleri bir müzik köşesi yoktu. Altmışların sonunda televizyon yayınları yeni başlamıştı. İşte Hey Dergisi böyle bir dönemde Doğan Şener’in çabaları ile yayın hayatına girdi.... Hey Dergisi Türk müzik tarihinin en önemli itici gücü olmuştur. Bu dergi sayesinde Türkiye aranjmanlar devrinin olgunluğunu yaşamış, özgün beste çalışmalarıyla Anadolu Pop akımıyla, rock rüzgârıyla, Türk sanat müziği, Türk halk müziği, hatta daha sonraları Arabesk kulvarıyla olması gereken kimliğini bulmuştur.” açıklamasını yapmıştır.

Müzisyen Atilla Özdemiroğlu çalışmamız ile ilgili gerçekleştirdiğimiz mülakatta Hey’i şöyle anlatmıştır (Özdemiroğlu, 2013):

“ Türkiye’de müziğin gelişiminin en dinamik süreci altmışlı yılların sonu ile yetmişli yıllarda oluşmuştur. Başka bir deyişle bugünün müziği kaynaklarını o dönem oluşturulan farklı türlerden almaktadır. Yine aynı dönem birçok sosyal, siyasi değişimlere de sahne olmuştur. Altmışların ortalarında başlayan neredeyse kendi öz müzik kültürünün dışlayan üretim olmuştur. Yetmişli yıllarda çoğu Şanar Yurdatapan ile ortaklığım olan Şat Yapımda dönemin plak firmaları için üretilmiş ezgileri daha bizden olan türler rağbet görmüştür. İşte Hey Dergisi bu süreçte yazıları, grup artist röportajları, haftalık listeleri ile yönlendirici ve belirleyici olmuştur. Bu dönemde yagâne ve en önemli dergi olarak yayınlarını sürdürmüştür. Milliyet yayın grubu içinde yer alan bu dergi sadece Doğan Şener yönetimindeki kadrosuyla değil, yine grup içinden Abdi İpekçi, Mehmet Ali Birand ve bizzat patron Ercüment Karacan tarafından da desteklenmiştir. Milliyet gazetesinin yıllarca sürdürdüğü ve benim de sürekli jüri üyesi olarak katıldığım liselerarası müzik yarışması da sadece Hey Dergisinin değil Karacan Grubunun müziğe ve değişime verdiği önemin göstergesidir”

Müzisyen Baha Boduroğlu Hey dergisi ile ilgili “ Türk pop müziğini sürekli destekledi. Yaptığı listelerle özendirici oldu. En nihayet müzisyenler arası iletişim sağladı ve belgeler bıraktı” (Boduroğlu, 2013) yorumunu yaparken, besteci Selahattin Erhan Hey dergisini Türk müzik tarihi için büyük bir öneme sahip olduğunu belirtmiş ve “ Her şeyden önce eşsiz bir arşiv imkânı sunmaktadır bizlere; hem de müziğimizin gelişimi açısından özellikle pop müzik açısından sağlam bir belge niteliğinde olması bu önemin bir parçasıdır” yorumunu yapmıştır (Erhan, 2013).

Müzik eleştirmeni Olcay Tanberken, Hey dergisinin müzik kamuoyunu belirleme gücünü şu sözlerle ifade etmiştir: “. Hey dergisine popülerliği yakalamak, röportajlarınızın yayınlanması ve listelerde yer bulmak. O yıllarda 45’liğinizin ya da albümünüzün değer görüp görmediğinin en iyi kanıtlarından biri sayılıyordu ” (Tanberken, 2013).

Müzisyen Atilla Yelken Hey Dergisinin tarafsızlığını şu sözlerle vurgulamıştır (Yelken 2013):

“Hey Dergisi yetmişli yıllardan yayın hayatına son verilene kadar, Hangi dalda olursa olsun Türk besteci ve yorumcularına, ışık tutan bir dergiydi. Sanatçıların

neler yaptığı, tarzı, müziklerindeki tarz değişikliklerini anlatan yegâne dergiydi. Biz o dönemin sanatçıları o dergilere çok şey borçluyuz. O dergide çalışan on, on iki arkadaşı vardı, hiç biri ne rüşvete ne de etik dışı konulara göz yumuyordu. O dergide yayımlanan listelerini oluştururken Anadolu’daki plakçılarla ilişkiler kurup, o hafta kimin plaklarının satıldığını, kimin şarkılarının karışık kasetlerde talep gördüğünü araştırıyordu. Şimdiki gibi televizyonlara para verip ‘benim albümünü bir numara yapın, çok çalın’ gibi bir olay yoktu. Hey Dergisi tarafsızlığı ile tarihe geçmiş bir müzik yayımıdır”

Seksenli yılların en popüler prodüktörlerinden Balet Plak’ın sahibi Yeşil Giresunlu müzik gazeteciliği tarihine bakıldığında Hey Dergisi ile yarışan hiçbir derginin çıkmadığının altını çizmiştir (Giresunlu, 2013):

“ Hey, yaklaşık yirmi yıllık yayın hayatı boyunca kesintisiz olarak yerli ve yabancı müziği belgeleyerek müziğe ilgiyi körüklemiş, yarattığı bu etki bugünkü nesillere kadar yansımıştır. Bu olgu içinde özellikle yetişme çağındaki gençlere müzik sevgisini aşılayarak bir taraftan onları spor, kitap, sinema gibi hobilerin yanı sıra müziğe özendirmiş, diğer taraftan da içinde müzik yapma arzusu olanları cesaretlendirmiştir. Türkiye’de müzik dinleyicisi ile amatör- profesyonel müzik üretkenlerin sayısındaki patlamanın ilk ateşleyicisi yıllar öncesinin ‘Hey’idir.” diyerek Türk basınında Hey Dergisinin taşıdığı misyonu vurgulamıştır.

Hey dergisinin yayımlayan Karacan Grubu’nun sahibi Ercüment Karacan’ın oğlu Number One Medya Grubunun yönetim kurulu başkanı Ali Karacan derginin babası tarafından yayımlandığı günleri şu sözlerle anlatmıştır (Karacan, 2013):

“Hey Milliyet’in gençlere ulaşması için kuruldu. Sokağa asılan posterini babam eve getirmişti. Çok heyecanlanmıştık. Aynı dönemde Milliyet Sanat, Milliyet Çocuk gibi ilaveler başlamıştı. Milliyet erkeklere hitap eden bir gazete olduğu için yeni kitleler bu projelerle hedefleniyordu. Hey çok tuttu. Haftalık 100 binin üzerinde sattı. Kuşe kapaklı ilk dergiydi. Posteri vardı. Tüm fotoğraf çekimleri Milliyet Gazetesinin damında yapılırdı. Dergiyi Doğan Şener yıllarca yönetti, sonra Yener Susoy devraldı. Ahmet Sana derginin Paris muhabiri idi.”

4.3 Hey Dergisinin Ardından Türk Müzik Basının Durumu

Hey Dergisi Türkiye’nin müzik basınına altın dönemini yaşattır. Derginin kapanmasından sonra yayın hayatına başlayan hiçbir müzik dergisi onun boşluğunu dolduramamıştır. Günümüzde müzik basını çevrim içi ortamlardan kurulan blog ve internet sitelerinden oluşmaktadır. Müzik yazarı Naim Dilmener müziğin artık

satmadığı, para getirmediği bir devirde, müzik yayıncılığına da yer olmadığını belirtmiş ve “...Bunun yanında okuma alışkanlığımız da dibi boyladı. Yani dinlemiyor ve okumuyoruz, yalnızca seyrediyoruz. Bu gelişme eleştiri ve eleştirilenlerin de sonunu getirmek üzere, belki de getirdi bile...” diyerek Türkiye’de müzik basınının geleceğinin tehlikede olduğunu vurgulamıştır. Müzisyen Ali Kocatepe yaptığımız mülakatta günümüzde Türk müzik basınında bir boşluk olmadığını düşündüğünü söylemiştir. Kocatepe “ Artık internet var. Her şeye, aradığınız her bilgiye, her müziğe anında hem de evinizde ulaşabiliyorsunuz. Neredeyse her şeyi dinleyebiliyorsunuz. Bence bir boşluk yok..” diyerek Türkiye’de müzik basınının çevrim içi ortamlarda var olduğunu söylemiştir.

Müzisyen Atilla Özdemiroğlu sosyal medyanın önemine vurgu yapmıştır (2013):

“Sorun Nazım Hikmet’in dediği gibi ‘anlamak sevgilim anlamak, gitmekte ve gitmekte olanı’...Müzik endüstrisi küresel bir kabuk değiştirme sürecinde. Yeni oyuncular gelmekte. Artık 15-20 milyon dolarlık stüdyolarımızın yerini birkaç bin dolarlık tümü bilgisayar stüdyolar almakta. Eskiden rekabet odakları ‘indies’ denilen bağımsız küçük şirketler iken şimdi internette her gün bir naşkası patlayan ‘Karmin’ gurubu gibi ev üretimleri... Dünya müzik üretimi arttı fakat kalite hızla düşüyor. Şöhretler artık kalıcı değil neredeyse birkaç parçalık ve bir - iki aylık...”

Günümüzde müzik basınında boşluk olduğunu söyleyen besteci Selahattin Erhan “ Müzik basınında hatırı sayılır bir boşluk var. Eskiden olduğu gibi listeler olmalı ve bu listeler her hafta güncellenmeli, tatlı bir yarış halinin devamını sağlayan güncellemelerle renklendirilmeli” derken, müzik eleştirmeni Olcay Tanberken günümüzde müzik basınının internet aracılığı ile faal olduğunu söylemiştir. Tanberken (2013):

“ Müzik basınının Hey’den sonra bir türlü dikiş tutturamamasını biraz da internete bağlıyorum. İnternet ile birlikte artık her şey daha kolay ulaşılabilir oldu. İnsanların dergiye ayıracak zamanı yok, zamanını artık daha kısa sürede internetten doğrudan erişime ayırıyor. Bilgiye de, şarkı sözlerine de, video klipe de artık herkes doğrudan ulaşıyor. Dergilerin de ömrü tıpkı gazeteler gibi yakın gelecekte tamamen bitmeye yakın, bu yüzden müzik yayıncılığı artık yerini bloglara ve Youtube gibi görsel mecralara bıraktı”

Sözleri ile müzik basınının internet ile birleştiğine vurgu yapmıştır. Müzik basınının internet aracılığı ile faaliyetlerine devam ettiğini söyleyen bir diğer isim de müzik prodüktörü Yeşil Giresunlu olmuştur. Giresunlu müzik basınının internet aracılığı ile çehre değiştirdiğini belirtmiştir (2013):

“Günümüzde müzik basınında bir boşluk var tabii, Türkiye’de konu ile ilgili yazılı yayın olmaması bir eksiklik. Ancak asırlık Billboard dergisinin bugünkü sayfa sayısına bakılırsa soru kendiliğinden cevabını buluyor. Günümüzde müziğe, ilgili bilgilere, haberlere hemen her konuda internet ve diğer medya vasıtasıyla kolayca ve neredeyse ücretsiz ulaşılabilir”

Ayna Gurubunun kurucusu müzisyen Erhan Gülerüz:

“Türk müzik basınında sadece Hey dergisi değil pek çok müzikle alakalı dergi vardı. Onların satışları yüz bini geçerdi. Şimdi internet başka bir yol açtı. Ama gazetelerde eleştirmenlik yapan arkadaşların çok da sağlıklı seçkiler yaptıklarını düşünmüyorum. Müzik seçkisi yapabilecek bir müzik basını ne yazık ki hala kurulamadı. Müziği bilen bir yazarın olması, bilgilerini kağıda dökebilecek donanımda müzik gazetecileri ve yazarların olmasını isterim ama ne yazık ki ülkemizde pek öyle müzik bilen bir medya yok. Doğal olarak da insanlar internet ortamında kendi yazıları ile kendilerini tanıtmaya çalışıyor.” yorumunu yapmıştır (Gülerüz, 2013).

Solist Bora Öztoprak ise;

“HEY Dergisi benim takip ettiğim sanatçıların bilgisini paylaşan bir dergiydi, müzik adına ulaşmak istediğim her şeye o dergi sayesinde ulaşabiliyordum. Şu an internet üzerinden yine istediğiniz bilgiye ulaşabiliyorsunuz ama bir müzik dergisi haber niteliği taşır, internette dağınık bilgiler var, bir araya toplanmış habercilik ciddiyeti ile yapılmış müzik dergileri yok artık. Eskiden bir müzik grubundan bir bas gitarist ayrıldığında bu dergiler sayesinde adını bilirdik, yeni gelen kişinin gruba katkısını tartışırdık. Bugün müzik adına hiçbir şey yok, müzikleri takip edebileceğimiz dergi, köşe yazısı yok. Bu anlamda bir müzik basını yok. Bunun yokluğunu bir müzisyen olarak yaşıyorum.” (Öztoprak,2013) diyerek müzik basınında yaşanan eksikliği dile getirmiştir.

Sonuç

Kültür endüstrisi kapsamında ele alınan müzik endüstrisine yön veren müzik basınının geçmişi 19. Yüzyıla kadar gitmektedir. Türkiye’de müzik basını 1863 yılında yayınlanan “Musik-i Osmani” adlı müzik dergisi ile başlamıştır. Dergi ilk Türk müzik dergisi olarak tarihe geçmiştir.

Müzik basını Türkiye’de Hey Dergisinin yayınlandığı dönemde en aktif yıllarını yaşamıştır. Müzik gazeteciliğinin gelişmesine katkıları ile tarihe geçen dergi aynı zamanda Türk müzik basınının en iddialı yayın organı olmuştur.

Baba mesleği gazetecilik olan Karacan Grubu tarafından yayımlanan Hey Dergisi’ne Ercüment Karaca, Abdi İpekçi, Mehmet Ali Birand gibi basının önemli liderleri de katkıda bulunmuş ve dergi bağımsız bir editoryal içerikle yayınlanmıştır. Dergi yetmişli yıllar boyunca Türk müzik endüstrisine yol gösterici ve aydınlatıcı bir misyon üstlenmiş ve müzik endüstrisinin gelişmesine katkıda bulunmuştur.

1977 yılında Demokrat İzmir Gazetesi ile MEB Ajans tarafından düzenlenen ‘Basın 77 Yılıın Sanatçıları’ adlı yarışmada ilk kez Hey dergisinde çalışan Hulusi Tunca adlı müzik gazetecisi ödül almış ve Türkiye’de müzik basınının, Türk basını içinde sivrilmesine katkıda bulunmuştur.

Tecimsel medyanın yaygınlaşması ile beraber artan medya yatırımları medya piyasalarının yatay ve dikey yönde büyüme göstermesine neden olmuştur. Medyanın holdingleşmesi ile beraber müzik basını özgün gazetecilik yapmak yerine, o medya holdinginin bir tanıtım organı gibi çalışmaya başlamış ve editoryal bağımsızlığını yitirmiştir.

Dikey yönde büyüme gösteren medya şirketleri doksanlı yıllarda birer medya holdingine dönüşmüştür. Bu dönüşüm süreci içinde medya holdingleri kültür endüstrisinde üretimden dağıtımına kadar uzanan bir zincir yaratmış ve kültür ürünlerinin üretilmesinde ki tüm aşamalarda aktif rol almıştır. Oluşan bu zincirin halkalarında müzik ürününün yaratılması, dağıtılması ve tanıtımının yapılması aşamaları tek elden yürütülmüştür. Müzik basını bu sistemde ‘tanıtım’ basamağında yer almış ve ait olduğu medya holdinglerine hizmet etmiştir.

Medyanın geleneksel medyadan yeni medyaya dönüşüm yaşadığı iki binli yıllarda müzik basını daha çok çevrim içi ortamlarda faaliyet göstermiştir. Yeni medya ve sosyal medyanın getirdiği teknolojik değişikliklerden etkilenen müzik basını günümüzde daha çok çevrim içi olarak faaliyetlerine devam edebilmektedir. Günümüzde geleneksel medyanın yöntemleri ile yayımlanan birkaç müzik dergisi dışında herhangi bir müzik basınından söz etmek imkânsızdır. Günümüzde müzik dergilerinin nerdeyse tamamı kapanmıştır, onların yerini çevrim içi yayınlanan elektronik müzik dergileri ile sosyal medya aracılığı ile yayınlanan bireysel müzik blogları almıştır. Sosyal medya ve yeni medyanın yaşattığı bu dönüşüm sayesinde dileyen herkes kendi özgün müzik basını yaratmış ve müzik gazeteciliği bireyselleşmiştir.

KAYNAKÇA

- AKYILDIZ, Tolga (2009). “Müzik Dergileri Can Çekişiyor”, 30 Ağustos 2009, <http://takyildiz.blogspot.com/2009/08/muzik-dergileri-can-cekisiyor.html> Erişim Tarihi: 09.02.2013).
- AYDIN, (2004). *Âlem-i Musiki (Çeviri Yazım ve İnceleme)*. İzmir: Ege Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- BAŞKUT, Cevat Fehmi (1967), *Gazetecilik Dersleri*, İstanbul: Sermet Matbaası.
- BLUE JEAN (2013), (<http://www.Bluejean.com.tr> Erişim Tarihi: 21 Ocak 2013).
- DANIŞMEND, Melis (2010). “Müzik Basının Ölümü” , 07.08.2010 tarihli Sabah Gazetesi
- DURUKAN, Deniz (2002). “Zor Dergisi”, <http://www.studyoimge.com/makale/1930/zor-dergisi> , Erişim Tarihi: 15.02.2013
- DÜNDAR, Can (2007). “Hey Gidi Günler”, <http://www.milliyet.com.tr/2007/09/30/pazar/yazdundar.html> Erişim Tarihi: 11.04.2010
- HAFİFMÜZİK,<http://www.hafifmuzik.org/haber/turkiye%E2%80%99de-muzik-yayinciligi-neden-bitti/>, Erişim: 09.02.2013.

- HANNAN, Michael (2003). *Australian Guide to Corners in Music*. Australia: UNSW Press Book.
- HÜRRİYET GAZETESİ, <http://www.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=26944> “Popsi Etkinlikleri Devam Ediyor” Erişim Tarihi: 16.02.2013.
- HEY Dergisi , 18 Nisan 1973, 27 Şubat 1978, 18 Nisan 1983
- İRİ, Murat. (2009). “Küresel Medya Ürünlerinin Yerelleşmesiyle Uluslararası Gençlik Kültürlerinin İnşası: Rolling Stone/Türkiye Örneği”, *Kültür ve İletişim*. 12(2)
- İFPI (2013). IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) Raporu, www.ifpi.co.tr Erişim Tarihi: 20 Mart 2013
- KAHYAOĞLU ,Orhan (1997). 17.08.1997 tarihli Milliyet Gazetesi, s.14
- KULA, Emin. (2010). Roll’un Hikâyesi: Türkiye’de Müzik Basını ve Karşıt Kültür. Marmara Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- KUYUCU ,Michael – Mihalis (2011). Türkiye’nin Eurovision Serüveni, İstanbul: Esen Kitap
- KUYUCU,Michael-Mihalis (2005). Pop İnfilakı, İstanbul: Kar Yayınları
- MEDYALOKI,http://www.medyaloki.net/muzik_ve_yayin_dunyasinin_unlu_isimleri_sound_dergisi_nde.htm , Erişim Tarihi: 15.02.2013.
- Milliyet Gazetesi, 16 Aralık 1970, 25 Aralık 1973, 5 Ekim 1972,12 Aralık 1979, 21 Aralık 1987,
- OKSAY, Ünsal (1992). Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, İstanbul: Der Yayınları.
- ÖZÜK, Hilal (2009). Popüler Kültür ve Türk Basınında Rock Müzik.,Marmara Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- SANAL BASIN, <http://www.sanalbasin.com/dergi-46-muzik-dergileri> Erişim Tarihi: 13 Şubat 2013.
- SİVİL MEDYA, <http://www.sivilmedya.com> “Bir Dergi Daha Kapandı”, Erişim Tarihi:14.02.2013

- SHUKER (2005). Understanding Popular Music, Abingdon: Routledge.
- STÜDYO İMGE (2013), www.studioimge.com Erişim Tarihi : 20 Şubat 2013).
- TAMER, Ünal (2000). Hey’le Köşe Kapmaca, Radikal Gazetesi,26 Ağustos 2000,s.15
- TEKİNALP, Şermin; UZUN, Ruhdan (2006). İletişim Araştırma ve Kuramları, İstanbul: Beta Yayınları.
- TEZ, Mehmet.(2010).“Türkiye’de Müzik Yayıncılığı Neden Bitti?” www.sabah.com.tr Erişim Tarihi: 14 Şubat 2013
- TUNCA,Hulusi (2004). <http://www.sites.google.com/site/heydergisi/> 12.12.2004 (Erişim 10.02.2013)
- TUNCA , Hulusi (2007). Hey Gidi Günler, İstanbul: C Blok Yayıncılık
- USLU, Arda. (2009). Müzikte Toplumsal Kültürel Farklılaşma ve Medya: İstanbullu Müzik Örneği. Marmara Üniversitesi SBE Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ÜNAL, Aylın. (2010). Rolling Stone Dergisinde Fotoğrafın Kullanımı. İstanbul Üniversitesi SBE Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- YALIN, Didem (2005). “Türkiye’de Yayımlanan Kadın ve Erkek Özel İlgi Dergileri Bağlamında Reklamlarda Erkek Model Kullanımı Üzerine Bir İnceleme”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2005, Sayı:23.
- ZAMAN GAZETESİ, http://www.zaman.com.tr/kultur_klasik-muzik-dergisi-andante-10-yasinda_2029451.html Erişim Tarihi: 17 Aralık 2012.

Mülakatlar :

- Ali Karacan (Karacan Grubu, Number One Medya Grubu Yönetim Kurulu Başkanı), 27 Şubat 2013
- Ali Kocatepe (müzisyen), 24 Şubat 2013
- Atilla Özdemiroğlu (müzisyen) , 18 Şubat 2013
- Atilla Yelken (müzisyen, yorumcu, 19 Mart 2013

Baha Boduroğlu (müzisyen) , 17 Şubat 2013

Bora Öztoprak (müzisyen, solist), 12 Mart 2013

Erhan Güteryüz (müzisyen) , 28 Şubat 2013

Erol Büyüburç (müzisyen), 04 Mart 2013

Naim Dilmener (müzik yazarı) , 14 Şubat 2013

Olca Tanberken (müzik yazarı, radyo programcısı) , 12 Şubat 2013

Selahattin Erhan (müzisyen) , 13 Şubat 2013

Yeşil Giresunlu (prodüktör, Balet Plak Sahibi) , 25 Şubat 2013