



**T. C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
MÜZİK ANASANAT DALI  
TÜRK MÜZİĞİ TEORİSİ VE ETNOMÜZİKOLOJİ PROGRAMI**

**TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN YENİ PERFORMANS  
MEKANLARI BAĞLAMINDA STREAMING MÜZİK  
PLATFORMLARI**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**Tolga BAŞ**

**BURSA – 2020**





**T. C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
MÜZİK ANASANAT DALI  
TÜRK MÜZİĞİ TEORİSİ VE ETNOMÜZİKOLOJİ PROGRAMI**

**TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN YENİ PERFORMANS  
MEKANLARI BAĞLAMINDA STREAMING MÜZİK  
PLATFORMLARI**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**Tolga BAŞ  
Orcid.org : 0000-0001-9512-0643**

**Danışman:  
Prof. Dr. Özlem DOĞUŞ VARLI**

**BURSA – 2020**

## ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Tolga BAŞ
Üniversite	: Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anasanat Dalı	: Müzik
Bilim Dalı/Programı	: Türk Müziği Teorisi ve Etnomüzikoloji
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: x + 145
Mezuniyet Tarihi	:
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Özlem DOĞUŞ VARLI

### TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN YENİ PERFORMANS MEKANLARI BAĞLAMINDA STREAMING MÜZİK PLATFORMLARI

Müzik endüstrisinin tarihsel gelişimi ya da müziğin endüstriyel bir sektör haline gelme süreci her ne kadar 19. yüzyılın sonlarına doğru geliştirilmeye başlayan ses kayıt teknolojileri ile anılsa da esas itibariyle notaların basılı hale getirilerek müziğin yeniden üretime ve tüketime olanak sağlayan bir materyale dönüştürülmesi, müziğin endüstriyelleşme sürecinin ilk adımı olarak görülmektedir. Bu süreç aynı zamanda müziğin “metalaşma” sürecinin de başlangıcı olarak nitelendirilmektedir. 1877 yılında fonograf adlı ses kayıt cihazının geliştirilmesiyle başlayan ses kayıt teknolojileri ve müzik endüstrisi tarihi; süreci takip eden yıllar içerisinde geliştirilen gramofon, gramofon plakları, manyetik bant, kaset, CD ve dijital ses-kayıt ortamları gibi teknolojilerle günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Özellikle 1980’li yıllar ve sonrasında geliştirilen kompakt disk adlı dijital ses kayıt ortamı ve MP3 adlı sıkıştırılmış dijital ses formatı, müzik endüstrisinde dijital çağın başlangıç teknolojileri olarak nitelendirilmiştir. 1990’lı yıllardan sonra internet teknolojisinin yaygınlaşması ve kişisel bilgisayarlar arası ağ bağlantılarının geliştirilmesiyle müzik endüstrisinde yeni bir -dijital- yapılanmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır ve *streaming* müzik olgusu doğmuştur. Youtube, Spotify, Fizy, Apple Music, Tidal Hi-Fi Music, Deezer vb. streaming müzik platformlarının analizlerinin yapıldığı bu çalışmada aynı zamanda bu platformlar aracılığıyla Türkiye’de -doğrudan ya da dolaylı olarak- popülerleşen “Türk Alternatif Müzik” türü ve performans özellikleri irdelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca Türkiye’de alternatif müzik türüne alternatif bir icra alanı oluşturan Sofar Sounds İstanbul organizasyonu; müzik-mekân ilişkisi ve geleneğin inşası bağlamında ele alınmıştır ve de Türkiye’de “ev konserleri” etkinliğinin giderek bir gelenek haline geldiği sonucuna varılmıştır. Çalışma tarama modelinde olup alan araştırması ve görüşme teknikleriyle desteklenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Müzik, Endüstri, Teknoloji, Streaming, Alternatif, Sofar.

## ABSTRACT

Name and Surname : Tolga BAŞ  
University : Bursa Uludağ University  
Institution : Institute of Social Sciences  
Field : Music  
Branch : Turkish Music Theory and Ethnomusicology  
Degree Awarded : Master  
Page Number : x + 145  
Degree Date :  
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Özlem DOĞUŞ VARLI

### STREAMING MUSIC PLATFORMS IN THE CONTEXT OF NEW PERFORMANCE SCENES OF TURKISH ALTERNATIVE MUSIC

Although the historical development of the music industry or the process of music becoming an industrial sector is remembered with sound recording technologies that began to be developed towards the end of the 19th century, essentially turning notes into a material that allows reproduction and consumption by making music, the first of the industrialization process of music seen as step. This process is also described as the beginning of the "commodification" process of music. Sound recording technologies and the history of the music industry, starting with the development of the sound recording device called phonograph in 1877; It has survived until today with technologies such as gramophone, gramophone records, magnetic tape, cassette, CD and digital sound-recording media developed in the years following the process. Especially the digital audio recording medium called compact disc and the compressed digital audio format called MP3, which were developed in the 1980s and after, have been described as the beginning technologies of the digital age in the music industry. After the 1990s, with the widespread use of internet technology and the development of network connections between personal computers, the necessity of a new-digital- structuring has emerged in the music industry and the phenomenon of streaming music has emerged. Youtube, Spotify, Fizy, Apple Music, Tidal Hi-Fi Music, Deezer etc. In this study, the analysis is done from the streaming music platform also -direct or indirectly in Turkey through this platform-as popularized the "Turkish Alternative Music" type and performance characteristics were examined. In addition Sofa Istanbul Sounds organization which is an alternative execution of the alternative music genre in Turkey; music-space relationship is discussed in the context of the construction of the tradition and also in Turkey "house concerts" event has reached the conclusion that the increasingly become a tradition. The study is in a screening model and supported by field research and interview techniques.

**Keywords:** Music, Industry, Technology, Streaming, Alternative, Sofar.

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans programı kapsamında hazırlanan bu tez çalışmasının oluşmasında annem, babam ve ablam başta olmak üzere tüm sevdiklerimin emeği ve desteği olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle öncelikle aileme ve yol arkadaşım Ezgi KAYA'ya daha sonra tüm sevdiklerime ayrı ayrı sevgi ve şükranlarımı sunuyorum. Uzun ve yorucu geçen bir tez çalışması sonucunda ortaya çıkan bu eserin her aşamasında gerekli özveriyi ve yardımı esirgemeyen, tecrübesiyle şahsıma kılavuzluk eden değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Özlem DOĞUŞ VARLI'ya sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunmayı bir borç bilirim. Ayrıca ihtiyaç duyduğum her an yardım etmekten çekinmeyen ve gerekli direktiflerle doğru yolda ilerlememi sağlayan saygıdeğer hocam Doç. Dr. Ersen VARLI'ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak akademik kariyerimin başlangıç eseri olarak nitelendirdiğim bu çalışmaya kaynaklık eden tüm kaynak kişilere ve eser sahiplerine ayrı ayrı teşekkür ediyorum ve bu çalışmanın gelecek çalışmalara ışık tutmasını temenni ediyorum.

Ağustos, 2020

Tolga BAŞ

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
YEMİN METNİ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLO LİSTESİ.....	ix
RESİM LİSTESİ.....	x
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1. POPÜLER KÜLTÜR YAKLAŞIMLARI EKSENİNDE MÜZİK ENDÜSTRİSİNE GENEL BİR BAKIŞ.....	5
2. MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ EKSENİNDE MÜZİK ÜRETİM VE TÜKETİMİNE GENEL BAKIŞ.....	20
2.1. Dünyada ve Türkiye’de İlk Ses Kayıt Teknolojileri.....	24
2.2. Dünyada ve Türkiye’de Erken Dönem Radyo Yayınlarında Müzik Üretiminin Tüketim Biçimi.....	36
2.3. Müzik Kayıt-Dinleme Biçimleri ve Ortamları.....	45
3. MÜZİK ENDÜSTRİSİNDE BİLGİSAYAR KULLANIMINA BAĞLI OLARAK ORTAYA ÇIKAN KAYIT VE DİNLEME ARAÇLARI: DİJİTAL DÖNEM.....	60
4. İNTERNET TEKNOLOJİSİ EKSENİNDE DİJİTAL MÜZİK ÜRETİM VE DİNLEME ORTAMLARI: MP3, NAPSTER, iTUNES.....	63

### İKİNCİ BÖLÜM DİJİTAL DÖNEM MÜZİK ÜRETİM-TÜKETİM ARAÇLARI: STREAMING MÜZİK

1. STREAMING MÜZİK.....	69
2. STREAMING MÜZİK PLATFORMLARI.....	73
2.1. Youtube & Youtube Premium Music.....	74
2.2. Spotify.....	77
2.3. Fizy.....	81
2.4. Apple Music.....	81
2.5. Tidal Hi-Fi Music.....	82
2.6. Deezer.....	86
2.7. Diğer Streaming Müzik Platformları.....	87

3. STREAMING MÜZİK PLATFORMLARININ MÜZİK ÜRETİM, DAĞITIM VE TÜKETİME OLAN ETKİSİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ.....	89
---	----

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**ALTERNATİF MÜZİK VE TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN**  
**POPÜLERLEŞEN İCRA ALANLARI**

1. ALTERNATİF MÜZİK (BAĞIMSIZ MÜZİK) .....	96
1.1. Alternatif Müziğin Ortaya Çıkışı.....	97
1.2. Alternatif Müziğin Türkiye’deki Yükselişi: “Üçüncü Yeniler” .....	100
1.3. Türk Alternatif Müziğin Performans Özellikleri.....	103
2. TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN İCRA ALANI OLARAK POPÜLERLEŞEN YENİ BİR SAHNE DENEYİMİ: SOFAR SOUNDS İSTANBUL.....	107
2.1. “Sofar Sounds” Müzik Platformunun Ortaya Çıkışı.....	108
2.2. Sofar Sounds İstanbul.....	110
2.3. Müzik-Mekân İlişkisi ve Geleneğin İcadı Bağlamında Sofar Sounds İstanbul Müzik Platformu.....	113
2.4. Türkiye’deki “Sofar Sounds İstanbul” Benzeri Müzik Platformları.....	122
SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRMELER.....	125
EKLER.....	129
KAYNAKLAR.....	139



## TABLO LİSTESİ

### Sayfa

<b>Tablo-1:</b> 1980-2019 Yılları Arasında Amerika'daki Formata Göre Satış Gelirleri Grafiği.....	59
<b>Tablo-2:</b> Dijital Müzik Dönemi Öncesinde Geleneksel Müzik Pazarında Dağıtım Kanalları.....	62
<b>Tablo-3:</b> Dijital Müzik Endüstrisinde Dağıtım Kanalları.....	62
<b>Tablo-4:</b> Küresel Kayıtlı Müzik Endüstrisi Gelirleri (2001-2018) .....	71
<b>Tablo-5:</b> Youtube'a Yüklenen Videoların Dakika Sayıları Cinsinden 2007-2016 Yılları Arasında Gösterdiği Grafik.....	76
<b>Tablo 6:</b> Spotify Platformunun Telif Ücretleri Hesaplama Formülü.....	80
<b>Tablo-7:</b> Tidal Müzik Platformu Web/Android Kullanıcıları İçin Üyelik Ücretlendirmesine Dair İçerik Bilgisi.....	85
<b>Tablo-8:</b> Tidal Müzik Platformu Apple Kullanıcıları İçin Üyelik Ücretlendirmesine Dair İçerik Bilgisi.....	86
<b>Tablo-9:</b> Streaming Müzik Platformları Verileri.....	92

## RESİM LİSTESİ

### Sayfa

<b>Resim-1:</b> Leon Scott de Martinville Tarafından Geliştirilen Fonotograf.....	25
<b>Resim-2:</b> Thomas Edison Tarafından Geliştirilen Fonograf Patent Prototipi.....	26
<b>Resim-3:</b> L. Glass Patentli Madeni Para ile Müzik Dinlenen Fonograf/Juke-Box.....	27
<b>Resim-4:</b> Graham Bell ve Charles Tainter Tarafından Geliştirilen Grafon.....	28
<b>Resim-5:</b> Emile Berliner Tarafından Geliştirilen Gramofon Prototipi.....	30
<b>Resim-6:</b> 1900-1912 Yılları Arasında Kaydı Yapılan Plak Örnekleri.....	35
<b>Resim-7:</b> Tanburî Cemil Bey'in Orfeon Record Tarafından Piyasaya Sürülen Plağı.....	35
<b>Resim-8:</b> 1901 Yılında Marconi Tarafından Geliştirilen Radyo.....	36
<b>Resim-9:</b> Emile Berliner Tarafından Üretilen İlk "78 RPM" Gramofon Plağı.....	47
<b>Resim-10:</b> AEG Tarafından Geliştirilen "Magnetophon K1" Model Manyetik Bant Kaydedici.....	48
<b>Resim-11:</b> Philips Tarafından Üretilen İlk Kaset ve Kaset Kaydedici.....	51
<b>Resim-12:</b> Sony Tarafından Üretilen İlk Walkman.....	52
<b>Resim-13:</b> "BPI" Tarafından Hazırlanan Telif Hakkı Önleme Propagandası Sloganı.....	53
<b>Resim-14:</b> Philips ve Sony Tarafından Üretilen Compact Disc ve Ticari Logosu.....	55
<b>Resim-15:</b> Sony Tarafından Üretilen "CDP-101" Adlı İlk Kompakt Disk Okuyucu/CD Çalar.....	56
<b>Resim-16:</b> Napster Logosu.....	66
<b>Resim-17:</b> 2001 Yılında Piyasaya Sürülen İlk iPod.....	67
<b>Resim-18:</b> iTunes Logosu.....	68
<b>Resim-19:</b> Spotify Platformu "Üçüncü Yeniler" Adlı Türk Alternatif Müzik Listesi.....	102
<b>Resim-20:</b> Sofar Sounds Resmi Logosu.....	109
<b>Resim-21:</b> Sofar Sounds İstanbul Logosu.....	110
<b>Resim-22:</b> Sofar Sounds İstanbul Ev Konseri Performans Sırasında Uyarı Amaçlı Asılmış Not Görseli.....	112
<b>Resim-23:</b> Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü.....	115
<b>Resim-24:</b> Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü.....	115
<b>Resim-25:</b> Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü.....	116
<b>Resim-26:</b> Barış Alten Tarafından Tasarlanan Sofar Sounds İstanbul İllüstrasyonları.....	118
<b>Resim-27:</b> "O.K." Markası Sponsorluğunda Gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul Festival Afiş Görseli.....	119
<b>Resim-28:</b> "İpana" Markası Sponsorluğunda Gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul Türkiye Seçmeleri Afiş Görseli.....	120
<b>Resim-29:</b> "Axe" Markası Sponsorluğunda Gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü.....	120

## GİRİŞ

Müzik endüstrisi üzerine kuramsal çalışmalarıyla tanınan Bobby Owsinski<sup>1</sup>, müzik endüstrisinin tarihsel gelişim sürecini dönem içerisinde yaşanan radikal değişimler ve teknolojik gelişmeler üzerinden değerlendirerek dönemlere ayırmıştır. Owsinski, döneme hâkim olan radikal değişimlere ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak sınıflandırdığı bu dönemleri; *Music 0.5: The Precursor Business*, *Music 1.0: The Original Music Business*, *Music 1.5: The Suits Take Over*, *Music 2.0: Enter the Digital Age*, *Music 2.5: Digital Music Is Monetized*, *Music 3.0: The Dawn of Artist/Fan Communication*, *Music 3.5: YouTube Becomes the New Radio* ve *Music 4.0: Streaming Becomes Profitable* gibi sayısal kodlarla ifade ederken, “Endüstri 4.0” terimini müzik endüstrisine uyarlamıştır.

Owsinski'nin yukarıda sözü edilen sınıflandırması ve kuramsal çerçevesi referans alınarak belli bir yol haritası çizilen bu çalışmada ise önce müzik endüstrisinin tarihsel gelişim süreci irdelenmiştir ve daha sonra dijital müzik endüstrisinin üretim, dağıtım ve tüketim aracı olarak nitelendirilen streaming müzik platformlarının analizi yapılmaya çalışılmıştır. Streaming müzik platformları, dijital müzik öncesi dönemde müziğin para karşılığı satın alınıp (plak, kaset ve CD gibi ortamlara kaydedilen müzik eserlerinin perakende satışı) tüketilmesi davranışını aylık veya yıllık abonelik sistemine dayalı olarak kiralama modeline dönüştüren yeni bir dağıtım ve tüketim aracı/davranışı olarak nitelendirilmiştir. Platformların tüketici üzerindeki hakimiyeti ise yapay zekâ tabanlı algoritmalarla sağlanırken, bu algoritmalarla birlikte kullanıcılara sunulan yeni müzik keşifleri imkânı; müzikal çeşitliliği ve alternatif yönelimleri meydana getirmiştir. Nitekim müzik endüstrisinin tarihsel gelişim sürecine bakıldığında süreç içerisinde yaşanan değişim veya gelişmelerin yeni bir müzik türünü ortaya çıkardığı ya da var olan bir müzik türünü daha popüler hale getirdiği gibi benzer örneklere sıkça rastlanılmıştır. Bu bağlamda streaming müzik platformları da alternatif müzik türünün özellikle Türkiye’de yeni bir edebi akım şeklinde yorumlanarak popülerleşmesine zemin hazırlamıştır. Bu popülerleşme süreci, alternatif müzik temsilcilerine yeni performans mekanları yaratırken, bu performans mekânları ise giderek yeni bir geleneğin de inşa

---

<sup>1</sup> Bobby Owsinski, *Music 4.0 A Survival Guide for Making Music in the Internet Age*, 1. b., Milwaukee: Hal Leonard Books.

sürecini başlatmıştır. Çalışmanın örnekleme olarak belirlenen Sofar Sounds İstanbul etkinliği; gizli ev konserleri adı altında Türkiye’de yeni bir performans alanı yaratmış ve bu performans Türkiye’de yeni bir geleneğin inşa sürecine de zemin hazırlamıştır.

Çalışma içerisinde popüler kültür yaklaşımları ile ele alınan müzik endüstrisi; elitist ve demokratik yaklaşımların süzgecinden geçirilerek kavramsal bir çerçeveye ve kuramsal bir temele oturtulmaya çalışılmıştır. Bu çalışma içerisinde birinci bölümde kültür endüstrisi kavramı üzerinde yoğunlaşılırken; çalışmanın son bölümünde örneklem olarak belirlenen Sofar Sounds İstanbul -gizli- ev konserleri etkinliği üzerinden müzik-mekân ilişkisi ve geleneğin icadı teorilerine yer verilmiştir. Çalışmanın ana amacı; müzik endüstrisinin tarihsel gelişim sürecini analiz ederek 1990’lı yıllardan sonra müzik alanındaki endüstriyel yapıya hâkim olan dijital müzik endüstrisinin -ve dolayısıyla 2000’lerden sonra geliştirilen streaming müzik platformlarının- kendi iç dinamiklerini elitist ve demokratik yaklaşımlar ekseninde değerlendirmektedir. Aynı zamanda streaming müzik platformları aracılığı ile -özellikle Spotify platformu ile- Türkiye’de kendi dinler kitlesini oluşturan ve “Üçüncü Yeniler” edebi akımı adlandırması ile popülerleşen alternatif müzik türünün performans özelliklerini analiz etmek ve yine Türkiye’de alternatif müziğinin icra alanı olarak popülerleşen yeni bir sahne deneyimi: Sofar Sounds İstanbul -gizli- ev konserleri etkinliğinin Türkiye’de yeni bir gelenek inşa ettiği tezini ortaya koymak çalışmanın diğer amaçları arasındadır.

Çalışmanın kapsamı; müzik endüstrisinin tarihsel gelişim süreci ile sınırlanan 19. yüzyıl sonları ile günümüz arasındaki süre dilimi olarak belirlenmiştir. Bu süre zarfında yaşanan radikal değişimleri ve teknolojik gelişmeleri içeren çalışma; dijital müzik endüstrisi sonrası ortaya çıkan streaming müzik platformları arasından “Youtube & Youtube Music”, “Spotify”, “Fizy”, “Apple Music”, “Tidal Hi-Fi Music” ve “Deezer” başta olmak üzere “Soundcloud”, “Pandora Music” ve “Amazon Music” platformları ile sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda streaming müzik platformları ile alternatif müzik türü arasında kurulan ikili ilişkiler doğrultusunda Türk alternatif müzik türü, “Sofar Sounds İstanbul” örneği üzerinden ele alınarak sınırları daraltılmıştır. Bu sınırlar çerçevesinde çalışma tarama modelinde olup tarihsel yöntem ve etnomüzikolojik alan araştırması yöntemlerini içeren betimsel bir çalışmadır.

Çalışmanın birinci bölümünde; popüler, popüler kültür, popüler müzik, kültür endüstrisi ve müzik endüstrisi kavramlarına yer verilerek elitist ve demokratik yaklaşımlar çerçevesinde müzik endüstrisi ile değişen toplumsal davranışların değerlendirilmesi yapılmıştır. Daha sonra müzik endüstrisinin tarihsel gelişim süreci ele alınarak süreç içerisindeki teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelere bağlı toplumsal değişimler analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu süreçte basılı nota merkezli bir endüstriden, kayıtlı müzik endüstrisine; kayıtlı müzik endüstrisinden dijital müzik endüstrisine geçil sağlayan gelişmelere yer verilmiştir. Tin Pan Alley adıyla bütünleşen müzik yapım şirketlerinin ticari amaçlı basılı müzik notaları, ilk ses kayıt cihazları, plak-kaset-CD gibi veri/ses depolama ortamları ve dijital (sayısal) müzik ürünleri incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde; dijital müzik döneminin üretim, dağıtım ve tüketim aracı/davranışı olarak nitelendirilen streaming müzik platformlarının analizi yapılmıştır. Bu platformlar içerisinde; Youtube & Youtube Premium Music, Spotify, Fizy, Apple Music, Tidal Hi-Fi Music ve Deezer platformları başta olmak üzere Soundcloud, Amazon Music ve Pandora Music platformları incelenmiştir. Platformların kullanım oranlarına, satış grafiklerine, telif hakları politikalarına ve ücretlendirmelerine yer verilirken aynı zamanda platformların üretici ve tüketici odaklı sunduğu müzikal ayrıcalıklar değerlendirilmiştir. Bu ayrıcalıklar içerisinde streaming müzik platformlarının tüketici odaklı olarak alternatif yönelimlere imkân sağlayan müzik keşfetme özelliğine karşılık üretici odaklı olarak ise alternatif müzik türü/temsilcilerinin kendi dinler kitlesini oluşturmalarına zemin hazırlamıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; streaming müzik platformları aracılığıyla özellikle Türkiye’de -2010 yılı ve öncesinde var olmasına karşın 2010 ve sonrasında yukarı bir ivme yakalayarak yükselişe geçen alternatif müzik türünün popülerleşme süreci işlenmiştir. Nitekim her ne kadar diğer platformlarda da tüketicinin alternatif türlere yönelimlerini sağlayan öneriler ve algoritmalar var olsa dahi özellikle Spotify platformunun alternatif müzik temsilcilerine yönelik oluşturduğu “Üçüncü Yeniler” adlandırması, -Beş Hececiler, İkinci Yeniciler gibi- türün edebi akım niteliğinde değerlendirilmesini ve bu özelliğiyle de popülerleşmesini sağlamıştır. Son olarak alternatif müzik türünün müzikal özellikleri, performans mekanları ve performans biçimlerinin analizi yapılan bu bölümde Türk alternatif müziğinin icra alanı olarak popülerleşen yeni bir sahne deneyimi olarak nitelendirdiğimiz Sofar Sounds İstanbul -

gizli- ev konserleri etkinliği alan araştırması kapsamında irdelenmiştir. Bu bağlamda değerlendirilmelidir ki Sofar Sounds İstanbul etkinliğinin kuruluşundan itibaren Türkiye’de benzer etkinliklerin ortaya çıkması, olası bir ev konserleri geleneğinin icat edildiğini göstermektedir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Çalışmanın bu bölümünde -elitist ve demokratik yaklaşım özelindeki- popüler kültür yaklaşımları ile ele alınan müzik endüstrisi sosyo-ekonomik, siyasi ve kültürel yansımalarıyla birlikte irdelenmeye çalışılmıştır. Frankfurt Ekolü ve Birmingham Ekolü çerçevesinde değerlendirilen müzik endüstrisi olgusunun müzik üretim, dağıtım ve tüketim sürecine etkileri tartışılmış ve müziğin endüstriyel bir ürün haline gelme sürecinden -Tin Pan Alley dönemi ve ilk ses kayıt teknolojileri- günümüze kadar geçen süre zarfındaki tarihsel gelişim süreci incelenmiştir.

#### 1. POPÜLER KÜLTÜR YAKLAŞIMLARI EKSENİNDE MÜZİK ENDÜSTRİSİNE GENEL BİR BAKIŞ

Teknolojinin insanın gündelik yaşamındaki önemine vurgu yapan Neil Postman, yeni icatların ve teknolojik gelişmelerin insanlar ve kültürler üzerindeki etkileri üzerine yoğunlaşmıştır.<sup>2</sup> Postman, teknolojinin bir kültüre dâhil olduğunda kendi rolünü oynadığını ve ne yapması gerekiyor ise onu yaptığını ifade ederken, günümüzde de müzik üretim ve tüketim eyleminin çağın teknolojisine uyumlu bir şekilde biçimlenerek kültüre yansıdığını belirtmektedir. Postman, bir başka söyleminde; -üretme ve tüketme eylemine dair- eylem değişirse bile eylemin yapılış biçiminin değişebileceğinin altını çizerek günümüzde de üretim ve tüketim eyleminin varlığını sürdürdüğünü fakat

---

<sup>2</sup> Neil Postman, *Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni*, çev. Mustafa Emre Yılmaz, 2, İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 2006, s. 13-14. "Thamus tüm buluşların ne işe yaradıklarını inceledi. Her bir buluş için beğenip beğenmediğini dile getirdi. Kral Thamus'un Theuth'a ait olan buluşların her biri için neler söylediğini sayıp dökmek çok vakit alacaktır. Fakat, sıra yazıya gelince Theuth: "Sayın kralım, bu Mısırlıların bilgeliğini ve hafızalarını geliştirecek bir başarıdır. Bilgeliğin ve hafızanın reçetesini buldum." dedi. Thamus ise: "Ey mucitlerin piri, buluş yapmak ayrı şey, buluşunun onlara fayda mı yoksa zarar mı getireceğini kestirmek ayrı şey. Harflerin babası olan sen, kendilerine duyduğun sevgi dolayısıyla, verecekleri neticenin tam aksi bir neticeyi onlardan bekliyorsun. Yazıyı kullanmaya başlayanlar hafızalarını kullanmaktan vazgeçecekler ve unutkanlaşacaklar. Bir şeyleri hatırlamak için iç kaynaklarını kullanmak yerine harici birtakım işaretlere bel bağlayacaklar. Sen hafıza için değil, anımsama (recollection) için bir reçete keşfettin. Bilgelige geçince, öğrencilerin, hakikati olmayan bilgelikleri sayesinde şöhrete ulaşacaklar fakat aslında bir yol göstericiden yoksun olan öğrencilerin sadece malumat sahibi olacaklar. Sonuçta belki bilgili sayılacaklar ama birçok şeyin cahili olacaklar. Gerçek birer bilge olmak yerine bilgeliğin gururuyla yetinen bu insanlar toplum için de birer yük haline gelecekler."

yalnızca yeniçağın koşullarına göre biçim değiştirdiğini ifade eden bir dizi örnekler sunmaktadır.<sup>3</sup>

Müziğin endüstriyel bir sektör haline gelme sürecindeki ilk adım, notaların basılı hale getirilerek “kitlesel” bir ulaşılabilirliğe -ve dolayısıyla tüketilebilirliğe- sunulması olmuştur. Her ne kadar ilk nota basımı 1476 yılında gerçekleşmiş olsa da kitlesel bir ulaşım ve tüketim örneği teşkil etmesi açısından “Tin Pan Alley” dönemi örnek gösterilebilir. 19. yüzyılda Amerika’nın New York kentinde ortaya çıkan ve “Tin Pan Alley” adıyla bütünleşen müzik yapım şirketlerinin -sanatsal kaygıdan uzak- ticari amaçlı üretilen müzik notaları müzik endüstrisinin ‘popüler müzik alanındaki’ ilk somut örneklerini oluşturur. (Tin Pan Alley dönemi ve müziğine dair detaylı bilgi sonraki alt başlık altında verilecektir.) Sözü edilen bu kitlesel ulaşılabilirliğin çok öncesine gidersek, yazının icadı ile birlikte yeni bir çağın başlaması ve bu çağın getirdiği yeniliklerin her alanda olduğu gibi kültürel ve sanatsal alana da nüfuz etmesi ilerleyen süreçte sözlü kültürün giderek yerini yazılı kültüre bırakmasıyla sonuçlanmıştır. Sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş, müzik alanında en basit anlamda geleneksel aktarım tekniklerinin terkedilerek notaların kâğıt üzerine aktarılmasına/basılmasına ve kültürel aktarımın -direkt olarak- insanlar aracılığıyla değil de yeniden üretime olanak sağlayan ‘materyaller’ -söz konusu basılı notalar- vasıtasıyla sağlanması neden olmuştur. Bu kültürel ve dolayısıyla ekonomik dönüşüm müzik endüstrisinin de ilk evresini oluşturmuştur. Bu ilk evreyi takip eden süreç içerisinde giderek daha ileri teknolojilerle üretilen ses kayıt cihazlarıyla birlikte sürekli yapı değiştiren müzik endüstrisi, günümüze kadar varlığını sürdürmüştür.

En genel anlamıyla müzik endüstrisi; toplumsal müzik beklentilerine karşılık gelecek şekilde kendini sürekli olarak yeniden inşa eden bir işleyişi ve toplumun müzik beklentilerini -dolaylı yollardan- kontrol edebilecek şekilde toplumu tasarlayan bir endüstriyi ifade etmektedir. Bu ikili anlam içerisinde müzik endüstrisinin şekil almasında rol oynayan başat öge ise şüphesiz popüler kültürdür. Müzik endüstrisi ve popüler kültür arasında karşılıklı bir bağımlılık söz konusudur. Çünkü müzik endüstrisi toplumsal müzik beklentilerine karşılık verebildiği ve toplumun müzik beklentilerini -dolaylı yollardan- kontrol edebildiği sürece işlemektedir. Bu anlamda müzik endüstrisi var olduğu dönemin hâkim kültürüne yani popüler kültüre ve onun popüler ürünlerine

---

<sup>3</sup> Neil Postman, a.g.e. s. 14.



ihtiyaç duymaktadır. Bu ürünler aracılığıyla toplum üzerinde yönetici ve yönlendirici hâkimiyet kuran müzik endüstrisi, şüphesiz bu yönlendirmeyi en doğru şekilde gerçekleştirebilmek için toplumun gündelik yaşam standartlarına yani halk zevkine uygun popüler müzikleri kullanmaktadır. O halde müzik endüstrisini ve onun işleyişini anlamak için ilk önce popüler kültürün neyi ifade ettiğini ve müzik endüstrisindeki işlevinin ne olduğunu bilmek gerekmektedir.

Popüler kültür kavramına zemin oluşturan “popüler” kelimesinin dilbilimsel temelinde yer alan -geç orta çağ dönemindeki- “halka ait” anlamı, çeşitli yaklaşımlar ve farklı disiplinlerle yoğrularak günümüzde “birçok kişi tarafından sevilen, çoğunluğun tercihi” anlamına evrilmiştir. Dolayısıyla popüler kültür; popüler kelimesinin “halkın arasında yaşayan motiflere, öğelere yer veren, onlardan yararlanan, halkın zevkine uygun, halk tarafından tutulan”<sup>4</sup> gibi anlamlarından türeyerek kavramsallaştırılan ve belli bir dönem ya da belli bir zaman dilimi içerisinde toplumun çoğunluğu tarafından beğenilen, tüketilen ve toplumu yansıtan bir kültür çeşidi olarak ifade edilebilir. Fakat popüler kültür, bu genel anlamının çok ötesinde elitist ve demokratik olmak üzere iki farklı yaklaşımla ele alınarak değerlendirilmiş ve kuramsal bir temele oturtulmuştur. Bu bağlamda söz konusu kuramsal temelin ilk dayanağı olan elitist yaklaşım; popüler kültürü halkın aşağı kültürü olarak benimseyen ve onu üst kültür-alt kültür gibi sınıfsal bir ayrıma tabi tutan bir yaklaşım biçimi olarak nitelendirilirken, kuramsal temelin ikinci dayanağı olan demokratik yaklaşım ise popüler kültürün özgürleşim alanı olduğunu savunan ve toplumun her kesimine hitap ettiği gerçeğine vurgu yaparak sınıfsal ayrımı reddeden bir yaklaşım biçimi olarak ifade edilmiştir. Şentürk, söz konusu iki yaklaşımın temelde hangi görüşe dayandığını ve hangi bakış açılarıyla ele alındığını şu ifadelerle açıklamıştır:

Popüler kültür, biri elitist diğeri de demokratik yaklaşım olmak üzere iki farklı açıdan değerlendirilir. Elitist yaklaşım popüler kültürü, halkın aşağı kültürü olarak görüp onu sınıfsal bir mesafe koymanın aracı olarak niteler. Kavram, elitler tarafından bir negatif farkı ifade etmek veya Pierre Bourdieu'nun deyimiyle “sınırı belirtmek” için kullanılır. Kavramın bugün belli bir elitizmi ifade etmek üzere gönderme yapılan yanları, bu eski gelenekten gelmektedir. Demokratik yaklaşım ise, popüler kültürün demokratik yanına vurgu yapar. Demokratik yaklaşıma göre, popüler kültürün herkesin kullanımına ve tüketimine açık olması, toplumun her kesiminin kendinden bir parça bulması veya her toplumsal alana hitap etmesi, onun demokratik özelliğini ortaya

---

<sup>4</sup> Türk Dil Kurumu, *Popüler*, 2019, <https://sozluk.gov.tr/>, s. 1. (27.04.2020).

çıkarr. Popüler kültürün demokratik özelliği, onun bir endüstri konusu olmasına neden olmaktadır. Yüksek kültürün endüstri yardımıyla popüler kültüre malzeme teşkil etmesi ve toplumun cahil, eğitimsiz ve görgüsüz kesimi tarafından yüksek kültürün savurganca tüketilmesi, kitle kültürünü yapılandırmaktadır. Toplumun çok az bir kısmına ait olan yüksek kültürün popüler kültürce kullanılması ve kitleselleşmesi, yüksek kültür sahipleri tarafından kaygı, endişe ve büyük bir rahatsızlıkla izlenilmektedir. Dolayısıyla medya aracılığıyla belirginleşen popüler kültüre, demokratik yaklaşım olumlu, elitist yaklaşım ise olumsuz anlam yükler.<sup>5</sup>

Yukarıda yer alan ifadelerden yola çıkarak popüler kültüre dair toplumun manipüle edilerek oluşturulduğu ve ‘ticari’ sıfatıyla nitelendirildiği görüşünü savunan Frankfurt Okulu’nun (elitist yaklaşım) olumsuz eleştirilerine karşılık toplumun bilinçli bir şekilde tercih ederek tükettiği ve toplumu yansıtan bir kültür biçimi olduğu görüşünü savunan Birmingham Okulu’nun (demokratik yaklaşım) olumlu eleştirilerinin yer aldığı görölmektedir. Arık ise elitist ve demokratik yaklaşımın temel bakış açılarını şu ifadelerle özetlemiştir:

Popüler kültürün “özgürleştirici veya hegemonik” özellikleri konusunda ana hatlarıyla iki görüş bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, popüler kültürü kitle kültürüyle aynı olarak ele alır ve konuyu yüksek kültür ile kitle kültürü ikilemi tartışması içinde inceler. Marx, Gramsci, Althusser ve Frankfurt Okulu Temsilcileri popüler kültüre olumsuz yaklaşmakta, kitle kültürüyle eş görmekte ve kitleleri “güdüp yöneterek” “yanlış bilinçlendirdiğini” ileri sürmektedir. İkinci görüş ise, popüler kültürü kitle kültüründen ayırarak, “halkın sesi” olarak görür ve özellikle tüketilme anında halkın bilinçli tercihine vurgu yaparak, popüler kültür içerisindeki özgürleşim olanaklarını işaret eder. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ve onları takip eden De Carteau ve John Fiske popüler kültüre olumlu yaklaşan sosyal bilimcilerdir.<sup>6</sup>

Bu bağlamda popüler kültüre yönelik bu iki farklı görüş açısını özümsemek için her iki ekolün ortaya çıkış süreçlerini ve popüler kültüre olan yaklaşımlarını irdelemek gerekmektedir.

Frankfurt Okulu, 1923 yılında Frankfurt Üniversitesi’nin Sosyal Araştırmalar Enstitüsü bünyesinde doğmuştur ve ekolün önemli temsilcileri arasında Marksist görüş temelli Carl Grünberg, Alman ekonomist Freidrich Pullock, okula kuramsal kimliğini kazandıran Max Horkheimer ve onunla birlikte kültürün endüstriyel bir üretim-tüketim unsuru olduğunu savunan Theodor Adorno yer almaktadır. Felix Weil tarafından

<sup>5</sup> Ünal Şentürk, “Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol”, *Sivas, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. XXXI, S. 1, (2007), s. 26-27.

<sup>6</sup> Muhammet Bilal Arık, “Popüler Kültüre Temel Yaklaşımlar”, *İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 19, (2004), s. 328-329.

finans edilmek oluşturulan enstitü, üniversite bünyesinde kurulan ilk Marksist yönetimli araştırma merkezi olarak nitelendirilmektedir. Frankfurt Okulu'nun Marksist yönetimli bir okul olarak nitelendirilmesi ise ekolün temsilcilerinin Karl Marx'ın popüler kültüre yönelik oluşturduğu “yanlış bilinç” kavramını ve toplumun fikir ve beğenilerinin ekonomik gücü elinde bulunduran hâkim sınıfın fikirleri ve beğenileri doğrultusunda şekillendiği tezini savunmasından kaynaklanmaktadır. Burada Marx'ın popüler kültüre yönelik bakış açısını anlamak için ek bir parantez açmak gerekmektedir.

Marx'a göre, “hâkim sınıfların fikirleri, bütün çağlarda aynı zamanda hâkim ideolojidir. Toplum içerisindeki güç sahipleri, aynı zamanda kendi ideolojilerini kitlelere benimsetirler. Maddi gücü elinde tutanlar, aynı zamanda zihinsel alana da hâkim olur.”<sup>7</sup> Marx'ın sözünü ettiği bu hâkim sınıf, kendi ideolojilerini benimsetme yolunda özellikle kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Bu noktada kitle iletişim araçları ve popüler kültür arasında doğrudan bir ilişki olduğu görülmektedir. Nitekim -çoğunlukla- kitle iletişim araçları vasıtasıyla pazarlanan ve toplumların fiziksel ve zihinsel alanlarına işlenen her türlü ürün ya da idea, süreklilik ve zorunluluklarla toplumlara dikte edilmekte ve toplumun gündelik yaşantısına kadar adapte edilmektedir. Bu adaptasyon sonucunda toplumun büyük bir çoğunluğu tarafından popülerleşen ve tüketilen her türlü ürün ya da idea, yapay bir kültürleşmenin ürünü olarak nitelendirilmektedir. Marx'a göre de bu yapay kültürleşmenin endüstriyel olarak ortaya çıkardığı her ürün, halk tarafından bilinçsiz bir şekilde tüketilmektedir. “Marksist yaklaşım, Marx'ın hâkim sınıfların sahip olduğu iktidar ve ekonomik güç yolu ile kendi ideolojilerini ellerindeki araçlar vasıtası ile bağımlı sınıfların belleklerinde içselleştirme teorisinden yola çıkarak, kitle iletişim araçlarını ellerinde tutan seçkinlerin, aracın ideolojisi ve söylemi üzerinden doğrudan etkili olduğunu ileri sürer.”<sup>8</sup> Arık'ın Marksist yaklaşım üzerine oluşturduğu bu ifadelerden hareketle şu sonuca varılabilir; hakim sınıflar sahip olduğu iktidar ve ekonomik güç yetisi ile birlikte kitle iletişim araçlarının da etkin gücünü ellerine alarak kendi ideolojini ve söylemlerini topluma empoze etmektedir. Tam bu noktada ise Marksist yaklaşımın en önemli takipçilerinden biri olan Louis Althusser'in “İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları” üzerine ele aldığı söylemler öne çıkmaktadır/önem kazanmaktadır. Althusser, “DİA” olarak adlandırdığı devletin ideolojik aygıtlarını şu şekilde açıklamıştır:

---

<sup>7</sup> Arık, a.g.m., s. 330.

<sup>8</sup> Arık, a.g.m., s. 330.

DİA'lar devletin (baskı) aygıtıyla aynı şey değildirler. Marksist teoride, devlet aygıtının şunları kapsadığını hatırlatalım: Hükümet, Yönetim, Ordu, Polis, Mahkemeler, Hapishaneler vb. ki bunlar bundan böyle bizim devletin Baskı Aygıtı adını vereceğimiz şeyi oluştururlar. Baskı kelimesi, hiç olmazsa en son durumda (çünkü, örneğin yönetsel baskı fiziksel olmayan biçimlere girebilir) söz konusu devlet aygıtının “zor kullandığını” belirtir. Devletin İdeolojik Aygıtları ile gözlemcinin karşısına, birbirinden ayrı ve özelleşmiş kurumlar biçiminde dolaysız olarak çıkan belirli sayıda gerçeklikleri belirtiyoruz. Bu gerçekliklerin doğal olarak ayrıntılı bir incelemeyi, denemeyi, düzeltilmeyi ve yeniden düzenlenmeyi gerektirecek ampirik bir listesini sunuyoruz. Bu gerekliliğin içerdiği tüm sakıncaları göz önünde tutarak aşağıdaki şu kurumları şimdilik DİA'lar olarak kabul edebiliriz (adlarını saymamızdaki sıranın özel bir anlamı yoktur):

- Dini DİA (değişik Kiliseler sistemi)
- Öğretimsel DİA (değişik, özel ve devlet “okullar”ı sistemi)
- Aile DİA'sı
- Hukukî DİA
- Siyasal DİA (değişik partileri de içeren sistem)
- Sendikal DİA
- Haberleşme DİA'sı (basın, radyo-televizyon vb.)
- Kültürel DİA (edebiyat, güzel sanatlar, spor vb.)

(...) İlk aşamada, devletin bir tek (baskı) aygıtı varsa, çok sayıda DİA olduğunu gözlemleyebiliriz. Varoluşunu varsaysak bile DİA'ların bu çokluğunu bütünleştiren birlik dolaysızca görülmez. İkinci aşamada, devletin birleşik (baskı) aygıtının tümüyle *kamu* alanında yer almasına karşın DİA'ların (görünüştaki dağınıklıkları içinde) en büyük bölümünün *özel* alanda bulunduğunu saptayabiliriz. Kiliseler, partiler, sendikalar, aileler, bazı okullar vb. özeldir. (...) DİA'ları Devlet'in (Baskı) Aygıtından ayıran şu aşağıdaki temel farktır: Devlet'in (Baskı) Aygıtı "zor kullanarak" işler, oysa DİA'lar “*ideoloji kullanarak işlerler.*” Bu ayrım, devletin (Baskı) Aygıtının, kendi hesabına *baskıya* tümüyle (fizik baskı dahil) öncelik verirken, ideolojinin burada ikincil bir işlevi olmasıdır (bütünüyle baskıya dayanan aygıt yoktur). Örnekler: Ordu ve polis hem kendi uyarlıklarını ve yeniden-üretimlerini sağlamak için, hem de dışarıya sundukları "değerler ile aynı zamanda ideolojiyi kullanarak işlerler. Aynı biçimde, fakat tersine DİA'larda *ideoloji* tümüyle öncelik kazanırken, aynı zamanda baskıya, en son durumda olsa bile, fakat yalnızca en son durumda çok hafifletilmiş, gizlenmiş, hattâ sembolik bir baskıya (bütünüyle ideolojiye dayanan aygıt yoktur) ikincil bir işlev verildiği söylenmeli. Böylelikle kiliseler ve okul, ceza, ihraç, seçme vb. uygun yöntemlerle yalnız kendi çobanlarını değil sürülerini de "disipline sokarlar". Aile de böyledir... Kültürel (içlerinden birini sayacak olursak, örneğin sansür) DİA da... vb.<sup>9</sup>

Althusser'in bu ifadelerinden hareketle devletin ideolojik aygıtları; devletin sosyal, kültürel, siyasi ve dini gibi birçok alanında aktif şekilde işlev gören mekanizmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Althusser'in sözünü ettiği

<sup>9</sup> Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, çev. Yusuf Alp, Mahmut Özışık, 5. b., İstanbul: İletişim Yayınları, 2002, s. 33-35.

“Haberleşme DİA’ları” -içerisinde yer alan basın ve radyo-televizyon gibi kitle iletişim araçları- yukarıda sözü edilen “hâkim sınıfların sahip olduğu iktidar ve ekonomik güç yetisi ile birlikte kitle iletişim araçlarının da etkin gücünü ellerine alarak kendi ideolojini ve söylemlerini topluma empoze etme” noktasındaki en etkin DİA’lar olarak nitelendirilmektedir. Bu noktada Doğu Varlı, “İdeal Devletin İdeolojik Aygıtları: Doxa ve İllisio Kavramları Bağlamında Müziğin Biçimlendiriliş Süreci” adlı makalesinde - Althusser’in de Haberleşme DİA’sı içerisinde ele aldığı- radyoların hâkim sınıfın ideolojilerine ve söylemlerine ne şekilde aracı olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir:

....Söz konusu radyoda, eğitimde “Türk Müziği” yasağı, yeni düzenlemeler, yeni kurumlar içerisinde dönemlerin ideolojilerine ve “ideolojik hiyerarşi”ye göre yer alışı biçimleri bir kişi üzerinden okunacak kadar tek boyutlu değildir. Burada kuruluşa liderlik yapan kişinin, müzikal beğenisi ve tercihleri üzerine çok şey söylenir. Ancak yapılan çalışmalar ve uygulamaları (...) devlet mekanizması, ulus devlet modeli oluşturma, tüm kuruluşlar ve dünya tarihi süreçlerinde devlet felsefesinin yansıtıldığı adımlar olarak değerlendirmek mümkündür. Birçok polemiklerin ötesinde, günümüz mevcut kurumları içerisinde, imparatorluk diğer bir deyişle ümmetçilikten, halk egemenliğinin inşa edilmeye çalışıldığı ulus devlet modelinin uygulamalarında, bir kimlik arayışının olduğunu gözden kaçırıp, içinde isteyerek veya istemeyerek bulunulan mecraları kutsallaştırma, kutsama ve kutsanan alan dışındaki söylemleri ötekileştirme savaşına dönüşmüştür. Oysa devlet denen mekanizma hâkim ideoloji çerçevesinde kendi “yasalarını, ideolojik aygıtlarını” oluşturmuştur.<sup>10</sup>

Bu bağlamda görülmektedir ki, hem Marx’ın “yanlış bilinç” kavramı hem de Althusser’in “ideoloji ve devletin ideolojik aygıtları” söylemi, kitle iletişim araçları vasıtasıyla toplumların fiziksel ve zihinsel alanlarına işlenen her türlü ürün ya da ideanın süreklilik ve zorunluluklarla toplumlara dikte edildiği ve toplumun gündelik yaşantısına kadar empoze edilerek yapay bir kültürlenmenin (yukarıdaki alıntıda örneklendirildiği gibi radyolarda Türk Müziği’nin yasaklanması ve yeni bir ulus-devlet anlayışını temel alarak Türk halk müziği ezgileriyle Klasik Batı müziği usûl ve metotlarının birleşiminden doğacak olan “Türk Ulusal Musikisi” fikriyatının topluma benimsetilme çabası gibi) oluşturulduğu görüşünü içermektedir.

Yukarıda sözü edilen işleyişe benzer şekilde popüler kültürün de yapay bir kültürlenme yoluyla toplumlara empoze edildiği görüşünü savunan Frankfurt Okulu ise popüler kültürün tamamen endüstriyel bir ürün olduğu ideolojisini temel alarak popüler kültürü, kültür endüstrisi tarafından üretilen bir kitle kültürü olarak nitelendirmektedir.

<sup>10</sup> Özlem Doğu Varlı, “İdeal Devletin İdeolojik Aygıtları: Doxa ve İllisio Kavramları Bağlamında Müziğin Biçimlendiriliş Süreci”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.VII, S. 93 (2019), s. 18.

Bu noktada Frankfurt Okulu temsilcilerinin popüler kültüre ve kitlelere dair bakış açılarındaki bu olumsuz yargıyı doğuran yegâne olgu, yaşadıkları dönemin toplumsal, siyasi ve ekonomik koşullarının düşüncelerine yansımalarıdır. 1930’lu yıllarda başlayan Alman faşizminin bir sonucu olarak Frankfurt Okulu’nun dağılması, temsilcilerinin - zorunlu bir şekilde- Amerika’ya göç etmesi ve Marksist temelli düşünce ve önsözlerinin Amerika’da karşılaştıkları tüketim toplumuyla birlikte daha da kökleşmesi ekolün popüler kültüre ve kitlelere dair olumsuz düşüncelerini perçinlemiştir. Hall’in konuyla ilgili görüşleri şöyledir:

Frankfurtçuların kitle toplumu ya da kitle kültürü hakkındaki düşüncelerinin aşırı kötümser olduğunu söyleyenler, sürgün yıllarının ve geldikleri yerin olumsuz koşullarının çalışmalarına doğrudan yansıdığını öne sürer. Çünkü Frankfurt Okuluna göre kapitalizm, kitle toplumu niteliği taşır ve bu toplumda işçi sınıfı örgütlenmiş değildir. Atomlaşmış, yani birbirinden kopuk bireylerin oluşturduğu bir yapıya sahiptir. Faşizm gibi ideolojilere kolayca çekilebilirler. Dolayısıyla Adorno ve Horkheimer, Alman faşizmine özgü gelişmeyi bir bütün olarak kapitalizmle genelleştirir ve Amerikan “kültür endüstrisi”nin faşist devletle aynı işlevi gördüğünü iddia eder. Bunun için Frankfurt Okulu dağıldığında ve üyeleri Birleşik Devletler’e göçmen olarak gittiklerinde, kitle toplumu hakkındaki kötümser önsözlerini de beraberinde götürürler. Mesajları kısaca şudur: “Faşizm burada da gerçekleşebilir.”<sup>11</sup>

Adorno ve Horkheimer’in zorunlu olarak göç ettikleri Amerika’da karşılaştıkları bu tüketim toplumu, onların kitle kültürü kavramını bir adım ileri taşıyarak kültür endüstrisi kavramını ortaya atmalarına zemin hazırlamıştır. Adorno ve Horkheimer, kitle kültürü kavramı yerine kültür endüstrisi kavramını kullanmalarının sebebini, kitle kültürü kavramının kendi içerisinde barındırdığı ‘kültürün bizzat kitlelerin kendilerinden kaynaklanan bir kültür olduğu’ anlamının önüne geçmek olduğunu ifade etmişlerdir. Mutlu, kitle kültürü ve kültür endüstrisi kavramlarına yönelik; “Adorno, Horkheimer ile birlikte yayımladıkları “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı kitapta, “Kitle Kültürü” yerine “Kültür endüstrileri” terimini kullanmalarını kitle kültürü teriminin kitlelerin kendiliğinden (otantik) kültürünün anlaşılması ihtimalini, böylelikle de bu kültürü savunanların kabul edebileceği bir yorumu baştan dışlama galesiyle açıklıyor.”<sup>12</sup> ifadelerinde bulunmuştur.

<sup>11</sup> Ayhan Erol, *Popüler Müziği Anlamak*, 2. b., İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2005, s. 33.

<sup>12</sup> Erol Mutlu, “Popüler Kültürü Eleştirmek” *Ankara, Doğu Batı Düşünce Dergisi*, C. 4, S. 15, (2001), s. 22.

Sanayi devrimiyle birlikte oluşan kapitalist düzen ve teknolojik gelişmelerle birlikte ortaya çıkan küreselleşme zorunlu olarak seri üretimi ve seri üretim de beraberinde yeni pazar arayışlarını doğurmuştur. 1950 ve sonrasında yaygınlaşan kitle iletişim araçları, her türlü bilginin geniş kitlelere daha hızlı bir şekilde yayılmasını sağlarken ekonomik gücü elinde bulunduran hâkim sınıfın kitle iletişim araçları vasıtasıyla toplumları yönetmesine ve yönlendirmesine zemin hazırlamıştır. Frankfurt Okulu temsilcilerinin popüler kültüre yönelik eleştirileri de işte bu zeminde yükselmiştir. Onlara göre kültür endüstrisi toplumları kitle iletişim araçları vasıtasıyla yöneten ve tek-tipleştiren bir ‘kitle kültürü’ konumundadır. “Bu yaklaşım temelinde, Frankfurt Okulu üyelerinin kültürel alana ilişkin bakış açılarında iki önemli eğilimden söz etmek mümkündür. Bunlardan birincisi, kültür endüstrilerinin başat kıldığı kültürel biçimlerin hem geri hem de estetik algıyı geriletici niteliğe vurgu yapan estetik seçkincilik eğilimidir. İkincisi ise, kapitalist toplumda kitle iletişim araçlarının “kültürel üstyapı” aracılığıyla yukarıdan eklemleyici ve yönlendirici işlevine yaptıkları vurgudur.”<sup>13</sup> Bu bağlamda görülüyor ki; kitle iletişim araçlarının kültürel üstyapı aracılığıyla yukarıdan yönlendirdiği toplum üyeleri, iktidar ve hâkim sınıfın ideolojileriyle örülü bir yaşam biçimine istemsiz bir şekilde asimile olmaktadır. Bu asimilasyon ise kendisini toplumların en yoğun ve en hızlı şekilde değişip adapte olduğu müzik kültürlerinde göstermektedir. Kültür endüstrisi bu anlamda popüler kültürün etkin bir alanı olan popüler müziği ‘aracı’ olarak kullanmaktadır ve bu işleyiş kültür endüstrisinin farklı bir kanalını ifade eden müzik endüstrisi tarafından yürütülmektedir. O halde müzik endüstrisine dair ikili anlamı doğuran tanımı yinelemek gerekmektedir; müzik endüstrisi, toplumsal müzik beklentilerine karşılık gelecek şekilde kendini tasarlayan bir işleyişi ve toplumun müzik beklentilerini -dolaylı yollardan- kontrol edebilecek şekilde toplumu tasarlayan bir endüstriyi ifade etmektedir. Müzik endüstrisinin etkin bir ticari silahı olan popüler müzik, diğer tüm popüler kültür ürünleri gibi ticari kaygıyla oluşturulan, medya ya da kitle iletişim araçlarıyla popüler hale getirilen ve eğlence kültürü içerisinde toplumun tüketimine sunulan bir müzik türüdür. “Popüler kültürün en önemli alanlarından biri olan popüler müzik gündelik ve yüzeyseldir. Toplumun o anki beğenisine cevap verecek şekilde üretilir ve hızla

---

<sup>13</sup> Sibel Fügen Varol, *Kültür Endüstrisi Bağlamında Cinsiyetçi İdeoloji ve Kadın Kimliğinin İnşası*, (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013, s. 77.

tüketilir.<sup>14</sup> Bu hızlı üretim ve tüketim ilişkisine karşılık gelecek şekilde tasarlanan popüler müzik, gündelik hayat içerisinde kolay ve hızlı bir şekilde tüketilebilir diye farklı işlevsel özellikler ve müzik endüstrisi tarafından oluşturulan sistematik kodlar esas alınarak tasarlanmaktadır. Bu yolla üretilen popüler müzik, sanatsal özelliklerden arındırılmış ve tamamen ticari kaygı gözetilerek üretilmiş bir müzik türü olarak lanse edilmektedir. Bu ticari kaygı toplumların maddi ve manevi tüm varlıklarının sömürsünü hedef almaktadır ve bu hedef aynı zamanda her bireyin, müziğin bir boş zaman eğlencesi olduğu düşüncesine kapılmasını kapsamaktadır.

Popüler müziğe olumsuz yaklaşan Marksist teorisyenler popüler müziği bir sanat formu olarak değil, kapitalist toplumdaki kaçınılmaz bir gerçeklik olan “şeyleşmiş/metalaşmış” bir olgu olarak ele alırlar. Popüler kültürle, kitle kültürünü aynılaştıran ve karşısına gerçek sanatı koyan Frankfurt Okulu’na göre popüler müzik, modern toplumlarda, hegomonik söylemin yörüngesinde bireyleri sömürmek ve edilgenleştirmek amacıyla “şeyleştirilmiş” bir boş zaman eğlencesi olarak işlev görmek ve kitlelere verdiği kaçış duygusuyla onların toplumsal dizgedeki konumlarını unutturmaya çalışmaktadır. Kapitalist toplumlarda ürünlerin üzerinden üreticinin izlerinin silinmesi, tüketicinin üreticinin kişiliğiyle özdeşleşmemesi ve toplumsal farklılığın hissedilememesi şeyleştirmenin bir sonucudur. Popüler kültür de bu “metalaştırma” sürecinde kitlelerin umut ve arzularının, otoriteler tarafından yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.<sup>15</sup>

Kapitalist ekonomik düzen popüler kültür gibi popüler müziği de endüstriyel bir ürün haline getirerek geniş kitlelerin tüketimine sunmuştur ve kültür endüstrisinin kültürel biçimleri metalaştırarak standartlaştırmasıyla popüler müzik de toplumların yönlendirilmesinde bir ‘alt kültür’ olarak varlık göstermeye başlamıştır. Popüler müzik yoluyla toplumların yönlendirilmesi, popüler hale getirilen şarkılar üzerinden olabildiği gibi popüler hale getirilen şarkıcılar ya da diğer bir ifadeyle “star” olarak adlandırılan ikonik kişiler üzerinden de yapılabilmektedir.

Günümüzde toplumsal cinsiyet rolleri ya da cinsel kimliğin oluşumunda popüler müzik önemli etkileyicilerden biri haline gelmiştir. Bu etki kendini müziği icra eden “star” özelinde gösterebildiği gibi sözlü popüler müzik ürünlerinde; sözlerle ya da bizatihi müziğin standardize edilmiş ritim kalıpları ile bir bilinç yaratabilmektedir. Popüler kültürün kültürel alanda nüfuzunu artırması ile ortaya çıkan “star” olgusu, icracının kendisini bir marka haline dönüştürmesi olarak ifade edilebilir. Bu durum starı, tüketilebilir ancak arzu edilen, özenilen

---

<sup>14</sup> Hatice Selen Tekin, *Müzik Bilimine Doktriner Yaklaşımlar*, 1. b., Ankara: Müzik Eğitimi Yayınları, 2014, s. 51.

<sup>15</sup> Muhammet Bilal Arık, “Popüler Müzik ve İdeoloji Olgusuna İki Farklı Yaklaşım”, *Konya, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, C. III, S. 3, (2004), s. 84-85.



ya da taklit edilmeye çalışılan ve böylelikle tüketiminin devamlılığı sağlanan bir meta haline getirir. Reklam stratejileri ve iletişim kanallarının yoğun kullanımı ile beraber özellikle küreselleşen günümüz dünyasında pop müzik starları, kendi varlıkları ile bir rol model oluşturur ve “ışığı” yüksek olan bu starların “yörüngelerine” girilmesi ile tüketici farkında olarak ya da olmayarak benzeşmeye dayalı bir kimlik sahibi olabilir.<sup>16</sup>

Sonuç olarak popüler müzik, toplumların yönetilmesinde/yönlendirilmesinde medya yoluyla popülerleştirdiği şarkıcıları/starları -farklı cinsiyet veya farklı imajlarda- toplumun tüketimine sunmaktadır ve burada hedef kitle “star” hale getirilen kişiyle kimliksel özdeşlik kurma eğiliminde olan -cinsel kimliğin oluşum evresindeki “teenager” olarak adlandırılan- genç kesimdir. Adorno’nun eleştirisine göre de müzik endüstrisi işte bu yolla tüketiciye bir kimlik kazandırma çabasına girmektedir ve tüketimini yaşa veya cinsiyete dayalı sınıflar üzerinden yapmaktadır.

Tüm bu eleştirilerin akabinde güncel bir örneği öne sürmek konuyu daha anlaşılır kılacaktır. Güney Kore yerel kültürünün bir ögesi olan ve küreselleşmenin etkisiyle küresel bir pop kültürüne ya da küresel bir pop müzik hareketine dönüşen “Korean Pop” (K-Pop), kitle iletişim araçları ve günümüz dijital müzik platformları vasıtasıyla kitlesel tüketime sunulmuştur ve bu müzik türü çeşitli kodlarla kurgulanmış müzikal özelliklerinin yanında (örneğin; R&B, rock ve elektro benzeri müzik türlerine ait melodi ve ritim kalıplarını içermesi, şarkıların çeşitli yerlerine İngilizce sözler serpiştirilmesi gibi) müzik endüstrisi içerisinde tüketici odaklı tasarlanmış kişiler/starlar tarafından icra edilen bir performans biçimini oluşturmaktadır.

Bildiğimiz pop değil, bu Güney Kore’den yeni, çağdaş ve ticari bir müzik; Facebook, Twitter ve Youtube gibi siteler sayesinde, Asya’da, Amerika’da ve şimdi de Avrupa’da binlerce gencin dikkatini çeken bir tür. (...) K-Pop’un ilk ürünleri popüler Kore müziklerinin Amerikan pop modeliyle yeniden derlenerek piyasaya sürülmesiyle oluşmaya başlamıştır. Şarkılar *blues, jazz, rock ‘n’ roll* gibi türlerin etkisinde revize edilmiş ve sonrasında bu tarz müzikler ülkenin benimsediği yeni bir modeli oluşturmuştur. (...) Ardı ardına gelen sayısız başarılar Güney Kore hükümetinin K-Pop’u sadece bir müzik türü değil, aynı zamanda ekonomik ve kültürel bir öğe olarak ele almasına, bu sebeple eğlence ve kültür bakanlığına büyük yatırımlar yapmasına sebep olmuştur. K-Pop eğlenceden ibaret değil, ülke için bir gelir ve reklam kaynağı olmuştur.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Bilen Işıktaş ve Mehtap Tanar, “Kimlik Oluşumu Sürecinde Popüler Müziğin Etkisi”, *İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, S. 51, (2015), s. 40.

<sup>17</sup> Ali Kayışlı ve Şeyma Nur Özkan, “Yeni Dünyanın Yeni Müziği: K-Pop”, *Manifold Blog*, 18 Eylül 2017, <https://manifold.press/>, (04.04.2020).

Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisine ve popüler kültüre yönelik oluşturduğu tüm bu olumsuz eleştirilerin karşısında popüler kültürün bir özgürleşim alanı olduğu ve kitleler içerisindeki bireyi temsil ettiği düşüncesini savunan Birmingham Okulu -ya da diğer bir adlandırmayla İngiliz Kültürel Çalışmaları- yer almaktadır. Birmingham Okulu, 1964 yılında Richard Hoggart yönetimindeki “Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi” (Centre for Contemporary Cultural Studies) bünyesinde kurulmuştur. Bu ekolün önemli temsilcileri arasında okulun yönetimini üstlenen Richard Hoggart başta olmak üzere okula kuramsal kimliğini kazandıran Stuart Hall, John Fiske ve Raymond Williams gibi düşünürler yer almaktadır.

Kitle kültürü kuramlarında kitle kültürü tüketicisinin kültürel davranışının topyekûn edilgen olduğu yaklaşımını, popüler kültür kavramına yüklenen olumlu anlamlarla savuşturan ve kitleleri “kültürel aptallar” olarak görmeyen, dolayısıyla kitle kültürünün düzleştirici etkisine katılmayan en kapsamlı çalışmalar, son 30-40 yılda Birmingham Kültür Kuramı ya da “İngiliz Kültürel Çalışmaları” adı ile bilinen ekolden gelmiştir.<sup>18</sup>

Hoggart'ın ‘İşçi-Sınıfının Söylemi’ çalışmasından (1957) başlayarak sınırları belirlenen kültürel çalışmaların, Williams'ın Kültür -ve- Toplum Perspektifi çalışması, Neo-Marksist kültür teorileri, feminist yaklaşımlar, S. Hall'un yetkin çalışmaları, Birmingham Okulu, analitik bakış açısıyla Gramsciyan çalışmalarla yaygınlık kazanır. Bu türden çalışmaların ortak özelliği, tek bir kültürden söz etmek yerine, sınıf, ırk, cinsiyet ve kültürlerarası karşılaşmalarla kültürleri incelemesidir.<sup>19</sup>

Bu noktada Frankfurt Okulu temsilcileri -popüler kültüre dair- Marx'ın “Yanlış Bilinç” kavramını referans alan eleştirel yaklaşımına karşın Birmingham Okulu temsilcileri, Gramsci'nin “Hegemonya” kuramını referans alan eleştirel yaklaşımlarda bulunmuşlardır. İngiliz Kültürel Çalışmaların popüler kültürü olumlayan eleştirilerini kavramada Gramsci'nin hegemonya kuramı kılavuz niteliğindedir. Gramsci'ye göre hâkim ve yönetici sınıfın kapitalizm üzerinden yarattığı egemenlik mücadelesi esas itibariyle bağımlı sınıfın rızasıyla sağlanan otoriteden ibarettir. Bu otoritenin karşılıklı olarak sağlandığı mücadele alanı ise hegemonya olarak ifade edilmiştir.<sup>20</sup> Hegemonya,

---

<sup>18</sup> Erol, a.g.e., s. 43.

<sup>19</sup> Edibe Sözen, “Popüler Kültür Retoriği: Sahiplik İçinde Yokluk, Rağbette Olma ve Sağduyu Bilgisi”, *Ankara, Doğu Batı Düşünce Dergisi*, C. 4, S. 15, (2001), s. 59.

<sup>20</sup> **Hegemonya:** Hegemonya kavramı, toplumsal sınıflar ya da gruplar arasındaki, kendiliğinden rızaya dayalı ideolojik üstünlük, denetim ve yönlendirme ilişkilerini anlatır. Temel sınıfların diğer sınıf ve kesimler karşısında sergilediği ahlaki ve entelektüel önderlik yeteneği, siyasal iktidar pratiklerinin baskı ve dolaysız zora dayanmaksızın gerçekleşmesini sağlar. Bu kavram, toplumsal yapının birçok alanındaki egemenlik süreçlerinin analizinde işlevsel olması nedeniyle akademik ve kamusal söylemde yaygın olarak kullanılır. Kavramın uzun tarihsel geçmişine baktığımızda, birbiriyle bağlantılı bir dizi farklı kullanım biçimini saptayabiliyoruz. Antik Yunan siyasal

bir nevi yönetici sınıf ile bağımlı sınıfın ateşkes sağladığı ‘serbest alan’, ‘özgür alan’ ya da ‘sivil toplum alanı’ olarak betimlenebilir. Arık, hegemonya kuramına yönelik şu açıklamalarda bulunmuştur:

Hegemonya bir egemen iktidarın kendi yönetimi için, hâkimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejiler alanı olarak tanımlanabilir. Hegemonya terimi Gramsci ile özdeşleşmiştir ve en iyi, rızanın örgütlenmesi olarak anlaşılır; dolayısıyla, bağımlı bilinç biçimlerinin şiddet ya da zora başvurulmadan inşa edildiği süreçleri işaret eder. Hegemonya altyapı ile üstyapı arasındaki ‘sivil toplum’ alanı ile ilişkilendirilir.<sup>21</sup>

Ayhan Erol ise hegemonya kuramına dair;

Gramsci’ye göre yönetici sınıfların tahakkümü zor kullanmanın veya dolaysız denetimin yanı sıra, bunlardan daha çok ve etkili bir şekilde, bağımlı kümelerin rızası ile sağlanır. Başka bir deyişle bağımlı sınıflar üzerinde kurulmaya çalışılan otoritenin kaynağı “rıza”dır. “Rıza”yı sağlayan süreçleri çözümleyen Gramsci, hegemonik aygıtların işleyişiyle baskın ideolojinin “geçerli” ve “doğal” olarak kabul edildiğini, dolayısıyla da ideoloji olarak görülmediğini, bunun kültürün “ortak duygusu”nun bir parçası olduğu sonucuna varır.<sup>22</sup>

ifadelerine yer vermiştir. Bu bağlamda Gramsci, hegemonik aygıtların aracılığıyla topluma sunulan ideolojinin -bu çalışma içerisindeki örnekleme göre popüler kültürün- yukarıdan eklenilen bir ideoloji olmadığını ve kültürün veya kültürü oluşturan bileşenlerin ortak duygusunun bir parçası olduğunu belirtmektedir. Öztürk ise hegemonya kuramını, temel anlamının çok ötesinde günümüzdeki şekliyle ve işleyişiyle ele alarak şu ifadelerde bulunmuştur:

Hegemonya, siyaset alanında, tarih boyunca, ‘tahakküm ve boyunduruk’ ile ‘rıza ve boyun eğme’ stratejileri üzerinden şekillenmiştir. Hegemonyanın temelinde ‘güç ilişkileri’yle biçimlenmiş ve ‘yönetenlerin gereksinimlerinin karşılanması’na dönük bir düzen ihtiyacı yer almaktadır. Önceleri devletler-arası savaşlar ve anlaşmalardan toplumsal sınıflar-arası imtiyazlılık

---

düşüncesindeki hegemonia terimi, bir birey, toplumsal grup ya da devletin başka kesimler ya da devletler üzerinde uyguladığı yönlendirici üstünlük anlamına geliyordu; hegemon ise, böyle bir üstünlük konumunda bulunan özne için kullanılıyordu. Özellikle, değişik polis’ler arasındaki siyasal ittifaklar bağlamında bir kent-devletin öbür polis’ler karşısında elde ettiği askeri ve siyasal egemenlik, önderlik ya da yöneticilik niteliği hegemonya terimiyle karşılanıyordu. Bu kavram, 19. yüzyılın sonlarından itibaren Rusya’da Çarlık yönetimine karşı mücadele etmekte olan sosyalist akımlar tarafından kullanılmaya başladığında yeni bir içeriğe kavuşmuştur. Georgi Plehanov (1856-1918), Pavel Akselrod (1850-1928), Vladimir İlyiç Lenin (1870-1924), Lev Troçki (1879-1940) gibi Rus devrimcileri, Çarlığa karşı yürütülecek siyasal mücadelenin stratejik yönelimini nitelikleme amacıyla hegemonya kavramına başvurmuşlardır. Buna göre, hegemonya, Çarlık rejimini devirmek amacıyla bir araya gelen değişik toplumsal sınıflar, gruplar ve eğilimler arasındaki ittifak içerisinde işçi sınıfının yönlendiriciliğini ifade ediyordu. (...) detaylı bilgi için bkz.: Gökhan Atılğan, E. Attila Aytekin, *Siyaset Bilimi-Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler*, 3. b. İstanbul: Yordam Kitap, 2012.

<sup>21</sup> Arık, a.g.m., s. 332.

<sup>22</sup> Erol, a.g.e., s. 61

mücadelelerine kadar farklı boyutlarda gelişme sergileyen hegemonyanın küresel dünyada kazandığı politik anlam ve işlev, büyük ölçüde farklılaşmış durumdadır. Günümüzde toplumların büyük çoğunluğunun yönetici sınıfların ihtiyaç ve taleplerini temsil eden belirli fikir, değer ve tutumlara alışmalarını ve kanıksamalarını sağlayan çok boyutlu ve karmaşık kültürel pratikler haline gelmiş olan hegemonyada iktidar, ideoloji, söylem ve rıza gibi kavramların öne çıktığı görülmektedir. Kişi, kavram ve tutum ölçeğinden, uluslararası ilişkilere; bilim, kültür, sanat ve felsefeden küresel siyaset ve ekonomiye dek her alanda varlık gösteren hegemonya, gündelik pratikler anlamında yaşanan bir olgudur. Küresel dünyada hegemonyadan, ekonomik, kültürel ve iletişimsel bakımlardan kaçış adeta imkânsızdır; boşluk kabul etmeyen bir doğa ve işleyişi sahiptir. Hegemonya; varlığı hissedilebilen, görülebilen, işitilebilen ve sezilebilen bir olgudur. Bilimsel araştırmalar yoluyla hegemonyayı gözlemek; çeşitli göstergeler üzerinden analiz etmek, nasıl işlediğini anlamak ve belirli yorumlara ulaşmak mümkündür. Hegemonya ile müzik arasında, tarihin her döneminde karşılıklı, dinamik ve sıkı ilişkilerin mevcut olduğu çok iyi bilinmektedir. Müzikte ortaya çıkan çeşitli tarz, tür, eğilim, tutum ve beğeniler, kimlik ve aidiyet gibi bileşenlerle birlikte, hegemonya çalışmaları açısından önemli göstergelerdir.<sup>23</sup>

Birmingham Okulu'nun popüler kültüre yönelik bu yaklaşımının zeminini "popüler" kelimesinin dilbilimsel temelinde yatan "halka ait" anlamı/vurgusu oluşturmaktadır. Birmingham Okulu temsilcileri işte bu vurguyu referans alarak popüler kültürün bizatihi halkın kendisinden tezahür eden bir kültür biçimi olduğunu savunmaktadır. Birmingham Okulu kuramcıları, Frankfurt Okulu'nun aksine popüler kültürü kitle kültüründen ayırarak halk kültürü statüsüne yerleştirmiştir ve popüler kültürün halk tarafından -ya da halk için- üretildiğini savunmaktadır. Bu bağlamda halk, popüler kültürün *üretim, yorumlama, anlamlandırma* ve *tüketim* aşamalarında edilgen değil etkin bir konumdadır. Sözen'e göre; "Kültürel çalışmalar içinde, postyapısalcı yaklaşımlar ise kültürleri birer 'metin' gibi görür. Postyapısalcılığın dökonstrüktif mantığı, yüksek ve aşağı kültür ayrımlarını dökonstrüksiyona tâbi tutarak popüler kültürü imtiyazlı bir hale getirir. Kültür, kendini anlamlandıran aktörlerce anlamlıdır. İzleyen/seyreden ve okuyanlar ne diyorlarsa, kültür odur. Bunun dışında bir metin ya da başka bir otorite yoktur."<sup>24</sup> Başka bir deyişle kültür, kendisine kültürel bir anlam yükleyen özne tarafından popüler hale gelir ve kültüre popüler sıfatını kazandıran işte bu 'anlam yükleme' eylemidir. Bu eylemi gerçekleştiren etkin özne de toplumdur. Popüler kültürü daha sistematik biçimde inceleyen John Fiske ise popüler kültürü Gramsci ve Stuart Hall gibi mücadele alanı olarak ele alır. Popüler kültür ve halk

<sup>23</sup> Okan Murat Öztürk, "Hegemonya-Editörden", *Bursa, Etnomüzikoloji Dergisi*, C.2, S. 1 (2019), s. 7.

<sup>24</sup> Sözen, a.g.m., s. 60.

arasındaki bağıntıları da irdeleyen Fiske, toplumsal bir süreç olarak gördüğü popüler kültürü şu şekilde özetlemiştir:

Popüler kültür tüketim değildir, kültürdür; toplumsal bir sistem içinde anlamları ve hazları yaratan, onları dolaşıma sokan etkin bir süreçtir. Tek tip, dışarıdan ithal edilme bir kültür kitlelere hazır giysi gibi satılamaz. Ne de halk, kendine yabancılaşmış bir yığın olarak yanlış bilince sahip olan tek boyutlu kişiler toplamı gibi bihaber enayiler ve ne de köleleştirilmiş kitleler gibi davranıp yaşar. Popüler kültürü üreten halktır, kültür endüstrisi değil. Kültür endüstrilerinin elinden gelen tek şey, çeşitli halk oluşumlarının kendi popüler kültürlerini yaratma sürecinde kullanabilecekleri ya da reddedebilecekleri bir teminler ya da kültürel kaynaklar dağıtıcıyı üretmektir. “Halk” ise Fiske’ye göre sabit bir sosyolojik kategori değildir, belirlenemez ve görgül araştırmaya tabi tutulamaz, çünkü nesnel gerçeklikte halk diye bir şey yoktur. Halk ve popüler, bütün toplumsal kategorilerin sınırlarını çiğneyen, durmadan değişen bir dayanışmalar dizisidir. Dolayısıyla Fiske’nin “halk”tan kastettiği şey kendi sözleriyle “sınıf, ırk, yaş, din ya da benzeri dışsal sosyolojik etkenlerden çok, hissedilen kolektiflik doğrultusunda daha iyi betimlenen bu durmadan değişen toplumsal dayanışmalar dizisidir”. İşte popüler kültür, gündelik yaşam ile kültür endüstrileri ürünlerinin arasındaki ortak kesimde halk tarafından oluşturulur.<sup>25</sup>

Birmingham Okulu kuramcıları, popüler kültür gibi popüler müziği de yakın mercek altına alarak, toplumun popüler müziği tüketme aşamasında bilinçsiz olmadığını ve her bireyin kendi estetik değer yargılarını temel alarak tercih yaptığını ileri sürmektedir. Bu tercihi oluşturan estetik değer yargıları tüketicinin/toplumun gündelik yaşamından veya geçmiş deneyimlerinden izler taşımaktadır. O halde popüler müzik bizzat toplumun kültürel aynasını temsil etmektedir. McGregor ise popüler kültüre daha geniş bir perspektiften bakarak şu sözleri dile getirmiştir: “Tüm sanatlar, özellikle popüler sanatlar toplumsaldır. Bağrından çıktığı toplumu yansıtır, billurlaştırır ve onu yeniden şekillendirir.”<sup>26</sup> Popüler müziğin içselleştirilmesinde ve anlamlandırılmasında tüketicinin özgür olduğunu savunan Birmingham kuramcıları, tüketicinin popüler müzik içerisinde kendilerinden bir şeyler bulma eğiliminde olduğunu aksi halde endüstri ve tüketici arasında iletişimin sağlanamayacağını böylelikle popülerlik sürecinin sekteye uğrayabileceğini de öne sürmektedirler.

Eğer bir metin popüler olacaksa ve niyet edilen okurlarına doğru biçimde seslenecekse, başat ideolojinin sesinin içerdiği gibi bu okurların muhalif toplumsal konumlarının bazı göstergelerini de içermek zorundadır. Bu tür ilişkiler olmazsa, hedef alınan okurlar kendilerine seslenildiğinin farkına

<sup>25</sup> Erol, a.g.e., s. 66-67.

<sup>26</sup> Craig McGregor, *Pop Kültür Oluyor*, çev. Gürol Özferendeci, 2. b., İstanbul: Çiviyazıları Yayınları, 2000, s. 38.

varmayabilirler; böylece çağrı reddedilecek ve iletişim gerçekleşmeyecektir. (...) Popüler müziğe olumlu yaklaşanların temel tezi, kitlelere ulaşan şarkıların alıcıların belleğinde, kendi öncelikleri doğrultusunda yeni anlamlara ulaşması ve bu anlamlandırma sürecinde kültür endüstrisinin hedefinin her zaman gerçekleşmeyeceğidir. Hiç şüphesiz müzik endüstrisi muazzam bir ekonomik ve kültürel güce sahiptir. Ama bu durum tüketicinin mutlak güçsüzlüğü anlamına gelmemektedir. (...) Müzik endüstrisi, pasif bir pazara dayatmada bulunmaktan ziyade, dinleyicilerin müzik zevklerini kontrol etmekte mutlak belirleyici olamamanın sıkıntılarını yaşamaktadır. Çünkü daima ürünün değişim değeri (ekonomik değer) ile kullanım değeri (kültürel değer) arasında bir fark bulunmaktadır. Müzik endüstrisi, değişim değerini belirleyebilmekte; ancak kullanım değeri konusunda söz öncelikle tüketicinin olmaktadır.<sup>27</sup>

Daha somut bir örnekten yola çıkarsak; ana akım müzik medyasından bağımsız olarak gelişen “Alternatif Müzik” türü, kendi dinler kitlesini oluşturarak müzik endüstrisinin güncel tüketim aracı haline gelen dijital müzik platformlarında bile kendine yer edinebilecek popülerliğe erişmiştir. Bu anlamda alternatif müzik temsilcileri, üretim aşamasında -en azından başlangıçta- Punk akımının “Kendin Yap” mottosundan hareketle kendi müziğini kendi imkânlarıyla üreten kişiler olarak ortaya çıkmıştır. Toplum ise tüketim aşamasında müzik endüstrisinin kendisine sunduğu popüler müzikleri reddederek bilinçli tercihini alternatif müzikten yana kullanmıştır.

## 2. MÜZİK ENDÜSTRİSİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ EKSENİNDE MÜZİK ÜRETİM VE TÜKETİMİNE GENEL BAKIŞ

Müziğin endüstriyel bir ürün haline gelmesi ya da daha terimsel bir ifadeyle ‘metalaşması’ sürecine dair en belirgin geçişin, notaların basılı hale getirilerek kitlesel bir ulaşılabilirliğe -ve üretilen her türlü müziğin belirli bir değer (temsil) karşılığında tüketilebilirliğe- sunulması olduğu ifade edilmiştir. Konuya daha geniş bir perspektiften bakıldığında; bu kitlesel hareketliliğin (üretim, ulaşım ve tüketim) temelinde, tarihte yaşanan kültürel, siyasal ve ekonomik dönüşümlerin müzik üzerinde yarattığı -ya da müziğe dayattığı- ‘ticarileşme’ zorunluluğunun yattığı görülmektedir. Bu bağlamda dikkat edilmesi gereken en önemli ayrıntı, bugün yaşanan müzikal sürecin önceki yüzyıllarda yaşanan değişimlerin bir uzantısı/sonucu olduğu gerçeğidir. Nitekim günümüzde müzik üretim ve tüketim tekelinin -güncel pazar payından yola çıkılarak varılmış bir sonuca göre- teknoloji ve kitle iletişim araçları üzerine kurulu bir düzende işleme, sanayi devrimi ve sonrasında yaşanan endüstrileşmenin, seri üretimin ve

---

<sup>27</sup> Arık, a.g.m., s. 88-89.

küreselleşmenin bir uzantısı/sonucu olarak görülmelidir. Jacques Attali bu durumu şöyle özetlemiştir:

Örneğin XIX. yüzyıla ait politik düşünce tarzının tohumlarını XVIII. yüzyıl müziğinde neredeyse tamamıyla görebiliriz; XX. yüzyılın politik düzenlenmesinin köklerini de XIX. yüzyılın müziğinde. Ve günümüz müziğinin aldığı çok yönlü biçimler, XXI. yüzyılda, melez bir dünyasallaşmayı, tüm korkuların eğlenceyle unutulacağı bir toplumu, tüm bilgilerin, insan ilişkilerinin ve sosyal bağlantıların paraya bağlı olacağı bir düzeni haber vermektedir.<sup>28</sup>

O halde müziğin endüstrileşme sürecini geçmişten referans olarak ve radikal dönüşümlerin etkilerinden yola çıkarak incelemek gerekmektedir.

Müzik, endüstrileşme bakımından tarihsel evrimini günümüze gelene kadar üç ayrı dönemde yaşamıştır. Bunlar; dini ritüeller, saray ve kraliyet müziği ve endüstriyel müziktir. Bugünün müzik endüstrisi kendisini ticarileştirilmiş tekrar ekonomisi ile devam ettirmektedir. Müziğin din ve saraylardan kendisini koparması elbette ki rastgele gerçekleşmiş bir durum değildir. Burjuvazi topluluğu müziği endüstriyel seri üretime ve akabinde kitlesel tüketime hazırlamak için onu saraydan ve dini ritüellerden kopartarak, bugün bile kültür endüstrileri içerisindeki en fazla geliri sağlayan endüstriyel mekanizma haline getirmiştir.<sup>29</sup>

Önceleri dini ritüellerle şekillenen ve kilise denetimi altında gelişen müzik, sonraları aristokrasiye hizmet eden bir sanat etkinliğine ve son olarak burjuvazinin sınıfsal farklılığı (burada burjuva sınıfı ve aristokrasi arasında fark gözetilmektedir) ortadan kaldırmak için ticarileştirdiği endüstriyel bir ürün haline gelmiştir. Bu noktada 15. yüzyıl ve sonrasında kilise ve saray etkisinden giderek sıyrılan müziğin ticari unsur haline gelmesi, matbaanın icadı ve ilk nota basımının gerçekleşmesiyle ilişkilendirilir.

Müziğin meta olabilmesi için parasal değerinin belirlenmesi gerekir. Bunun için sahibinin, eserin kendi malı olduğuna dair hak iddia etmesi ve onu ticarileştirecek bir girişimcinin, yani *yayıncının* ortaya çıkması gerekir. (...) O zamana dek eser, manastıra, kiliseye veya onu sipariş eden soyluya aitti. Ama bu sahiplik de soyuttu: Kimse onu ne satmayı ne de satın almayı düşünüyordu. Matbaa ile birlikte her şey değişir: Partisyonları üretmek ve satmak artık mümkün olur. Eserle olan ilişki değişir. O zamana dek müzisyen ezbere çalardı, doğaçlama, hata yapabiliyordu, risk alırdı, gürültü ortaya çıkabilirdi. Gösteri icracının, durmadan yeni baştan başlayan şiddeti yönetme gösterisiydi. Partisyonla birlikte riskin bir bölümü yok olur: Artık hafızaya ihtiyaç kalmamıştır. İracıdan bundan böyle daha çok özen beklenmekte, doğaçlama

<sup>28</sup> Jacques Attali, *Gürültüden Müziğe*, çev. Gülüş Gülcügil Türkmen, 1. b., İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 23.

<sup>29</sup> Sencer Turhan, *Müzik Endüstrisinin Yeni Medya Aracılığı ile Dönüşümü*, (Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019, s. 31.

yapma hakkı yavaş yavaş kaybolmaya yüz tutmaktadır. Hata hala mümkündür ve dinleyici onu arayacak, bekleyecek, hatta umacak; tıpkı hem korkulup hem de beklenen cambazın düşüşü gibi.<sup>30</sup>

Bu bağlamda Attali, müziğin metalaşması sürecinin temelinde ‘parasal değerinin belirlenmesi’ olduğunu ileri sürmektedir ve bu metalaşma sürecinin başlangıç evresini de matbaanın icat edilmesi -dolayısıyla notaların kâğıt üzerine basılması, çoğaltılması ve taklide dayalı yeniden üretime imkân sağlaması- olarak değerlendirmiştir. Ona göre, önceleri ticari kaygı gütmeksizin imparatorlara, kiliselere ya da soylulara ait olan müzik; matbaanın gelişiyile birlikte -yeniden üretilebilirliğe bağlı olarak- herkesin ulaşabileceği ve belirli bir değer (temsil) karşılığında herkesin al-sat yapabileceği bir ürün haline gelmiştir. Buna ek olarak, yaşanan bu sürecin eser ve icracı arasındaki ilişkiyi dahi değiştirdiğini ve icracının performansının doğallığını yitirdiğini ifade etmiştir. Müzik performansı artık geleneksel aktarım yöntemleriyle şekillenen ve doğaçlamalardan oluşan bir eylem olmaktan çıkarak notalara bağlı ve belirli kalıplarda icra edilen bir eyleme dönüşmüştür.

İlk nota basımı *Ulrich Hahn* tarafından 1476 yılında Roma’da gerçekleştirilmiştir. Ottaviano de Petrucci ise 1501 yılında Venedik’te *Odheaton* (Yüz Şarkı) adlı bir derleme yayınlamakla nota basım hakkını alan ilk yayıncı olmuştur.<sup>31</sup> Müzik yayıncıları, fikri mülkiyet (telif) haklarının henüz oluşturulmadığı bu dönemlerde, oluşan bu hukuki açıktan faydalanarak bestecilerin ürettiği partiyonların basım ve dağıtımını üzerine (geçmiş dönemlere ait besteler hariç) büyük ölçüde hak sahibi olmuştur. Müzik yayıncıları ile besteciler arasında yaşanan mülkiyet (telif) hakları mücadelesi, devlet eliyle sağlanan karşılıklı imtiyazlarla birlikte 19. yüzyıla kadar sürmüştür. Bu süre zarfında imzalanan “Kraliyet Konseyi’nin 13 Ağustos 1703 tarihli kararıyla, yayıncıların müzik eserlerini sonsuza kadar basma ayrıcalığını kaldırması, 21 Mart 1749 tarihinde XV. Louis’in, *Ballard* yayıncılığın müzikal baskı ayrıcalığını reddetmesi ve Kraliyet Konseyi’nin bestecilere ait olan müzikal eserlerin dokunulmazlığını kabul etmesi”<sup>32</sup> gibi yasa tasarıları, bugün büyük ölçüde sınırları çizilen telif hakları kanunlarının tohumlarını oluşturmaktadır.

18. ve 19. yüzyıllar arasında gelişen Sanayi Devrimi ya da diğer bir adlandırmayla Endüstri Devrimi; başta ekonomi olmak üzere tüm alanlardaki dengeleri

<sup>30</sup> Attali, a.g.e., s. 71.

<sup>31</sup> Ahmet Say, *Müzik Tarihi*, 6. b., Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları, 2006, s. 122.

<sup>32</sup> Attali, a.g.e., s. 73.



değiştiren ve yeni bir ticari anlayışı doğuran tarihsel bir dönüşümü ifade etmektedir. Sanayi Devrimi sonrası ortaya çıkan yeni buluşlar ve bu buluşların üretime etkisi - özellikle buhar gücüyle çalışan makinelerin icat edilmesi ve bunların üretime entegre edilmesi- Avrupa'daki sermaye birikiminin artmasına ve artan talep üzerine seri üretim ve yeni pazar arayışlarının hızlanmasına neden olmuştur. Şüphesiz ki bu seri üretim ve yeni pazar arayışlarının müzik alanına da sıçraması yeni bir (müzik) endüstrinin habercisi olmuştur. Müzik alanındaki seri üretimin ve yeni pazar arayışlarının ilk örneklerini, 19. yüzyılın sonlarına doğru Amerika'da ortaya çıkan ve "Tin Pan Alley" adıyla bütünleşen şirketlerin ticari amaçlı ürettiği basılı notalar oluşturmaktadır. Seri üretimin ve dağıtımın ilk örneklerini oluşturan bu basılı notalar aynı zamanda kitlesel bir tüketimin de ilk örneklerini teşkil etmektedir. Tin Pan Alley, o dönem itibariyle yarattığı üretim ve dağıtım ağıyla bugünün müzik endüstrisine de ışık tutmuştur. "Tin Pan Alley olarak adlandırılan New York merkezli müzik yapım şirketleri notaların seri üretimi ile sanatçı eserlerinin dağıtım ve tanıtım işini üstlenmişlerdir. Endüstrinin en temel hedefi ev içi tüketimdir. Çünkü notaların seri üretimine kadar sadece belli bir gruba hitap eden müzik, notaların seri üretim ile aynı zamanda kitlesel bir tüketimde elde etmiştir."<sup>33</sup> Müzik yayıncıları eser sahiplerinden satın aldıkları müzik eserlerini partiyonlar halinde satarak kazanç elde ederken, eser sahipleri de yayıncı şirketlerin bu satışlarda uyguladıkları tanıtımlarla kendi reklam kampanyalarını ve dolayısıyla düzenledikleri konserlerle kendi kazançlarını oluşturmuştur. Önceleri belli bir gruba hitap eden bu şirketler, özellikle orta sınıfın oluşturduğu kitleleri hedef alarak bağımsız müzik tarzlarının ve amatör müzisyenlerin popülerleşmesinde öncü olmuştur. Sanayi Devrimi sonrası gelişen kapitalizmin henüz tüm müzik tarzlarını ticarileştiremediği bu dönemlerde, popüler müzik diğer türler arasından sıyrılarak kendi altyapısını oluşturmaya başlamıştır.

Aslında bugün tanımı konusunda uzlaşılabilmesi için birkaç unsuru barındıran haline en yakın versiyonuyla popüler müziğin altyapısı, Amerika'da 1800'lerin sonunda doğup 1900'lerin ilk on yıllarında Tin Pan Alley'de hazırlanıyordu. O zamandan, bu tür ile geniş kitleleri hedef alma, müziği pazarlama ve tüketim kanallarını oluşturmanın önemi fark edilmişti. New York şehrinin Manhattan adasında konumlanan Tin Pan Alley, geliştirdiği yöntemler ile müzik

---

<sup>33</sup> İdil Sayımer, Sencer Turhan, "Kitlesel Müzik Endüstrisinin Yeni Medya Aracılığıyla Bireysel Endüstriye Dönüşümü-Youtube Müzik Kanalları Örneği", *II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, ed. Selma Koç Akgül, Banu Küçüksaraç, İstanbul: Ayvansaray Üniversitesi, 2017, s. 259.

endüstrisinin de doğumunu işaret eden önemli bir oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır. Amerika’da, farklı müzik türlerine alt yapı oluşturan Blues başta olmak üzere, Boogie, Country, Ragtime ve Gospel gibi türlerin etkisinde kalan ve onların ardından gelen oluşum, popüler şarkı formunu meydana getirirken, günümüze değin sürecek bir geleneği de başlatmıştı. Tin Pan Alley’de, simetrik ve diyatonik form ve basit harmonik paradigmlar ile, hatırlanması kolay, tatlı, mutlu, romantik, eğlenceli olaylar, yerler, aktivite ve ilişkileri konu edinen şarkılar yazılmasını hedefliyordu.<sup>34</sup>

Ana Britannica sözlüğünde ise Tin Pan Alley dönemine dair;

19. yüzyılın sonlarında New York kentindeki şarkı yayıncılığı sanayisinden doğan Amerikan popüler müzik türü. Kentte bu sanayinin geliştiği sokaklar için takma ad. İngilizce tin pan: “gürültülü” ve alley: “yol” olarak kullanılmış, tin pan deyiimiyle yayıncılara şarkılarını tanıtanların gürültülü piyano çalışları anlatılmıştır. Tin Pan Alley ticari amaçlarla yazılan baladları, dans ve vodvil müziklerini kapsıyordu. Zamanla genel bir anlam kazanarak Amerikan popüler müziğiyle eş tutulmaya başladı. İlk yaygınlaştığı sırada Tin Pan Alley’in en kârlı ticari ürünü, evlerde kullanılmak üzere basılan notalardı. Şarkıların müziğini ve sözlerini yazarlarla bunları seslendirenler talebi karşılayabilmek için çok hızlı çalışmak zorundaydı. Sinema, plak, radyo ve televizyonun gelişmesi ise daha farklı türlerde olan müziğe olan talebi artırdı ve müzik yayıncılığı çeşitli merkezlere yayıldıça Tin Pan Alley ortadan kalktı.<sup>35</sup>

açıklamaları yer almaktadır. Fakat her şeyden önce Tin Pan Alley dönemi eserlerinin “toplumsal sorunlardan muaf, dönemin olumsuz şartlarından söz edilmediği ve gerçeklikten uzak konular içermesiyle bugünün “pop” müzik eserlerine benzer yapıda olması dikkat çekicidir. Nitekim Tin Pan Alley dönemi eserlerinde önceliğin tamamen satış olması “pop” müzik piyasasıyla da benzerlik taşımaktadır. 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar etkinliğini sürdüren bu şirketler, ses kayıt teknolojileri ve radyo yayıncılığının gelişmesiyle birlikte müzik endüstrisindeki hakimiyetini kaybetmiştir.

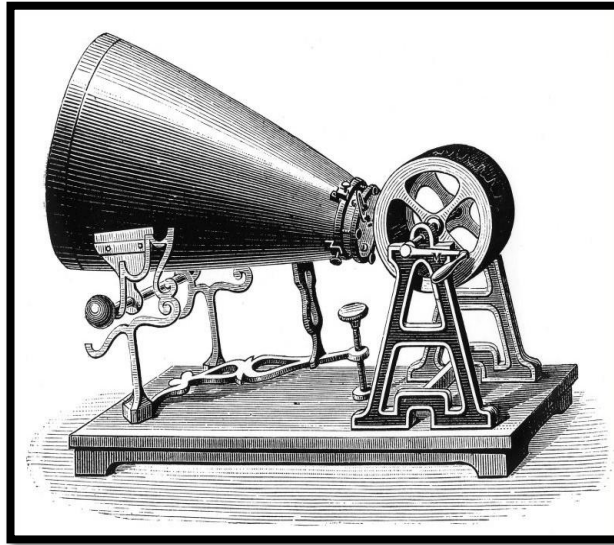
## 2.1. Dünyada ve Türkiye’de İlk Ses Kayıt Teknolojileri

Dünyada bilinen ilk ses kayıt cihazı, 1877 yılında *Edison* tarafından icat edilen “phonograph” (fonograf) adlı ses kayıt cihazı olarak nitelendirilse de esas itibariyle müzik endüstrisinin ve müzik teknolojisinin -mekanik düzlemde üretilen- ilk ses kayıt ürünü “phonograph” (fonotograf) adlı ses kayıt cihazıdır. Sanayi devriminin başta elektrik olmak üzere birçok yeniliği beraberinde getirdiği 19. yüzyılda, Leon Scott de

<sup>34</sup> Uğur Zeynep Güven, “Müzik Kültürleri İncelemelerinde “Öteki” Kavramı Üzerine Sosyolojik ve Antropolojik Yaklaşımlar”, *İstanbul, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi*, C. 38, S. 1 (2018), s. 81.

<sup>35</sup> Sidney Finkelstein, *Bir Halkın Müziği Caz*, çev. M. Halim Spatar, 1. b., İstanbul: Bilim ve Gelecek Kitaplığı Yayınları, 2009, s. 3-4.

Martinville tarafından geliştirilen fonotograf, ses kayıt cihazlarına dair pek çok yeniliğin ve icadın da başlangıç noktası olarak nitelendirilmektedir. “Fonotograf, 1860’lı yılların başında Fransız mucit Édouard-Léon Scott de Martinville tarafından geliştirilen dünyada bilinen ilk ses kayıt aygıtıdır. 2008 yılının mart ayında ses tarihçisi David Giovanni tarafından gün yüzüne çıkarılan bu aygıttaki ilk kayıta, “Au Clair de la Lune” adlı parçanın on saniyelik seslendirilişi bulunmaktadır.”<sup>36</sup> Martinville tarafından geliştirilen bu cihazın ses kaydetme özelliği olmasına karşın kaydedilen sesi yeniden çalma özelliğinin olmaması, aygıtın o dönem itibariyle kullanılabilirliğini olumsuz yönde etkilemiştir. Jacques Attali’ye göre ise bir tipografi işçisi olan Edouard-Leon Scott de Martinville’nin fikri temelleri attığı fonotografin fikirden öteye geçmediği iddia edilmektedir.<sup>37</sup> Fakat Cemal Ünlü’nün “Git Zaman Gel Zaman” kitabında yer alan fonotografa dair teknik veriler ve Resim 1’de görülen prototip görselden yola çıkılarak Attali’nin bu iddiasının geçerli olmadığı sonucuna varılabilir.



**Resim 1:** Leon Scott de Martinville Tarafından Geliştirilen Fonotograf

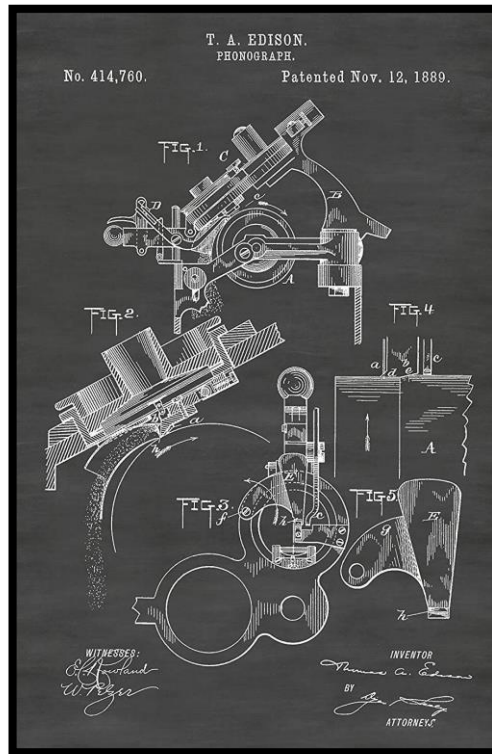
Fonotografin icadından fonografin icadına kadar geçen zaman dilimi içerisinde (1860-1877) geliştirilen ve tarihin akışını değiştirebilecek öneme sahip olan icat ise şüphesiz Alexander Graham Bell ve Thomas Watson’un ortak çalışmaları sonucunda ortaya çıkan “telephone” (telefon) adlı iletişim cihazıdır. Sesin elektrikle uzaklara iletilmesini sağlayan ve 1876 yılında ABD patent dairesi tarafından onaylanan icat,

<sup>36</sup> Cihan Işıkhani, “Müzikte Teknolojik Süreç ve Süreçteki Değişimiyle Türkiye’de Müzik Teknolojisi Eğitimi”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.I, S. 1, (2013), s. 104.

<sup>37</sup> Attali, a.g.e., s. 112.

“ağızdan çıkan seslere ya da başka seslere eşlik eden, hava titreşimlerine benzeyen elektrik titreşimleri yaratarak, ağızdan çıkan sesleri ya da başka sesleri telegrafik olarak iletmeye yönelik bir yöntem ve aygıt”<sup>38</sup> olarak tanımlanmaktadır. Nitekim bu icat kendisinden yaklaşık 10 yıl sonra geliştirilecek olan gramofona da ilham kaynağı olmuştur. Telefonun icadı o dönem itibariyle müziğin kitlesel tüketimi açısından bir araç niteliği taşımasa da bugünün teknolojisiyle düşünüldüğünde müzik endüstrisini en köklü şekilde etkileyen icat olarak görülmelidir.

Edison’un 1877 yılında -fonotograf adlı cihazdan esinlenerek- icat ettiği fonograf, sesi kaydedebilen, kaydettiği sesi okuyabilen ve tekrar üretebilen bir cihaz olarak geliştirilmiştir (Resim 2). Ses dalgalarını alüminyum folyo sarı bir silindir üzerine kaydeden bu cihaz ile yapılan ilk kayıt denemesi ise Thomas Edison tarafından “Marry Had A Little Lamp” (Mary’nin Küçük Kuzusu) adlı bir çocuk şarkısının kayıdır.

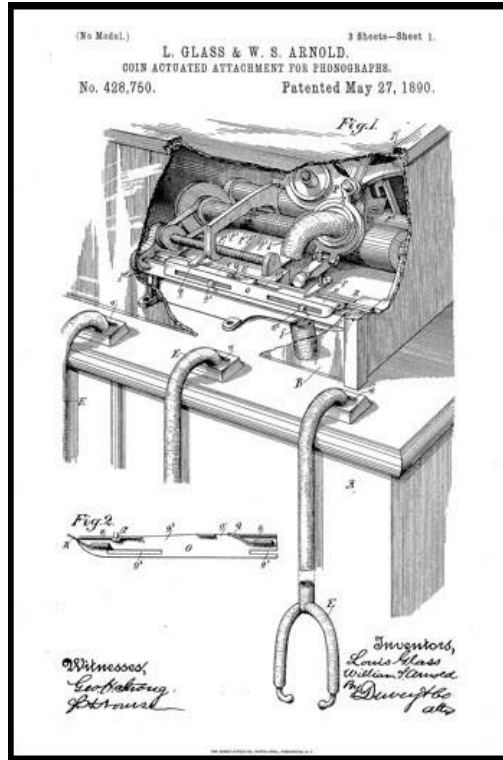


**Resim 2:** Thomas Edison Tarafından Geliştirilen Fonograf Patent Prototipi

Edison’un geliştirdiği fonografin başlangıçta ortalama iki dakika gibi kısa bir kayıt süresine imkân vermesi aygıtın yalnızca kısa süreli haberleşmelerde

<sup>38</sup> Cemal Ünlü, *Git Zaman Gel Zaman*, 1. b., İstanbul: Pan Yayıncılık, 2004, s. 22.

kullanılabileceğine işaret ederken, korunma ve çoğaltılma zorlukları ise aygıtın önündeki birincil sorun olarak görülmüştür. Buna bağlı olarak ses kaydında telgraf kâğıdı yerine kalay yaprakçıklarının kullanılması fonografin iyileştirilmesi yönünde atılan ilk adımlardan biri olmuştur. Fonograf kayıtlarının uzun yıllar tek kanal üzerinden yapılabilmesi, yaygınlaşmasını ve ticari başarı elde etmesini önlerken, ilerleyen dönemlerde aynı anda birkaç fonografla birlikte yapılan canlı kayıtlarla geliştirilmeye çalışılsa da hiçbir zaman gramofon kadar yaygınlaşıp ticari başarı elde edememiştir. Fakat yine de tercih edildiği ve gramofona nazaran üstün tutulduğu alanlarda olmuştur. Özellikle derleme gezileri, arşiv çalışmaları ve kişisel kayıtlar gibi daha öznel durumlarda tercih edilmiştir.<sup>39</sup> Fonograf, bu kullanım alanlarına ek olarak sanayi devrimi sonrası yükselişe geçen eğlence endüstrisinde de kullanılmıştır ve çeşitli yerlerde parayla müzik dinlenen bir makine (jukebox) haline getirilerek müziğin ticarileşmesindeki somut gösterge haline gelmiştir.



**Resim 3:** L. Glass Patentli Madeni Para ile Müzik Dinlenen Fonograf/Juke-Box

1889 sonbaharından 1890 yazına kadar, San Francisco'da silindir ya da disk mekanizmalarına sahip pek çok parayla çalışan jukebox makinesi üretilmiştir. Louis T. Glass, 28-29 Mayıs 1890'da Chicago'daki Auditorium Otel'de düzenlenen "İlk Birleşik Devletler Yerel Afograf Şirketleri Sözleşmesi" ne göre

<sup>39</sup> Ünlü, a.g.e., s. 26-27.

15 operatörün ve üreticinin ilk 15 makinesi 4.000 dolardan fazla miktara satışa çıkarılır. 1890 yılında ilk “Juke box”, San Francisco'daki Palais Royal Salon'a yerleştirilir. Bu makine 23 Kasım'dan başlayarak ilk 6 ayda 1000 dolardan fazla para kazandırır. 4 dinleme tüpüne sahip ve madeni parayla çalışan silindir fonograf, o günlerde ticari olarak popülerlik kazanmıştır.<sup>40</sup>

Edison'un oluşturduğu bu kayıt teknolojisini bir adım ileri taşıyan Graham Bell, bu kez alüminyum folyo -çeşitli kaynaklardaki bilgiye göre kalay yaprakçıkları- yerine sert balmumundan yapılmış bir silindir kullanarak 1886 yılında “graphophone” (grafofon) adlı kayıt cihazını geliştirmiştir (Resim 4).



**Resim 4:** Graham Bell ve Charles Tainter Tarafından Geliştirilen Grafefon

Graham Bell'in -1880 yılında- Washington'da kurduğu “Volta” adındaki laboratuvarında Chichester Bell ve teknik danışmanı Charles S. Tainter ile birlikte geliştirdiği grafefon, fonografa kıyasla daha işlevsel olması (kayıt sırasında iğnenin silindir yüzeyde derin izler bırakarak sesin daha anlaşılır olmasını sağlaması) yönüyle fonografin popülerliğinin önüne geçmiştir.

Öte yandan ise grafefonun gün ışığına çıkmasının artık zamanının geldiğini düşünen Bell ve Tainter, tanıtım kampanyasına giriştiler. O günlerde kurulmakta olan yeni bir şirket “The American Graphophone Company” grafefonun haklarını satın aldı. Bell ve Tainter'la olan anlaşmalarını yürütecek bir başka yan kuruluş olan, The Columbia Phonograph Co. faaliyete geçirildi. Şirket, kampanyasını, aygıtın “kiralama yöntemiyle bürolarda kullanılması” amacına yönelik bir pazarlama anlayışı içinde yürüttü, büyük başarılar sağladı. Bu şirket sonraki yıllarda fonograf, fonograf silindirleri, sonradan gramofon ve

<sup>40</sup> Seyhan Canyakan, “Ses Tarihi: Audio Özelinde Müzik Teknolojisi ve Kökeni”, *Uşak, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ed. Aynur Bozkurt Bostancı, Seval Koçak, C.10, S. Özel Sayı 2 (2017), s. 181.

plak üretiminde dünyanın belli başlı firmalarından biri olarak günümüze kadar ulaşacak olan Columbia'dır.<sup>41</sup>

Süreci takip eden yıllar içerisinde, bağlı oldukları şirketler üzerinden çeşitli hukuki anlaşmazlıklar yaşayan Edison ve Bell, 1888'de Jesse Lippincott'un aracılığıyla "North American Phonograph Co." (Kuzey Amerika Fonograf Şirketi) adıyla kurulan şirket altında birleşerek ortak çalışmalar yürütmeye başlamıştır. Bu ortak çalışmalar sonucunda ise 1889 yılında Paris'te kurulan bir fuarda daha gelişmiş ve seri üretime hazır bir fonograf modeli tanıtıma sunulmuştur. Edison ve Bell arasındaki bu ortak çalışma, grafonun arka planda kalmasına ve fonografin gramofonun icadına kadar geçen süre içerisinde çeşitli yeniliklerle geliştirilmesine zemin hazırlamıştır. Fakat Lippincott'un şirket yönetimini Edison'a devretmesiyle birlikte ardı sıra gelen yönetsel başarısızlıklar sonucunda şirket 1894 yılında tasfiye edilmiştir. Son olarak 1889'da Paris Fuarı'nda tanıtıma çıkarılan fonograf, bu tarihten itibaren Avrupa pazarına açılmıştır ve ilk ticari kaydını 1892 yılında İngiltere'de London Phonograph Company şirketi altında gerçekleştirmiştir. Gramofonun yükselişe geçtiği 1900'lü yılların başına kadar Avrupa pazarında hakimiyet kuran fonograf, gramofonun yaygınlaşmasıyla birlikte bu pazardaki hakimiyetini kaybetmiştir.

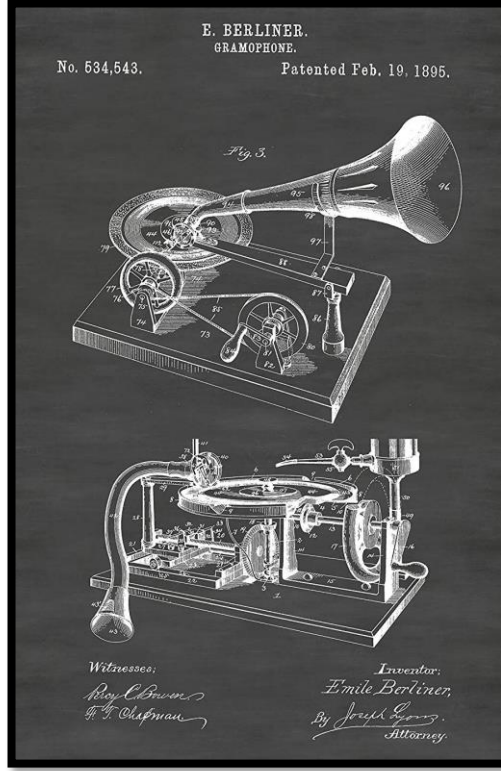
1887'de ise Alman bilim adamı *Emile Berliner*, silindir yerine ses yivlerinin sarmal biçimde açıldığı düz bir disk/plak kullanarak oluşturduğu ve "gramofon" adını verdiği icadı ile birlikte müzik endüstrisinde uzun yıllar kullanılacak olan kayıt tekniğini geliştirmiştir (Resim 5).

Berliner, buluşunu üç ülkede birden "gramophone" (gramofon) adıyla tescil ettirmiş ve yasallaştırmıştı. İlk Berliner gramofonu, döner bir tabla üzerine konulmuş ve lamba isiyile karartılmış "disket" (plak) üzerine yanal izler kazıyarak ilerliyordu. Berliner sağlam adımlarla ilerlemek, gramofonu saygın bir biçimde tanıtp sevdirmeye yolları arıyordu. 16 Mayıs 1888'de "Philadelphia Franklin Institute"de gerçekleşen bir toplantıyla enstitü üyelerine, gramofonu tanıtmaya fırsatı buldu. Berliner gramofonun geleceğini Edison'un aksine iş yerlerinde değil, daha geniş bir pazar olduğuna kuşku duymayacağımız evlerde görüyordu. Fırsat buldukça ses kaydının kültürel önemini vurguluyor, büyük sanatçıların seslerini ya da çaldıkları enstrümanları kaydederek saklamanın cazibesini yaratmaya çalışıyordu. Üstelik gramofon plakları fonograf silindirlerine göre, önemli bir üstünlüğe sahipti. Bir ana kalıptan hareket ettiği için sınırsız sayıda çoğaltılma olanağı bulunuyordu. Sanatçılar için önemli bir

---

<sup>41</sup> Ünlü, a.g.e., s. 32.

fırsattı. Gramofon plakları sayesinde büyük bir servet yapmaları işten bile değildi.<sup>42</sup>



**Resim 5:** Emile Berliner Tarafından Geliştirilen Gramofon Prototipi

Berliner'in gramofonu geliştirdiği sene “*American Gramophone Company*” şirketi kurularak seri üretime geçirilen gramofonlar fuarlarda gösterime çıkartılmıştır. Bir yandan resmî kurumlarda ya da arşivleme bürolarında ses kayıt cihazı olarak kullanılan gramofon bir yandan da fuarlarda, eğlence mekanlarında ve kamu alanlarında eğlence aleti olarak kullanılmaya başlamıştır. Edison her ne kadar gramofonun gezici bir eğlence aleti olmasını eleştirip bu durumun onu bir oyuncağa indirgeyeceğini düşünse de ne piyasa ne de halk aynı görüşte olmamıştır.

Oysa piyasa oradadır. Satışını sağlamak için American Gramophone Company, bir deliğe atılan madeni para sayesinde çalışacak gramofonlar üretir. Adı “*nickel in the slot*” veya “*juke-box*” (*juke*, küçük bir bar anlamındadır) olur. Gramofon böylelikle halka açılır. Bir kişi, bir şarkı dinlemek için para öderken, aynı zamanda yanındakilere de ücretsiz dinleme imkânı sunmaktadır.<sup>43</sup>

Bir deliğe madeni para atılarak istenilen müziği çalan gramofonların hemen her yerde sergilendiği bu dönemlerde müzik bir eğlence unsuru haline gelmeye başlamıştır

<sup>42</sup> Ünlü, a.g.e., s. 42-43.

<sup>43</sup> Attali, a.g.e., s. 114-115.



ve bir anlamda Adorno'nun ortaya attığı müziğin eğlence endüstrisinin bir ürünü haline gelmesi yönündeki tezinin de -daha o dönemlerden- altyapısını hazırlayan bir oluşum olduğu görülmektedir. Yaşanan bu süreçler müziği endüstriyel bir ürün haline getirirken müzik tüketimini de bireysel tüketimden çıkarıp kitlesel ya da kolektif bir tüketime dönüştürmüştür.

Her ne kadar juke-box gibi kitlesel tüketime sahip bir müzik tüketim aracı, toplumdaki tüketim anlayışının ve eğlence biçimlerinin değişimine yol açmış olsa da endüstriyel üretim ve kapitalist tüketim biçimi her zaman daha fazla maddi üretim ve tüketim odaklı olmuştur. Bu nedenle müzik endüstrisindeki tüketim biçimi de kapitalist üretim ve tüketim anlayışına göre daha fazla bireysel maddi harcamaya yönelik olmuştur. 1902 senesinde yeniden Emile Berliner'in çalışmaları dakikada 70 ila 90 kez dönebilen düz plak yaratılmıştır. Önce tek yüze kayıt yapılan plak teknolojisinin, 1904 yılında Odeon adlı Alman firması tarafından çift yüzlü versiyonu üretilmiştir. Bunun anlamı şudur; müzik endüstrisi artık kendi içerisinde plak endüstrisi adı verilen bir endüstri daha oluşturarak, farklı şirketlerin devreye girmesi ile genişlemiş, artık sıradan insanların müzik nesnesini saklama ve stoklama imkânı yaratılmasına neden olmuş ve müzik artık endüstrinin ilk temel hedefi olan ev içi tüketime açılmıştır.<sup>44</sup>

Ses kayıt teknolojilerinin ve dolayısıyla müzik endüstrisinin Türkiye'deki gelişimi ise Osmanlı İmparatorluğu'nun en radikal değişimleri yaşadığı ve "Batılılaşma" ideolojisiyle birlikte ilan ettiği Tanzimat -Fermanı- dönemine kadar dayanmaktadır. 1839 yılında ilan edilen Tanzimat Fermanı bildirgesiyle birlikte tıp, mühendislik, ordu, sanat ve hatta kılık-kıyafet gibi çeşitli alanlarda yaşanan değişim, müzik alanında mehterhane yerine bando ve mızıkacı takımının kurulmasıyla kendini göstermiştir. Nitekim Osmanlı hükümdarlarının güzel sanatlar ve özellikle müzik alanına olan ilgileri dolayısıyla Tanzimat döneminde en çok değişim yaşayan alan da müzik olmuştur. Zira toplumsal olarak yaşanan bu tarz radikal geçişlerde; 'kültürel ve sanatsal değişimler', değişimin adaptasyon süreci için iyi bir ölçüt görevi görmektedir. İlk olarak mehterhane yerine kurulan Mızıkacı-yı Hümayun ile başlayan müzikal değişim, Abdülmecid döneminde "alafranga" müziğe yönelimin artması ve II. Abdülhamid döneminde askeri mızıkaların ve mektep bandolarının yaygınlaşması ile zirve noktasına ulaşmıştır. Bu döneme paralel olarak saray dışında -halk arasında- yaygınlaşan kanto, sahne müziği ve gündelik popüler müzik anlayışı ile birlikte yaşanan köklü değişim, Türkiye'deki müzik endüstrisinin gelişimindeki yapı taşlarını oluşturmuştur. Özellikle

---

<sup>44</sup> Turhan, a.g.m., s. 35.

1800'lü yılların sonuna doğru popülerleşen 'ince saz' ve 'fasıl' gibi toplulukların müzik icra ettiği ve dönemin popüler müzik mekânları olarak nitelendirildiği çalgılı kahvehaneler; müzik üretimi ve müzik tüketiminde yaşanan köklü değişimleri net bir şekilde yansıtmaktadır. Dönemin eğlence merkezi olarak görülen Beyoğlu ve çevresindeki semtlerde yaygınlaşan bu çalgılı kahvehaneler aynı zamanda ilk ses kayıt aygıtlarının tanıtıldığı ve yaygınlaştırıldığı mekanlar olmuştur. Bu süreçle ilgili olarak Ünlü;

Ses kayıt aygıtları, işte böyle bir süreci yaşamakta olan, belki de ses kaydı yapmak ve bu ürünleri pazarlamak için dünyanın en elverişli kentlerinden biri olan İstanbul'a ulaşmış oldu. Geliş tarihi ile ilgili kesin bilgiler ne yazık ki sınırlı olmakla birlikte, çelişmeden ve birbirini doğrulayan bilgiler olması yönünden sevindiricidir. Vecdi Seyhun'un 1948 yılında yayınlanmış olan ve Türk musikisinin ünlü sanatçılarından Santuri Ethem Efendi için kaleme aldığı kitapçık da az rastlanır kesin bir ifade ile fonografin 1895 yılında İstanbul'a geldiğini yazar.<sup>45</sup>

ifadelerine yer vermiştir. Fonografin İstanbul'a getirilmesine öncülük eden Sigmund Weinberg aynı zamanda İstanbul'da ilk sinema gösterisini de gerçekleştiren kişi olarak kayıtlara geçmiştir.

Weinberg, fonograf İstanbul'a ilk getirdiği zamanlarda (131-1313...1895) Hafız Âşir Efendi'nin ısrarı ile birkaç arkadaşın müştereken Bahçekapı'da açtıkları Gülistan mağazası, fonograf kovanlarının satış yeri idi. Kazancılarda oturdukları sıralarda çok sevdikleri Udi Nevres Bey, zamanın meşhur sazendeleri ve hanendelerinden Üsküdarlı Fuat Beyler, bir stüdyo halini alan Ethem Bey'in evinde pazar günü toplanıp kovan doldururlardı. Teksir ettikleri [çoğalttıkları] kovanlar evde kutular içinde muhafaza edilir, sonra mağazaya gönderilirdi. Bu arada Ethem Bey'in birçok santur taksimleri doldurduğunu maalesef elimizde fikir edinmek için tek numunesi bulunmadığından ancak oğlunun naklettiği hatıra ile öğreniyoruz.<sup>46</sup>

Türkiye'de gerçekleştirilen ilk fonograf kayıtlarının günümüze ulaş(a)maması nedeniyle fonografa dair en net bilgilere, döneme tanıklık eden kişilerin yazdığı -mecmua, risale, kitap ve benzeri- yazılar veya bu kişilerin sonraki nesillere aktardığı hatıratlar üzerinden erişilebilmektedir. Özellikle Ercüment Ekrem Talu'nun "Perde ve Sahne", Refik Halid Karay'ın "Deli", Ahmet Mithat Efendi'nin "Hayret" adlı kitaplarında ve Ahmet Rasim Bey'in "Bedayi-i Keşfiyât ve İhtirâat-i Beşerriye" adlı risalesinde yer alan fonografa dair tanıtım ve eleştiriler, o döneme kılavuzluk eden belli

---

<sup>45</sup> Ünlü, a.g.e., s. 84.

<sup>46</sup> Ünlü, a.g.e., s. 84-85.

başlı kaynaklardandır. Bu noktada en dikkate değer bilgilere Ahmet Rasim Bey'in risalesinde rastlanmaktadır. Nitekim Rasim Bey'in risalesinde yer alan bilgiler incelendiğinde, toplumda her yeniliğe karşı ortaya çıkan olumlu ve olumsuz iki ayrı tutumun (batılılaşma karşıtı olan tutucu kesim ve toplumun aydın ilerici kesimi arasında yaşanan fikir çatışması) ortak bir paydada eritmeye çalışıldığı görülmektedir. Belki de bu görüş farklılığı nedeniyle ortaya çıkan bu fikir çatışmaları, fonografin istenilen düzeyde yaygınlaş(a)maması ve fonografa ait ilk kayıtların günümüze ulaş(a)maması yönündeki önemli nedenlerden biridir. Zira gerçekleştirilen ilk kayıtların genellikle ev gibi özel alanlarda ya da belli semtlerin belli mekânlarında gerçekleştirildiği bilinmektedir. Ünlü'nün ifade ettiği üzere o dönem itibariyle fonograf ve gramofon satışı yapan birçok mağazanın varlığı da kayıtlarda yer almaktadır.<sup>47</sup>

Fonografin kolay kayıt yapılabilme özelliği olmasına karşın kopyalama ve çoğaltma olanağının zorluğu -tüm dünyada olduğu gibi- Osmanlı müzik piyasasında da yerini daha üstün bir teknolojiye sahip olan gramofona bırakmasına neden olmuştur. Fonografin bu dezavantajından dolayı ve ilk kayıt örneklerinin günümüze ulaşamamasından kaynaklı olarak Türk ses kayıt tarihinin başlangıcı da 'gramofon' ile anılmaktadır. Ünlü, bu süreci şu şekilde özetlemiştir;

Fonograf ve gramofonun Türkiye serüveni, birbiri içine geçmiş, ayrıştırılması pek kolay olmayan süreçlerden oluşur. Eğer bir Türk kayıt tarihinden söz edecek olursak, fonograf ya da gramofona ait bir olayı, bir dönüm noktasını "milat" kabul etmemiz gerekecektir. Yansız bir gözle bakıldığında İstanbul'da 1900 yılında yapılan gramofon plakları kayıtlarını esas almak daha mantıklı görünmektedir. Belki gramofon ve gramofon plaklarına göre yaklaşık on yıllık geçmişe sahip olan fonograf kayıtlarının hakkı bir parça yenecektir ama biz fonograf kovanlarının nasıl üretildiklerini biliyoruz. Tek tek ve oldukça ilkel koşullarda doldurulmuş, kopyalama olanaklarının elvermemesi yüzünden yaygınlaşmamış, dağıtım ve pazarlama ağı oluşturamamış fonograf silindirleri, amatör bir çaba olarak değerlendirmek -bir yerde- kaçınılmaz olmaktadır.<sup>48</sup>

"The Gramophone Co." şirketinin 1900 yılında İstanbul'da gerçekleştirdiği kayıtlar Türk kayıt tarihinin başlangıcı olarak nitelendirilebilir. Araştırmacı *Hugo Strötbaum*, "The Gramophone Co." şirketinin kayıt uzmanı ve temsilcisi olan *William Sinkler Darby*'nin 1900'de İstanbul'da 170'i aşkın Türkçe ve Rumca kayıt gerçekleştirdiğini kaydetmiştir. Gerçekleştirilen bu kayıtlardaki plakların üzerinde yer alan "Constantinople" yazısı, bu kayıtların gerçekliğini de destekler nitelikte olmuştur.

<sup>47</sup> Ünlü, a.g.e., s. 89-119.

<sup>48</sup> Ünlü, a.g.e., s. 139.

Strötbaum'un elde ettiği verilerden hareketle günümüzde kopyası bulunan ve 1903 tarihinde kaydedilen en eski 78'lik taş plağın "The Gramophone and Typewriter Ltd. and Sister Companies" etiketiyle dönemin ünlü hanende ve sazendesi Nasip Hanım tarafından halk musikisi izleri taşıyan bir taksim kaydı (Dağı-Kürdi Taksim) olduğu bilinmektedir. Yine Strötbaum'un aktardığı bilgilerden yola çıkarak Emile Berliner'in şirket teknisyenlerinin İstanbul'da 1900-1912 yılları arasında 3000'i aşkın kayıt gerçekleştirdiği bilgisi yer almaktadır. Bu yıllar arasında gerçekleştirilen bu kayıtların, Beyrut, Kâhire, Milano, Drama, Konstantinople (İstanbul), Selanik, Edirne, Atina ve İzmir'de gerçekleştirilen kayıtlar olduğu ve "bölgesel kayıtlar bütünü" olarak değerlendirildiğini eklemiştir. Berliner şirketleri yapılan bu kayıtları: "Gramophone Record and Typewriter Record, Gramophone Concert Record, Gramophone Monarch Record, Disque Pour Zonophone, Polyphone, Victor" etiketleriyle 18 cm. (7 inç), 25 cm. (10 inç), 30 cm. (12 inç) çaplı plaklar halinde yayınlamıştır.<sup>49</sup>



Resim 6: 1900-1912 yılları arasında kaydı yapılan plak örnekleri

<sup>49</sup> Ünlü, a.g.e., s. 139-143. [Özetlenmiş]

Türkiye'nin ilk yerli plak şirketi "Blumenthal Biraderler" olarak bilinen Julius Blumenthal ve Marcel Blumenthal tarafından kurulmuştur. Önceleri fonograf ticareti yapan Blumenthal Biraderler ardından gramofon ticaretine girerek 1902 yılında "Zonophone" firmasının Türkiye temsilciliğini üstlenmiştir. 1903 yılında ise "The Gramophone Co." şirketi tarafından hisseleri satın alınmıştır.

İlk yerli plak şirketinin sahibi Blumenthal biraderlerdir. 1906'da Odeon'un Türkiye distribütörlüğünü alırlar, 1911-1912 yıllarında kendi plak şirketleri Orfeon'u kurarlar. Tamburi Cemil Bey'in ilk plaklarını basan şirket Orfeon'dur. 1912'de ilk plak fabrikası, Blumenthal biraderler tarafından Feriköy'de kurulur. 1925-26'da Columbia tarafından satın alınan bu fabrika, 1929'da Gramofon Türk Ltd. Şti. tarafından Yeşilköy'de başka bir fabrikanın kurulmasına müteakip kapanır.<sup>50</sup>



**Resim 7:** Tambürî Cemil Bey'in Orfeon Record Tarafından Piyasaya Sürülen Placı

Pek çok etnik müzik örneği, zamanın moda müzik akımları, marşlar, monolog ve diyaloglardan oluşan komik plaklar, yöresel halk müzikleri (türküler, dağ havalı, Kürt, Ermeni, Arnavut ve Pontus Rum havalı) Türk kayıt repertuarını oluşturmuştur. Türk taş plak repertuarı: Şarkı, gazel, taksim, saz eserleri, koro, fasıl plakları, operet, tango, hafif müzik, taklit ve monologlardan, Karagöz plaklarından vb. türden oluşur.<sup>51</sup>

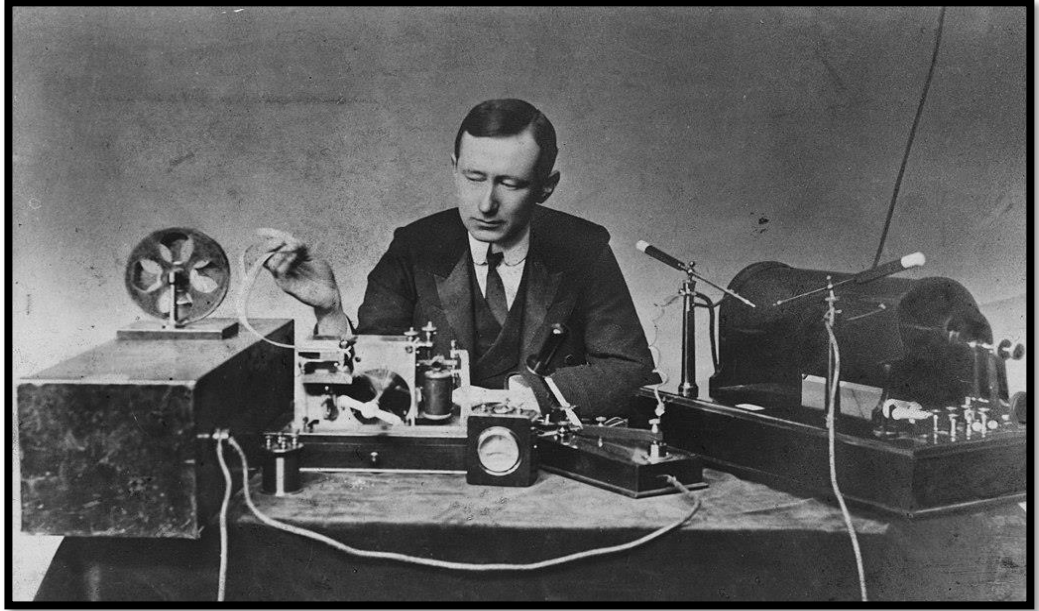
Osmanlı'nın son dönemlerinde ve bilhassa 1900-1910 yılları arasında altın çağını yaşayan kanto, gramofon plakları sayesinde yaygınlaşmış ve saray dışında gelişen en popüler musiki haline gelmiştir.

<sup>50</sup> Murat Meriç, *Pop Dedik*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayınları, 2006, s. 130.

<sup>51</sup> Cemal Ünlü, "Türk Ses Kayıt Tarihi", *Turkish Music Portal Turkish Cultural Foundation*, 't.y.', <http://www.turkishmusicportal.org/tr>, (18.04.2020).

## 2.2. Dünyada ve Türkiye’de Erken Dönem Radyo Yayınlarında Müzik Üretimini Tüketim Biçimi

Fonograf ve gramofon gibi icatlarla aynı dönemlerde geliştirilmeye başlayan radyoya ait ilk resmi kamusal yayının 1920 yılında Amerika’nın Pittsburg kentinde gerçekleştirildiği bilinmektedir. Bu yayın aynı zamanda bilinen ilk radyo istasyonunun kurulduğu yıllara tekabül eder. Fakat ilk radyo teknolojisi bu resmi kamusal yayının çok öncesinde İngiliz bilim insanı *James Maxwell*’in 1865 yılında elektronik olarak üretilen radyo dalgalarının yayılma teorisini geliştirmesi ve Alman fizikçi *Heinrich Hertz*’in 1887/1888’de Maxwell’in bu teorisini pratiğe dökerek laboratuvar ortamında deneysel başarı elde etmesi üzerine (bu deneysel başarıyı kamusal alana taşımak isteyen) İtalyan fizikçi *Guglielmo Marconi*’nin, 1898’de -önce 9 metre, sonra 275 metre ve en son 3 kilometre uzaklığa- kademeli olarak ses dalgalarını uzaklara iletmeyi gerçekleştirmesiyle ilk radyo teknolojisi oluşturulmuştur (Resim 8). 1901 ve 1902 yıllarında ise ilk deniz aşırı ses iletimi gerçekleştirilmiştir ve 1922 yılına kadar geçen süre içerisinde 500’ü aşkın radyo istasyonu kurularak bugüne uzanan kitlesel iletişimin sınırları o dönemden itibaren genişletilmeye başlamıştır.



**Resim 8:** 1901 Yılında Marconi Tarafından Geliştirilen Radyo

Radyo teknolojisi, öncesinde var olan basılı medya/iletişim araçlarına kıyasla daha çok kişiye daha hızlı bir aktarım sağlaması yönüyle medya tarihi açısından bir dönüm noktası oluşturmuş ve döneminin en popüler kitle iletişim aracı olarak

nitelendirilmiştir. 19. yüzyılın sonlarına doğru geliştirilen ve icat edildiği ilk dönemlerde yalnızca elektriğin bulunduğu ortamlarda kullanılabilen radyo, 20. yüzyılın ortalarına doğru -1947’de- transistör teknolojisinin geliştirilmesiyle birlikte bulunduğu ortamdan bağımsız, özgür ve taşınabilir bir kullanıma kavuşmuştur. Bu özgür kullanım olanağı, radyoyu gündelik yaşamın etkin bir haberleşme ve eğlence aracı haline getirirken aynı zamanda hâkim sınıfın kitleleri yönlendirmede -televizyon ve internet teknolojilerinin geliştirilmesine kadar- kullandığı araç konumuna taşımıştır. Radyoların bu etkin gücünün farkına varılmasıyla birlikte farklı amaçlar doğrultusunda kullanılmaya başlayan radyo, özellikle siyasi yapıların kendi ideolojilerini benimsetmek için başvurduğu bir propaganda aracı veya özel işletmelerin satış yapmak/satışları arttırmak için tercih ettiği bir reklam aracı haline gelmiştir. Örneğin; “1926 yılında radyoyu Hitler propaganda aracı olarak kullanırken Moskova, komünist rejimini empoze etmek için, Japonlar ise Çin’de işgal ettikleri bölgelerin halka açık yerlerinde kullanır. Gittikçe yaygınlaşan radyo diplomasinin de vazgeçilmezi olur.”<sup>52</sup>

1920 ve sonrasında ise kayıtlı müzik endüstrisinin dikkatini çeken radyo, 1930’lu yıllarda “FM” ve 1960’lı yıllarda “Stereo” kayıt tekniklerinin entegrasyonu ile birlikte ses kalitesinde büyük aşamalar kaydetmiş ve bu gelişmeler, müziğin; tanıtımında, pazarlamasında ve tüketiminde etkili olacağı öngörülerek radyo, müzik endüstrisinin başat ögesi haline getirilmiştir. Sözü edilen bu tanıtım, pazarlama ve tüketim; arz-talep ilişkisine bağlı olarak üretimi de doğrudan etkilemiştir ve radyo 1930’lu yıllardan sonra neredeyse tamamen müzik aracı olarak kullanılmıştır.

Müziğin üçüncü evresi olan ve endüstrisinin oligopol yapıya dönüşümüne neden olan dönem radyonun hayatımıza girmesi ile olmuştur. 1920’li yıllardan itibaren radyo ile birlikte müzik endüstrisi, en temel hedefi olan ev içi tüketimi tam anlamıyla gerçekleştirmiştir. (...) Öyle ki 1920 senesinde Amerika’da Chelmsford’da ilk kez bir konser radyodan yayınlanmıştır. Yaşanan bu büyük devrim ile insanlar, müzik dinlemek için bilet alma mecburiyetinin artık olmadığı ve evlerinden istedikleri müziği ücretsiz dinleyebildiklerini görmüşlerdir.<sup>53</sup>

Fakat müziğin bu tarz “basit” ve “kolay” bir tüketime indirgenmesine -başta Frankfurt kuramcıları olmak üzere- eleştirel yaklaşan teorisyenler, bunun kapitalist

<sup>52</sup> Sabahattin Toprak, *Türkiye’de 90’lı Yıllarda Başlayan Radyo ve Müzik İlişkisinin Müzik Yapımcılarına Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015, s. 47.

<sup>53</sup> Sayımer ve Turhan, a.g.m., s. 259.

düzenin bir hamlesi olduğunu ileri sürerek bu süreçte müziğin toplumsal ve kültürel işlevini yitireceğini ve yabancılaşacağını öne sürmüşlerdir.

Radyo ve sesli film teknikleri ve total kapitalist propaganda mekanizmasının sınırsız kontrolü müziksel pratiğin en içsel birimciği olan *aile-içi müzik yapımı*'ni bile kendi hükmü altına almış, kendi eline geçirmiştir. Aslında, daha 19. yüzyılda bile, ev-içi müzik yapımı, özel sermaye eliyle gerçekleştirilen toplumsal üretimin *total* olarak belirlediği bir yaşam bütünlüğünün sadece bir bölümü durumuna gelmiş bulunuyordu. Bu tür müzik, 19. yüzyılda da toplumca yaygın pratik olmaktan çıktığı için, bireysel müzik üretiminin varlık sürdürme biçimi artık bir *aldanım* olmuş bulunuyordu. Wagner'in *Tristan*'ından itibaren, *müziksel üretim ve müziksel tüketim* kapitalistik süreç tarafından özümsemiş bulunuyordu. Adorno'ya göre, müziği onun dolaysız kullanımının içinde gerçekleştirilmekte olduğu kültürel yaşam ortamından ayıran ve onu gelip-geçici sesler topluluğu biçiminde bir meta durumuna getiren bu süreç boyunca müzik basit *dolaysız kullanım* biçiminden ayrıldıkça kendi yabancılaşmasını ve insandan soyutlanmasını da tamamlamış oluyordu.<sup>54</sup>

1920'lerden sonra plak kayıtlarında benimsenen elektrik teknolojisi plak endüstrisinde yukarı bir ivme yaratırken aynı teknolojiyle gelişen radyo, plak endüstrisinde ekonomik dalgalanmalar yaratmaya başlamıştır. Radyonun giderek yaygınlaşması ve akabinde ev-içi tüketime geçmesiyle her ne kadar plak endüstrisi gelirleri gerilemişse de (plak gelirleri 1926-1929 yılları arasında %39 düşüş yaşamıştır<sup>55</sup>) her iki teknoloji arasındaki karşılıklı çıkarlar doğrultusunda hem radyoların hem de plakların müzik endüstrisindeki varlığı uzun yıllar devam etmiştir. Bu ikili çıkar içerisinde radyolar dinlenme oranlarını arttırmak için -popüler ya da değil- her türlü plakları yayınlarken plaklar da bu yayınlar aracılığıyla kendi reklamlarını oluşturmuş ve endüstri içerisinde bir alt endüstri kolu yaratmıştır. Attali bu durumu, "biri bir vitrin, diğeri ise onu donatacak mobilya"<sup>56</sup> olarak betimlemiştir. Bu alt endüstri içerisinde radyo ve plak firmaları arasında gerçekleştirilen anlaşmalar neticesinde ortaya çıkan yeni pazarlama yöntemleri (özellikle pazar payını büyütme isteyen plak firmalarının yeni isimlere yönelmesi ve radyoların bu yeni isimlerle birlikte yayın yelpazelerini genişletmesi gibi pazar yönetimleri) müzik endüstrisinde bugün bile kullanılan "star" olgusunu yaratmıştır. Bu aynı zamanda radyolarla birlikte hayatımıza giren "hit" şarkı kavramının doğmasına da zemin hazırlamıştır.

<sup>54</sup> Ünal Oskay, *Müzik ve Yabancılaşma*, 1. b., Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1982, s. 34-35.

<sup>55</sup> Serpil Karlıdağ, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Türkiye'de Müzik Endüstrisinde Telif Hakları Politikaları*, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009, s. 80.

<sup>56</sup> Attali, a.g.e., s. 128.



Hit şarkı kavramı da radyo ile müzik endüstrisinin bu ilişkisinden doğmuştur. Radyo geniş kitlelere ulaşabilme kolaylığı sayesinde şarkıların popüler olmasına katkıda bulunuyordu. Bu durum kapitalist mantığın çok sayıda tekrarlanan tüketim modeline uygun düşüyordu: Hızla popülerleşme, hızlı tüketim, hızla eskime, bu süreç ne kadar çok tekrarlanırsa satış cirosu o denli yükseliyordu. “Hit” şarkı modeli bir eser üzerinde çarpıcı bir cazibe oluşturma çabasının sonucuydu. Aynı yöntem müzik eserini icra eden sanatçı için de kullanılıncaya ortaya “yıldız” (star) denilen bir olgu çıktı. Aslında yıldız modelinin temelleri bu yüzyılda atılmıştı.<sup>57</sup>

Bu bağlamda görülüyor ki, o dönemlerde radyoda çalınma sıklığı bir ‘popülerlik ölçütü’ sayılmış ve aynı zamanda kitlesel müzik tüketiminde popülerlik ölçütüne göre medyanın kitleleri ne şekilde yönlendirdiği sonucu ortaya çıkmıştır. Rothenbuhler ve McCourt’un yaptıkları araştırmaya göre;

Özellikle radyonun, müziği toplumsal sesleniş aracı olarak kullanması ve kitle toplumunda oluşturulabilecek ürünlerin popüler kültürün bir malzemesine dönüştürmesi, popüler müzik biçimlerinin oluşturulmasında da etkisini hissettirmiştir. Araştırmaya göre, ticari radyonun elinde bulundurduğu seçim gücü ile hangi müziklerin çalınması gerektiği ya da hangilerinin rafa kaldırılması gerektiği kararı, kitle toplumunda bireylerin, seçilmiş ve önceden belirlenmiş müziklerin tüketilmesini zorunlu hale getirmiştir. Her ne kadar radyo tek başına dönem müziklerinin tarzını ve biçimini tek başına belirleyemese de kültür endüstrisinin bir aracı olarak kitlesel yönlendirme ve popüler müziğin belirlenmesinde etkisini korumuştur. Radyo yayınları sıklıkla kendi içerisinde rekabet halindedir. Bir radyo programında çalınan müziğin popüler olma seviyesine göre her radyoda aynı müziğin duyulması istenir. Radyo endüstrisi, çalınan müziklerin toplumun isteklerine göre şekillendiğini belirtmiş olsalar da gerçekte birey burada edilgin konumdadır. Bir müziğin popülerlik seviyesi onun ne kadar süre yayında kaldığı ile ilişkilidir. (...) MTV yayıncılığı öncesinde yani müziğin görselliğinden önce toplumsal yönlendirme biçimi ve popüler müzik ile kitlesel tüketime teşvik etme sistemini oluşturmak için radyonun gücü azımsanmamalıdır. Öyle ki radyo toplumun beğenisine biçim verirken aynı zamanda bu beğeniye popüler kültür ürünleri ile karşılık verir.<sup>58</sup>

Rothenbuhler ve McCourt’un ifade ettiği gibi radyo, müzik tüketiminde edilgen konumda yer alan dinleyicileri belli sınıfsal ölçütler ya da müzikal kategoriler yaratarak toplumun müzikal beğenisini göz ardı etmiştir ve kitleler bu yolla daha kolay yönlendirilmeye başlamıştır. Nitekim Attali’nin aktardığı üzere “Moondog’s Rock’n Roll Party” diye adlandırdığı bir radyo programının sunucusu olan Alan Freed, 1951’de bu müziği geniş bir kitleye dinleten ilk kişi olur.” Nitekim “Rock and Roll” müzik

<sup>57</sup> Süleyman Bektaş, *Türkiye’de Müzik Videosu Açısından Müzik Yapım Şirketleri ve Müzik Televizyon İlişkisi Bir Örnek: MMC TV*, (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 34.

<sup>58</sup> Turhan, a.g.m., s. 30.

türünün ortaya çıkışı da bu tarihlere denk düşer. Bu radyo eliyle popüler hale getirilen müzik türü örneklerinden yalnızca biridir. Canyakan'ın ses tarihine ilişkin oluşturduğu kronolojik sıralı gelişmeler listesinden radyo ile ilgili olan gelişmeler özetlendiğinde; “1912 yılında rejeneratif devre tekniği geliştirilerek radyo alımı pratik hale getirilmiştir. 1914 yılında AT&T şirketi tarafından vakum radyo tüpü üretilmiştir. 1919 yılında Amerika Radyo Kurumu (RCA) kurulmuştur. 1922 yılında ABD’de radyo yayıncılığı başlamıştır. 1933 yılında ‘FM’ radyo ortaya çıkmıştır. 1942 yılında *Helmut Kruger* tarafından ilk stereo bant kayıtları üretilmiştir.”<sup>59</sup>

Türkiye’de gerçekleştirilen ilk radyo yayınlarının tarihine ilişkin kesin bilgiler yer almamakla birlikte farklı kaynaklardaki verileri ortak bir paydada birleştirdiğimizde; ilk düzenli radyo yayınlarının 1927 yılının mayıs ayında (İstanbul’da) “Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi” tarafından gerçekleştirildiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Fakat ilk radyo teknolojisi denemeleri 1920’li yılların başına tekabül etmektedir. 1922 yılında Ruşen Ferit Kam tarafından Fransız savaş gemisi ve Dar’ül Fünun konferans salonu arasında gerçekleştirilen müzik yayını ve 1923 yılında Rüştü Uzel tarafından İstanbul Muallim Mektebi ve İstanbul Üniversitesi arasında gerçekleştirilen konser dinletisi, ilk radyo teknolojisi denemeleri olarak kayıtlara geçmiştir. Bu noktada dikkat çeken en önemli ayrıntı, Ruşen Ferit Kam ve Rüştü Uzel’in ilk radyo yayını tecrübelerini müzik aracılığıyla yapmış olmalarıdır. Bu ayrıntı, Türk toplumunda müziğin yeri ve önemine dair ipuçları barındırması sebebiyle önem taşımaktadır.

Türkiye’de ‘radyo istasyonlarının kurulması ve düzenli radyo yayınlarına geçilmesi’ kararını alan devlet tekeli, 8 Eylül 1926 yılında “Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi” (TTTAŞ) adlı özel bir şirketle anlaşma imzalamıştır. Bu anlaşma neticesinde Türkiye’deki radyo işletme ve yayın hakları on yıl süreyle Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi’ne devredilmiştir.

Cumhuriyet’in ilan edilmesinin ardından, başta Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere tüm kurucu kadronun öncelikli hedefi Türkiye Cumhuriyeti Devleti’ni içeride ve dışarıda etkili biçimde tanıtmak olmuştur. Bu hedef doğrultusunda yazılı basının kullanılması bir yana, o dönem için oldukça yeni olan radyonun bir an önce milli ideallere, ilkelere hizmet amacıyla tesis edilmesi ve etkin şekilde kullanılması ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda; hükümetle şirket temsilcileri arasında, *Türkiye Cumhuriyeti Havza-i Hükümeti Dâhilinde*

---

<sup>59</sup> Canyakan, a.g.m., s. 182-184.

*Telsiz Telefon Mürsile ve Ahize İstasyonları İşletme Ruhsatnamesi* adıyla bir belge 8 Eylül 1926 tarihinde Ankara’da imzalanmıştır.<sup>60</sup>

Bu anlaşmaya bağlı olarak 1927 yılında Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi tarafından ilk radyo istasyonu İstanbul’da kurulmuş ve ilk düzenli radyo yayınları da aynı yıl içerisinde gerçekleştirilmeye başlamıştır. Aynı şirket bir yıl sonra Ankara’da kurduğu (Ankara Radyosu) istasyonla Türkiye’deki yayın ağlarını genişletmiştir. 1936 yılına kadar radyo yayıncılığında hak sahibi olan Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi, 1937 yılında tüm haklarını PTT’ye devretmiştir. 1950’li yılların başlarına kadar Türkiye’nin en yaygın ve en popüler haberleşme ve eğlence aracı haline gelen radyo, televizyonun icadı ile birlikte Türk toplumundaki popülerliğini ve eğlence endüstrisindeki hâkimiyetini kaybetmiştir.

Radyo teknolojisi geliştirildiği ilk yıllardan itibaren bir haberleşme aracı olarak görülmüşse de Türkiye’deki radyo yayıncılığı anlayışında -ilk radyo teknolojisi denemelerinden de anlaşılacağı üzere- haberleşme kadar ‘musiki sanatı’ da hep ön planda tutulmuştur. İstanbul Radyosu görevlilerinin musiki icra eden insanlardan oluşturulması dahi musikinin radyoyla olan yakın bağına açıkça göstermiştir. “İstanbul Radyosu’nun neredeyse bütün görevlileri musiki çevresindedir. Haber saatlerinin dışında dinleyenleri radyo başında tutacak tek şey musikidir. Ayrıca musikiyle uğraşan sanatkarların bir bölümünde; hitabet, inşaat, diksiyon gibi radyoculuğun temel nitelikleri, doğal yetenek olarak bulunmaktadır.”<sup>61</sup> Radyo yayınlarını gerçekleştiren musikiciler bile özellikle plak endüstrisinin önde gelen sanatçılarından oluşturulmuştur. Bu bir anlamda Türkiye’deki radyo ve plak endüstrisi arasında ilişkinin, küresel pazar anlayışında olduğu gibi karşılıklı bir çıkar ilişkisi içerisinde sürdürüldüğünü göstermektedir. Nitekim o dönem itibariyle radyolar plak endüstrisini beslemiş ve plak endüstrisi de radyoları zenginleştirmiştir.

Radyo gerek Türk musikisi gerekse Batı musikisi programlarıyla önemli bir plak tüketicisi durumundadır. Bu plaklarda çalıp okuyan sanatçıların radyo programlarında yer alması, ortaya ilginç bir durumun çıkmasına neden olmuştur. Radyo kuşku yok ki, taş plak piyasalarına bir canlılık ve dinamizm getirmiştir. Plaklarından tanıyıp bildiği sanatçıları radyodan duyabilmek ya da tam tersi, radyodan tanıdığı sanatçıların plağına ulaşabilmek müzikseverler

<sup>60</sup> İbrahim Sena Arvas, “Türkiye’nin Radyo ile Tanışması ve Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi”, *Bolu, Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ed. Ali Murat Kırık, Mutlu Türkmen, C.IV, S. 2 (2018), s. 419.

<sup>61</sup> Ünlü, a.g.e., s. 300.

adına sevindirici bir durumdu. Yeni çıkan plakların radyo aracılığıyla tanıtılması plakçılığı olumlu etkiliyordu. Durum kimi zaman ters yönde işliyor, ilk kez radyoda okuyanlar halk tarafından beğenilmeye başlayınca bu kez kapılarını plak yapımcıları çalıyordu.<sup>62</sup>

Böylece radyo teknolojisi, bir haberleşme aracı niteliğinin ötesinde toplumun müzikal beğeni kriterlerine göre endüstriyel müzik üretimini şekillendiren bir yapı ve aynı zamanda bu üretimlerin pazarlandığı bir alan haline gelmiştir.

Radyonun toplumlar üzerindeki etkin gücü, onu; tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de siyasi yapıların ideolojilerini benimsetmek için kullandığı bir araç haline getirmiştir. Tanzimat Dönemi’nden beri süregelen ve Cumhuriyet’in kuruluşu ile hız kazanan batılılaşma ve modernleşme hareketi içerisinde tarihe geçen radyolarda Türk Müziği yasağı olarak bilinen uygulama söz konusu hareketlerden biridir. Süreçle ilgili birbirinden farklı, aynı veya zıt görüşleri görmek mümkündür. Yakın tarihe ait bir sürecin tez çalışması içinde ele alınmasının sebebi, medya unsurlarının toplumun beğeni ve beğeni hiyerarşileri üzerinde ne derece etki ettiğinin anlaşılmasının yanı sıra, medya unsurlarının mevcut siyasi erklerin kontrolü içinde veya dışında ne şekilde hareket ettiğinin, alternatif oluşumların temelini nasıl atıldığının netleşmesinin anlaşılması açısından önemli görülmüştür. 2 Kasım 1934 yılından 6 Eylül 1936 yılına kadar radyo yayınlarında Türk müziğinin yasaklanma sürecini Varlı, yasak sürecinin öncesine ve sonrasına dair yaşanan gelişmelerin temel bileşenleri ile şu şekilde açıklamıştır:

Kadro ve deneyim yetmezliğinin etkisiyle bu dönemde radyo ne eğlendirici ne de eğitici bir işlev görebildi. Bu dönemin Ankara ve İstanbul radyolarının yayın programını oluşturanların başında Mesut Cemil, Veli Kandı, Fuat Nuri Bener geliyordu. Yönetici kadronun ideolojisi doğrultusunda müzik yayımcılığı “alaturka-alafranga” sorunsalına indirildi. 1934’te alınan bir kararla Türk Müziği’nin radyolarda icrası iki yıl yasaklandı. (...) Özel radyoculuk girişiminin başarısız olması, bazı batı ülkelerinde de radyo yayımcılığını devletin üstlenmesi, gerginleşen dünya siyasal koşulları, radyonun etkin bir propaganda aracı haline gelmesi nedeniyle radyo yayımcılığı Türkiye’de de devletleştirildi (1936); yeni bir örgütlenmeye kadar (1940) PTT’nin yönetiminde kaldı. (...) Radyo uzun yıllar “hükümetin ağız, milletin kulağı” olarak değerlendirildi. Bu nedenle yayımcılık, hükümet denetiminde, dinleyici eğilimleri göz önüne alınmadan Cumhuriyetin temel politikalarına göre yönlendirildi. Mesela bir dönem devletin tercihi doğrultusunda radyoda Türk Müziği yasaklandı ve yalnız Batı müziği yayımlandı. Bu yasak kaldırıldığında da halkın zevki ve tercihi her zaman ikinci planda kaldı.<sup>63</sup>

<sup>62</sup> Ünlü, a.g.e., s. 301.

<sup>63</sup> Ersen Varlı, “*Türkü Radyoları’nın Türk Halk Müziği Üzerindeki Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 20-22.

Bu yasağın temelinde “Osmanlı müziği”<sup>64</sup>’nin Türk kimliğini ve toplumsallığını doğru bir şekilde yansıtmadığı görüşü yer almıştır. Ziya Gökalp, “Türkçülüğün Esasları” kitabında bu görüşü destekleyen şu ifadelerle yer vermiştir:

Bugün işte şu üç musikînin karşısındayız: Şark musikîsi, Garp musikîsi, Halk musikîsi. Acaba bunlardan hangisi bizim için millîdir? Şark musikîsinin hem hasta hem de gayrî millî olduğunu gördük. Halk musikîsi harsımızın, garp musikîsi de yeni medeniyetimizin musikîleri olduğu için, her ikisi de bize yabancı değildir. O halde, millî musikîmiz memleketimizdeki halk musikîsiyle garp musikîsinin imtizacından doğacaktır. Halk musikîmiz, bize birçok melodiler vermiştir. Bunları toplar ve garp musikîsi usûlünce armonize edersek hem millî hem de Avrupai bir musikîye malik oluruz.<sup>65</sup>

Öztürk, Gökalp’in milli musiki üzerine fikriyatını şu şekilde özetlemiştir; “Gökalp’in millî mûsikî için verdiği Jön Türklüğe mahsus formül; *tahriş* için halka doğru gidilerek türkülerin toplanması; *tezhîb* içinde bu kez garba doğru gidilerek, bunların armonize edilmesi esasına dayalıdır. Bu yönüyle Gökalp, armonize edilmiş türkülerin, *millîlik ve beynelmilellik* şartlarının her ikisini birden gerektiren *muasırlaşma* için yeterli olduğu kanaatindedir.”<sup>66</sup> Özdemir ise Gökalp’in ulusal müzik anlayışı fikriyatını şu sözleriyle ifade etmiştir;

Gökalp uygarlığın evrenselliği yakalamakla mümkün olacağını ve Osmanlı Klasik Müziği’nin eski uygarlıkların etkisinde olduğunu ve Türk ulusal kimliği oluşturabilecek sanatsal ağırlığa sahip olmadığını savunmuştur. Bu bağlamda Gökalp musiki için de Halk müziğinin kültürümüzün, Batı müziğinin ise yeni uygarlığın müziği olduğunu kabul etmiştir. Ulusal müzik de bu ikisinin birleşip kaynaşmasından meydana gelecektir. Böylelikle hem ulusal hem de Batılı bir müziğe kavuşulacaktır.<sup>67</sup>

<sup>64</sup> Onur Güneş Ayas, *Müzik Sosyolojisi*, 1. b., İstanbul: Doğu Kitabevi, 2015, s. 329. > “Osmanlı müziği, Ortadoğu başta olmak üzere Batı dışı toplumların evrensel müzik geleneği sayabileceğimiz makam müziğinin bir parçasıdır. Bununla birlikte kendi evrenini kurmayı başarmış, Şarkın büyük geleneğinden kopmaksızın kendine özgür bir müzik geleneği yaratmıştır. Arap ve Fars müzik geleneklerine göre zamanla daha da incelen ve müesseselenen bu gelenek, ayrıca, Ortadoğu toplumlarındakinin aksine saray çevresiyle sınırlı kalmamış, sosyal yapının alt tabakalarına kadar ulaşarak şehir toplumunu birbirine bağlayan bütünleştirici bir üst kültür sistemi oluşturmuştur. (Ayas, 2013b: 63-64; Behar, 2006a) Bu müzik geleneği Anadolu halk müziğiyle “Ortadoğu coğrafyasında ‘ülkeler arası’ bir özellik taşıyan makam musikisinin” (Aksoy, 2008, 39) bir sentezi niteliğindedir. Bülent Aksoy’un “ülkeler arası” nitelikteki “makam musikisi” dediği şey, Gökalp’in “olumsuz” bir şekilde tanımladığı Şarka ait “medeniyet” müziğine (1923: 131-132) denk düşer. Osmanlı’nın medeniyet bilinci sadece siyaset alanında değil kültürel alanda da Batıyı ötekileştirdiği için, Batıyla karşılaşma süreci, içerdiği olumlu ve olumsuz çağrışımlardan bağımsız olarak, Osmanlı müziğinin Şarkla özdeşleşmesine yol açmıştır. Osmanlı topraklarını ziyaret eden Batılı seyyahlar “Türklerden” dinledikleri müziği, Şark müziği (bazen de Türk müziği) olarak adlandırmışlar ve bu ifadeden çoğunlukla Türk müziğini anlamışlardır (Aksoy, 2003).”

<sup>65</sup> Okan Murat Öztürk, “Mandolinle Muasırlaş(tır)mak: Türkçülüğün Müsiki Sahasındaki Programı Işığında Köy Enstitülerinde Müzik Eğitimi”, *Bursa, Etnomüzikoloji Dergisi*, C.III, S. 1 (2020), s. 29.

<sup>66</sup> Öztürk, a.g.m., s. 31.

<sup>67</sup> Sinem Özdemir, “Popülerleşme Sürecinde Türk Müziği ve Bu Süreçte Bestekâr Sadettin Kaynak”, 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, 2007, s. 582.

Bu bağlamda görülmektedir ki; bu müzik reformuyla birlikte Türk toplumsallığını en doğru şekilde yansıtabilecek olan ulusal müziğin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu hedefe istinaden Ziya Gökalp'e göre ise Türk toplumunun kimliğini en doğru şekilde yansıtabilecek olan müziğin, Türk halk müziği ezgileriyle birlikte batı müziği metot ve usullerinin birleşiminden doğacak olan "Türk Ulusal Musikisi" olduğu savunulmuştur. Özbek, radyo yasağının etkileri ve sonuçlarına dair; "Yasağın asıl etkisi ise, yarattığı boşluk sonucu halkın Arap radyolarının müzik programlarını dinlemeye başlaması olarak değerlendirilmektedir. Bu görüşe göre, 1930'lu yıllarda radyo yasağı sırasında, başta Kahire radyosu olmak üzere Arap radyoları, ardından da 1930 sonlarından itibaren Mısır filmleri aracılığıyla Arap müziği Türkiye'de yayılmaya başlıyor."<sup>68</sup> ifadelerine yer vermiştir. Türk müziği yasağının yarattığı boşluğu Mısır ve Arap radyolarının doldurduğu, bugün dahi müziğin sosyolojik boyutu içerisinde tartışılan ve Türk müziğinde geri döndürülemez bir kutuplaşmayı doğuran "arabesk" müziğin temellerini attığı alternatif söyleminin sıklıkla dile getirilmesi, alternatifliğe dair önemli örneklerdendir. Özellikle alternatif söylem alanlarının doğuş nedenlerinden biri olan sansür boyutu ile ilgili olarak Tekelioğlu; "Yaklaşık yirmi ay süren radyodaki Türk müziği yasağı sonradan kaldırılmış ve çalınan Türk müziği oranı giderek artmış olsa da Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (bundan sonra, TRT), yasağı çok daha kapsamlı bir denetim sistemine, yani şu anda bile uygulamada olan, çalınacak müzik yapıtlarının gerek içeriğini, gerekse formunu denetleyen "sansür"e dönmüştür"<sup>69</sup> ifadelerine yer verir. Bu süreçte radyonun etkin gücü bir kez daha anlaşılmiş olup devlet politikasının dahi önüne geçerek müziğin tüketiminde sürekliliği sağladığı görülmüştür. Fakat devletler eliyle müziğe yapılan müdahale günümüze kadar sürdürülmüştür.

Bu süreçte bağımsız bir platform olarak gelişen radyo teknolojisi, kayıt tekniği anlamında birtakım değişiklikler yaşamıştır. Özellikle plak kayıtlarının yanı sıra 1938 yılından itibaren kullanılmaya başlayan -asetat bir bant üzerine kayıt yapabilen-"Teficord" adlı kayıt cihazı, taşınabilir olması ve bir saate yakın kayıt yapabilmesi yönüyle radyolar için vazgeçilmez bir kayıt tekniği haline gelmiştir. 1945 yılında yeni bir ses kayıt yöntemi olarak geliştirilen -çelik teller üzerine kayıt yapabilen-

---

<sup>68</sup> Meral Özbek, *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayınları, 1991, s. 146.

<sup>69</sup> Orhan Tekelioğlu, *Pop Yazılar: Varoştan Merkeze Yürüyen 'Halk Zevki'*, 1. b., İstanbul: Telos Yayıncılık, 2006, s. 94.

“Magnetophone” adlı kayıt cihazı ise uzun süreli dayanıklılığı sebebiyle Teficord cihazının yerini almıştır. Radyonun ses ve kayıt tekniğine dair yaşadığı bu gelişmeler, müzik endüstrisiyle olan ilişkisini yeniden hareketlendirmiştir.

Küreselleşmenin etkilerinin giderek arttığı 1940’lı yıllar ve sonrasında Amerikan kültürü etkisi altına giren Türkiye’de, ilk caz müziği örnekleri radyo aracılığıyla verilmiştir. 1949 yılında Erdem Buri’nin spikerliğinde, İstanbul Radyosu düzenli caz müziği yayınlarına başlamıştır. 1950’li yılların başlarına kadar Türkiye’nin en yaygın ve en popüler haberleşme ve eğlence aracı olarak nitelendirilen radyo, televizyonun icadı ile birlikte Türk toplumundaki popülerliğini ve eğlence endüstrisindeki hâkimiyetini kaybetmiştir. Yine de 1990’lı yıllardan sonra TRT tekelinden çıkarak özelleşen radyolar müzik alanındaki pazarlama ve tüketim gücünü -belli sınırlarda ve belli koşullarda- yeniden elde etmiştir.

### 2.3. Müzik Kayıt-Dinleme Biçimleri ve Ortamları

Thomas Edison, Graham Bell ve Emile Berliner gibi mucitlerin geliştirdikleri ses kayıt cihazlarıyla birlikte başlayan müzik endüstrisinde akustik -ya da mekanik- ses kayıt dönemi, yerini bu cihazları takiben geliştirilen elektriğin icadıyla birlikte elektrik-elektronik ses kayıt dönemine ve son elli yıl içerisinde geliştirilen bilgisayar, internet ve bulut (cloud) depolama teknolojileriyle birlikte ise dijital ses kayıt dönemine bırakmıştır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren geliştirilen her ses-kayıt teknolojisi, kısa süre içerisinde bir önceki teknolojinin yerini doldurarak kendinden sonra gelecek olan teknolojiye de hızlı bir adaptasyon imkânı sağlamıştır. Bu anlamda her teknolojik gelişme bir önceki teknolojiye dayalı ve bir sonraki teknolojiye doğurgan bir şekilde gelişmiştir. Bu sürece dair Işıkhan şu ifadelerle yer vermiştir;

Ses kayıt eyleminin gerçekleşmesi için madde titreşiminin iletilerek saklanabileceği ortama ihtiyaç duyulur. Bunun için başlangıçta mekanik imkânlardan yararlanılsa da sonraları sürekli olarak elektrik kullanılmıştır. (...) Ses kayıt olanakları mekanik imkânlarla bir taraftan tarih içinde toplumla etkileşimini sürdürürken, diğer taraftan elektriğin keşfi ve değişen yaşam koşullarıyla birlikte kapitalist ideolojinin sosyal yaşamın hemen her alanına yansıttığı teknoloji, kayıt olanaklarının daha da artmasını sağlar.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Cihan Işıkhan, “Profesyonel Müzik Kayıtlarında Kayıt Yöntemlerini Sınıflandırmak”, Samsun, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ed. Muhammet Kuzubaş, C.4, S. 19 (2011), s. 430.

Bu bağlamda ses kayıt ve dinleme ortamlarının ilk örneklerini Edison'un icat ettiği ve fonograf cihazıyla birlikte geliştirdiği silindirler oluşturmaktadır. Fakat çoğu kaynakta müzik kayıt ve dinleme tarihine ilişkin başlangıç materyallerini silindirlerden ziyade plakların oluşturulduğu ifade edilir. Çünkü silindirlerin teknolojik olarak kendisinden on yıl sonra geliştirilecek olan- plak kalitesinin çok gerisinde kalması ve üretim-çoğaltım zorlukları yaratması ses-kayıt tarihinde silindirlerin göz ardı edilmesine yol açmıştır. Bu anlamda plak teknolojisi, ses kayıt-dinleme biçimi ve ortamı olarak müzik endüstrisinin tarihsel sürecinde radikal bir geçiş dönemi teşkil etmesi yönüyle öncelikli olarak incelenecektir.

- **Plak**

Emile Berliner, Edison'un geliştirdiği fonograf cihazını teknik anlamda bir adım ileriye taşıyarak gramofonu geliştirdiği sene (1887), fonografin ses kayıt tekniğinde kullanılan silindirlerin yerine lamba isiyile karartılmış disket (plak) kullanmayı tercih etmiştir. Türkiye'de 'taş plak' olarak literatüre geçen bu "78 RPM Record" (78 devirli) diskler, ilk başlarda 'ebonit' denilen hassas ve sıkıştırılması zor bir malzemeden üretilmişse de üretim ve koruma sıkıntıları sebebiyle ilerleyen yıllarda bu malzemeden vazgeçilerek Berliner tarafından geliştirilen (78 devirli) plastik malzemeli plakların üretimine geçilmiştir (Resim 9). Bu plaklar, -fonograf silindirlerine kıyasla- sınırsız çoğaltılabilme olanağı ve dayanıklılığı sebebiyle müzik kayıt ve dinleme tarihinde uzun yıllar kullanılacak bir teknolojinin de ilk örneklerini oluşturmuştur.



**Resim 9:** Emile Berliner Tarafından Üretilen İlk "78 RPM" Gramofon Plağı



20. yüzyılın başlarında gramofon ve gramofon plaklarının müzik endüstrisindeki yükselişi, birçok yeni plak şirketinin kurulmasına ve hatta fonograf silindirleri üreten şirketlerin dahi üretimlerini gramofon ve gramofon plaklarına çevirmesine yol açmıştır. Bu dönem içerisinde plak endüstrisine uzun yıllar hâkim olacak -özellikle Türkiye'deki plak endüstrisini de derinden etkileyecek- şirketler kurulmuştur. *Gramophone and Typewriter* (daha sonraları *Gramophone & Typewriter and Sister Companies* adıyla), *Zonophone*, *Gramophone Record*, *Gramophone Concert Record*, *Monarch Record Gramophone*, *Disque Pour Zonophone* ve *Odeon* gibi şirketler plak endüstrisinin önde gelen şirketlerinden bazılarıdır. Fakat bu şirketlerden çok daha önce kurulmuş olan ve bugün dahi varlığını sürdüren *Columbia* (önceleri North American Phonograph Co.) ve *Pathé* (önceleri Fransız film şirketi) şirketleri, kurulduğu yıllar itibariyle fonograf silindirleri üretmiş olsalar da gramofonun yükselişiyle birlikte diğer firmalar gibi -1901 yılından sonra- gramofon plakları üretmeye başlamıştır. Bu dönemde kurulan şirketler, kendi etiketlerini oluşturmak ve pazar dağılımını arttırmak için farklı çaplarda ve farklı özelliklerde plaklar üretse de döneme hâkim olan plak türü 78 devirli plaklar olmuştur.

Fonograf ve fonograf silindirleri üretiminde Avrupa'nın önde gelen firmalarından biri olan Pathé 1900 yılından 1905 yılına kadar Paris, Londra, Milano, Moskova, St. Petersburg, Odessa, Viyana, Brüksel, Lizbon ve Amsterdam gibi önemli merkezlerde, fabrikalar kurup temsilcilikler açmıştı. Alman gramofon şirketleri gibi Amerika'dan teknoloji aktarma yolunu seçmeden kendi başına var olmaya çalışması Pathé'nin diğerlerinden farklı ele alınmasını ve izlenmesini gerektirmişti. 78 yerine dakikada 90 turla çalışan, yuvarlak uçlu ve sabit uçlu iğnelerle çalınan "dikey çizgili" plaklar üretti. Çapları Amerikan ve İngiliz ölçülerini tutmayan; 21, 6 cm., 28 cm., 35,6 cm., 50.8 cm. plaklardı. Tüm bu farklılıklara karşın işlerin yolunda gitmediği söylenemezdi. 1910 yılında Amerika pazarına girerek New York'ta bir stüdyo ve fabrika açarak üretim yapabilecek düzeye geldi. Teknik düzeyleri bakımından bu kayıtlar hiçbir zaman bir Columbia çizgisine gelebilecek başarıyı gösteremedi.<sup>71</sup>

Columbia firması ise 1901 yılından sonra 7 inç (18 cm.) ve 10 inç (25 cm.) boyutlarında plaklar üretmiştir. Aynı firmanın en önemli üretim atağı, 1922 yılında "hıştırsız" plakları piyasaya sürmesi olmuştur. 1904 yılında Odeon adlı Alman firması ve 1908 yılında Victor adlı Amerikan firması *double face* (çift yüzlü: iki yüzüne de kayıt yapılabilen) plakları piyasaya sürmüştür. 1. Dünya Savaşı dönemi boyunca ses kayıt teknolojilerinde yaşanan duraksama ve plak endüstrisinde yaşanan gelir kayıpları,

---

<sup>71</sup> Ünlü, a.g.e., s. 79.

savaş sonrası geliştirilen manyetik bant ve pikap teknolojisi ile yeniden harekete geçmiştir. 1931 yılında Alman mühendis *Fritz Pfleumer* ve Alman firması *Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft* (AEG) tarafından geliştirilen ilk manyetik bant kaydedici, aynı zamanda 1960'ların kaset teknolojisine temel oluşturduğu gerekçesiyle müzik endüstrisinde de dönüm noktalarında biri olarak kabul edilmektedir (Resim 10).



**Resim 10:** AEG Tarafından Geliştirilen “Magnetophon K1” Model Manyetik Bant Kaydedici

1901 yılında Emile Berliner ve Eldridge Johnson tarafından *Victor Talking Machine Company* adıyla kurulan şirket, 1930 yılında RCA Victor etiketiyle “Program Transcription Disc” adını verdiği “33 RPM Record” (33 devirli) 12 inç çapında ilk esnek plastik plakları piyasaya sürmüştür. Fakat bu plağın üretiminin Büyük Buhran (1929-1939) dönemine denk gelmesi, yaşanan ekonomik kriz sebebiyle bu formatın çoğunlukla ticari başarısızlıklarla anılmasına neden olmuştur. 1939 yılının başlarında Columbia firması, RCA Victor’un bu teknolojisinin geliştirilmesi düşüncesiyle, ince ve küçük ses titreşimlerinin “microgroove” plak kaydı üzerine çalışmalar yürütmüştür ve 1948 yılında 12 inç çapında “33 RPM Second Microgroove” plaklar tanıtılmıştır. Bu plaklar oynatma süresinin uzunluğu sebebiyle aynı zamanda *Long-play* (LP) olarak adlandırılmıştır. 1949 yılında RCA Victor, 7 inç çapında “45 RPM Record” (45 devirli) plak formatını üretmiştir. Bu format ise Long-play’e göre daha kısa süreli kayıt imkânı sunması sebebiyle *Extended-play* (EP) olarak adlandırılmıştır. O dönem itibariyle LP’ler ortalama bir saatlik albümler için kullanılan standart plak olarak nitelendirilirken,

EP'ler ise her iki yüzüne sadece birer şarkı kaydedilebilen (günümüzde “single” ya da “maxi single” olarak adlandırılan albümler gibi) plaklar olarak işlev görmüştür. 1955-1957 yıllarında ise stereo kayıt teknolojisi geliştirilerek o zamana denk *mono* -tek kanallı- olarak kaydedilen plaklar bu tarihten itibaren *stereo* -iki veya daha fazla kanallı- olarak kaydedilmeye başlamıştır. Jacques Attali yaşanan tüm bu süreci şu şekilde özetlemiştir:

Birinci Dünya Savaşı radyo ve pikabı ortaya çıkarmıştır. İkincisi de manyetik bant ve çok daha iyi kalitede bir plak üretmeyi sağlayacak bir maddenin, yani Vinilit'in çıkmasına vesile olur. 1945'te RCA “45'lik” bir plak -sadece dört parçalık- piyasaya sürer ve bu plak kendini *juke-box*'lara, AM frekansından yayın yapan özel radyo istasyonlarına kabul ettirir. 1948'de Columbia, çok daha uzun süreli “33'lük” plağı çıkarır, onu da daha iyi ses kalitesine sahip olan FM frekansından yayın yapan radyolar kapışırlar; “78'lik” ler yavaş yavaş kaybolur. 45'lik ve 33'lük satışları muazzam bir şekilde gelişir. Firmalar özellikle Decca, RCA, EMI veya Columbia markaları etrafında yoğunlaşırlar. Muzak, radyo ve umumî mekânlara, müzik ile verimliliği bir araya getiren manyetik bantlarda programlar önererek iyice büyür. Fransa'da özel radyolar kaybolur. Başka ülkelerde ise büyümeye devam ederler, onlarla birlikte müzik de gelişir.<sup>72</sup>

Plak teknolojisinde yaşanan tüm bu gelişmeler, temelde plak endüstrisine dolayısıyla müzik endüstrisine hizmet eden bir süreci ifade etmiştir. Nitekim kullanımı kolay hale getirilip tüketimin arttırılması adına yapılan her yenilik, bir yandan müziği metalaştırmış diğer taraftan tekrar ekonomisini de beslemiştir. Yaşanan bu süreç içerisinde plak teknolojisinden bağımsız geliştirilen kaset teknolojisiyle birlikte müzik endüstrisindeki hakimiyetini kademeli olarak kaybeden plaklar, günümüzde yalnızca nostaljik bir argüman ya da antika değerinde bir eser olarak varlığını korumaktadır.

- ***Compact Audio Cassette (Kaset)***

1963 yılında “Philips” firması tarafından piyasaya sürülen “Compact Audio Cassette” (Kompakt Ses Kaseti) teknolojisi, sesin manyetik bir bant üzerine kaydedilmesi ve dinlenmesi prensibine dayanan ses kayıt ve dinleme ortamı olarak geliştirilmiştir. 1931 yılında geliştirilen manyetik bant kaydedici teknolojisinin bir üst seviyesi niteliğindeki bu kaset teknolojisi, ilk olarak 1958 yılında “Radio Corporation of America” (RCA) firması tarafından üretilen “RCA Sound Tape Cartridge” adlı kartuş teknolojisiyle gündeme gelmiştir. Bu teknolojiyi 1963 yılında Richard Kraus tarafından üretilen “8-Track Tape” ya da “8-Track Cartridge” adlı tek makara sistemine sahip

---

<sup>72</sup> Attali, a.g.e., s. 131.

kartuşlar takip etmiştir. Fakat her iki teknolojinin de beklenen ilgiyi görmemesi nedeniyle 1962 yılında “Philips” tarafından “Compact Audio Cassette” (CAC) ya da “Musicassette” (MC) adıyla geliştirilen ve 1963 yılında piyasaya sürülen yenilik, marka değerinin de etkisiyle kaset teknolojisinde öncü olarak kabul edilmiştir. Fakat Philips tarafından üretilen bu kompakt kasetlerin teknik yapısındaki RCA kartuşlarıyla olan benzerlikler, Philips’in ürettiği kasetlerin RCA kartuşlarından ilham alınarak üretildiği gerçeğini ortaya çıkarmıştır (Resim 11).

Kasetler RCA tape cartridge türünden ilham alınmış gibi bir kutucuğun içine birinden dolu bandın salınıp diğerinden toplandığı çift makaralı bir fiziksel yapıya sahiptir. Bant iki makara arasında akarken banda temas edecek kayıt, okuma ve silme kafalarının gireceği boşluklar ve özellikle okuma, kayıt kafasının banda tam temasının sağlanması için basit yaylı bir keçe yastığı sistemi vardır. Bandın kutu içindeki dönüşünü düzenleyen plastik yataklar ve minik kılavuz makaralarda bu 10 cm x 6,3 cm x 1,3 cm boyutlarındaki koruyucu plastik kutu içine yerleştirilmiştir. Kasetlerde kullanılan bant yaklaşık 3.81mm (1/8’inch) genişliğindedir ve 4.76 cm/s kayıt, okuma hızına sahiptir. Kaset bantları A ve B olarak iki yüzü birden kullanılır ve bu yüzlere birer stereo ses kaydı yapılabilir. Böylece her kasetin 4 farklı ses kanalı kapasitesine bulunmaktadır.<sup>73</sup>



**Resim 11:** Philips Tarafından Üretilen İlk Kaset ve Kaset Kaydedici

1970’lerin en popüler eğlence aracı haline gelen kasetler, plaklara kıyasla daha düşük bir ses kalitesine sahip olsa da pratik kullanım olanağı ve kolay taşınabilirliği

<sup>73</sup> Savaş Ferhat, “Manyetik Kayıt Tarihi-3”, *Broadcaster Aylık Televizyon, Radyo, Sinema teknolojileri Dergisi*, 25 Mart 2019, <http://www.broadcasterinfo.net/>, ss. 1-2. (27.04.2020).

sayesinde, müzik endüstrisinin 19. yüzyılın sonlarından 20. yüzyılın ortalarına kadar egemen olan plak teknolojisinin önüne geçmiştir. Bu noktada Simon Frith, “1970’e gelindiğinde, müzik satışlarının yaklaşık üçte birinin kaset satışlarından olduğunu ve 1971’de ise satılan kasetaların değerinin pikapların değerini geçtiğini”<sup>74</sup> ifade etmiştir. Kasetlerle aynı dönemde geliştirilmeye başlayan kasetalarla birlikte müzik artık tüketicinin bulunduğu ortama taşınabilen -gramofon ve pikaplara göre daha taşınabilir- bir meta hale gelmiştir. Özellikle 1979 yılında “Sony” tarafından üretilen “Walkman” teknolojisi, taşınabilir ses kasetçalar olarak insanların müzik dinleme alışkanlığını kökten değiştirebilecek bir yeniliğin habercisi olmuştur (Resim 12). Jacques Attali’ye göre;

Aileden kaçma işteğinin doğurduğu gebelik, Sony’nin 1979’daki buluşu, adıyla da gezintiye bariz bir gönderme yapan *walkman* ile önemli bir eşiği aşar. Her ne kadar efsane, yaratıcısı olan Morita’nin bunu golf oynarken düşünmüş olduğunu söylese de gençlik *walkman*’in birinci pazarıdır. İlk kez müzik, kalabalığın ortasında tam bir yalnızlık içinde dinlenmektedir; hatta yalıtım kaynağı bile olur. Artık müzik, bir sosyalleşme etkeni değil, yan yana duran ieyneliklerin habercisidir.<sup>75</sup>



**Resim 12:** Sony Tarafından retilen İlk Walkman

<sup>74</sup> Bektaş, a.g.e., s. 28.

<sup>75</sup> Attali, a.g.e., s. 135.

Kaset teknolojisi bir taraftan tüketicilerin müzik dinleme alışkanlıklarını değiştirirken diğer taraftan da yeni bir endüstriyel pazarın zeminini hazırlamıştır. 1979 yılında “Raks” firmasının ürettiği boş kasetler, insanların evlerinde kendi kasetlerini ya da kopyalarını üretmeye başlamasına ve hatta bu davranışı gündelik yaşam pratiklerine dahi yansıtmasına yol açmıştır. Denetlenmesi zor bir kültürel davranış haline gelen “home taping” (evde kaset doldurma/kopyalama) olgusu, o dönem itibariyle popüler bir müzik hareketi olarak görülse de arka planda bugün dahi etkilerini hissettiren “korsan kaset” endüstrisinin oluşmasına neden olmuştur. Bu dönemde küçük çaplı işletmeler dahi korsan kaset doldurup satabilecek potansiyele erişmiştir. Nitekim bu potansiyel korsancılık ilk nota basımının gerçekleştiği 15. yüzyıldan beri tartışılan telif hakları konusunu yeniden gündeme getirmiştir. Öyle ki İngiliz müzik endüstrisi ticaret grubu “British Phonographic Industry” (BPI) tarafından başlatılan ‘telif hakkı önleme propaganda kampanyası’, giderek küresel bir mottoya dönüşmüştür (Resim 13).



**Resim 13:** “BPI” Tarafından Hazırlanan Telif Hakkı Önleme Propagandası Sloganı

Korsan kaset ticaretiyle telif mücadelesi içerisinde giren müzik endüstrisi, her ne kadar korsan kasetlerin müzik satışlarını etkileyeceğini düşünmüşse de korsan kasetler giderek müziğin reklamını ve promosyonunu yapan alt endüstri haline gelmiştir. Hatta endüstride yaşanan bu feedback (geri besleme/geri bildirim), yeni müzik türlerinin ortaya çıkmasına ya da var olan müzik türlerinin yaygınlaşmasına dahi etki etmiştir. Tolga Darcan bu süreci şu şekilde özetlemiştir:

Kaset teknolojisi Batı ülkelerinde genel olarak evde kaset kopyalama, araçlarda ve taşınabilir müzik çaralarında çalabilme amaçlarıyla alternatif, ikincil bir format olarak kullanılıyordu. Ancak gelişmekte olan ülkelerde durum bundan ibaret değildi. Bu teknoloji söz konusu ülkelerdeki müzik endüstrisi ve popüler müzik üzerinde adeta devrimci bir etkiye sahip oldu. Gelişmekte olan ülkelerde kasetler ve kasetçalarlar; ucuzlukları, diğer formatlara oranla sağlamlıkları ve daha kolay karşılanabilen elektrik enerjisi ihtiyaçları nedeniyle 33'lük ve 45'lik plakları neredeyse tamamen piyasadan sildi. Bunun da ötesinde, kasetlerin kitlesel üretimi daha basit ve daha ucuzdu; küçük bir işletme, iki kasetçalar cihazı ve bir bağlantı kablosu yardımıyla bile ticari çoğaltım yapabiliyordu. Kasetlerin düşük fiyatları özellikle kırsalda yaşayan ve/veya düşük gelirli toplum kesimlerinin ona ulaşmasını kolaylaştırıyordu. Üretim maliyetlerinin düşüklüğü ise tüm dünyada küçük ölçekli yapımcıların belirmesine neden olarak bunların homojen bir kitlesel pazardansa özelleşmiş, yerel, tabandaki izler kitlelere yönelik müzik kaydı yapma ve pazarlamasını olanaklı kıldı. Bunun net sonucu da müzik endüstrisinin çokuluslu ve ulusal oligopollerin zararına olan kayda değer bir âdem-i merkezileşmesi, demokratikleşmesi ve yayılımı oldu (Manuel, 1993: XIV). Bu sayede, gelişmekte olan ülkelerdeki durumun yansırı gelişmiş ülkelerdeki çeşitli alt kültürel grupların müziklerini daha geniş kitlelere yayması, hatta yeni müzik türlerinin ortaya çıkması da mümkün oldu. Kaset teknolojisi, eski medyanın tek-yönlü, tekelci, tek-pleştirici eğilimlerine meydan okudu.<sup>76</sup>

Kaset teknolojisiyle çeşitli alt kültür grupların müziklerini daha geniş kitlelere yayması ve hatta yeni müzik türlerinin dahi ortaya çıkması yönündeki yansımaları; Türkiye'de 1950'lerden sonra ortaya çıkan ve 1960'larda yaygınlaşmaya başlayan arabesk müzik türü/kültürü örnek gösterilebilir. Ancak 1970-1980 yılları arasında devlet kanallarında yasaklanan arabesk müzik, dinler-kitlesinin pasif bir direnişle -ekonomik gelir azlığına bağlı olarak bandrollü kasetlerden ziyade- korsan kasetlere yönelmesine yol açmıştır. Devletin modernleşme eğilimiyle oluşturduğu "yasaklı" politika, ters yönde etki göstermiş ve yasaklı sürecin sonunda daha popüler hale gelmiş bir arabesk müziği ortaya çıkarmıştır. Bu dönemde korsan kasetler aracılığıyla ana akım müzik medyasından bağımsız olarak popülerleşen arabesk müzik, 1980 sonrası ve özellikle 1990'lı yılların başında müzik endüstrisinin en çok gelir sağladığı müzik türlerinden biri olmuştur. Martin Stokes, "1990'lı yıllara gelindiğinde yılda ortalama 200 milyon kaset üretildiğini ve bu kasetlerin 150 milyonunun arabesk müzik türüne ait olduğunu"<sup>77</sup> ifade etmiştir. Fakat kaset teknolojisi -plak teknolojisinde olduğu gibi- müzik endüstrisindeki hâkimiyetini, 1982 yılında geliştirilen ve dijital ses-kayıt dönemini başlatan "Compact Disc" teknolojisine bırakmıştır.

<sup>76</sup> Tolga Darcan, *Teknolojik Gelişmelerin Müzikte Telif Haklarına Çok Boyutlu Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, 2012, s. 53-54.

<sup>77</sup> Martin Stokes, *Türkiye'de Arabesk Olayı*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2000, s. 183.



- **Compact Disc (CD) ve Benzer Disk Teknolojileri**

1982 yılında *Philips* ve *Sony* firmalarının ortak çalışmaları neticesinde üretilen “Compact Disc” (CD) teknolojisi, analog ses verisinin sayısal ses<sup>78</sup> (digital audio) verisine dönüştürülmesiyle geliştirilmiş sayısal optik veri kaydetme ve/veya depolama ortamıdır. Compact Disc teknolojisi ile analog ses verisinin sayısal ses verisine dönüştürülmesi ve bu teknolojinin devamında benzer disk teknolojilerinin (DAT, DVD, MD, Blu-Ray gibi teknolojiler) geliştirilmesi gibi yenilikler, kayıt endüstrisinde -ve dolayısıyla müzik endüstrisinde- dijital ses-kayıt döneminin başlangıcı olarak nitelendirilmiştir (Resim 14).



**Resim 14:** Philips ve Sony Tarafından Üretilen Compact Disc ve Ticari Logosu

1,2 mm çapa sahip olan ve ortalama 15-20 gram ağırlığında polikarbonat plastikten üretilen CD’ler gerek yeni bir format olması sebebiyle gerekse plak ve kasetlere kıyasla daha az maliyetle üretiler olması yönüyle müzik yapım şirketleri açısından kârlı bir ürün olarak görülmüştür. CD’lerin plak ve kaset teknolojisine kıyasla ses kalitesinin ve depolama kapasitesinin yüksek olması ise (ortalama 700 megabayt depolama kapasitesi sahip olan standart bir CD yaklaşık 80 dakikaya kadar “sıkıştırılmamış” ses verisini saklayabilmektedir) gündelik yaşamda da sıklıkla tercih

---

<sup>78</sup> **Sayısal Ses:** Sayısal ses, analog ses verisinin bilgisayarlarda işlenebilmesi için dönüştürülmüş haline denir. Bilgisayarlara genellikle ses kartları ile aktarılan analog ses verisi bu kartların üzerinde bulunan ADC adlı çevirici donanım parçaları ile dijital veriye dönüştürülür. Analog ses verisi elektriksel bir sinyaldir, ancak dönüştürülen dijital ses verisi 1 ve 0’lardan oluşan ikili biçimdedir. Sayısal ses verisi sesin iki temel unsuru olan dalga yüksekliği ve dalga frekansını sayısal olarak saklar. Bunun için ses verisinin biçimi kayıt sırasında tespit edilmelidir. Her bir ses verisi için dalga yüksekliğinin kaç bitlik bir genişliğe sahip olacağı ve frekansın hangi sıklıkta kayıt edileceği sesin netliği ve sayısal verinin boyutunu değiştirir.



edilir bir teknoloji olmasını sağlamıştır. Öyle ki kaset teknolojisinde olduğu gibi CD teknolojisinde de boş CD üretiminin yaygınlaşması, müzik üretim-tüketim kültürüne entegre olan “home taping” olgusunun, üretilen bu boş CD’lerle birlikte devam ettirilmesine ve korsan kaset olgusunun, korsan CD olarak yeniden vücut bulmasına yol açmıştır. Ortaya çıkan her yeni teknoloji; müziğin üretim, dağıtım, pazarlama ve tüketim ağını yeniden şekillendirirken; telif hakları yasalarını da yeniden düzenlemek zorunda bırakmıştır. Attali ise süreci şu şekilde özetlemiştir:

CD, kasetin yerini aldığı anda CD kaydedicisi ile CD-R’yi icat edip ticarileştiren, yine Philips’tir, hemen sonra da müzik kataloğunu EMI’ye satmıştır. Müzik endüstrisi, böylelikle kendi kendisine rakip olma alışkanlığını edinir. O zaman ortaya, ayırt edilmesi gereken üç uygulama çıkar: bir icranın veya radyo yayınının şahsi amaçlı *kopyası*; bir plağın veya kişisel kopyanın özel bir kopya daha yapılarak, bir yakına *hediye edilmesi*; bu kopyaların *büyük çapta ticareti*, başlı başına yasadığı uygulama ve başlı başına korsan kopya. Gerçekten de yasa, bir eseri kopyalayan kişinin, söz konusu eseri zaman içerisinde özel olarak dinleme amacı güttüğü sürece bir kopyanın yasal olduğunu kabul eder ve bu kayıtların dolaşımına izin verir. 1984’te Universal’ın Sony’ye açtığı bir dava vesilesiyle Amerikan Yüksek Mahkemesi, bir CD kaydedicisinin kişisel kullanımının olduğu gibi, kaydedilen CD-R’lerin de ticarileştirilmedikleri sürece yasal olduğunu kabul eder. (...) Eser sahipleri ve yayıncıların kazanç kayıplarının bir bölümünü karşılamak üzere bazı yasalar, kayıt okuyucularına ve kayıt araçlarına vergi koyar. 3 Temmuz 1985 tarihli bir Fransız yasası 1992 tarihli bir Amerikan yasası (Audio Home Recording Act), hediyelerin ve korsanlığın bedelini yasal araçlara ödeterek dijital ses kayıt araçlarını vergilendirir. Böylelikle sanatçıların finansmanını olduğu yerde buluruz, olması gereken yerde değil. Ama bu vergiler, ne kadar ağır olursa olsun, teknolojinin gitgide kolaylaştırdığı kişisel kopyayı, hediye ve korsanlığı hiçbir şekilde yavaşlatmaz. Bugün dünyada üç müzik kaydıdan biri -tahmin etmesi her ne kadar mümkünse de- kişisel veya korsan kaynaklıdır.<sup>79</sup>

1982 yılında CD’lerle beraber satışa çıkarılan (ve Resim 15’te görülen) CD çalarlar (1982 yılında Sony şirketi “CDP-101” adını verdiği ilk Kompakt Disk Oynatıcı/CD Çalar’ı üretmiştir.) ise bir yandan evde CD doldurma/kopyalama gibi “home taping” olgusunu beslerken diğer taraftan bireysel ve izole müzik tüketim alışkanlığının tüketim kültürüne iyice yerleşmesine olanak sağlamıştır. Bu dönemde CD çalarlar, özellikle genç kesimin gündelik yaşamındaki en etkin eğlence aracı haline gelmiştir.

---

<sup>79</sup> Attali, a.g.e., s. 164.



**Resim 15:** Sony Tarafından Üretilen “CDP-101” Adlı İlk Kompakt Disk Okuyucu/CD Çalar

CD teknolojisinin müzik endüstrisindeki hâkimiyeti sürerken, diğer taraftan kaliteli ses üretebilmek ve bu sesleri işleyebilmek adına besleyici teknolojiler geliştirilmiştir. Bunlardan en önemlisi 1980’lerin başında “digital synthesizer” (dijital sentezleyici) teknolojisi ve dijital seslerin işlenmesinde yararlanılan “Musical Interface for Digital Instrument” (MIDI: Müzik Enstrümanları Dijital Arabirimi) teknolojisi geliştirilmiştir. Philips ve Sony firmaları 1987 yılında “Digital Audio Tape” (DAT) adını verdiklerini dijital manyetik ses depolama ortamını geliştirmiştir. DAT (2- kanal kayıt yapabilen stereo) ve R-DAT (4-kanal kayıt yapabilen quad) olarak iki farklı versiyonda üretilen bu teknolojilerle birlikte dijital müzik artık kaset teknolojisine entegre olmuş ve kopyalanabilir hale gelmiştir. DAT teknolojisinde dijital verinin manyetik bant üzerine “sıkıştırılmadan” kaydedilmesi ise kayıpsız bir kopyalama imkânı sağlamıştır.

1990’lı yılların başında dijital ses kayıt ve depolama teknolojilerinde öncü hale gelen Philips ve Sony firmaları, CD formatına kıyasla çok daha fazla depolama kapasitesine sahip olan “Digital Versatile Disc” (DVD) kayıt ve depolama ortamını geliştirmiştir. DVD’lerin sahip olduğu ortalama 4.7 gigabayt kayıt ve depolama kapasitesi, bu teknolojiyi müzik alanından ziyade daha çok film ve video kayıtlarının gerçekleştirildiği sektörlere yöneltmiştir. Müzik sektöründe ise daha çok yüksek kalitede ses formatlarının (ilerleyen yıllarda geliştirilen flac, alac vb. bit ve akış hızı

yüksek ses formatları gibi) kayıtlarında ve depolanmasında kullanılmıştır. Daha sonra kullanım alanları ve çalışma prensiplerine göre DVD-Video, DVD-Audio, DVD-ROM, DVD-RAM, DVD-R, DVD-RW ve DVD-VR gibi çeşitleri üretilmiştir.

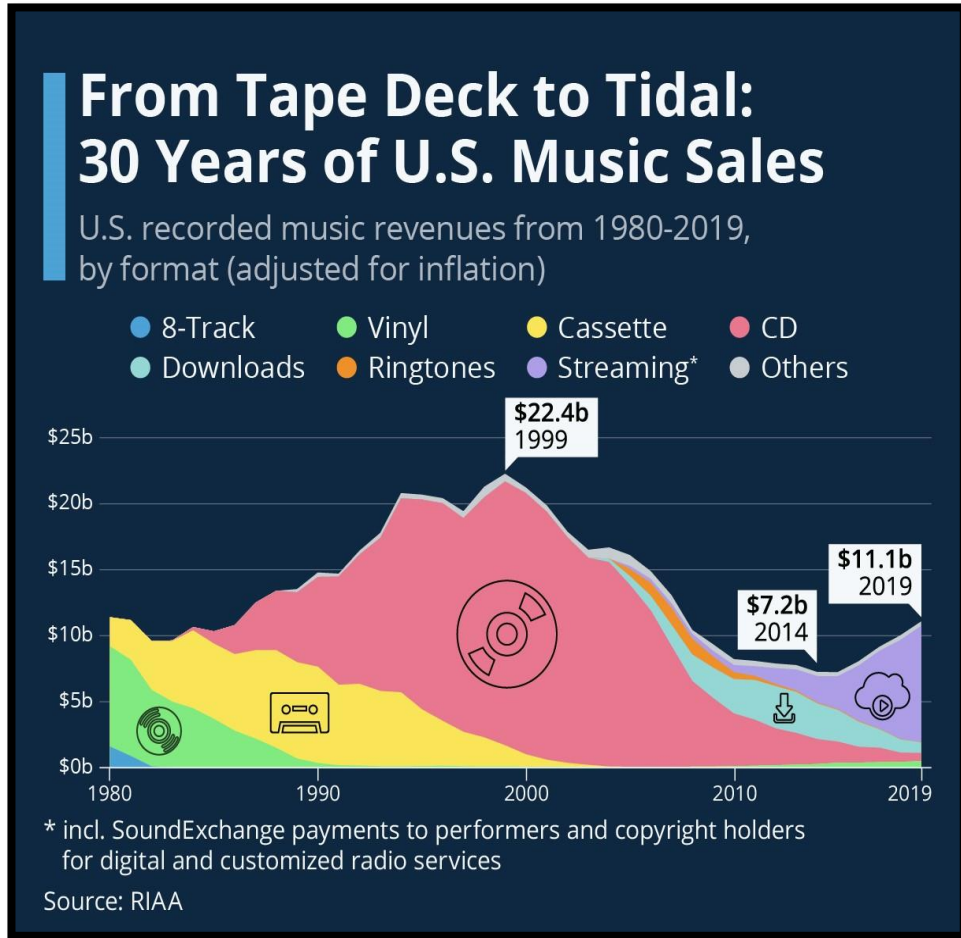
1992 yılında Sony firması daha düşük depolama kapasitesine sahip “MiniDisc” (MD) formatını piyasaya sürmüştür. 60 ila 80 dakika kayıt ve depolama olanağı sağlayan MD’ler, daha sonra DVD’ler gibi kullanım alanları ve çalışma prensiplerine göre “MiniDisc Long Play” (MDLP; ATRAC3 kodlamasıyla daha uzun süre ses kaydı yapılabilen türü), “NetMD” (Sadece bilgisayarlarda ve tek yönlü kayıt yapılabilen türü) ve “Hi-MD” (ATRAC3Plus kodlamasına sahip 1 gigabayt depolama kapasitesinde 48 kbit/s kalitede kayıt yapılabilen türü) gibi türlere ayrılmıştır. 1992 yılına gelindiğinde ise (bazı kaynaklarda 1993 bazı kaynaklarda ise 1994 yılı olarak geçmektedir) “MP3 Freunhoer Enstitüsü” tarafından geliştirilen “mp3” adlı sıkıştırılmış dijital ses formatının geliştirilmesi, CD teknolojisinin müzik endüstrisinde mutlak hâkimiyet kurmasını sağlamıştır. Dijital seslerin sıkıştırılarak kayıplı ses formatına dönüştürüldüğü mp3’lerle, ses kayıtlarının kayıt ortamlarında kapladığı alan daraltılmış ve böylelikle CD’ler daha fazla müziği depolayabilme özelliğine kavuşmuştur.

CD ve benzeri disk teknolojilerine dair yaşanan bu süreçte müzik yapım şirketleri geliştirilen bu teknolojilere olan adaptasyonunu tamamlamış ve müzik endüstrisinde ekonomik geri dönüşler başlamıştır. İsveçli müzik grubu *ABBA*’nın 1981 yılında çıkardığı “The Visitors” adlı albüm, 1982 yılında CD formatında yeniden üretilip piyasaya sürülmüştür. 1982 yılında *Billy Joel* tarafından piyasaya sürülen “52nd Street” adlı albüm ise ticari amaçla üretilen ilk CD olmuştur. 1985 yılında *Dire Straits* tarafından çıkarılan “Brothers In Arms” adlı albüm, bir milyon üzeri CD satışını gerçekleştiren ilk albüm olarak kayıtlara geçmiştir. Yine 1985 yılında *David Bowie*’nin 15 albümlük diskografisi “RCA Records” adlı müzik şirketi tarafından CD formatında yeniden üretilip satışa sunulmuştur. Bu diskografiyle birlikte eski plak ve kasetlerin yeniden üretimi bir akım haline gelmiştir ve birçok firma ünlü sanatçıların eski plak ve kasetlerini CD formatında yeniden piyasaya sürerek yeni bir endüstri kolu yaratmıştır. “1990 yılına gelindiğinde CD satışları 2.5 milyar âdeti yakalarken yine aynı teknoloji ile üretilen ancak daha fazla yükleme hacmine sahip olan Digital Versatile Disc (DVD), CD’nin de satış rakamlarını geçmiştir.”<sup>80</sup> Küresel piyasa verileri incelendiğinde

---

<sup>80</sup> Attali’dan aktaran Turhan, a.g.e., s. 52.

özellikle dünyanın en önemli müzik pazarı olarak görülen Amerika’da 1990’lı yıllardan sonra yükselişe geçen CD satış gelirlerinin 2000’li yıllarda zirve noktaya ulaştığı grafiklerle kanıtlanmıştır (Tablo 1). Buna istinaden her ne kadar kaset satış gelirleri CD satış gelirlerine ek olarak devam etmişse de 2010’dan sonra kaset satışları tamamen durmuştur. 2010 yılından sonra ise CD satışlarının, internetin geliştirilmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan streaming müzik platformlarıyla birlikte giderek azaldığı görülmüştür.



**Tablo 1:** 1980-2019 Yılları Arasında Amerika’daki Formata Göre Satış Gelirleri Grafiği<sup>81</sup>

CD teknolojisinin Türkiye’deki müzik pazarına dâhil oluşu ise gecikmeli bir şekilde 1990’lı yıllara kadar beklemiştir. Türkiye’deki müzik endüstrisinde CD satışlarına dair veriler, Lena tarafından şu şekilde özetlenmiştir:

<sup>81</sup> Felix Richter, “From Tape Deck to Tidal: 30 Years of U.S. Music Sales”, *Statista*, 27 Şubat 2020, <https://www.statista.com/>, s. 1. (11.05.2020).

1980'lerde kompakt disk (CD) yeni bir format olarak dünyada piyasaya sürüldü ama 1990'lara kadar Türk Müzik endüstrisinde yaygın hale gelmedi. 1990'larda Türkiye'de CD satışları belirgin bir biçimde artarken, kaset satışları düşmeye başladı. 2006 yılı Türkçe CD satışlarının kasetleri geçtiği ilk yılıdır. 2006 ayrıca Türkçe CD satışlarının (13.5 milyon) en yüksek olduğu yıldır. 2006'dan sonra CD satışları düşmeye başlasa da 2012'ye kadar Türkçe müzik endüstrisinde hâlâ kayda değer miktarda satış yapılmıyordu.<sup>82</sup>

### 3. MÜZİK ENDÜSTRİSİNDE BİLGİSAYAR KULLANIMINA BAĞLI OLARAK ORTAYA ÇIKAN KAYIT VE DİNLEME ARAÇLARI: DİJİTAL DÖNEM

1945/1946 yılında piyasaya sürülen ve *Electronic Numerical Integrator And Computer* (Elektronik Sayısal Entegreli Hesaplayıcı) "ENIAC" olarak adlandırılan ilk bilgisayar teknolojisi, Amerika Birleşik Devletleri tarafından askeri amaçlı olarak tasarlanmış -19. yüzyılda *George Boole* tarafından geliştirilen- ve "ikili sayı" sistemine yani 0 ve 1 sayılarından oluşan dijital<sup>83</sup> kod prensibine dayalı çeşitli numerik hesaplamalar yapabilen (günümüzde kullanılan hesap makinelerindeki çalışma prensibine benzer şekilde) ve de elektronik veri işleyebilen bir teknoloji olarak geliştirilmiştir. Geliştirildiği ilk yıllarda ağırlık ve hacim ölçülerinin aşırı büyüklüğü sebebiyle hem erişim hem de kullanım zorluğu yaratan bu teknoloji, ilerleyen yıllarda EDVAC, UNIVAC, IBM 700 Serisi, IBM 300 ve APPLE I gibi benzeri bilgisayar teknolojileri adı altında geliştirilerek hem boyutsal anlamda küçültülmüş hem de yazılımsal ve donanımsal olarak daha işlevsel hale getirilmiştir. Bu tarihsel süreç içerisinde 1946-1959 yılları arasında "Vakum Tüplü Bilgisayarlar", 1959-1964 yılları arasında "Transistörlü Bilgisayarlar", 1964-1970 yılları arasında "Entegre Devreli Bilgisayarlar" ve 1970'lerin sonrasında "Mikroişlemcili Bilgisayarlar" geliştirilmiştir.

1980'li yıllardan sonra ise bilgisayar teknolojilerinde ortaya çıkan her yenilik, çoğunlukla kişisel/bireysel kullanım özelinde geliştirilmeye başlamıştır. 1981 yılında

---

<sup>82</sup> Funda Lena, *Cultural Diversity in the Music Industry of Turkey*, (Doktora Tezi), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017, s. 112.

<sup>83</sup> Turhan, a.g.e., s. 49. "Dijitallik, yeni medya ortamlarındaki ağ tabanlı her türlü veri için bitler ve baytlardan oluşan tek biçimli kod sistemine dijitallik (sayısallık) adı verilmektedir. Daha açık anlatmak gerekirse bilgisayar teknolojisini kullanan her türlü cihazın, tüm enformasyon ve iletişim kanallarının 1'ler ve 0'lar olarak dizilere ayrılması ve bitlere dönüştürülmesi ile iletilmesi anlamına gelmektedir. Bu ileti dizisindeki 1'ler ve 0'lar bit olarak adlandırılırken dizinin tamamı bayt olarak adlandırılmaktadır. Dijital (sayısal) kod sistemi ile enformasyon ve iletişim dizileri öncelikle parçalara ayrılır ve tüm bu parçalar dijitalleşmiş yani sayısallaşmış formlar ile ses, görüntü, metin ve rakam iletileri olarak veri biçiminde aktarılır."

*International Business Machines* (Uluslararası İş Makineleri) “IBM” firması tarafından ilk “IBM PC” adlı kişisel bilgisayar modeli piyasaya sürülmüştür. Bu modelle birlikte bilgisayar teknolojilerinde *Personal Computer* (Kişisel Bilgisayar) “PC” olarak adlandırılan yeni bir kavram ortaya çıkmış ve önceleri askeri amaçlı olarak geliştirilen/kullanılan bilgisayar teknolojisi, 1980 ve sonrasında toplumsal ya da bireysel amaca hizmet eden bir teknolojiye dönüşmüştür. Fakat bilgisayar teknolojilerinde yaşanan en radikal dönüşüm, şüphesiz ki internet teknolojisinin icat edilmesiyle birlikte yaşanmıştır. İnternet teknolojisinin icat edilmesi ve akabinde kişisel bilgisayarlar arası ağ bağlantılarının geliştirilmesi ve genişletilmesi; internet üzerinden her türlü -dijital- veri alışverişini mümkün hale getirmiştir ve dijital çağ giderek küresel bir yaşam biçimine dönüşmeye başlamıştır.

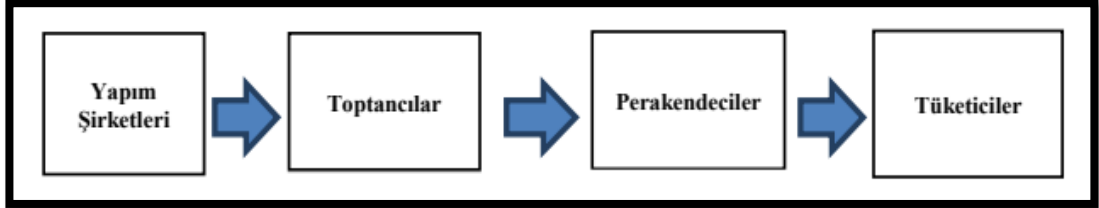
Teknolojik gelişmeler şüphesiz ki toplumsal değişimlere neden olmuştur ancak özellikle iletişim teknolojisinde yaşanan değişimler toplumsalın da ötesinde sosyal ve kültürel yaşantımızda kökten bir değişim yaratmıştır. 1969’da ilk olarak *Arpanet* tarafından askeri destek amaçlı geliştirilen internetin, 1990’lara gelindiğinde kişisel kullanımı katlanarak artmış ve 1996’da yaklaşık 40 milyon insan internet kullanıcısı olmuştur. Bir iletişim teknolojisi olarak internetin hızla topluma nüfus etmesi ve temel iletişim modellerimizden birisini oluşturması, örneği görülmemiş bir yayılma ile gerçekleşmiştir. Bunun üç ana sebebi vardır. Tim Berners-Lee’nin keşfi ile hayatımıza giren “www” (World Wide Web) ve 1973’te Vint Cerf ve Robert Kahn’ın tasarladığı TCP/IP İnternet protokolleri ile enformasyon ve iletişim, küresel bir açık kaynak haline gelmiş ve tüm kullanıcıların kaynak üretimi ve tüketimi sayesinde geliştirilmiştir. İkinci önemli sebep bireyselleştirilen ağlar oluşturarak enformasyon ve iletişim biçimlerimizde yaşanan kültürel ve toplumsal davranışlarımız olmuştur. Son olarak hem ticari amaçlı hem de kullanıcılar ile iş birliğini mümkün kılan kurumsal değişikliklerdir.<sup>84</sup>

Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı bünyesindeki “ARPA” (Gelişmiş Savunma Araştırmaları Projeleri Birimi) adlı birim tarafından 1969 yılında geliştirilen *Arpanet* adlı internet teknolojisi, -bilgisayar teknolojisinde de olduğu gibi- ilk olarak askeri destek amaçlı geliştirilmiştir. Sencer Turhan’ın yukarıda alıntılanan açıklamalarında da belirttiği gibi; 1990’lı yıllara gelindiğinde kişisel kullanımı katlanarak artmış olan internet teknolojisi, 1996’da (dünya genelinde) yaklaşık 40 milyon bireysel kullanıcıya ulaşmıştır. 1990’lı yıllardan 2000’li yıllara kadar uzanan süreçte ise değişen küresel koşullar ve artan toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda birçok sektör için yeni bir endüstriyel pazar potansiyeli içeren internet teknolojisi, müzik

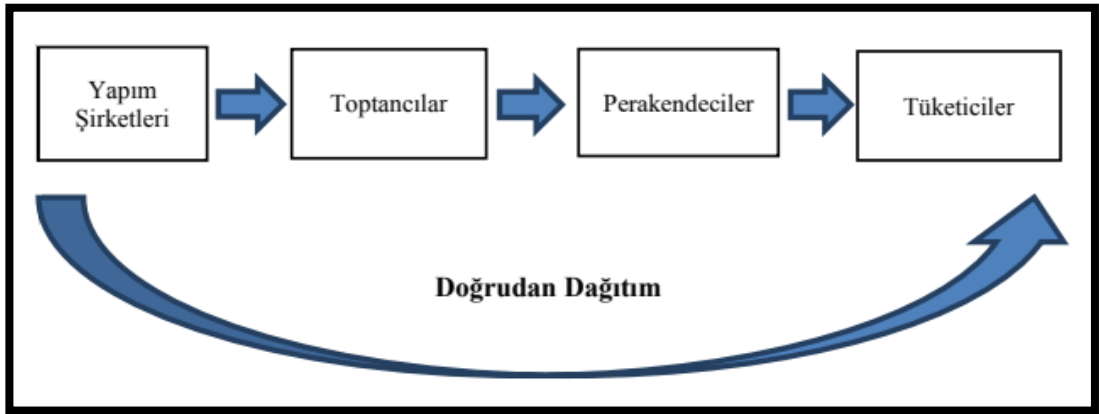
---

<sup>84</sup> Turhan, a.g.e., s. 51.

endüstrisi içerisindeki işleyiş de nüfuz ederek müziğin üretim, pazarlama, dağıtım ve tüketim alanlarına dair dijital tabanlı yeni bir yapılanmanın gerekliliğini doğurmuştur. Bu yapılanma ile üretici ve tüketici arasındaki araçlar ortadan kaldırılmış ve doğrudan aktarıma olanak sağlayan yeni bir endüstriyel modelin temeli atılmıştır. Kuyucu, dijital müzik öncesi geleneksel müzik aktarımını ve dijital dönem sonrası müzik aktarımı sürecini şu şekilde ifade etmiştir (Tablo 2 ve Tablo 3):



**Tablo 2:** Dijital Müzik Dönemi Öncesinde Geleneksel Müzik Pazarında Dağıtım Kanalları<sup>85</sup>



**Tablo 3:** Dijital Müzik Endüstrisinde Dağıtım Kanalları<sup>86</sup>

Kapancıoğulları ise internetin müzik endüstrisinde yarattığı etkileri ve etkilerin geri dönüşlerini şu şekilde listelemiştir:

- Bilgisayar teknolojisi ve internetin sunduğu dijital müzik olanağı ile yeni bir dağıtım kanalı oluşmuştur. Bu kanal günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır ve gelecekte de kullanımı sürekli artacaktır.
- Dijital müziğin bilgisayarlar aracılığıyla depolanması ve dijital müzik ürünlerinin dağıtımını geleneksel dağıtım zincirini etkilemiştir.
- Dijital korsanlık doğmuştur.
- Mobil internetin gelişimi dijital müzik ürünleri için bir diğer dağıtım yolunu açmıştır. Dinleyiciler istedikleri anda istedikleri parçaya ulaşabilir duruma gelmişlerdir.

<sup>85</sup> Mihalis Kuyucu, “Yeni Medya ve Dijital Müzik: Yeni Medyanın Müzik Endüstrisinin Ekonomik Yapısına Etkisi”, *İstanbul, Institute of Language and Communication Studies*, S. 4, (2013), s. 1386.

<sup>86</sup> Kuyucu, a.g.m., s. 1387.

- Dijital müzikler bilgisayarlar sayesinde çeşitli formatlara dönüştürülebilmekte ve sürekli gelişen ve yenilenen müzik dinleme cihazları tüm yeni kanalların kullanımını hızlandırmaktadır.
- Müşterilerin beklentileri ve beğenileri teknolojik gelişmelerle birlikte hızla değişmektedir.<sup>87</sup>

Bilgisayar teknolojisi ve internetin oluşturduğu bu dijital müzik olanağı, müziğin geleneksel üretim, dağıtım ve tüketim zincirini köklü bir değişime zorlamıştır. Bu köklü değişim içerisinde ise özellikle bilgisayar ve internet teknolojilerine entegre dijital ses formatlarının geliştirilmesi -ses kalitesinde artı değer sağlaması ve paylaşım aşamasında kolaylık yaratması yönüyle- müzikte dijital döneme geçişin pik noktası olarak görülmektedir. Fakat dijitalleşen müzik; her ne kadar üretici, dağıtıcı ve tüketicisi açısından birçok avantajı ve kolaylığı beraberinde getirmişse de özellikle üretici ve dağıtıcı açısından yüzyıllardır süregelen “korsan müzik ticareti” anlayışının dijital alan içerisinde yeniden yapılanmasına zemin hazırlamıştır. Öyle ki, müzik endüstrisi korsan müzik endüstrisine karşı en büyük ticari kaybı, dijital müzik döneminde/pazarında yaşamıştır.

#### 4. İNTERNET TEKNOLOJİSİ EKSENİNDE DİJİTAL MÜZİK ÜRETİM, DAĞITIM VE DİNLEME ORTAMLARI: MP3, NAPSTER, İTUNES

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan her yeni dijital ses formatı ile ses kalitesinde yaşanan artı değer, hem platformlar için seçici bir fark hem de tüketicisi için ayırt edici bir özellik olarak görülmeye başlamıştır. Nitekim günümüzde streaming müzik platformları arasında yaşanan rekabette belirleyici unsurlardan biri haline gelen ses kalitesi farkı, dijital ses formatlarının müzik endüstrisindeki önemini bir kez daha vurgulamıştır. O halde dijital ses formatlarının tarihine ilişkin boşlukları doldurmak gerekirse; müzikte dijital ses formatlarının temeli 1937 yılında geliştirilen *Pulse-Code Modulation* (Darbe Kod Modülasyonu) “PCM” adlı dijital ses formatına kadar dayanmaktadır. O dönem itibariyle analog ses formatına en yakın dijital ses formatı olarak geliştirilen PCM formatı, “sample rate” (örnekleme hızı) ve “bit depth” (bit derinliği) gibi özelliklere sahip kayıpsız bir format olarak geliştirilmiştir. Fakat dönemin

---

<sup>87</sup> Ömer Kapancıoğulları, *Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Müzik Endüstrisine Etkileri Konusunda Üniversitesi Öğrencilerinin Görüşleri*, (Yüksek Lisans Tezi), Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 57.



dijital teknolojiye karşı olan yetersizliği ve buna bağlı olarak endüstriyel işleyişteki analog sistemlere olan bağımlılık, PCM formatının kullanılabilirliğini/tercih edilebilirliğini 20. yüzyılın sonlarına kadar ertelemiştir. Bu minvalde, müzik endüstrisinde dijital ses formatlarının tarihi çoğunlukla 1992 yılından sonra -bilgisayar ve internet teknolojisine uyumlu- geliştirilen dijital ses formatlarına (MP3, WAV, WMA, FLAC, AAC, ALAC gibi ses formatları) dayandırılmaktadır.

Bu formatlar içerisinde ise MP3 formatı, sıkıştırılmamış (kayıpsız) ses formatlarına en yakın ses kalitesi ve depolamada az yer kaplaması özelliği ile en çok tercih edilen dijital ses formatıdır ve dijital müzik tarihinde bir dönüm noktası olarak görülmektedir. Bu bağlamda müzikte *dijitalleşme*; 1992 yılında (bazı kaynaklarda 1993 bazı kaynaklarda ise 1994 yılı olarak geçmektedir) Thomson ve Freunhoer şirketleri tarafından geliştirilen “MPEG Audio Layer 3” (MP3) adlı sıkıştırılmış/kayıplı dijital ses formatının piyasaya sürülmesiyle başlamıştır denilebilir. Bu teknoloji; sıkıştırılmış bir ses dosyası/formatı olmasına karşın sıkıştırılmamış ses dosyalarına yakın bir ses kalitesi sunması ve dijital ortamda az yer kaplaması gibi özellikleriyle kısa sürede dijital müzik endüstrisinde en çok tercih edilen dijital ses formatı haline gelmiştir. Attali, formatın geliştirilme sürecini şu şekilde özetlemiştir:

1992’de Thomson-Freunhoer ortaklığı, bu kez ses için, yazılımın üçüncü versiyonunu çıkarır; MPEG Audio Layer 3 -kısaca MP3-, depolanacak ve iletilecek ses dosyasının boyutunun on ikiye bölünmesini sağlar. Bu, kesin sonuca götürecek bir gelişmedir, en azından ses için: Bir ses dosyasının bir bilgisayardan diğerine aktarımı, kişisel kasetlere oranla çok yüksek bir ses kalitesi sağlanırsa mümkün hale gelir. Böylece depolanması ve her türlü fiziksel destekten uzak olarak -sanal olarak- taşınması mümkün olan ilk dijital müzik biçimi belirir.<sup>88</sup>

Attali’nin bu ifadelerinden yola çıkarak -geliştirildiği ilk yıllara göre- bilgisayarlar arası aktarımda oldukça kolaylık sağlayan, dijital ortamda çok yer kaplamayan ve sıkıştırılmış bir ses formatı olmasına karşın yüksek kalitede ses imkânı sunan MP3 formatı; kişisel bilgisayarlar arası ağ bağlantıları ve bu bağlantılarla oluşturulan küresel bir paylaşım ağı içerisinde, özellikle -kayıtlı- müzik endüstrisi için en verimli dijital ses formatı olarak görülmüştür. Tüm bu özellikleriyle ön plana çıkan MP3 formatı, kayıtlı müzik endüstrisi kadar korsan müzik endüstrisi için de bir kolaylık ve ‘fırsat’ olarak görülmüştür. Nitekim kaset teknolojisinden beri müzik endüstrisi için tehlike arz eden korsan müzik endüstrisi, dijital korsancılık anlayışıyla yeniden gün

<sup>88</sup> Attali, a.g.e., s. 166.

yüzüne çıkmıştır. Öyle ki, fiziki korsancılığa kıyasla denetlenmesi çok daha zor olan bu dijital müzik korsancılığı günümüzde dahi tartışılan “dijital müzik telif hakları” sorunsalına neden olmuştur. Attali, bu sorunsalın temelinde yatan hukuksal süreci şu ifadelerle açıklamıştır:

Bu tür dosyalar, telif haklarını koruyan derneklerin baskılarına itaat etmez. Ortada ne gösteri ne de kayıt vardır ve kimse MP3’lerin bilgisayarlardaki varlığını ve dolaşımının nasıl kontrol edileceğini bilemez. Bilgisayar sahiplerinin özel hayatlarına zorla girmeden, insanların bu sanal müzik-nesnesinin telif hakkını ödeyip ödemediğini ve dolayısıyla satın alıp almadığını kontrol etmek mümkün değildir. Oysa yasa, sınırları çok çabuk tehdit eder: Bir MP3’ü şahsi olarak dinlemek için almak yasalsa da bir yakına yollamak yasadışı kabul edilmektedir. Büyük değişiklik: Diğer kayıtlar için hoş görülen şahsi bağış, artık yasaklanmıştır. Yasal olarak sahip olduğumuz bir şeyi birine vermek, ilk kez yasadışı olmuştur. Bu durumda korsan, müzik dosyalarını veren kişi olmuştur, onu şahsi olarak kullanan kişi değil. 1996’da Montpellier öğrencileri, web sitelerine isteyenlerin ücretsiz indirebilmesi için koydukları müzik dosyaları yüzünden mahkûm edilirler; site kullanıcıları ise dava edilmezler. Hukuk, bu temel üzerine kurulur.<sup>89</sup>

1997 yılında Michael Robertson tarafından geliştirilen ve hem bir radyo istasyonu hem de dijital bir müzik marketi olarak kullanıma sunulan “MP3.com” adlı dijital müzik web sitesi; internet ekseninde yasal müzik alışverişine imkân sağlayan ilk -küresel çaplı- web site olarak kayıtlara geçmiştir. Bir milyonu aşkın müzik dosyası arşivine sahip olan bu web site ile birlikte internet ortamında dijital müziğin dolaşımı ve paylaşımı -bir nebze de olsa- yasal hale getirilmiştir. Aynı zamanda MP3.com’un reklam üzerinden gelir sağlaması ve indirilen parça başına sanatçıya ödeme yapması, günümüzde yaygın olarak kullanılan streaming müzik platformlarına benzer bir işleyişe sahip olduğunu göstermektedir. MP3.com, bu özellikleriyle birlikte streaming müzik platformlarının zeminini hazırlayan temel gelişme olarak kabul edilebilir. Attali “MP3.com” sitesinin oluşumuna ve bu oluşumun müzik endüstrisinde yarattığı etkilere dair şu ifadelerde bulunmuştur:

MP3.com aynı zamanda hem bir radyo istasyonu hem de bir müzik marketidir. Dinleyiciler, sitede dosyaları ücretsiz olarak dinleyebilir, ya da bilgisayarlarından ödeme yaparak bu dosyaları indirebilirler. MP3.com, sanatçılara, parçalarının indirilme sayısı oranında ödeme yapar ve kendi gelirini de bir radyo gibi reklamdan ve bir müzik marketi gibi dinleyicilere plak dolabını (My MP3.com) satarak kazanır. Bir yakına nakledilmesini engellemek için plak dolabı müzik marketinde kalır. Bu bir devrimdir: Müziğin dağıtım maliyeti aşağıya olur; artık

---

<sup>89</sup> Attali, a.g.e., s. 167.

üretimi karşılamak için, teorik olarak 100000 CD yerine 20000 MP3 dosyası satmak yeterli olacaktır. MP3.com ile aynı modelde başka siteler belirir: Amerika’da CD now.com, Star-gig.com, People Sound; İtalya’da Vitaminic. Bu siteler de aynı zamanda hem radyo (ücretsiz olarak müzik dinleyebildiğimiz için) hem de müzik marketleridir (dinlenen müzik dosyalarını sattıkları için).<sup>90</sup>

1998-1999 yıllarında müziğin internetteki yasa-dışı dolaşımı ve paylaşımı giderek artmaya başlamıştır. Her ne kadar -başta Amerika olmak üzere- bazı ülkelerde “internet üzerinden müzik dosyası indirme ve paylaşma” eylemine dair çeşitli kural ve kısıtlamalar getirilmişse de müziğin internetteki yasa-dışı dolaşımının ve paylaşımının önüne geçilememiştir. Bu bağlamda internet teknolojisi ekseninde küresel çapta bir etki yaratan dijital müzik korsan yayıncılık anlayışının ilk örneğini; 1999 yılında geliştirilen “Napster” adlı program oluşturmuştur (Resim 16). 1999 yılında Shawn Fanning ve Sean Parker tarafından geliştirilen ve *Peer-to-Peer File Sharing* (Eşler Arası Dosya Paylaşımı) “P2P” olarak tanımlanan farklı bilgisayarlar arası dosya paylaşım programı Napster ile birlikte internet üzerinden yasadışı müzik ya da dosya paylaşımı küresel bir eyleme dönüşmüştür.



**Resim 16:** Napster Logosu

Napster programıyla birlikte internet üzerindeki tüm kayıtlı müzik dosyalarına erişimin mümkün hale gelmesi, programın kısa süre içerisinde 100 milyona yakın bir kullanıcıya ulaşmasını sağlamıştır. Tamamen ücretsiz olan ve böylesi geniş bir müzik arşivine sahip olan programın kullanıcılar bazında büyük ilgi görmesi, müzik endüstrisini harekete geçirmiştir ve başta Amerikan Müzik Yapımcıları Birliği olmak üzere birçok şirket Napster programının kapatılması için sayısız dava açmıştır. Dava süreci boyunca Napster programı üzerinden milyonlarca şarkı indirilmeye devam etmektedir:

<sup>90</sup> Attali, a.g.e., s. 167-168.

Şubat 2000'de 1,1 milyon kopyadan, Ağustos'ta 6,7 milyon kopyaya ulaşırlar! Böylelikle yılsonunda 500 milyon saatlik müzik alınmış, 260 milyon dosya da yaratılmıştır; 60 milyon kişi -çoğu Amerikalı gençler- Napster'ın ücretsiz müşterisi olmuştur. (...) Nisan 2000'de, yapımcıların isteği üzerine Metallica grubu Napster'ı şikâyet ettiğinde, Amerikan hukuk mekanizması harekete geçer. Temmuz'da bir yargıç, sitenin geçici olarak durdurulmasını emreder. Beklenmedik bir şey olur: En büyük beş şirketten biri, Bertelsmann, siteyi ödemeli yapacağına dair söz vererek Eylül'de Napster'ı satın alır. Sitenin müşterileri serbestliğin sona ereceğini beklediklerinden, hâlâ zaman varken ondan faydalanmak için acele ederler: Sadece Ocak 2001'de 3 milyar ücretsiz dosya indirilir! 12 Şubat 2001'de Kaliforniya yargıcı, Napster'ın kapatılmasına karar verir, korsan olduğu için değil, kullanıcılarının korsan yaptığı için. O gün siteden MP3 ile sıkıştırılmış 130 milyon şarkı indirilir.<sup>91</sup>

2002 yılına gelindiğinde *Recording Industry Association of America* (Amerika Kayıt Endüstrisi Birliği) "RIAA" tarafından açılan bir dava sonucunda Napster programı kaldırılmıştır/yasaklanmıştır. Fakat Napster uygulamasının yasaklanması, internet üzerinden MP3 paylaşımına tümüyle engel olamamıştır ve bu formatın internetteki yasadışı dolaşımı "Gnutella", "Kazaa" veya "BitTorrent" gibi benzer programlarla uzun yıllar daha devam etmiştir.



**Resim 17:** 2001 Yılında Piyasaya Sürülen İlk iPod

<sup>91</sup> Attali, a.g.e., s. 169.

Napster programının dijital müzik endüstrisinde yarattığı etki, birçok bilişim firmasının dikkatini çekmiştir ve birçok bilişim firmasının dijital müzik endüstrisine yönelmesini sağlamıştır. 2001 yılında bilişim sektörünün önemli aktörlerinden biri olan Apple firması, müzik endüstrisi özelinde birtakım girişimlerde bulunmaya başlamıştır. 2001 yılında, 21. yüzyılın walkman’i olarak nitelendirilen iPod (Resim 17) adlı cihazı piyasaya süren Apple firması, aynı yıl iTunes (Resim 18) adlı ücretsiz film ve müzik oynatıcısı ortamını tanıtmıştır.

2003 yılında ise “iTunes Store” adını verdiği yasal dijital müzik mağazasını erişime açmıştır. Bu gelişmeyle birlikte MP3.com’dan sonra müziğin internet üzerinden yasal ticaretini sağlayan ikinci oluşum kurulmuştur. iTunes Store, geliştirildiği ilk yıllarda yalnızca Apple ürünleriyle entegre olarak kullanıma sunulmuşsa da kısa süre içinde tüm kişisel bilgisayarların kullanımına açılmıştır.

Apple, iTunes Store’dan satın alınan müzikler için ilk başta sadece yine kendi bilgisayar markası olan Mac PC için kullanıma sunulmuştur. Mac PC kullanın tteticiler için her bir albüm satışı \$ 9,99 olarak belirlenmiş ve herhangi bir abonelik gerektirmeyen bir sistem ile yürütülmüştür. Ekim 2003’te iTunes, Mac PC’ler dışındaki tüm kişisel bilgisayarlara açılmıştır ve kurulduğu Nisan 2003 yılından Aralık 2003 yılına kadar 20 milyon şarkı satmıştır. Apple, müzik endüstrisinde sadece bir dağıtım kanalı olma görevi yüklenmemiş, aynı zamanda bir donanım üreticisi olarak müziklerin kolay taşınabilir bir hale gelmesini sağlayan iPod’lar ile de müzik ttetim alışkanlıklarına yeni bir biçim kazandırmıştır.<sup>92</sup>



**Resim 18:** iTunes Logosu

---

<sup>92</sup> Turhan, a.g.m., s. 56.

Napster ile başlayan müziğin internet üzerinden yasa-dışı ticareti, MP3.com adlı sitenin kurulması ve daha sonra 2003 yılında iTunes adlı dijital müzik mağazasının erişime açılmasıyla yasallaştırmaya çalışılmıştır. Bu süreçte bilgisayar teknolojilerinde, taşınabilir mobil cihaz-müzik çalarlarda ve internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler, yeni bir müzik üretim, paylaşım ve tüketim modelinin zeminini hazırlamıştır. “Streaming” adlı kesintisiz aktarım biçiminin müzik endüstrisine uyarlanarak 2005 yılında Youtube ve 2006 yılında Spotify ve benzeri gibi streaming müzik platformları kurulmuştur.

## İKİNCİ BÖLÜM

### DİJİTAL DÖNEM MÜZİK ÜRETİM-TÜKETİM ARAÇLARI: STREAMING MÜZİK

Çalışmanın bu bölümünde dijital müzik endüstrisi içerisinde en çok tercih edilen streaming müzik platformlarının analizi yapılmaya çalışılmıştır. Dünyadaki ve Türkiye’deki popülerlik ve kullanıcı yüzdelere göre seçilen platformların genel özellikleri, kendi iç dinamiklerine has ayrıcalıkları ve ücretlendirmeleri irdelenmiştir ve bu faktörlerin müzik üretim, dağıtım ve tüketime olan etkilerine eleştirel bir bakış getirilmiştir. Çalışma içerisinde sıklıkla vurgulanan platformların müzik keşif önerileri ve bu önerilerin akabinde ortaya çıkan alternatif müzik yönelimleri çalışmanın odak noktasını oluşturmuştur.

#### 1. STREAMING MÜZİK

*Streaming*, kelime anlamı olarak “akış, eşzamanlı, kesintisiz” gibi anlamlara gelen İngilizce kökenli bir terimdir. Temelde bilgisayar teknolojileri alanında kullanılan bu terim; “Bir bilgisayar ağı üzerindeki veri aktarma yöntemini tanımlamak için kullanılır. Bu yöntemde internet ağı üzerindeki sunucudan sonraki verilerin alınması sırasında oynatmanın devam etmesine izin veren sabit ve sürekli akış yöntemini tanımlamak için kullanılır”.<sup>93</sup> Buna bağlı olarak *Streaming müzik* ise “müzik akışı”, “eşzamanlı müzik” veya “kesintisiz müzik” olarak adlandırılabilir. Yabancı kaynaklı literatürlerde *Online Streaming Music Services* (Çevrimiçi Müzik Servisleri) olarak geçen kelime grubunun tam olarak -literatüre geçmiş- bir Türkçe karşılığı olmaması sebebiyle çalışma içerisinde “Streaming Müzik” terimi üzerinden ele alınacaktır.

Müziğin herhangi bir depolama ve indirme ihtiyacı duyulmadan internet üzerinden belirli servisler aracılığıyla kayıt edilebilmesini ve dinlenebilmesini sağlayan streaming müzik platformları, *online* müzik dinleme programlarının yaygınlaşmasıyla birlikte müzik endüstrisinin bir parçası haline gelmiştir. Streaming müzik platformunun oluşumuna öncülük eden gelişme, internetin yaygınlaşması ve giderek daha kolay

---

<sup>93</sup> Sabri Akcan, *Televizyon Yayıncılığının Sosyal TV Aracılığıyla Sosyal Medya ile Etkileşimi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017, s. 60.

erişilebilir hale gelmesidir. Temelde ise streaming müziği doğuran esas olgu, teknolojik gelişmelere bağlı olarak müzik endüstrisinin -devamlılığını sağlamak amacıyla- çağın gereksinimlerine dayalı olarak biçim veya kabuk değiştirmesi olarak açıklanabilir. Önceki bölümlerde tarihsel olarak ele alınan gelişmeler ile birlikte son yüzyılda internetin durdurulamaz yükselişi ve insanların online yaşama bağımlı hale gelmesi streaming müzik platformlarını doğurmuştur. Son yıllarda yaygın bir şekilde tercih edilen bir müzik tüketim şekli olan streaming müziğin tercih edilme sebeplerini Önen şu şekilde açıklamıştır:

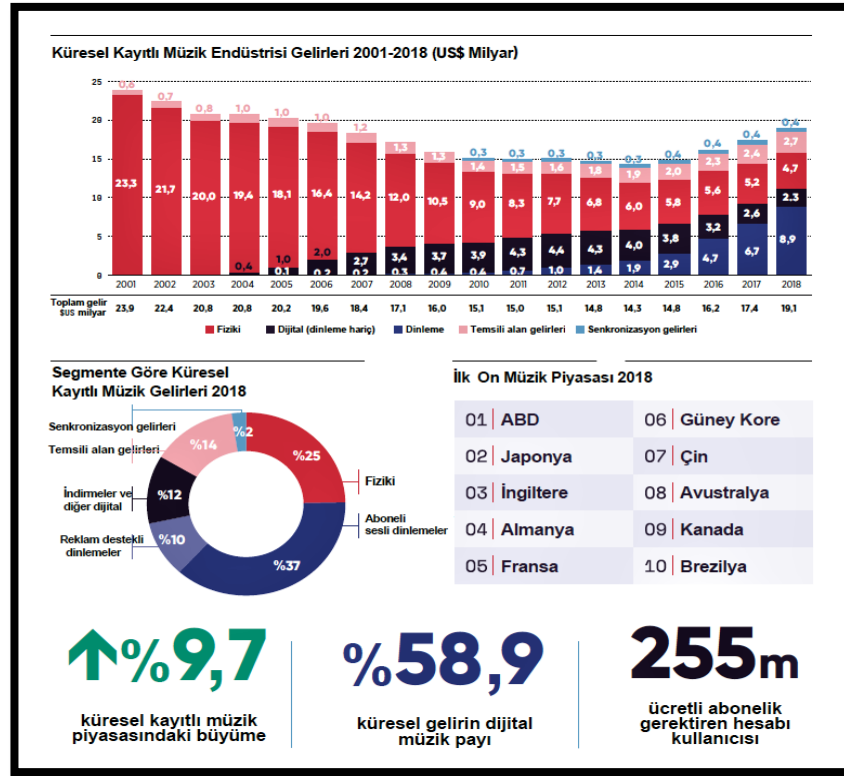
‘Streaming’ müziğin tercih edilmesinin arkasında yatan nedenlerden biri büyük olasılıkla disk alanı problemi. mp3 ve AAC dosyalarından oluşan dijital müzik arşivleri çok hızlı bir şekilde genişleyebiliyor, arşiv genişledikçe daha fazla disk alanına ihtiyaç duyuluyor. Günümüzde hard diskler çok pahalı değil diyebilirsiniz ancak bu sefer de karşımıza erişim problemi çıkıyor. Bugün artık birçok kişide bir masaüstü, bir dizüstü ve bir de akıllı telefon olmak üzere üç farklı cihaz var. Bu üçünden de müzik dinlemek mümkün ve bulunduğumuz ortama göre (ev, ofis, sokak, araba, otobüs vb.) bu üç cihaz arasından seçim yapıyoruz. Bu üç cihazdan da istediğimiz parçayı dinlemenin en basit yolu müziğe internet üzerinden ulaşmak.<sup>94</sup>

Streaming müziğin tercih edilme sebepleri arasında internet kullanımının yaygınlaşması ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak ses kalitesinin ve dolayısıyla ses dosyası boyutlarının artması gibi sorunlar yer almaktadır. Ses dosyası boyutlarının artması ise beraberinde depolama ve müziğin bulunan ortama taşınma sorununu doğurmuştur. Bu noktada streaming müzik platformları bu sorunsala ya da ihtiyaca karşılık gelecek yeni bir müzik dinleme biçimini oluşturmuştur. Küresel müzik raporlarının güncel ve resmi verileri incelendiğinde ise bu müzik dinleme biçiminin dünyada en çok tercih edilen dinleme biçimi olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır.

---

<sup>94</sup> Ufuk Önen, “iTunes Radio ve ‘Streaming’ Müziğe Bir Bakış”, *Ufuk Önen ile Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri*, 20 Aralık 2013, [www.ufukonen.com/tr](http://www.ufukonen.com/tr), s. 1, (21.05.2018).





**Tablo 4:** Küresel Kayıtlı Müzik Endüstrisi Gelirleri (2001-2018) <sup>95</sup>

Tablo 4'te görüldüğü gibi yıllara göre sürekli artış gösteren -küresel- dijital müzik piyasası verilerine göre söz konusu milyar dolarlar gibi büyük gelirleri elinde bulunduran streaming müzik endüstrisi, birçok yatırımcı şirketin streaming müzik piyasasına dâhil olmasına zemin hazırlamıştır. Bugün popüler olan onlarca streaming platformun artan rekabet sonucunda sürekli olarak farklı özellikler ve farklı ücretlendirmelerle dinleyiciyi elinde tutma yarışı içerisine girdiği görülmektedir. Üçüncü bölüm içerisinde geniş ölçekte ele alınacak olan alternatif müziğin yükselişine de basamak oluşturan bu özelliklerin başında platformların yeni müzik keşifleri sunan öneriler (algoritmalar) özelliği yer almaktadır. Platformlar arası adlandırmada farklılık gösterse de *Music discovery*, *Flow* veya *Rising* gibi adlandırmalara tabi tutulan bu müzik keşfetme özelliği, kullanıcının dinlediği müzikleri baz alarak oluşturduğu algoritmalara bağlı yeni müzik önerileri sunmasıyla gerçekleşmektedir. Streaming müziğin bu özelliği, müzik endüstrisi içerisinde müzikal çeşitlilik yaratırken, müzik üretimini ve dolayısıyla müzik tüketimini doğrudan arttıran bir özellik olarak görülmektedir.

<sup>95</sup> International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), "Endüstrinin Durumu-Küresel Piyasaya Genel Bakış", *Küresel Müzik Raporu*, 2019, s. 13.

Müziğe internet üzerinden ulaşmanın diğer bir cazip tarafı da yeni müzikler keşfetmek! Hangi servis veya siteyi kullanırsanız kullanın size, diğer dinlemiş olduğunuz parçaları baz alarak, yeni parça önerileri sunuluyor. Bu öneriler için kullanılan algoritmalar her geçen gün gelişiyor, bu da önerilerin her geçen gün daha isabetli hale gelmesi demek oluyor. Müzik keşfetme İngilizcede ‘music discovery’ olarak adlandırılıyor. Bu, aslında, günümüzde müzik endüstrisinde üzerinde oldukça kafa yorulan bir iş kolu.<sup>96</sup>

Özellikle geçmiş dönemlerde büyük bütçeler ayrılarak hazırlanan albümler; -ki bu bütçeleri çoğunlukla yapımcı firmaların ve basım-pazarlama firmalarının talep ettikleri yüksek bütçeler oluşturmuştur- bu platformlarla birlikte daha düşük bütçelerle üretilmeye, pazarlanmaya ve dağıtmaya başlamıştır. Böylece albüm üretim, pazarlama ve dağıtım maliyetlerinde yaşanan bu düşüş albüm fiyatlarına da yansiyarak satışların (streaming müzik platformlarına göre dinleme oranlarının) artmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum müzik endüstrisinde arz-talep etkisi yaratmıştır. Ayrıca üretim maliyetlerinin düşmesi amatör çapta müzik yapan sanatçı ve sanatçı gruplarının da kendilerine müzik piyasasında yer edinmesine fırsat tanımıştır. Bugün Türkiye’deki alternatif müzik temsilcileri bu platformlar ve bu platformların müzik keşfetme özellikleri sayesinde geniş kitlelere ulaşmayı başarmışlardır. Fakat streaming müzik platformları yerelin küreselleşmesi, müzik üretiminin artması ve müzikal çeşitlilik ortamı yaratılması gibi artı değerler sağlarken diğer taraftan müzikal ucuzlamayı da beraberinde getirmiştir. Streaming müzik platformları üzerinden gelir elde etmek amacıyla -ticari kaygılarla- müzikal estetikten yoksun müzik üretimleri müzikal ucuzlamaya neden olmuştur.

Streaming müziğin ortaya çıkmasının ve tercih edilmesinin bir başka sebebi de dijital ortama geçiş ile başlayan ‘kaçak’ müzik paylaşımının önüne geçmek ve telifin sanatçılara gitmesini sağlamak olarak görülmektedir. Fakat bu noktada sanatçılara ödenen telif hususunda platformlar arası farklı düzenlemeler ortaya çıkmaktadır. Örneğin çeşitli kaynaklarda yer alan bilgiye göre en çok tercih edilen platformlardan biri olan *Spotify*, benzer platformlara oranla sanatçılara daha az telif ödemektedir. “Brazzaville” adlı müzik grubunun üyelerinden *David Brown*’un ise platformlar ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

---

<sup>96</sup> Ufuk Önen, “iTunes Radio ve ‘Streaming’ Müziğe Bir Bakış”, *Ufuk Önen ile Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri*, 20 Aralık 2013, [www.ufukonen.com/tr](http://www.ufukonen.com/tr), s. 1, (21.05.2018).

Streaming'in artıları ve eksilerine çok hâkim değilim. Geçenlerde David Byrne tarafından yazılmış bir makale okudum. Spotify'in sanatçılara haksızlık ettiğini, fakat büyük plak şirketleri için kötü olmadığını söylüyordu. Dinleme başına çok az ödeme yapıyorlar (bu da sanatçıyla paylaşılan tek gelir), ancak büyük plak şirketlerine kârdan pay vermek gibi bir uygulamaları var. Bu epey yüklü bir miktar olabiliyor ve hiçbir şekilde sanatçılarla paylaşılıyor. Fakat bu demek olmuyor ki dinleyicilerin Spotify'ı boykot etmeleri gerektiğini düşünüyorum. Kesinlikle öyle düşünmüyorum. Spotify bir gerçeklik ve bu gerçeklik yok olmayacak. Dolayısıyla bir sanatçı olarak benim işim bunu kabullenmek ve bunu nasıl lehime çevirebileceğimi keşfetmek. Olumlu tarafından bakacak olursak, müziğiniz, streaming servisi kullanmasa asla sizi duymayacak milyonlarca kişiye ulaşabiliyor. Kısacası bence bu servisler ne iyi ne de kötü. Onları en doğru tanımlama biçimi, çoğu insanın bundan böyle müziği keşfedip dinleyeceği birer araç görevi görmeleri. Bu yüzden benim gibi insanlar çok şikâyet etmeden onları kabullense iyi olacak bence.<sup>97</sup>

Üstte alıntılanan söyleşide olduğu gibi çeşitli sanatçıların telif hakları ve gelir dağılımları hususunda birtakım şikâyetlerde bulunduğu bilinmektedir. Nitekim tam olarak düzenlenmiş bir genel telif yasasına tabi tutul(a)mayan streaming müzik platformlarının, kendi belirledikleri telif yasalarını ve gelir dağılımlarını uygulaması müzik üreticileri açısından sorunlar yaşanmasına ve hukuki boyutta yaptırımlar uygulanmasına kadar dayanmaktadır. Son olarak streaming müzik platformlarının tercih edilmesinin bir nedeni de her albüm başına ödenen ücretlerle kıyaslandığında haftalık ya da aylık abonelik ücreti ödeyerek tüm albümlere erişim sağlayabilmenin daha avantajlı olmasıdır. Kullanıcılara aynı zamanda tek bir platform içerisinde bir nevi dijital arşiv oluşturma imkânı sunan bu platformların birbirleriyle olan rekabetleri sonucunda aylık abonelik ücretlerinde sürekli iyileştirme yoluna giderek belirli aralıklarla ücretsiz ya da belli yaş gruplarında indirim uygulama gibi tercihlerle kullanıcıları kendi bünyelerine çekmeye çalışmaktadırlar. Nitekim yıllar içerisinde yeni özellikler ve yeni düzenlemeler eklenerek endüstrinin gelişeceği de kaçınılmaz görünmektedir.

## 2. STREAMING MÜZİK PLATFORMLARI

Dünyada ve Türkiye'de aylık ve yıllık abone sayılarına göre yaygın şekilde kullanılan streaming müzik platformları arasında; *Youtube & Youtube Premium Music*, *Spotify*, *Fizy*, *Apple Music*, *Tidal Hi-Fi Music* ve *Deezer* başta olmak üzere *Soundcloud*, *Pandora* ve *Amazon Music* gibi platformlar yer almaktadır. Çalışmanın bu bölümünde

---

<sup>97</sup> Ekin Sanaç, Hakan Dedeoğlu, Cem Kayıran, "Müzik İnsanları 'Streaming' Hakkında Ne Düşünüyor?", 't.y.', [www.bantmag.com/](http://www.bantmag.com/), s. 1, (21.05.2018).

sözü edilen platformlar içerisinde en çok tercih edilen Youtube & Youtube Premium Music, Spotify, Fizy, Apple Music, Tidal Hi-Fi Music ve Deezer gibi platformların derin analizi yapılarak müzik üretim, dağıtım ve tüketimine dair etkilerine yer verilmiştir.

## 2.1. Youtube & Youtube Premium Music

Temelde online video paylaşım platformu olan *Youtube*, 2005 yılında *Steve Chen*, *Chad Hurley* ve *Jawed Karim* tarafından ABD'nin Kaliforniya şehrinde kurulmuştur. 2006 yılında ise dünyanın en çok tercih edilen arama motoru *Google* tarafından 1,65 milyar dolara satın alınmıştır. Önceleri bilgisayar teknolojisine bağlı olarak geliştirilen programın ilerleyen yıllar içerisinde mobil cihazlarda kullanılabilir olması günümüzde en çok müzik dinlenen streaming müzik platformu olmasına zemin hazırlamıştır. Youtube uygulamasının kazanç sağlama yöntemi ise *-Youtube Premium Music* platformundan bağımsız olarak- platformu diğer platformlardan ayıran bir niteliğe sahiptir. Uygulamaya yüklenen videolar kullanıcılara zorunlu olarak tutulan Google Adwords<sup>98</sup> veya viral<sup>99</sup> reklamlardan oluşmaktadır ve misafir kullanıcıların bu reklamları izlemesi yoluyla video içeriğini oluşturan aboneler Youtube şirketi ve reklam veren markalar üzerinden kazanç sağlamaktadır. Özellikle genç kesimin yeni bir sektörel atılım olarak gördüğü Youtube video içeriği üretme sektörü ve bu sektör üzerinden büyük kazançlar sağlanabilmesi platformu daha da yaygın kullanılabilir hale getirmiştir. Buna bağlı olarak Youtube ise aboneler tarafından oluşturulan kanalları kategorize etmiştir ve kullanıcıların da ilgi alanlarına uygun kanalları takip etmesini sağlamıştır.

---

<sup>98</sup> **Google AdWords:** Google Adwords, arama motorunun işletmeler için sunduğu, kullanıcıların yaptığı kelime sorguları baz alınarak çalışan reklamcılık türüdür. Google Ads; metin bazlı bir reklam modelidir. Google Adwords ile sunulacak reklam, genellikle belli limitler içinde kullanacağınız satırlardan oluşmaktadır.

Deniz Yörük, "Google Adwords Nedir ve Nasıl Çalışır?", *Netvent*, 27 Ekim 2018, <https://netvent.com/>, s. 1. (24.05.2019).

<sup>99</sup> **Viral:** Viral reklam; internet kullanımının artmasıyla birlikte, virüse benzer bir şekilde kendi kendine yayılan, ağızdan ağıza yayılan bir reklam metoduna verilen isimdir. E-mail yolu kullanılarak ya da video paylaşım sitelerinde yayımlanarak (genellikle video paylaşımları şeklindedir), tanıtılan ürün hakkındaki bilgilerin internet kullanıcıları arasında ağızdan ağıza yayılmasını hedefleyen bir yöntemdir.

Can Cankıran, "Viral Reklam Nedir?" *CC Blog*, 21 Kasım 2018, <https://www.cancankiran.com/>, s. 1. (24.05.2019).

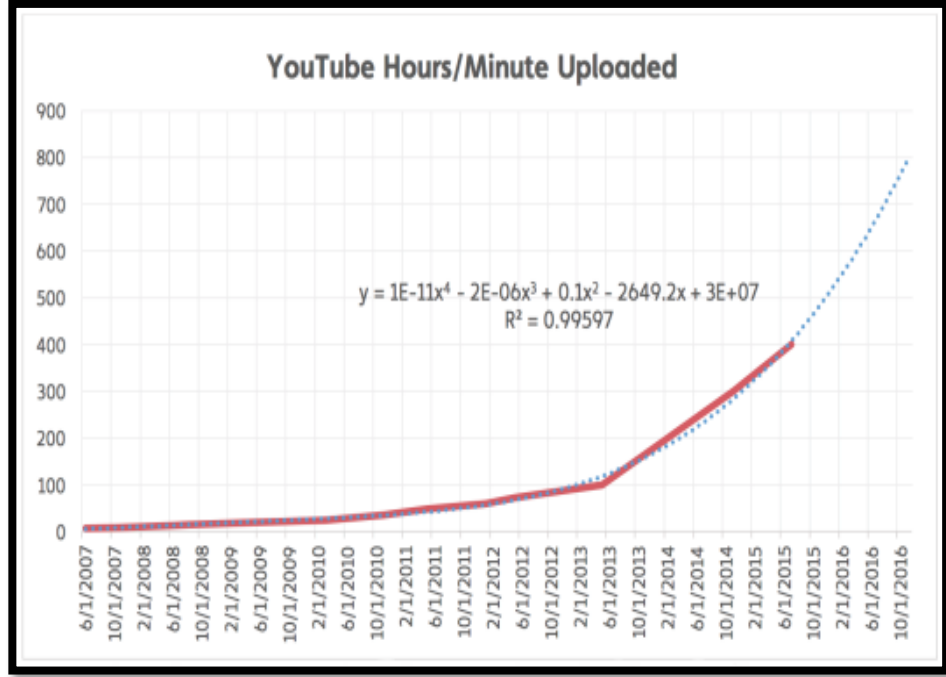
Youtuber, director, musician, comedian, guru, reporter gibi oluşan kanal türleri, abonelerin o ilgi alanlarına hitap edecek içerikler üreterek hem kişisel popülerlik hem de maddi kazanç sağlamalarına olanak tanımıştır. Ancak Youtube platformu telif hakları konusunda oldukça katı prosedürler uygulamaktadır. Üstelik tamamen özgün çalışmalar ya da hak sahibinin başkası olduğu ancak yeniden yorumlanan -cover müzik videoları gibi- içerikler olması fark etmeksizin izlenme başına sağladığı reklam geliri miktarı görece çok düşüktür. Üstelik reklam geliri sadece tıklanma sayısı ile ölçülmekte, herhangi bir katsayı, kategorizasyon vb. bulunmamaktadır. Bu durum iki farklı olumsuz sonuca yol açmaktadır: birincisi, tıklanma başına bu kadar az ücret ödendiği için aboneler sahte tıklamalar oluşturup para kazanmaya çalışmaktadırlar. Bu tıklamalar “bot” denen, yapay zekâ ile kontrol edilen, dünyanın farklı ülkelerinden giriş yapılmış gibi gösteren yazılımlar aracılığıyla yapılmaktadır. İkinci olumsuz sonuç ise, kullanıcıların içerik üretirken sadece tıklanacak, merak edilecek içerikler üretme eğilimi göstermeleridir. Üstelik kanal sahipleri bunu yaparken, “thumbnail” denen, videonun içeriği hakkında bilgi veren, videonun bir karesinden oluşmuş olan “önizleme fotoğraflarını” da ilgi çekici ve sahte bir şekilde düzenleyip, o videonun daha çok tıklanmasını sağlamaktadırlar.<sup>100</sup>

Youtube platformunun müzik dinlemek için en çok tercih edilen platform olmasının sebepleri arasında yer alan yeni müzikler keşfetme özelliği, filtreleme algoritmasını kullanarak kullanıcıların beğenileri, izleme geçmişleri ve aboneliklerini göz önünde bulundurup daha önce izlediği videoların benzerini sunması yer almaktadır. Önen, platformun olumlu ve olumsuz yanlarını şu şekilde değerlendirmiştir:

YouTube, 2012 yılında, özellikle gençler arasında yeni sanatçılar keşfetmek ve müzik dinlemek için en popüler platform haline geldi. Orta ve daha ileri yaştakiler için radyo hala geçerli bir platform, ancak gençler için aynı şeyi söylemek artık pek mümkün değil. Nielsen şirketinin Amerika’da yaptığı bir araştırmaya göre gençlerinin üçte ikisinden fazlası müzik dinlemek için YouTube’u tercih ediyor. Aslında durum Türkiye’de de farklı değil. (...) Aralık 2013’te yaptığı bir ankete göre Bilkent Üniversitesi öğrencilerinin %85’i müzik dinlemek için streaming platformunu tercih ediyor. Streaming için tercih ettikleri siteler ve servisler ise şu şekilde: YouTube (%68), Spotify (%18) ve Fizy (%14). (...) Beatles, Eagles, Pink Floyd, Metallica, AC/DC, Prince gibi bazı büyük sanatçılar albümlerini streaming sitelerine koydurtmak istemedi, uzun süre direndiler, hala da direnenler var. YouTube’da ise bu albümlerdeki parçaların tamamına ulaşmak hep mümkün oldu. Bir parçanın videosu illegal olduğu için silinse bile hemen başkaları tarafından yeniden yüklendi. Bunun yanı sıra YouTube’un ücretsiz olması, çeşitli programlar kullanılarak videoların indirilebilmesi de YouTube’u bu kadar popüler yapan diğer nedenler. Tabii içindeki arama motorunun başarısını da unutmamak lazım.<sup>101</sup>

<sup>100</sup> Uğur Baloğlu, *Dijital Teknolojilerdeki Dönüşümlerin, Müzik Üretim, Tüketim ve Paylaşım Pratiklerine Yansımaları: Sosyal Medya ve Mobil Müzik Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme Denemesi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018, s. 87.

<sup>101</sup> Ufuk Önen, “Müzik Endüstrisine Bakış (4. Bölüm)”, *Ufuk Önen ile Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri*, 20 Mayıs 2016, [www.ufukonen.com/tr](http://www.ufukonen.com/tr), s. 1. (21.05.2018).



**Tablo 5:** Youtube'a Yüklenen Videoların Dakika Sayıları Cinsinden 2007-2016 Yılları Arasında Gösterdiği Grafik<sup>102</sup>

Önen, Youtube platformu ve sayısal verileriyle ilgili olarak şu ifadelere yer vermiştir;

Müzik endüstrisi içerisinde otorite olarak kabul edilen yayınların başında gelen Billboard, Şubat 2013 itibarıyla Youtube videoları izlenme sayılarının 'single' listelerinde dikkate alınmaya başladığını duyurmuştur. Billboard dergisinin fiziki satış ve dijital satış olarak iki ayrı kolda değerlendirilen single satış rakamlarının yanı sıra Youtube videoları izlenme oranlarının da dikkate alınacağını belirtmesine karşın, parçaların yalnızca resmi kanallar yoluyla eklenmiş videolarının izlenme sayıları dikkate alınacağını da belirtmiştir. Resmi kanal olarak ise sanatçı veya plak firmasının Youtube kanalı ve Vevo adlı müzik kanalının değerlendirmeye tabi tutulacağı açıklanmıştır.<sup>103</sup>

Streaming müzik platformlarının yaygınlaşması ve kendi pazar alanını oluşturması, 2018 yılına kadar ücretsiz olarak servis edilen Youtube platformunun radikal bir değişiklik yaparak platformun *Premium Music* ibaresi adı altında ücretli versiyonunu da piyasaya sürmesine vesile olmuştur. ABD, Avrupa ve Asya'daki bazı ülkelerde kullanıma sunulan platform, diğer servisler gibi aylık ücret üzerinden hizmet vermektedir. Türkiye fiyatlandırması üzerinden ele alacak olursak, öğrenci abonelik fiyatı 9,99 TL, tek kişilik (yetişkin) bireysel abonelik fiyatı 16,99 TL ve -ilk bir aylık

<sup>102</sup> Baloğlu, a.g.m., s. 90.

<sup>103</sup> Önen, a.g.m., s. 1.

ücretsiz deneme süresi dâhil- beş kişilik aile abonelik fiyatı ise 25,99 TL olarak belirlenmiştir. Youtube Premium Music platformunun ücretsiz Youtube platformundan farkı ise tamamen reklamsız video izleme, arka planda dinleme, kişisel çalma listeleri oluşturma ve paylaşma gibi özellikler içermesidir. Diğer platformlarla arasındaki en büyük fark ise Youtube Premium Music servisinin aynı zamanda video oynatma özelliğinin de olmasıdır ki bu özellik platformun dünyada ve Türkiye’de en çok tercih edilen streaming müzik platformları arasında olmasını sağlamaktadır. İnternet erişiminin kısıtlı olduğu zamanlarda internetsiz kullanım özelliğini de bulunduran platform; mobil cihazlarla, bilgisayarlarla ve yeni nesil akıllı televizyonlarla entegre edilebilmektedir.

## 2.2. Spotify

Spotify, 2006 yılında İsveç’in Stockholm şehrinde *Daniel Ek* ve *Martin Lorentzon* tarafından tasarlanan bir streaming müzik platformudur. Tasarlandığı ilk yıllarda İsveç, Norveç, Finlandiya, Fransa, İspanya ve İngiltere gibi sayılı Avrupa ülkelerinde kullanıma açılan uygulama, 2013 yılının Eylül ayında Türkiye’de ve daha sonraki yıllarda tüm dünyada kullanıma açılarak 2018 yılı itibariyle 70 milyonu ücretli abone olmak üzere 140 milyon aktif resmi kullanıcıya sahiptir ve Youtube’dan sonra en çok tercih edilen streaming müzik platformlarından biri olarak bilinmektedir.

Spotify’in dinleyiciye sunduğu özelliklere bakılacak olursa, öncelikle üyelik oluşturup kendi müzik listeni oluşturma seçeneği ile dinleyici beğenisi kazandığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra uygulamada birden fazla müzik listesi oluşturmak mümkündür. Böylelikle farklı müzik tarzlarında ya da farklı ruh hallerine hitap eden şarkı listeleri oluşturulabilmektedir. Oluşturulan müzik listelerinin altında yer alan öneriler sekmesinde ise listedeki şarkılara yakın türde müzikler önerilmektedir. Böylelikle kullanıcılar kendi müzik listelerini uygulamanın önerdiği müziklerle geliştirebilmektedirler. Öte yandan uygulamada dikkat çekici bir diğer özellik ise haftalık ve aylık liste güncellemeleridir. Bu özellik ile farklı ülkelerin müzik sıralamalarını takip etmek gibi seçeneklerle yeni müziklerden haberdar olmak mümkündür. Ayrıca müzik listeleri türlere göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin rock müzik dinleyen bir kullanıcı yeni çıkan albümleri ve müzikleri buradan takip edebilmektedir. Bunlardan farklı olarak uygulamada neredeyse her şarkıcının tüm albümlerini bulmak mümkündür.<sup>104</sup>

---

<sup>104</sup> Ufuk İnal, “Alternatif Müzik Dinleme Platformları Karşısında Radyonun Konumu”, *II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, ed. Selma Koç Akgül ve Banu Küçükşarap, İstanbul: İstanbul Avcansaray Üniversitesi, 2017, s. 72.

Kullanıcı kitlesinin genişletilmesi yönünde çeşitli özelliklere yer veren Spotify, içerisinde radyo özelliğini barındırmasıyla genç jenerasyon dışında daha yaşlı kesime de hitap etmektedir. Radyo seçeneği içerisinde her bir şarkıcıya ait istasyon yer almaktadır ve seçilen şarkıcının tüm şarkıları karışık bir şekilde dinlenebilmektedir. Tür ve şarkıcı radyo istasyonlarının dışında belirlenmiş özel istasyonlar da bulunmaktadır. Örneğin, radyo seçeneğinden 1990’lı yıllar ya da 2000’li yıllar seçildiğinde o dönemin şarkılarından oluşan liste oluşturularak hizmete sunulmaktadır. Aynı zamanda kullanıcıların birbirlerini takip edebilmelerine ve birbirleriyle şarkı paylaşımında bulunabilmelerine imkân sağlayan platform bir nevi sosyal paylaşım platformu olarak da değerlendirilebilir.

Spotify’in en radikal özelliği, çeşitli kategorilerde oluşturduğu listelerin belli bir dinleyici kitlesine ulaşmasını ve beraberinde oluşan kitlenin yeni bir akıma öncülük etmesini sağlamasıdır. Buna bağlı olarak “Üçüncü Yeniler” adını verdiği liste ile alternatif müzik temsilcilerini edebi bir akım niteliğinde değerlendirip kategorize ederek yeni bir akımın oluşmasına ve Türkiye’deki alternatif müzik temsilcilerinin popülerleşmesine yardımcı olmuştur. Bu bağlamda ise bağımsız müzisyenlere sunduğu hizmeti bir adım ileri taşımayı hedefleyen Spotify platformu, bağımsız sanatçıların müzik şirketleriyle olan anlaşmazlıklarından doğan sorunları ortadan kaldırmak ve şarkılarını ücretsiz bir şekilde -doğrudan- paylaşabilmelerini sağlamak amacıyla yeni bir alt platform oluşturmuştur. “Spotify For Artists” olarak adlandırdıkları bu alt platform, bağımsız/alternatif müzisyenlerin tanıtım, reklam ve pazarlama alanındaki mali sorunlarını çözecek öncü bir platform olarak nitelendirilebilir. *Bigumigu* adlı bağımsız reklam, tasarım, müzik ve teknoloji blogunun yazarlarından Demirkılınç’a göre;

Bağımsız müzisyenlerin en çok sorun yaşadığı konuların başında müzik yapım şirketleri ile karşılıklı anlaşma sağlayamamaları yer almaktadır. Nitekim özellikle kâğıt üstünde varılan fikir birliği ile sonrasında konuşulanların dengesizliği müzisyenlerin üretkenliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Her ne kadar müzisyenlerin müzik yapım şirketlerinden bağımsız hareket edebildiği ve yeni şarkılarını ücretsiz yükleyebildikleri *Soundcloud* ve *Bandcamp* gibi platformlar var olsa da bu platformların geniş kitleler tarafından günlük kullanımda -çoğunlukla- tercih edilmemesi; bağımsız müzisyenleri daha tercih edilen platformlara (Youtube, Spotify, Deezer, Apple Music gibi) yöneltmektedir. Buna istinaden Youtube, Spotify, Deezer ve Apple Music gibi kullanıcı tabanlı geniş platformlar, her yaşta insanın günlük kullanımda sıklıkla tercih ettiği servisler olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat bu platformların da albüm yayınlama politikaları bağımsız müzisyenler için zorlayıcı şartlar içermektedir. Tam bu noktada bağımsız müzisyenler için söz konusu zorlayıcı

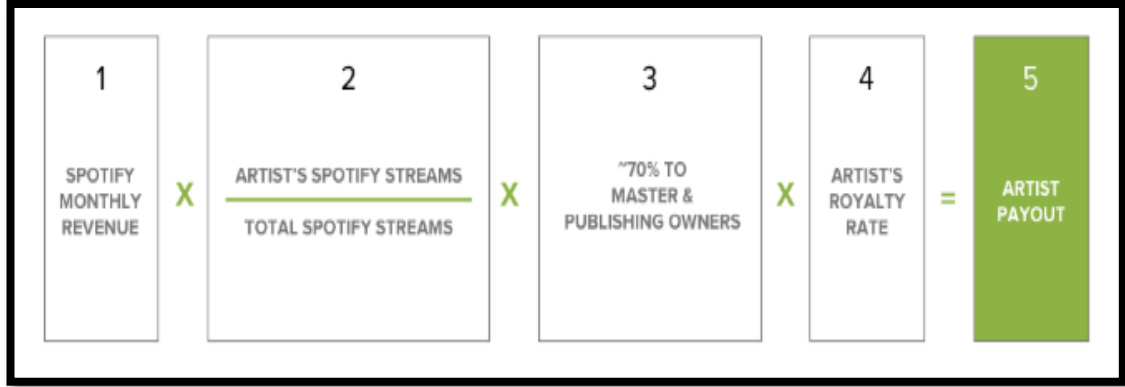


şartların farkına varan ve bu hususta yeni bir atılım yapma girişiminde bulunan Spotify platformu, -yalnızca bağımsız müzisyenler için- albüm yayınlama politikalarında kolaylık sağlayacak alt bir platform yaratacaklarını duyurmuştur. Şöyle ki; Spotify, bu alt platform ile bağımsız sanatçıların üçüncü parti kişiler veya müzik şirketleri ile ilgili herhangi bir gereklilik olmaksızın, platforma doğrudan şarkı yükleyebileceklerini ifade etmiştir. “Spotify For Artists” adını verdikleri bu alt platform şimdilik sadece Amerika’daki bazı sanatçılar tarafından deneme sürecinde olsa da kısa sürede tüm dünyada aktif hale geleceği aşikâr. (...) Spotify CEO’su Daniel Ek; 2018 yılında yatırımcılarla yaptığı konuşmanın bir bölümünde hem tüketicilere hem de müzisyenlere hizmet veren iki taraflı bir pazar yaratmak istediklerini dile getirmiştir. Bu noktada Spotify platformuna kayıt şirketi olmaksızın parça yüklemek ve aynı zamanda bu düzenlemeyi ücretsiz hale getirmek streaming müzik endüstrisinde devrim niteliğinde bir gelişme olarak görülmektedir. Yani platform; ne kadar parça gönderilirse gönderilsin, yüklemeler için herhangi bir ön ödeme ücreti talep etmeyeceğini ve ayrıca telif haklarına ilişkin herhangi bir ek komisyonu da sanatçılara yüklemeyeceklerini eklemiştir. (...) Platformun kullanımı ile ilgili detaylarda ise bağımsız müzisyenlere çeşitli kolaylık sunulduğu görülmektedir. Örneğin platforma şarkı yükleme işlemine başlamadan önce yüklenen müziğin dinleyicilere nasıl görüneceği hakkında bir önizleme sunulacak ve bağımsız müzisyenler şarkılarını paylaştıktan sonra bile basit ve hızlı düzenlemelerle yüklenen verinin tam kontrolünü sağlayabilecekler. Yüklenen her şarkı için dinleme başına ödeme sistemi ile işleyecek olan platformda aynı zamanda müzisyenlerin şarkılardan elde edecekleri telif ücreti her ay otomatik olarak banka hesaplarına yatırılacaktır. Spotify for Artists platformu sayesinde, müzisyenler kayıtlarının ne kadar dinlendiğini ve ne kadar kazandığını geniş bir rapor analizi halinde kişisel sayfalarında görüntüleyebilecek.<sup>105</sup>

Spotify uygulamasında iki farklı kullanıcı modu yer almaktadır. *Free mod* olarak adlandırılan birinci hesap türünde herhangi bir ücret ödemedi bedava müzik dinleme imkânı bulunmasına karşın kullanıcı yönlendirmesi kısıtlı olmakla birlikte belirli aralıklarla çeşitli reklamlar yer almaktadır ve ses kalitesi olarak 160 kbps’lik bir kalite standardı uygulanmaktadır. *Premium mod* olarak adlandırılan ikinci hesap türünde ise reklam unsuru yer almamakta ve kullanıcı istediği şarkıyı istediği kadar dinleyebilmektedir. Buna ek olarak 320 kbps’ye kadar yükseltilebilen bir ses kalitesi imkânı sunmaktadır. Uygulamanın ücretlendirmesi ülkelere ve para birimlerine göre değişmektedir. Türkiye’de resmi olarak 2013 yılında hizmete açılan Spotify uygulaması 2019 yılı itibariyle yalnızca üniversite öğrencileri için geçerli olan öğrenci abonelik ücreti -ilk üç ay ücretsiz olmak üzere- 8,99 TL, bireysel abonelik ücreti 17,99 TL ve aile paketi abonelik ücreti ise 26,99 TL olarak belirlenmiştir. Platform Windows, MacOS veya Linux gibi bilgisayar temelli işletim sistemlerinde ve de iOS, Android ve Windows

<sup>105</sup> Ceren Demirkılınç, “Spotify’dan Dev Hizmet: Bağımsız Müzisyenler Şarkılarını Ücretsiz Yükleyebilecek”, 25 Eylül 2018, <https://bigumigu.com/>, s.1. (27.05.2019).

Mobile gibi mobil temelli işletim sistemlerinde kullanılabilir. Youtube platformu hariç diğer streaming müzik platformlarında yer alan *offline* mod seçeneğine de sahip olan Spotify uygulaması internet erişimi olmadan istenilen şarkının cihaza indirilmesi ile dinlenebilen bu mod, streaming müzik oluşumuna zemin hazırlayan depolama sorununu gündeme getirmesi sebebiyle tercih edilmemektedir.



**Tablo 6:** Spotify Platformunun Telif Ücretleri Hesaplama Formülü<sup>106</sup>

Uygulama firması bünyesinde barındırdığı her bir şarkı için telif hakkı ödediği için 30 milyondan fazla müzik seçeneği ile dinleyiciye hizmet sunmaktadır. Firmanın Türkiye temsilcisi Ergül Çivi'nin açıklamasına göre müzik sektöründeki hak sahiplerine 3 milyar doların üzerinde telif ödemesi yapılmıştır. Çivi, firma gelirinin %70'inin telif olarak ödendiğini vurgulamaktadır. Bu rakamlarla Spotify, Avrupa dijital müzik endüstrisinden kar sağlayan plak şirketleri için ikinci büyük gelir kaynağı olarak konumlanmış durumda görünmektedir.<sup>107</sup>

Çivi ile yaptığı görüşmeden bilgiler aktaran Ufuk İnal, platformun Türkiye'deki kullanım istatistikleriyle ilgili şu sözleri belirtmiştir: “Çivi, Türkiye genelinde yaptıkları müzik paylaşım platformu kullanımını araştırmalarında Spotify’ın Soundcloud, Deezer ve iTunes gibi platformları geride bırakarak %20,1 oranla birinci olduğunu vurgulamaktadır. 15-34 yaş aralığında ise bu rakamın %28 olduğunu ileri sürmektedir. Bu yaş grubunun %68’inin Spotify’dan haberdar olduğunu açıklayan Çivi uygulamanın Türkiye’ye girmesinin sebebini de bu kitlenin güçlü potansiyeline bağlamaktadır.”<sup>108</sup>

<sup>106</sup> Gabriela Tully Claymore, “Spotify Explains Royalty Payments”, 3 Aralık 2013, [www.stereogum.com/](http://www.stereogum.com/), s.1. (28.05.2019).

<sup>107</sup> Ufuk İnal, a.g.m., s. 72.

<sup>108</sup> Ufuk İnal, a.g.m., s. 73.

### 2.3.Fizy

Türk menşeli müzik uygulaması/platformu olan *Fizy*, 2008 yılında *Robert Yaris* tarafından geliştirilen ve *New York Times* dergisi tarafından streaming müzik platformları içerisinde en iyi üç uygulamadan biri olarak görülmüştür. Öncelikle yarı hissesi reklam firmaları tarafından alınan *Fizy* uygulamasının geri kalan hisselerini 2011 yılında *Turkcell* adlı Türkiye merkezli teknolojik iletişim operatör şirketinin satın almasıyla birlikte Türk menşeli müzik platformu olarak nitelendirilmeye başlamıştır. 2005 yılında *Mashable Ödülleri*'nde en iyi müzik keşfetme servisi ödülüne layık görülen platform, *Turkcell* mobil operatörlerine özel seçenekler üreterek kullanıcı kitlesini genişletme yoluna gitmiştir. *Turkcell* kullanıcılarına özel olarak kullanım sırasında internet tüketimi gerçekleştirilmemesi özelliğiyle Türkiye genelinde en çok tercih edilen müzik dinleme platformlarından biri haline gelmesini sağlamıştır. Reklamsız müzik dinleme, -müzikleri indirme koşuluyla- çevrimdışı müzik dinleme, yüksek ses kalitesi, binlerce farklı hazır liste ve *lyrics* -şarkıyla eş süreçte şarkı sözlerini takip edebilme- özelliklerine sahip olan *Fizy* platformu, 50 milyonu aşkın şarkı arşivine ek olarak video klipler, canlı konserler ve akustik çekimler gibi diğer platformlarda bulunmayan şarkı listelerine sahiptir. Türkiye sınırları içerisindeki *Turkcell* operatörlerine indirimli olarak sunulan platformun “Kampanyalı *Fizy* Premium Üyeliği” adı altındaki abonelik ücreti ilk üç ay 4 TL olmak üzere 17,99 TL, *Turkcell* dışındaki operatörler için “*Fizy* Premium Üyeliği” adı altındaki abonelik ücreti aylık 17,99 TL ve “1 Yıllık *Fizy* Premium Üyeliği” adı altındaki abonelik ücreti ise yıllık 139,99 TL olarak belirlenmiştir. Buna ek olarak *Turkcell* operatör kullanıcılarına bazı şartlar ve seçeneklerle farklı ücretlendirmeler de sunmaktadır.

### 2.4. Apple Music

*Apple Music*, 2015 yılında düzenlenen *Worldwide Developer Conference*'de tanıtımı yapılan aylık abonelik sistemine dayalı online müzik dinleme platformudur. *Apple Music*, 2008 yılında oluşturduğu “*iTunes*” uygulamasından farklı olarak şarkı ya da albüm başına satış yapmak yerine aylık ücret karşılığında abonelik hizmeti sunan bir uygulama olarak yer almaktadır. *Apple Music* içerisinde diğer streaming müzik platformlarından farklı olarak *Connect* adı verilen müzisyenlere özel sayfa yer almaktadır. *Facebook* ve *Twitter* üzerinden yorum yapılabilen bu sayfa ile müzik dünyası için yeni bir sosyal medya aracı oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu

özelliğiyle müzisyen ile dinleyici arasındaki engellerin kalkması sağlanarak müziğin bir iletişim biçimi olma özelliğine vurgu yapılmaktadır. Bu sayfa aracılığıyla şarkıcı ve dinleyici arasında fotoğraf, şarkı, video ve yazı paylaşımı yapma imkânı da sunulmaktadır. Spotify uygulamasında da yer alan internet radyosu özelliği Apple Music içerisinde “Beats 1 Radyo” adıyla yer almaktadır. Beats 1 Radyo’nun farkı ise; *New York, Londra ve Los Angeles*’teki ünlü DJ’lerin günün 24 saati boyunca canlı performanslarını sergilediği canlı radyo yayını olarak işlev görmektedir. Dünyanın dört bir yanında yeni müziklerin keşfedilmesi amacıyla sunulan bu radyo, ücretsiz olarak hizmete sunulmaktadır. Yine radyo içerisinde özel listeler ve istasyonlar oluşturmak mümkündür. Spotify ve Deezer gibi müzik platformlarında yer alan internet bağlantısı olmadan çevrimdışı (offline mod) dinleme özelliği, Apple Music platformunda da yer almaktadır. Çeşitli hazır listeler ve lyrics özelliğine sahip olan platform, *Apple TV, iPhone, iPad ve Mac* gibi Apple ürünleriyle tam entegre çalışmaktadır ve diğer platformlardan farklı olarak *Apple Watch* -yeni nesil Apple akıllı saati- ürünüyle de tam destekli olarak hizmet vermektedir. 60 milyon şarkı arşivi sunan platformun -yalnızca üniversite öğrencileri olmak üzere- “Öğrenci” seçeneğinin aylık abonelik ücreti 6,99 TL, “Bireysel” seçeneğinin aylık abonelik ücreti 13,99 TL ve “Aile” seçeneğinin aylık abonelik ücreti ise 20,99 TL olarak belirlenmiştir.

## 2.5. Tidal Hi-Fi Music

Tidal Hi-Fi Music, 2014 yılı itibariyle Norveç merkezli “Aspiro” adlı teknoloji şirketi tarafından oluşturulmuş online streaming müzik platformudur. Kurulduğu yıldan itibaren diğer platformlardan farklı olarak kullanıcılara daha yüksek kalitede müzik imkânı sunmasıyla ön plana çıkan platform, 2015 yılında Amerikalı hip-hop sanatçısı - Shawn Corey Carter- “Jay-Z” tarafından 56 milyon dolara satın alınmasıyla birlikte küresel anlamda daha yaygın ve etkin hale gelmiştir.

Tidal, benzersiz orijinal içerik ve ayrıcalıklı deneyimler ile sanatçı ve hayranları birbirlerine daha da yakınlaştıran global streaming müzik ve eğlence platformudur. Tidal, 53 ülkede mevcuttur ve arşivinde 60 milyondan fazla şarkı ve 250.000’in üzerinde yüksek kalitede video yer almaktadır. Tutkulu müzik hayranlarına hem orijinal hem de yüksek kalitede ses deneyimi sunarken orijinal video serileri ve podcast’lerin yanında; endüstri uzmanları, müzik gazetecileri ve sanatçıların küratörlüğünü yaptığı binlerce çalma listesi; özel içerik ve eşsiz deneyimler sunar. Tidal, müzik endüstrisi için daha sürdürülebilir ve pratik bir model yaratmaya inanan sanatçılarla iş birliğine sahiptir. Bu sanatçılar; Alicia Keys, Arcade Fire (Win Butler and Regine Chassagne), Beyonce, Calvin Harris,

Claude Leitte, Clifford “T.I.” Harris, Coldplay, Daft Punk, Deadmau5, Jack White, Jason Aldean, J Cole, Kanye West, Madonna, Nicki Minaj, Rihanna, Shawn “JAY Z” Carter, Damian Marley, İndochine, Lil Wayne and Usher.<sup>109</sup>

Spotify, Fizy ve Apple Music gibi streaming müzik platformlarıyla birçok yönden aynı özelliklere sahip olan Tidal Hi-Fi Music’in diğer platformlardan farkı ise yüksek bit akış hızı ve -neredeyse- kayıpsız ses kalitesi sunması olarak görülmektedir. En iyi ses kalitesi olarak “Hi-Fi” (High Fidelity) adlandırmasını kullanan platform, Android ve PC kullanıcıları için 16-bit/44.1 kHz FLAC<sup>110</sup>, Apple kullanıcıları için ise ALAC<sup>111</sup> formatında yüksek kalitede müzik dinleme imkânı sunmaktadır. Tidal platformu da diğer streaming platformları gibi ‘Apple’, ‘Android’ ve ‘Windows tabanlı cihazlarla tam entegre çalışabilmektedir. “Bunun yanında birçok elektronik üreticisi özellikle de üst seviye ürünler üreten Sonos, Bluesound, Linn, Auralic, Mirage, Squeezebox, Amarra sQ, McIntosh, Wadia, Electrocompaniet ve Meridian gibi markalar Tidal’a kendi cihazlarında yazılımsal destek veriyorlar.”<sup>112</sup>

Tidal platformu müzik keşfetme özelliğini “Tidal Rising” adını verdikleri program üzerinden yürütmektedir ve yeni ortaya çıkan sanatçıları daha geniş bir izleyici kitlesine tanıtmaya yardımcı olmak için geliştirdikleri bu program, bir grup uzman müzik küratörünün denetiminde gerçekleşmektedir. “Tidal Rising, dünyanın dört bir yanından hayran kitlelerine sahip ve müzikleriyle geniş bir kitleye ulaşmaya hazır sanatçılara adanmış bir programdır. Pazarlama, promosyonlar, marka ilişkilerimiz, halkla ilişkiler ve sosyal medya ekiplerimizin desteğiyle çeşitli türler arasından seçkin sanatçı ve sanatçı gruplarını seçer ve sunar.”<sup>113</sup> Tidal Rising, sanatçılar için oluşturduğu avantajları ise şu şekilde listelemiştir:

- **Tidal’de Öne Çıkan Yerleşim:** Herhangi bir albüm/single, video içeriği parçası, oynatma listesi, editoryal içerik parçası Tidal’in ön sayfasında yer alacak ve Tidal’de en çok ziyaret edilen yerleşim alanı “Yenilikler” bölümünde sergilenecektir.

<sup>109</sup> Tidal Website, “What is Tidal? About Tidal” *Tidal*, ‘t.y.’, <https://tidal.com/>, s. 1. (05.08.2019).

<sup>110</sup> **FLAC:** Açılımı “Free Lossless Audio Codec” olan dosya formatı. Açık kodlu, ücretsiz ve kayıpsız ses sıkıştırma formatı. 1000 Kbps üzerinde ses kalitesi sunan “.flac” uzantılı format.

<sup>111</sup> **ALAC:** Açılımı “Apple Lossless Audio Codec” olan dosya formatı. Apple tarafından geliştirilen ve uzantısı “.alac” olan dosya formatı.

<sup>112</sup> Hakan Cezayirli, “Tidal Hi-Fi Music Streaming Servisi Mini İnceleme”, *Stereo Mecmuası*, ‘t.y.’, <https://stereomecmuasi.com/>, s. 1. (05.08.2019).

<sup>113</sup> Tidal Website, a.g.m., s. 1.

- **Basın Fotoğrafları:** Sanatçıların yüksek çözünürlüklü görüntüler oluşturması için finanse edilmiş ve üretilmiş profesyonel fotoğraf çekimleri oluşturulacaktır.
- **Halkla İlişkiler Desteği:** Halkla İlişkiler ekibi, sürümler için güçlü sunum planlarının mevcut olmasını sağlamak için destek sağlayacak ve gerekirse etkinliklerde sanatçıya eşlik edecektir.
- **Sanatçı Görüntüleme:** Sanatçının giyim, saç ve makyaj ile medya eğitimi gibi diğer yönlere yardımcı olması için profesyonel bir stilist sağlanacaktır.
- **Tur Desteği:** Karavan kiralamalarından ekipman kiralamalarına, yakıttan otele kadar her şeyin kolaylaştırılmasını ve turdaki sanatçı için ortaya çıkabilecek diğer ihtiyaçları içerebilir. Bu geri ödenmesi gerekmeyen bir Tidal fonudur.
- **Müzik Videoları:** Tidal, yeni sanatçıların profesyonel müzik videoları oluşturabilmeleri için fon sağlayabilir ve sanatçıların müzik video yönetmenleriyle bağlantı kurmasına yardımcı olabilir.
- **Özel İçerik ve Video İçeriği:** Hayranların bir sanatçıyı veya sanatçının müzikal karakterini derinlemesine incelemek için oluşturulmuş video ve içerikler bulunmaktadır.
- **Canlı Gösteri Rezervasyonları ve Özel Gösteri Yerleşimleri:** Yardımcı üreticiler ve hayranlar için değerli fırsatlara yer verilecektir.

Tidal olarak sanatçıların büyümesine ve uzun vadeli başarılarına yatırım yapıyoruz ve mümkün olduğunca büyük bir kitle tarafından duyulduklarına emin oluyoruz. Bu özel ve özenle tasarlanmış program, sanatçıları müzik endüstrisinin paradigmasını değiştirmeye ve işitilmeyi hak eden sesi olanları güçlendirmeyi amaçlayan bir şekilde geliştirilmiştir.<sup>114</sup>

Tidal platformunun mevcut müzik endüstrisi modeline karşı sürdürülebilir bir endüstri modeli yaratma misyonu, küresel müzik piyasası içerisindeki egemen şirketlerin tekelinden çıkarak sanatçılara daha fazla kontrol sağlayan ve sanatçı-dinleyici arasında güçlü bir bağ yaratma hedefinde olan bir misyona sahiptir. Bu misyona bağlı olarak keşfedilmeyi bekleyen yeni nesil sanatçılara değer atfeden Tidal platformu, müzikte çeşitliliğin önemine vurgu yaparak küresel müzik piyasası içerisindeki egemen şirketlerin hedeflediği tek-tipleşmiş model ve popülerleşmiş müzik tarzından farklı müziklere -özellikle alternatif müzik temsilcilerine- kendini tanıttak etkinlikler yaratmaktadır. Bu bağlamda “Tidal X” adını verdikleri bu etkinliklerle alternatif müzik temsilcilerini ve hayranlarını doğrudan buluşturan platform, bu yönüyle streaming müzik platformlarının alternatif müziğin yükselişine olan etkisini kanıtlar niteliktedir. Tidal, resmî web sitesinde kullanıcıların izlenimine sunduğu grafiklerle birlikte diğer streaming platformlarına kıyasla ücretlendirme ve telif hususunda daha şeffaf bir gelir dağılımına sahip olduğunu göstermektedir. Tidal platformunun

---

<sup>114</sup> Tidal Website, a.g.m., s. 1.

Web/Android kullanıcıları ve Apple kullanıcıları için iki farklı ücretlendirme üzerinden oluşturduğu grafikler ve detayları ise Tablo 7’de görülmektedir.



**Tablo 7:** Tidal Platformu Web/Android Kullanıcıları İçin Üyelik Ücretlendirmesine Dair İçerik Bilgisi<sup>115</sup>

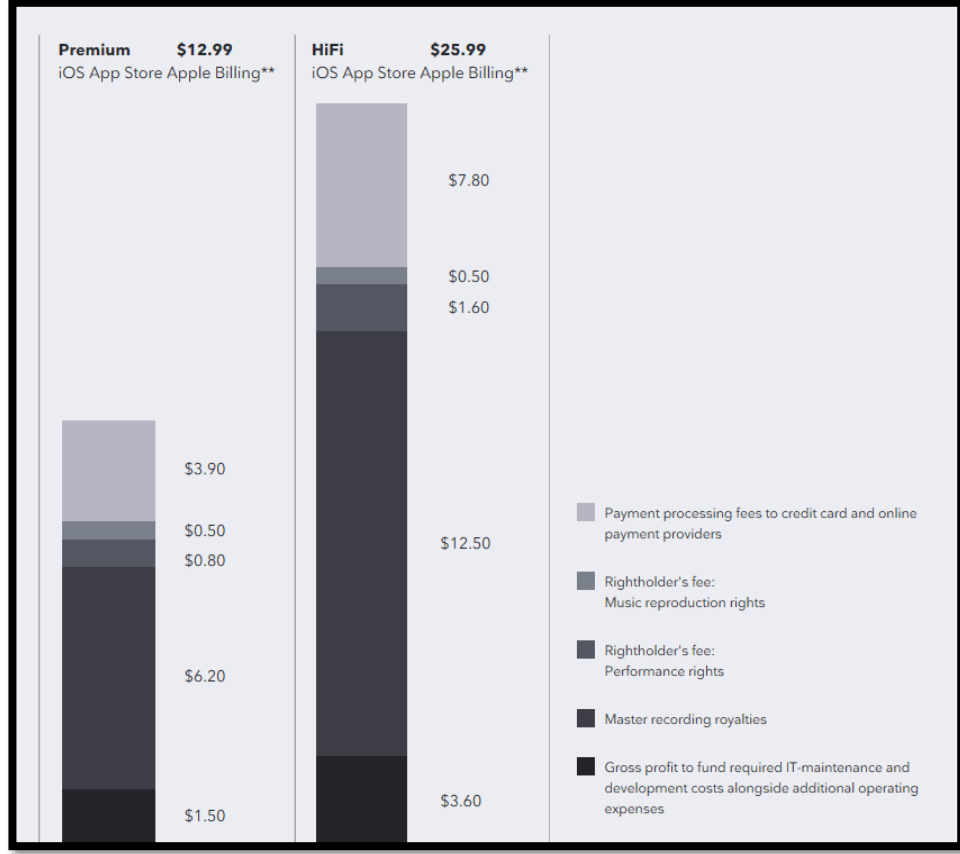
Tidal platformunun yurtdışı ücretlendirmesi grafikte de görüldüğü gibi “Premium” seçeneğiyle aylık 9,99 \$ ve “Hi-Fi” seçeneğiyle aylık 19,99 \$ olarak belirlenmiştir. Bunun yanında Apple kullanıcılarının *AppStore* üzerinden uygulama içi abonelik yöntemi ile abonelik açmaları halinde Apple’nin uyguladığı vergiye tabi tutularak “Premium” seçeneğine aylık 12,99 \$ abonelik ücreti ve “Hi-Fi” seçeneğine ise aylık 25,99 \$ abonelik ücreti ödemeleri gerekmektedir.

Diğer platformlarda olduğu gibi, kullanıcıların ödediği ücret içerisinde üçüncü taraflarca belirlenen ücretler yer almaktadır. Örneğin, iPhone uygulaması aracılığıyla Tidal’a abone olduğunda Apple %30 vergi almaktadır. Uygulama içi abone olduğunda 12,99 \$ ve 25,99 \$; Tidal web sitesi üzerinden abone olunması durumunda 9,99 \$ ve 19,99 \$ gibi daha düşük ücrete tabi tutulmaktadır.<sup>116</sup>

<sup>115</sup> Tidal Website, a.g.m., s. 1.

<sup>116</sup> Tidal Website, a.g.m., s. 1.

Tidal platformunun Apple kullanıcıları için üyelik ücretlendirmesine dair bilgiler Tablo 8’de görülmektedir.



**Tablo 8:** Tidal Platformu Apple Kullanıcıları İçin Üyelik Ücretlendirmesine Dair İçerik Bilgisi<sup>117</sup>

Türkiye’de ise “Premium” seçeneği için aylık abonelik ücreti 15,99 TL ve “Hi-Fi” seçeneği için aylık abonelik ücreti 34,99 TL olarak belirlenmiştir. Her iki seçenekte de 30 günlük ücretsiz bir deneme süresi verilmektedir.

## 2.6. Deezer

2006 yılında Fransa merkezli bir şirket tarafından kurulan Deezer, dünyanın en büyük online müzik platformlarından biri olarak görülmektedir. Şu an dünya genelinde 180’den fazla ülkede hizmet veren platformun 56 milyon şarkıdan oluşan arşivi ve aylık olarak ortalama 14 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Deezer; Musiki Eseri Sahipleri Grubu Meslek Birliği (MSG) ve Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği (MESAM) ile yaptığı lisans sözleşmeleri sonucunda 2013 yılı itibarıyla

<sup>117</sup> Tidal Website, a.g.m., s. 1.



Türkiye'de kullanıma sunulmuştur. Konuyla ilgili olarak Deezer CEO'su Axel Dauchez şunları söylemiştir:

Türkiye, hızla gelişen dijital altyapısı ve mobil teknoloji kullanımındaki yüksek penetrasyon rakamlarıyla bizim için bölgede heyecan verici potansiyeli olan, fevkalade ilginç bir müzik pazarı. Müzik, siyasi ve coğrafi sınırları aşarak insanları bir araya getirme yeteneğine sahiptir. Deezer'in amacı tüm dünyaya müzik sunmaktır; herkes için, her yerde müzik! Eski dağıtım kanallarına bağlı kalmadan... Bu nedenle bugün itibarıyla; dünyanın her yerindeki Türk müzik severlerin sevdikleri yerel ve uluslararası sanatçıların parçalarından oluşan geniş kataloğumuza ulaşabileceklerini ve paylaşabileceklerini duyurmaktan büyük mutluluk duyuyorum.<sup>118</sup>

Deezer, bünyesinde barındırdığı yaklaşık 56 milyon şarkı içeriğiyle diğer platformlarla eş değer bir veri tabanına sahiptir. Free ve Premium olmak üzere iki farklı kullanım seçeneği sunan platform, Premium kullanıcılarına özel müziğin cihaza indirilip internetsiz de dinlenebilmesini sağlamaktadır. *Flow* adını verdikleri müzik keşfetme özelliğini barındıran platform aynı zamanda haftalık ve aylık akışlar içerisinde yerel ve küresel olarak en çok dinlenen parçalar gibi çeşitli listeler oluşturmaktadır. Deezer, kullanıcıların şarkıyla eş süreçte ilerleyen şarkı sözlerini takip etme özelliğiyle de tercih edilen platformlar arasına girmektedir. Ücretlendirme prosedüründe ise *Deezer Free* seçeneği ile ücretsiz olarak platformu kullanmak mümkün olmakla birlikte Free seçeneğinde çevrimdışı kullanamama, reklam izleme ve sınırlı sayıda şarkı atlama gibi bazı kısıtlamalar yer almaktadır. *Deezer Premium* seçeneğiyle birlikte reklamsız ve sınırsız şarkı atlama ayrıcalıklarını sunan platformun başlangıç olarak üç aylık kullanım ücreti 0,99 TL ve sonraki süreçte 9,99 TL olarak belirlenmiştir. *Deezer Family* seçeneğini de sunan platform, tek hesap üzerinden altı farklı hesabın erişim sağlayabileceği bir seçenek oluşturmaktadır ve bu hesap türünün aylık kullanım ücreti 14,99 TL olarak belirlenmiştir. Diğer platformlardan farklı olarak *Deezer HiFi* seçeneğini sunan platform, ayda 19,99 TL karşılığında kullanıcılara müzikleri daha yüksek ses kalitesine sahip bir şekilde dinleme imkânı sunmaktadır.

---

<sup>118</sup> Erman Taylan, "Deezer Resmi Olarak Türkiye Pazarına Giriş Yaptı", *Webrazzi*, 16 Eylül 2013, <https://webrazzi.com/>, s. 1. (07.08.2019).

## 2.7. Diğer Streaming Müzik Platformları

Önceki bölümlerde aylık ve yıllık abone sayılarına göre en çok tercih edilen streaming müzik platformları incelenmiştir. Buna bağlı olarak bahsi geçen platformlara kıyasla daha az tercih edilen, küresel müzik piyasası içerisinde daha az paya sahip olan ya da Türkiye’de kullanıma sunulmayan streaming müzik platformlarına da değinmek gerekmektedir. Bu platformlar arasında Youtube platformuna benzerliğiyle ön plana çıkan *Soundcloud*, 2007 yılında Almanya’nın Berlin şehrinde tanıtılmıştır ve aynı yıl piyasaya sürülmüştür. Kullanıcıların kendi müziklerini ya da hikâye anlatımı, röportaj vb. amatör ses kayıtlarını -tamamen ücretsiz bir şekilde- saklayabilmesine ve paylaşabilmesine imkân sağlayan platform aynı zamanda diğer kullanıcılardan gelen yorumların kullanıcılar arasında yarattığı etkileşimlerle yeni bir sosyal medya ortamı sunarak diğer streaming müzik platformlarına kıyasla amatör müzisyenleri daha çok destekleyen bir niteliğe sahiptir. “Diğer müzik platformlarını aksine, amatör ve bağımsız müzisyenler, herhangi bir yapımcı/prodüksiyon şirketine bağlı olmadan özgürce kendilerine ait ya da yeniden yorumladıkları müzikleri yükleyebilmektedirler. Üstelik yeniden yorumlanan müzikler için herhangi bir telif ödemesi yapmalarına da gerek bulunmamaktadır.”<sup>119</sup> Platformun Türkiye’de kullanıma açılmasına karşın Türkçe dil desteğine yer verilmemesi Türkiye’deki kullanımını olumsuz yönde etkilemektedir. 2019 verilerine göre dünya genelinde aylık olarak 76 milyon kullanıcı sayısına ulaşan platform 190 ülkede aktif şekilde kullanılmaktadır.

Bir diğer streaming müzik platformu olan Pandora Music, ABD menşeli “Sirius XM Holdings Inc.” adlı şirket tarafından geliştirilen ve her ay ortalama 70 milyon kullanıcıya sahip streaming müzik ve podcast<sup>120</sup> platformudur. “Pandora, mobil uygulaması aracılığıyla tescilli *Music Genome Project* ve *Podcast Genome Project* teknolojisi ile her ay yaklaşık 70 milyon kullanıcıya yüksek düzeyde kişiselleştirilmiş bir dinleme deneyimi sağlayan lider bir müzik ve podcast keşif platformudur.”<sup>121</sup> Pandora platformunun müzik algoritmasını güçlendirmek için kullandığı ‘Music Genome Project’ kapsamlı müzik analizleri sunan ve dinleyicilerin kişiselleştirilmiş dinleme deneyimlerini en iyi düzeye çıkarmak için oluşturulmuş müzikal bilgi toplama

---

<sup>119</sup> Uğur Baloğlu, a.g.m., s. 87.

<sup>120</sup> **Podcast:** Çoğunlukla seri halindeki dijital medya ürünlerinin (radyo programları, videolar vs.) internet üzerinden -genellikle feed (bildirim) yoluyla- bilgisayar ve taşınabilir cihazlara indirilebilen dosyalara denir.

<sup>121</sup> Pandora Website, “Pandora About”, *Pandora*, ‘t.y.’, <https://www.pandora.com/>, s. 1. (08.18.2018).

projesi olarak nitelendirilmektedir. Pandora Music, resmî web sitesinde belirttiği üzere misyonunu şu şekilde açıklamıştır:

Her bireyin müzikle benzersiz bir ilişkisi olduğuna inanıyoruz. Bu yüzden her dinleyiciye harika bir deneyim sunmak için geniş ve derin bir müzik anlayışı gerekir. Eğitimli müzikologlardan oluşan ekibimiz, gelişmekte olan sanatçılar ve yeni yayınlar dâhil olmak üzere her tür müziği dinliyor, inceliyor ve topluyor. Tüm çalışmaların sonucunda hem eski favori şarkılar hem de yeni keşiflerle dolu kişiselleştirilmiş bir dinleme deneyimi sunuyoruz.<sup>122</sup>

Dünyanın en geniş ticari ağına sahip ve uluslararası online ticaret yapan sayılı alışveriş sitelerinden biri olan “Amazon” şirketi, *Amazon Business*, *Amazon Global*, *Amazon Advertising* ve *Amazon Ignite* gibi çeşitli alanlardaki atılımlarından sonra “Amazon Music Unlimited” adını verdiği streaming müzik platformuyla da streaming müzik piyasasına giriş yapmıştır. Diğer streaming platformları gibi 50 milyonu aşkın müzik veri tabanı ile hizmete açılan platformun en önemli özelliği ise ‘Alexa’ adını verdikleri kişisel asistan sistemi ile birlikte çalışan ‘Amazon Echo’ adlı yapay zekâ programına bağlı kablosuz akıllı hoparlöre sahip olmasıdır. Bu yapay zekâ programıyla çalışan akıllı hoparlör, sesli komut yardımıyla platformun kontrol edilebilmesini sağlamaktadır. Platformun öğrenci abonelik fiyatı aylık 0,99 \$, bireysel abonelik fiyatı aylık 7,99 \$ ve altı kişilik aile abonelik fiyatı ise aylık 14,99 \$ olarak belirlenmiştir. Her abonelik çeşidinde de Windows, Android ve iOS cihazlarıyla kullanım sağlanabilmektedir. Bu platformlar dışında online radyo veya online podcast platformu olarak hizmet veren ve üstte açıklaması yapılan platformlara kıyasla daha az kullanıcıya sahip ve daha az popüler olan platformlar da bulunmaktadır. Bu platformlar arasında iHeartRadio, Grooveshark ve Google Play Music yer almaktadır. Bu platformların içerik özelliklerine değinmeye gerek duyulmamıştır.

### 3. STREAMING MÜZİK PLATFORMLARININ MÜZİK ÜRETİM, DAĞITIM VE TÜKETİME OLAN ETKİSİNE ELEŞTİREL BAKIŞ

Günümüz müzik piyasası içerisinde müzik üretiminin ve dolayısıyla müzik tüketiminin giderek ticarileştiği, müziğin de buna paralel olarak giderek metalaştığı görüşü üzerine çeşitli eleştiriler getirilse de esasında müzik kanalındaki üretim ve tüketim tekelinin yalnızca biçim değiştirdiği ve de müziğin hiç olmadığı kadar evrensel

<sup>122</sup> Pandora Website, “About The Music Genome Project”, *Pandora*, ‘t.y.’, <https://www.pandora.com/>, s. 1. (08.18.2018).

bir yayılım gösterdiği yeni bir dönem yaşanmaktadır. Müziğin endüstrileşmesi sürecinin ilk adımlarından bugüne kadar geçen süre içerisindeki her adımı bir yandan müziğin kolay üretilebilir ve kolay pazarlanabilir yapısına hizmet ederken, bir yandan da müziğin daha çok insana ulaşması gibi başka bir amaca hizmet etmiştir. Bu noktada pozitif bir yaklaşımla ele alındığında yerel bir müziğin küresel bir müzik piyasası içerisinde yer edinebilmesi ve milyonları aşan bir dinleyici kitlesine ulaşabilmesi, endüstrileşme ve küreselleşmenin bir sonucu olarak görülmektedir. Bu bağlamda streaming müzik platformları milyonlarca insanın aynı veri tabanı üzerinden erişim sağladığı bir müzik ağı yaratarak ve yeni bir endüstri oluşturarak bahsi geçen küreselleşmenin bir aracı haline gelmiştir.

Streaming müzik platformlarının ortaya çıkışı müziğin üretim, dağıtım ve tüketim sürecini kolaylaştırırken beraberinde streaming öncesi geleneksel müzik üretim, dağıtım ve tüketim sürecinin temel aktörlerini oluşturan birçok istihdamı ortadan kaldırarak olumsuz sonuçlar da doğurmuştur. Örneğin, müzik yapımcılığı (prodüktörlük) veya müzik pazarlama ve dağıtım gibi aşamalar büyük oranda ortadan kaldırılmıştır. Ayrıca teknolojik gelişmelerle birlikte artan imkanlar sanatçıların kendi albümlerini üretmelerine -çoğu müzisyenin minimal tarzda üretimler yapabileceği ev stüdyosunun olması gibi- ve dolayısıyla besteci ve de ses mühendisi/teknisyeni gibi aktörlerin istihdam açısından olumsuz etkilenmelerine yol açtığı kaydedilmiştir. Fakat üretim, dağıtım ve tüketimde yaşanan bu değişim; müzisyenlerin üretimde daha özgür ürünler ortaya çıkarmasına ve tüketimde ise dinleyicilerin daha özgür seçimler yapabilmesine olanak sağlamıştır.

Geleneksel müzik endüstrisinin yeni medya teknolojileriyle birleşerek oluşturduğu dijital müzik endüstrisi/streaming müzik endüstrisi, “özellikle dijital teknolojilerin ulusaşırı üretim ve paylaşımları mümkün kılması, müzikteki bazı özgül yapıların birleşerek yeni melez yapıları oluşturması, farklı kültürlerden insanların mesafe katetmeksizin/dijital ortamda buluşup bir araya gelerek müzik üretebilmelerine olanak sağlamıştır.”<sup>123</sup> Müzikteki özgül yapıların birleşerek yeni melez yapılar oluşturmasına örnek olarak Türkiye’de özellikle 2010 ve sonrası yükselişe geçen alternatif müzik akımı örnek verilebilir. Türkiye’de alternatif müzik akımının yükselişine öncülük eden gelişme ise streaming müzik platformlarının -özellikle Spotify

---

<sup>123</sup> Uğur Baloğlu, a.g.m., s. 58.

platformunun alternatif müzik akımı için oluşturduğu listeler ve ‘Spotify For Artists’ adıyla oluşturduğu alt platform- yeni müzik keşifleri sunan özelliği ile dinleyicilere çeşitli alternatif müzik yolları sunmasıdır. Buna ek olarak platformların milyonlarca şarkıdan oluşan müzik arşivleri, kullanıcıların/dinleyicilerin gerek güncel müziklere gerekse kayıt endüstrisinin olduğu ilk yıllara ait müziklere kadar indirgenen geniş bir müzik repertuarına erişim sağlamasına olanak tanımaktadır. “Bu zenginliğe erişim müzikle ilgilenen herkesin müzik birikimine ve bilgisine katkı sağladığı gibi müzisyenlere ilham kaynağı da olmuş ve yeni müzik türlerinin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır.”<sup>124</sup>

Dijital müzik endüstrisiyle yaşanan en radikal değişim ise müzik ürünlerinin dağıtım sürecinde ortaya çıkan yenilikler olmuştur. Dijital müzik endüstrisi öncesi birden çok dağıtım kanalı ile piyasaya sürülen müzik ürünü, dijital müzik endüstrisi sonrasında internet tabanlı dijital dağıtım kanalları aracılığıyla direkt tüketiciye sunulmaya başlamıştır.

Müzik ürününün dijital dağıtım kanalları aracılığı ile yayınlanmasının en büyük avantajı müzik üreticisinin doğrudan ve daha hızlı bir biçimde müzik tüketicisine ulaşmasına fırsat tanınmasıdır. Geleneksel yöntemlerle yapılan müzik dağıtımında ürünün kaset, plak, cd gibi farklı formatlara kopyalanması sırasında geçen zaman ve bu kopyalama maliyetinin getirdiği yük dijital dağıtımda yok olmaktadır. Azalan maliyetler ürünün fiyatına da yansımakta ve tüketici dijital olarak satın almak istediği ürünü fiziki fiyatından %50 ile %70 oranında daha düşük fiyatla satın almaktadır.<sup>125</sup>

Bu şekilde üreticiden tüketiciye direkt olarak aktarılan müzik ürünleri beraberinde müzik tüketim alışkanlıklarında da köklü bir değişim yaşanmasına zemin hazırlamıştır. Dijital alanın devreye girmesiyle birlikte fiziki albüm satışları düşerken abonelik sistemine dayalı ödemeli dinleme satışları artmıştır. IFPI’nin oluşturduğu ‘2019 Küresel Müzik Raporu’nda göre; 2018 yılı itibarıyla %21,1’lik bir büyüme oranı göstererek 10 milyar \$’ın üzerinde bir gelir sağlayan dijital müzik piyasası, toplam kayıtlı müzik gelirinin %58,9’unu elinde tutmaktadır. Dinleme sektörünün büyümeyi güçlü bir şekilde artırdığı ve indirme sektörünün önceki yıla göre %21,2 oranında düşüş yaşadığı gözlemlenmektedir. Özellikle ücretli sesli dinleme %32,9 oranında büyüme

---

<sup>124</sup> Can Karadoğan, Laçın Şahin, “Müzik Dinlemekten Aynı Zevki Alıyor Muyuz? Dinleyici ve Medya İlişkisi”, *VIII. Uluslararası Hisarlı Ahmet Sempozyumu*, ed. Çağhan Adar, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, 2017, s. 130.

<sup>125</sup> Mihalis Kuyucu, a.g.m., s. 1387.

göstermiştir ve tüm piyasaların neredeyse tamamı bu alanda büyüme yaşadığını bildirmektedir. Fiziki format geliri ise 2018 yılında önceki yıla göre %10,1 oranında düşüş yaşayarak toplam piyasadaki gelirin %24,7'sini oluşturmaktadır. Nitekim her yıl fiziki format gelirinde yaşanan belli orandaki düşüşe rağmen belirli piyasalarda genel gidişatın tersi yönünde bir eğilimle fiziki format gelirlerinde büyüme yaşandığı da görülmektedir. Bu piyasalar içerisinde Hindistan %21,2, Japonya %2,3 ve Güney Kore %28,8 oranında büyüme kaydetmiştir. Bazı ülkelerde ise fiziki gelirler piyasanın önemli bir yüzdesini oluşturmaya devam etmektedir. (Japonya %71, Polonya %47 ve Almanya %35 oranında) Vinil plak gelirleri de yükseliş göstererek %6 oranında büyüme göstererek toplam piyasada sahip olduğu %3,6 pay ile artarda on üçüncü yıldır büyümesini sürdürmektedir.<sup>126</sup> Bu veriler doğrultusunda streaming müzik platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte fiziki ve dijital format olarak ayrıştırılan müzik gelir dengelerinin dijital müzik endüstrisi yönünde genişlediği söylenebilir. Bu platformların kullanıcı sayılarına ilişkin veriler Tablo 9'da gösterilmektedir.

<b>Platformun Adı</b>	<b>Menşei</b>	<b>Kuruluş Tarihi</b>	<b>Kullanıcı Sayısı</b>
Youtube	Amerika	2005	1,5 Mr +
Youtube Premium	Amerika	2018	20 Mn +
Spotify	İsveç	2006	130 Mn +
Fizy	Türkiye	2008	14 Mn +
Apple Music	Amerika	2015	70 Mn +
Tidal Hi-Fi Music	Amerika	2014	4 Mn +
Deezer	Fransa	2006	14 Mn +
Soundcloud	Almanya	2007	76 Mn +

<sup>126</sup> International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), a.g.m., s. 15.

Pandora Music	Amerika	2000	70 Mn +
Amazon Music	Amerika	2007	30 Mn +

**Tablo 9:** Streaming Müzik Platformları Verileri<sup>127</sup>

Son olarak teknolojik gelişmeler ve internetin yaygınlaşmasıyla müziğin dijital ortama taşınması ve de müziğin kolay kopyalanabilir ve dağıtılabilir forma dönüşmesi kötü amaçlı kullanımla birlikte günümüzde eser sahiplerinin en büyük sorunu olan internet korsanlığını doğurmuştur. İnternet korsanlığının çok öncesinde söz konusu korsan yayıncılığın çeşitlerini Tekin şu şekilde açıklamaktadır:

Bu çerçevede eserlerin izinsiz olarak işlendiği, çoğaltıldığı ve yayıldığı ortam veya nesneye göre sınıflandırma yaptığımızda; fiziki, temsili alan ve yayın ile İnternet olmak üzere üç çeşit korsanlık karşımıza çıkmaktadır. Birincisi; bir eserin sahibinden izinsiz çoğaltılması veya ticari dolaşıma sunulacak eserlere yapıştırılması gereken bandrolün yapıştırılmaması ile yaşanan korsanlık “fiziki korsanlık” olarak ifade edilmektedir. (...) İkincisi; gerekli izinler alınmadan bir müzik eserinin umuma açık alanlarda çalınması ve radyo veya benzeri kablolu/kablosuz araçlarla yayınlanması, bir sinema eserinin umuma açık alanlarda, televizyonlarda veya kablolu/kablosuz araçlarla yayınlanması da “temsili alan ve yayın korsanlığı” olarak ifade edilmektedir. (...) Üçüncüsü; internet korsanlığıdır. Telif hakları teknolojik ilerlemelere bağlı olarak gelişim göstermiştir. Tarihsel sürece bakıldığında, matbaanın keşfi, eser sahiplerinin haklarının korunması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Günümüzde de telif haklarına yönelik en büyük sorununun İnternet ortamında kolaylıkla dağıtılabilen, çoğaltılabilen ve kopyalanabilen dijital formattaki eserlerin korunması olduğu görülmektedir.<sup>128</sup>

Böylelikle müzik satışı yerini dijital müzik satışına bırakırken; korsancılık anlayışı da fiziki korsanlıktan internet korsanlığına geçerek kendini yeniden revize etmiştir. Bu noktada streaming müzik platformlarının oluşumu içerdiği telif hakları yasaları çerçevesinde internet korsanlığının büyük oranda önüne geçilerek telifin üreticiye ve yapımcıya geçmesini sağlamıştır. Böylece müzik üretiminde olduğu kadar müzik tüketiminde de dolaylı olarak etki yaratan streaming müzik platformları,

<sup>127</sup> Tablo’da yer alan kullanıcı sayılarına dair veriler, 2019 yılının son çeyreğinde açıklanan istatistiksel verilere göre belirlenmiştir. Tablo’da yer alan bu veriler resmi veriler değildir; tarama çalışması olarak yapılmış bir araştırma sonucunda elde edilmiş verilerdir. Çeşitli haber, teknoloji ve blog sayfaları gibi kaynaklardan edinilen bilgilerden oluşturulmuştur. Kullanıcı sayılarına dair açıklanan istatistiksel veriler ise platformların yalnızca “ücretli” aylık abonelik sistemine kayıtlı kullanıcı sayısı verilerinden oluşmuştur.

<sup>128</sup> Gökmen Tekin, *Türkiye’de Fikri Mülkiyet Kültürünün Yerleşmesine Yönelik Korsan Yayıncılığın Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006, s. 17-19.

ülkelerin ulusal ve uluslararası telif hakları yasalarını yeniden düzenlemeleri gerektiği bilincine ulaşma fikrini doğurmuştur. IFPI'nin oluşturduğu '2019 Küresel Müzik Raporu'nda beş anahtar unsur olarak sunulan telif hakları düzenlemesi şu adımları içermektedir:

Küresel kayıtlı müzik endüstrisi, gelirlerin geniş çaplı dijital telif hakkı ihlalleri karşısında %40'ı aşan bir düşüş yaşadığı 15 yıllık dönemde bile sanatçılara, kaynaklara ve altyapıya yaptığı yatırımları sürdürdü. Dijital müzik hizmetlerinin geniş kapsamlı lisanslaması ve yenilikler sayesinde dünya genelindeki müzik piyasaları şimdi gelişip büyürken müzik de hayran kitlelerine yepyeni ve çok çeşitli yollardan ulaşıyor. Büyümenin getirisinin sürdürülebilir olmasını ve yükselen müzik piyasalarının tam potansiyellerine ulaşmasını sağlamak için doğru kamu politikası ve yasal çerçeve mevcut olmalıdır. Tam anlamıyla uygulandığında dinamik ve çok yönlü müzik piyasalarının gelişmesine yardımcı olacak beş anahtar unsur vardır.

### **1. Müziğe hak ettiği değer verilmelidir**

Kamu Politikaları, kültür ve ekonomi gibi müziğin de bir değer olduğunu ve yaratıcıların önemli bir rol oynadığını kabul etmelidir. Müzik, taşıdığı kültürel önemin yanı sıra bizi birleştirir ve bize ilham verirken istihdam yaratır, ekonomik büyüme sağlar ve dijital yenilikler getirir. İster uluslararası ticari anlaşmalarda olsun ister telif hakkı işlemlerinde vb. politikalar bu temel prensipleri yansıtmalıdır.

### **2. Telif hakkı çerçeveleri net olmalı ve yasal kesinlik getirmelidir**

Müziğin nasıl kullanılabileceğinin herkes tarafından anlaşılabilmesi için hem dengeli hem de net bir yasal çerçeve gereklidir. Söz konusu çerçeve, hak sahiplerine münhasır haklar yoluyla yeterli seviyede koruma sağlarken uygun durumlarda söz konusu haklarda açıkça tanımlanan ve hedeflenen istisnalar sunmalıdır. (...)

### **3. Hak sahipleri, müziklerini kimin ve nasıl kullanacağını belirleme konusunda özgür olmalıdır**

Kayıtlı müzikte hak sahipleri, taraflar arasında özgürce görüşülen şartlar üzerinde haklarını lisanslarken özgür olmalıdır. Haklarda veya sözleşmelerde adil olmayan kısıtlamalar, piyasaların gelişimini engeller ve kayıtlı müziğin hak ettiği değeri bulmamasına neden olur. Politika üreticiler, tüm hak sahiplerinin eserleri ya da kayıtları üzerindeki münhasır haklarını garanti ederek ve haklarının kim tarafından nasıl kullanıldığını belirleme konusunda özgür olmalarını sağlayarak müziği desteklemelidir.

### **4. Müziğin lisanslama koşulları adil olmalıdır**

İster fiziki ister dijital olsun müziğin lisanslanma koşulları adil olmalıdır. (...) Kurallar, çalışma şekillerinden bağımsız olarak çevrim içi müzik dağıtımında yer alan tüm hizmetlerin hak sahipleriyle adil koşullarda lisans görüşmesi yapmasını sağlamalıdır.



## 5. Müziğin yasa dışı erişime açılmasını önlemek için uygun araçlar kullanıma sunulmalıdır

(...) Müzik, büyük ölçekli telif hakkı ihlali yoluyla sanatçıların eserlerini suistimal etmeye ve kazanç elde etmeye çalışan yasa dışı hizmetlerle mücadelede adil ve etkili yollara sahip olmalıdır. (...) Hizmetleri telif hakkı ihlalinde kullanılan tüm araçlar (hosting ve erişim sağlayıcılar, arama motorları, ödeme sağlayıcılar ve reklamcılardan alan adı yazmanlarına), ekonomik aktörler olarak yoğun ve özenli bir çalışma sergilemeli, adil ve güvenli bir dijital ortam yaratılmasına katkıda bulunmalıdır.<sup>129</sup>

IFPI'nin sunduğu bu telif hakları düzenlemesi önermeleri ile müzik gelirlerinin hak sahiplerine adil şekilde dağılımını sağlarken, hem müzik üretimin müzisyen bazında sürdürülebilirliğini sağlayacağı hem de streaming müzik platformlarının kullanımını arttırarak dijital müzik endüstrisinde gelir artışı sağlayacağı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda ülkelerin telif yasalarında var olan boşlukların doldurulması, korsanla mücadelenin ülkenin kültürel ve sosyolojik yapısına etki eden önemli bir suç olarak görülmesi ve etkin birimler dahilinde ivedilikle müdahale edilmesi, online sistemler üzerinde çeşitli yazılım ve kodlarla hak ihlallerinin önleyici politikalar izlenmesi gereklidir.

---

<sup>129</sup> International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), a.g.m., s. 36-37.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ALTERNATİF MÜZİK VE TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN POPÜLERLEŞEN İCRA ALANLARI

Çalışmanın bu bölümünde alternatif müziğin ortaya çıkışı, gelişim süreci ve popüler temsilcileri irdelenmeye çalışılmıştır. Bir önceki bölümde detaylandırılan streaming müzik platformlarının yeni müzik keşifleri özelliği ile alternatif yönelimlere olanak sağlaması, Türk alternatif müziğin kendi dinler kitlesini oluşturmaya zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda Türk alternatif müziğin gelişim süreci ve performans özellikleri incelenen bu bölümde aynı zamanda Türk alternatif müziğin popülerleşen icra alanları üzerinden Sofar Sounds İstanbul etkinliği analiz edilmiş ve platformun mekân-müzik ilişkisi ve gelenek icadı bağlamında değerlendirmesi yapılmıştır.

#### 1. ALTERNATİF MÜZİK (BAĞIMSIZ MÜZİK)

Alternatif müziğin tanımını yapmadan önce alternatif müzik/bağımsız müzik ile aynı temelde gelişim gösteren “indie müzik” türünü açıklamak alternatif müziğin gelişim sürecine katkı sağlayacaktır. Bu anlamda “Indie” kavramı kelime kökeni itibarıyla bağımsız anlamına gelen İngilizcedeki *Independent* kelimesinin kısaltmasından türetilerek oluşturulmuştur. Indie kavramı, kendisini *-mainstream-* ana akım müzik medyasından bağımsız olarak lanse eden, büyük yapımcı şirketlerin ve parasal desteklerin yardımı olmaksızın müzik üreten sanatçı ve sanatçı gruplarını kapsamaktadır. Bu anlayışın temelinde ise “Do It Yourself” diğer bir deyişle “Kendin Yap” mottosu yer almaktadır. Çerezcioğlu ise konuyu şu şekilde açıklar;

Indie (bağımsız) müzik, grupların ya da müzisyenlerin, kendi kayıtlarını kendilerini yaptığı, müzik üretimi ve dağıtımına ilişkin organizasyonları kendi başlarına hallettikleri, birbirleriyle yardımlaşarak ortak çalışmalar yaptıkları (ya da içlerinden bir kişinin çalışmasını destekledikleri) ve hazırladıkları kayıtlı ürünlerin görsel tasarımlarını da kendi imkânlarıyla “kotardıkları” müziksel pratikler olarak tanımlanır. (...) Punk akımının “kendin yap!” (do it yourself!) söyleminden ve uygulamalarından temellenen Indie pratiği ve “Indie estetiği”,

yerel popüler müzik sceneleri başta olmak üzere pek çok scenede geçerli bir uygulama halini alır.<sup>130</sup>

Ana akım müzik medyasının kurguladığı tek tipleşmeye karşı alternatif bir tutum sergileyen bu müzik türü, farklı müzikal yapıları ve farklı performans mekânları tercihleriyle diğer müzik türlerinden farklı bir kategoride ele alınmaktadır. Dönemin popüler müzik türlerinden farklı müzikal yapıları barındırması sebebiyle de ‘alternatif’ söylemini içeren bu müzik türü günümüzde yaygın bir şekilde alternatif müzik olarak adlandırılmaya başlamıştır.

### 1.1. Alternatif Müziğin Ortaya Çıkışı

Alternatif müzik; -diğer adlandırmalarla indie müzik, indie rock, indie pop, alternatif rock veya bağımsız rock- 1970’lerde underground ve bağımsız müzik kültürlerinden doğarak ortaya çıkan ve 1990’larda ise geniş bir popüleriteye ulaşan rock müzik alt türü olarak nitelendirilmektedir. Çeşitli adlarla anılan bu türün ortaya çıkmasında ise ‘Punk’ akımının büyük etkisi bulunmaktadır. Çünkü Punk kültürünün hâkim olduğu anlayışta -toplumun diğer tüm yönlerinde olduğu gibi- müzikal yapıdaki kalıplaşmış ya da gelenekselleşmiş toplumsal beğeni algılarını yıkmak üzerine kurulu ideolojik bir söylem desteklemektedir. Bugün alternatif müzik akımı da aynı ideolojik söylemi destekler nitelikte toplumun büyük bir kesimi tarafından tüketilen kalıplaşmış -tekdüze- müziklerden farklı özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Alternatif müzik/bağımsız müzik türünün ya da diğer bir adlandırmayla Indie müziklerin ortaya çıkışı ile ilgili Çerezcioglu şu ifadelerle yer vermiştir:

Bağımsız ya da Indie terimlerinin kullanıma geçmesinde ve bugün, genelde “Bağımsız Müzik” ya da “Indie Müzik”, özelden ise “Indie Rock”, “Indie Pop” vb. adlarla anılan üslupların ortaya çıkmasında, Punk akımının rolü büyüktür. Daha doğru bir söylemle gerek bağımsız müzik şirketleri gerekse “Indie” müzikler varlıklarını, 1970’lerin Punk müzisyenlerinin ve Punk izler kitlesinin, kapitalizm ve tekel karşıtı görüşleri ve eylemlerine borçludurlar. Bugün indie müzik altında görülen türlere de bu ideolojik söylem ve uygulamaların bir sonucu olarak bakılabilir. Punk ya da Punk Rock adlarıyla bilinen akım, 1970’lerin ortalarında ekonomik kriz ve işsizliğin hâkim olduğu İngiltere’de ortaya çıkar.<sup>131</sup>

Bu türdeki ‘alternatif’ nitelendirmesi, türün ana akım popüler müzikler ile arasındaki farklardan ortaya çıkmaktadır ve alternatif müzik türünde ifade edilen bu

<sup>130</sup> Aykut Çerezcioglu, “Indie Müzikte Tanım ve Sınıflandırma Problemi”, *İstanbul, Folklor ve Edebiyat Dergisi*, ed. Metin Karadağ, C. 20, S. 78 (2014), s. 91.

<sup>131</sup> Çerezcioglu, a.g.m., s. 92.

‘alternatif duruş’, müzik endüstrisi içerisindeki ana akım müzik medyasına bir tepki niteliğinde olup, dönemin müziğinden farklı müzikal yapıları (örneğin distorsiyon<sup>132</sup>lu gitar kullanımı), farklı şarkı sözlerini (örneğin transgresif/transgresyon<sup>133</sup> şarkı sözlerinin kullanımı) ve dönemin müzik anlayışına hizmet eden müzik mekânlarından farklı icra alanlarını içermektedir.

Bu gruplar ve müzisyenler sadece endüstriyel üretim ve dağıtım ilişkilerine karşı çıkmakla kalmazlar. Kimi zaman endüstrinin yarattığı ana akım (mainstream) türlerin uzlaşımsal tınılarını (sound) reddedip bunlara tepki gösterirken kimi zaman da bu ana akımların müziksel unsurlarını, kendilerine ait olduğunu iddia ettikleri müziksel özelliklerle birleştirerek ‘özgül’ üsluplar yaratarak “Indie Müzik” adı verilen bir müzik pratiğini sürdürürler.<sup>134</sup>

Alternatif müziğin köken ve müzik tarzı açısından farklı tarzları ve farklı müzik gruplarını aynı çatı altında toplaması alternatif müziğin tanımlanmasını ve sınıflandırılmasını zorlaştırırken, farklı müzik türlerine ait ezgileri içerisinde barındırmasıyla da dinlendiğinde kategorize edilemeyen bir müzik tarzı olarak nitelendirilmesine yol açmaktadır. Dünya’da ve özellikle Türkiye’de rock alt türü olmaktan ziyade caz, pop veya Geleneksel Türk Müziği gibi farklı türlere ait müzikal yapıları da içerisinde barındırdığı görülmektedir. Benzer şekilde alternatif müziğin aynı kökünden beslenen alternatif rock türünün özelliklerine bakıldığında da aynı “çok kimlikli” yapısal özelliklere sahip olduğu görülmektedir:

---

<sup>132</sup> **Distorsiyon:** Kelime anlamı bozulma olan distorsiyon; girişte uygulanan ses sinyalinin çıkışta farklılık göstererek kare dalga ve satürasyon oluşturması olarak tanımlanmaktadır. Genellikle istenmeyen bir durum olan distorsiyon, müzik alanında istemli olarak oluşturulabilmekte ve kullanılabilir. Distorsiyonun genlik, harmonik, inter-modülasyon ve frekans distorsiyon olmak üzere dört çeşidi bulunmaktadır.

Emine Elmas, Nihal Fatma Güler, “Radyo ve TV Yayıncılığının Ses Boyutu ve Stüdyo Akustiğinin Düzenlenmesi”, *Düzce, İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, C. II, S. 2 (2013), 53.

<sup>133</sup> **Transgresif ya da Transgresyon:** Kavram olarak transgresyon en temel tanımı ile bir sınırı ya da limiti geçmeyi (crossing over) ifade etmektedir. Burada bahsedilen sınır ya da limit herhangi bir erk, yetke ya da güç tarafından soyut ya da somut bir şekilde koyulmuş, oluşturulmuş ya da düzenlenmiştir. Aynı zamanda bu soyut ya da somut sınır/limit içinde hayat bulduğu toplum, cemaat ya da kültürel yapı tarafından kabul edilmiş olmalı ya da kabul edilmesi sağlanmış olmalıdır. Limiti ya da sınırı geçmek, soyut olabildiği gibi somut olarak da gerçekleşebilmektedir. Diğer bir ifade ile sınırı geçen ya da zorlayan şey somut bir varlık olabileceği gibi soyut bir durum, düşünce, eylem, tavır ya da davranışlar bütünü olabilir. Ancak transgresyon kavramı, sadece sınırın kendisinin ihlali olmaktan öte, sınırı koyanın aşılması ya da aşılmaya çalışılması olarak da okunabilir; çünkü sınırı çizen, koyan ya da kabul ettiren hâkim güç ya da hâkim kişi, iktidarı sorgulanan ya da gücü elinden alınmaya çalışılan olacaktır. Böylece transgresyon halinde olmak ya da transgresif olmak iktidarla, güçle ve düzenle sorunlu ya da muhalif halde olmak, onu aşmak anlamına gelecektir.

İlknur Gürses, Dilek Takımcı, “Transgresyon ve Fotoğrafta Aşırılığın Estetiği: Witkin ve Serrano”, *Ankara, Doğu Batı Düşünce Dergisi*, C.16, S. 65 (2013), s. 191-192.

<sup>134</sup> Çerezcioglu, a.g.m., s. 92.

Alternatif rock, köken ve müzik tarzı olarak birbirinden farklı olan grupları aynı yelpazede toplamaktadır. 1980'lerin sonunda fanzinler, kolej radyoları ve diğer çeşitli yollarla dinleyiciler arasında yayılan alternatif rock, gotik rock, jangle pop, noise pop, indie rock, indie pop, grunge, madchester, endüstriyel rock ve shoegazing gibi birçok türün belli bir dinleyici kitlesine kavuşmasını sağlamıştır.<sup>135</sup>

Alternatif müzik temsilcileri, müzik endüstrisi ve ana akım müzik medyasına tepkisel bir duruş sergileseler de 1990'lara gelindiğinde -örneğin- 'Nirvana' adlı müzik grubunun "*Nevermind*" albümü ile grunge müzik türü ve brit pop müzik akımı popülerlik kazanmıştır ve alternatif müzik de giderek ana akım müziğe geçiş yapmaya başlamıştır. Fakat Nirvana grubunun 90'lardaki yükselişinin çok öncesinde alternatif müzik çağını başlatan ve dönemin Oscar ödüllü *Fight Club* filminin soundtrack listesinde -bile- yer alan *Pixies*<sup>136</sup> grubu, ana akım müzik medyasının dikkatini çekerek alternatif müziğin popülerleşmesinde önemli bir basamak oluşturmuştur.

Pixies, 1990'lı yılların akli karışık çocuklarının marşı haline gelen 'Where is My Mind?' adlı şarkısıyla, bu halitüm nüktedanlığıyla ortaya koyarak akıllarda yer etti. Oysa grubun müzik tarihindeki önemi bu şarkının çok ötesinde; Pixies, 80'lerin sonu, 90'ların başında yaptığı, tadı damağımızda kalan dört albümle alternatif rock ve indie rock akımlarına öncü ve köken, grunge'a ise ilham olmuştur.<sup>137</sup> (Alternatif müzik tarihi ile ilgili gelişim haritası için bkz.: Ek-1)

1990'ların sonuna gelindiğinde artık grunge müzik ve brit pop müzik akımı gibi alternatif müzik akımlarının popüleritesi azalmaya başlamış ve beraberinde alternatif müzik de düşüşe geçmiştir. Buna karşın 2000'li yıllar ve sonrasında ticari başarısını koruyarak büyük başarılar imza atan *Radiohead* ve *Coldplay* gibi brit pop sonrası gruplardan da söz edilebilir. Son olarak 2000'li yıllar ve sonrasında müzik anlayışına uyum sağlayarak büyük ölçüde *post-punk* ve *new wave* tarzlarından etkilenmiş *The*

---

<sup>135</sup> Alan di Perna, "Brave Noise-The History of Alternative Rock Guitar", *Guitar World Magazine Journal*, (1995), s. 23.

<sup>136</sup> **Pixies Müzik Grubu:** The Pixies, 1986 yılında Amerika'nın Boston eyaletinde *Black Francis* (vokalist-gitarist) ve *Joey Santiago* (gitarist) tarafından kurulmuştur. İkisinin bir başçı ve bir davulcu arayışına girerek gazeteye verdikleri ilan üzerine *Kim Deal* ve *David Lovering* gruba katılmış ve çekirdek dördülmüştür. Nirvana adlı müzik grubunun 90'lı yıllarda yarattığı etkinin tabanını hazırlayan Pixies, rock kökenli indie rock ve alternatif akımlarını müzik piyasasında dikkat çekecek seviyeye getiren ve birçok grubun da önünü açan grup olarak nitelendirilmektedir. Surf-rock, punk-rock, guitar pop ve bazen de klasik rock kalıpları içeren vokal tarzları ve içerisinde seks, din ve insanların karanlık iç yönleri gibi konuları işleyen şarkı sözleri ile oluşturdukları alternatif tarz ile alternatif müziğin öncüleri arasında sayılmaktadır.

<sup>137</sup> Yaprak Melike Uyar, "Alternatif Müzik Çağını Başlatan Grup", *AGOS Kültür Sanat E-Gazete*, 20 Haziran 2014, <http://www.agos.com.tr>, s. 1. (27.08.2019).

*Srokes, Arctic Monkeys, Interpol* ve *The Killers* gibi “*Post-Punk Revival*” olarak isimlendirilen alternatif müzik grupları da hala daha etkin varlığını sürdürmektedir. Nitekim alternatif müziğin popülerleşmesinde şarkıcı ve şarkıcı grupları kadar düşük bütçeli plak şirketlerinin de büyük payı bulunmaktadır. 1993 yılında Londra’da kurulan *Domino Recording Company* şirketi -Domino Records ya da kısaca “Domino” isimli plak şirketi- kurulduğu yıllarda bağımsız bir plak şirketi olarak nitelendirilmişse de kurulduğu yıldan günümüze *Arctic Monkeys, Franz Ferdinand, The Kills* ve benzeri birçok sanatçıyla çalışmış olan bu şirket, bugün seçkin plak şirketlerinden biri haline gelmiştir.

## 1.2. Alternatif Müziğin Türkiye’deki Yükselişi: “Üçüncü Yeniler”

Dünyada yaşanan alternatif müzik serüveni, Türkiye’de kendisini 2000’li yılların başından beri göstermeye başlasa da esas itibariyle alternatif müziğin/bağımsız müziğin Türkiye’de ilk filizlenmeye başladığı dönem; 1960’ların sonlarıdır. Türkiye’de protest müziğin gelişiminde öncü rol oynayan ve günümüz alternatif müzik anlayışı gibi döneme hâkim olan -o dönem itibariyle aranjman müzik türü hakimdi- müzik türüne/tarzına karşı bir duruş niteliğinde ortaya çıkan Anadolu Pop akımı, -günümüzde olduğu gibi- ana akım müzik medyasından bağımsız hareketiyle kendine has yaratımlarla popüler hale gelmiştir. Nitekim bu karşı duruş, müzikal yapıda olduğu kadar sözel yapıda ve performans mekanlarında kendini gösteren bir tutum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Farklı giyim kuşamlarıyla da protest bir tavır gösteren Anadolu Pop eyleycilerinin bir taraftan süregelen aranjman müzik geleneğiyle restleşerek alt üst etme stratejileri göstermeleri, bir taraftan da Anadolu’da içkinleşmiş protest müzik olarak karşımıza çıkan aşıklık geleneğinden beslenmeleri Anadolu Pop akımını Türkiye’de daha önce örneği görülmemiş farklı bir protest tavra yaklaştırır. Bu özelliklere ilaveten, Anadolu Pop; müzik formu açısından ikilikleri yıkan bir alt yapı üzerinden geliştiği için Doğu/Batı müziği ayrımları ortadan kalkmıştır. Kullanılan enstrümanların ve müzikal formların Anadolu coğrafyasıyla sınırlı kalmayıp Batı müziğine de yaslanması Anadolu Pop akımını yine protest müzik kategorisine dahil etmemize olanak sağlar. Son olarak, Anadolu Pop eyleycileri, özellikle Anadolu Pop’un ilk gelişim yıllarında ana akım müziğin dışında kalarak kendi ekollerini yaratmayı başarmışlar; metalaşmaya karşı sanatı ön plana çıkararak Türkiye müzik tarihinde ayrıksı bir konum almışlardır.<sup>138</sup>

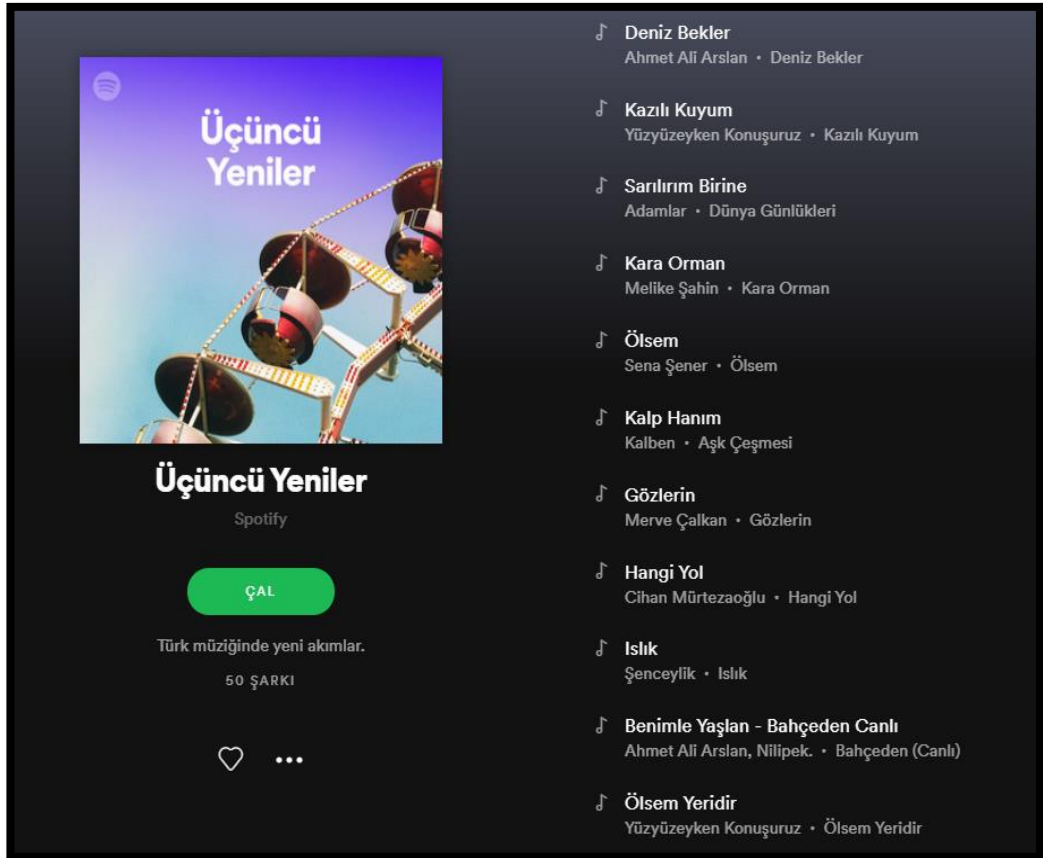
<sup>138</sup> Ozan Eren, “Türkiye’de 1960’larda Müzik Alanı ve Protest Müziğin İlk Nüveleri: Anadolu Pop Akımı”, *İstanbul, Sosyoloji Dergisi*, C.38, S. 1 (2018), 136.

Günümüz alternatif müzik/bağımsız müzik türü ise Anadolu Rock/Anadolu Pop müzik akımlarının bir uzantısı olarak asıl -ve yeniden- yükselişini 2010 sonrasında yaşanan müzikal algıdaki değişimle başlatmıştır. Bu değişime neden olan göstergeler ise; dönemin hâkim müzik anlayışı olan pop müziğin içerdiği konulara alternatif olarak ‘toplumsal sorunların ve insanların kendi iç dünyalarının’ şarkı sözlerinde daha sık konu edinmeye başlaması, dinleyicilerin müzik endüstrisinin sunduğu müziklerdeki tekdüzeliğe karşı alternatif bir arayış içine girmesi ve buna bağlı olarak streaming müzik platformlarının ‘yeni müzik keşifleri’ (*discovery music*) özelliğini geliştirmeleri olmuştur. Gelenen noktada sınırsız kitle iletişim ağına sahip olan internet, her alanda olduğu gibi müzikte de tüketim çılgınlığının hat safhaya ulaşmasına ve alternatif arayışlarının hızlanmasına neden olmuştur. Pirsultan, alternatif müzik türünün ortaya çıkışı ve popülerleşme sürecini şu ifadelerle açıklamaktadır:

Dünyada ve Türkiye’de “alternatif müzik” kavramı grunge kasırgası sonraki dönemlerde ilk etapta “ana akıma alternatif duruş” temsili algısı yaratan “düşük bütçeli” gruplara karşılık geliyordu. Doksanlar, iki binler, iki bin onlar derken artık ana akımın ta kendisine dönüşen bir kavramdan bahsedebiliriz. Türkiye’de de artık doksanlardan iki binlere ve sonraki süreçte bugüne taşınan “eski yeni” gruplar; Kesmeşeker, Bulutsuzluk Özlemi, Pentagram gibi “Babalara” hala aktif müzik hayatlarını sürdürmekte. Ancak konu “popülarite” ise artık başka grupları da konuşma vaktinin geldiğini söyleyebiliriz; tabii ki babalara saygıda hürmeti asla boşlamayarak... (...) Özellikle de kendilerine “Üçüncü Yeniler” adını veren müzikal janr temsilcileri ile mevzuyu derinleştireceğiz. Kimine göre bu yeni alternatif müzikler, “Klasik Rock”ın alternatifi... Kimi müzik yazarlarına göre, Üçüncü Yeniler, internetin delirtici kolaylaştırıcılığının da etkisiyle yerlerini “Yeni Nesil Enteresan İsimli Türk Rock ve Alternatif Müzik Grupları”na bıraktılar. İddialı bir önerme ama bunu tartışacağız. Öne sürülen tez şu: Günümüzün müzikal algısında gözle görülen bir değişim var. Bu metamorfoz kendisini şu göstergelerle belli ediyor. Kadın vokallerin 2010 sonrası yükselişi, elektronik altyapılı Türk gruplar, dünya müzik piyasasında ikircikli durum, değişen old-school kavramı, evrensel müzik trendlerinin Türkiye’deki on yıllık gecikmeli yansımaları, “Gezi” sonrası değişen mizah anlayışı ve bunun müziğe yansımaları ve orta sınıfların eğlence anlayışı ve müziğin burada kapladığı yer vb. gibi... Dolayısıyla geçmişle bugün arasında köprü olabilecek eski-yeni tüm grupları, özellikle gençler üzerindeki etkileri bağlamında müzikal janr ayırt etmeksizin tekrar ele almak zorunlu gibi gözükmekte. Artık “geleneksel rock grup ve şarkıcıları” olarak kodlayabileceğimiz ve ana akımdan underground’a geniş bir perspektifte üretimler sunmuş Şebnem Ferah’tan Acil Servis’e; Teoman’dan Mor ve Ötesi’ne “güncel rock, pop ve alternatif müziğin” kitlelerdeki müzikal, felsefi

anlam aratışını sorgulamaktan bahsediyoruz. Ve elbette ki “eskiden” beslenen ve bugüne ulaşan onlarca topluluk ve sanatçıdan da...<sup>139</sup>

2010 ve sonrasında Türk alternatif müziğinin yükselişindeki en önemli atılım/oluşum, streaming müzik platformlarının ve özellikle *Youtube*’un amatör şarkıcı veya grupların kendilerini geniş kitlelere ulaştırabilmesine -hâlihazırda alternatif müzik yapan grup veya şarkıcıların da popülerleşmesine- zemin hazırlayan dinamikleri olmuştur. “Üçüncü Yeniler” adlandırması ise -dünyada yaklaşık 140 milyonu aşan kullanıcıya sahip bir streaming müzik platformu olan- Spotify platformunun, alternatif müzik yapanları “Üçüncü Yeniler” adını verdiği liste adı altında kategorileştirmesiyle ortaya çıkmıştır. Alternatif müzik temsilcilerinin kendilerine has isimleri ve şarkı sözlerindeki ‘absürt’ sayılabilecek betimlemeleri, bir nevi edebiyattaki “İkinci Yeni” şiir akımına alternatif bir akım oluşturması sebebiyle bu adlandırmanın kullanıldığı öngörülmektedir.



**Resim 19:** Spotify Platformu “Üçüncü Yeniler” Adlı Türk Alternatif Müzik Listesi

<sup>139</sup> Sümeyye Pirsultan, “Üçüncü Yeniler, ‘Popçular’ ve Geleneksel Rock Tartışmaları”, *İstanbul, Trip Dergisi*, S. 1 (2018), s. 38-39.



Türkiye’deki alternatif müziğin popülerleşmesinde tüm streaming müzik platformları kadar *Sofar Sounds İstanbul* adlı müzik etkinliğinin/oluşumunun da büyük etkisi vardır. Dünyanın birçok ülkesinde aktif şekilde faaliyet gösteren ve bir ev konseri konseptini içeren *Sofar Sounds* müzik oluşumu, Türkiye’de faaliyete geçtikten sonra özellikle kendi müziğini yapan birçok amatör grubun ya da şarkıcının kendini tanıtabilmesine aracı olmuştur. Nitekim 2014 yılında Sofar’a katılan *Kalben* adlı şarkıcının bugün alternatif müziğin önemli isimleri arasında yer alması buna verilecek en iyi örneklerdendir. Kalben dışında Türkiye’deki alternatif müziğin önemli temsilcileri arasında; *Ceylan Ertem, Gaye Su Akyol, Melek Mosso, Yasemin Mori, Melis Danişmend, Büyük Ev Ablukada, Adamlar, Yüzyüzeyken Konuşuruz, Yok Öyle Kararlı Şeyler, Son Feci Bisiklet, Dolu Kadehi Ters Tut, Öfkeli Kalabalık, Hey Douglas, Ah Kosmos, Kalabalık Bando, Yolda, Bubituzak, Longaz, Ansızın Bi’ İnfilak, İkiye On Kala, Hay Bin Kunduz, No Land, Nova Norda, Lara Di Lara, Nilipek, Alarga, Can Güngör, Can Kazaz, Cihan Mürtezaoğlu, Deniz Tekin, Simge Pınar, Merve Çalkan, Ufuk Beydemir, Selin Sümbültepe, Melike Şahin, Gözde Öney, Melis Güven, Sena Şener, Ahmet Ali Arslan, Şenceylik, Karsu, Kahraman Deniz, İdil Meşe* gibi isimler yer almaktadır. Yine Pirsultan, popüler alternatif müzik temsilcileri ile ilgili şu görüşü paylaşmaktadır:

Bazıları bir hayli popülerleşen bu grup ve şarkıcıların bazılarında da bahsetmek şart; Gaye Su Akyol, Adamlar, Yok Öyle Kararlı Şeyler, Yüzyüzeyken Konuşuruz, Büyük Ev Ablukada, Hey Douglas, Ah Kosmos, Manuş Baba, Ceylan Ertem, Kalben, Jehan Barbur, Yasemin Mori ve her gün geniş kitlelerle siber ağlar sayesinde tanışan isimlerini öğrenmekte zorlanacağımız yeni “alternatif” star adayları... Aleyna Tilki bile jazz, rock ve hatta heavy metal albümü yapabileceğini belirtiyor; artık türler arasındaki farklılık ortadan kalktı mı? Öyle ya da böyle gerek pop ve rock müzikte gerekse de “Üçüncü Yeniler” cephesinde müthiş bir dinamizm söz konusu. (...)<sup>140</sup>

### 1.3. Türk Alternatif Müziğin Performans Özellikleri

Performans kavramı; icra edilen performansın kendisi dışında çevre faktörlerini de performansın içine dahil etmesiyle çok katmanlı ve geniş bir çalışma alanını içermektedir. Türk alternatif müziğin gerek müzikal altyapı farklılığı gerekse sözel metin farklılığı sebebiyle performans teori kapsamında ele alınması gereken bir konu niteliği taşıdığı düşünülmektedir. Bu bağlamda performans, insanın zihinsel olarak

<sup>140</sup> Pirsultan, a.g.m., s. 39.

kurguladığı ve belli bir anlam bütünlüğü içerisinde eyleme dönüştürdüğü her türlü davranıştır ve performansın eşsizliği, sürekli olarak yeniden üretilen bir eylem/davranış olmasında yatmaktadır. Söz konusu “performans”, hiçbir zaman salt bir sanat olarak ele alınmamalı; tarihsel, sosyal ve kültürel süreçleri anlamak için bir ‘araç’ olarak görülmelidir. “Performans, genel olarak bir düşünce, tasarı ya da kuramın hayata/eyleme geçirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda aslen fiziksel bir aktivite olan performansın aynı zamanda zihinsel bir alt yapıya kesinlikle ihtiyaç duyacağı da anlaşılmaktadır”.<sup>141</sup> Edward Said’e göre, “performans, tam anlamıyla malzemenin en temel, indirgenemez, arıtılmış, bu yüzden de güzel olan doğasından, ustalığa karşı potansiyel olarak yıkıcı bir dürtünün doğduğu noktada işlemeye başlar”.<sup>142</sup> Bauman ise performans kavramına dinleyiciyi de dâhil ederek performansı dinleyiciye/izleyiciye karşı bir sorumluluk olarak tanımlamıştır. Ona göre performans, iletişimsel ustalığın bir dinleyici kitlesi önünde teşhir edilmesindeki sorumluluk varsayımına dayanır.<sup>143</sup> Bu noktada özellikle Bauman’ın performans kavramına dinleyiciyi de dâhil etmesi, bu çalışmanın da konusu olan -alternatif müziğin icra alanı olarak popülerleşen yeni bir sahne deneyimi- ‘Sofar Sounds’ organizasyonunun/etkinliğinin ana amaçlarından biri olan müzisyen ile dinleyici arasındaki engelleri yıkarak salt müziğin icra edilebilmesi ve dinlenebilmesi ideolojisine bir çatı niteliğindedir.

Bu tanımlardan hareketle “Performans Teori” ise, performans olayının yapısına bağlı olarak icranın çerçevesini, icracının/anlatıcının anlatma veya icra etme kabiliyetini, performansın akışını, dinleyicilerin özelliklerini ve daha pek çok faktörü inceleyen bir teoridir. Performans teori içerisinde en önemli halkbilimcilerden biri olan *Dundes*, performans yönetiminden söz etmiştir ve metin, sözel doku ve bağlamdan oluşan üçlü bir araştırma modeli önermiştir. Metin; bir folklor ürününün kendisini oluştururken, sözel doku; folklorun sözel formları ve dil ile ilgili özellikleri kapsamakta ve bağlam ise; bir folklor ürününün sosyal durumunu ifade etmektedir.

---

<sup>141</sup> Attila Özdek, “Sanatçı ve Akademisyenlerin Bağlamdaki Performans Algısı”, *Müzikte Performans Uluslararası Müzik Sempozyumu*, ed. Gülay Göğüş, Ersen Varlı, Bursa: Uludağ Üniversitesi, 2016, s. 275.

<sup>142</sup> Edward Said, *Müzikal Nakışlar*, 1.b., İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006, s. 2.

<sup>143</sup> Erdem Özdemir, “Performans Teori, Aşık Fasılları ve Doğaçlama”, *Tokat, Rast Uluslararası Müzikoloji Dergisi*, C.IV, S. 3 (2016), s. 1362.

Performans Teori içerisinde barındırdığı çeşitli yaklaşımlarla performans olgusuna yönelik farklı inceleme modelleri oluşturmuştur. Bu yaklaşımlar çerçevesinde; notaların ve müzik icrasının performansını ele alan “Müzikolojik Yaklaşım”, Etnomüzikolog ve halkbilimcilerin incelediği ve sözlü kültür unsurları üzerinde yoğunlaşan “Sözlü Performans”, performansı daha çok tiyatral boyutta ele alan “Tiyatro”, etnomüzikolojinin de sıklıkla başvurduğu antropolojik bakış açısıyla ele alınan “Kültürel Performans” ve ifade, dışa vurum, eylemler arasındaki paralelliğe dikkat çeken “Performativite Yaklaşımı” gibi yaklaşımlar performans teoriye geniş bir çalışma alanı oluşturmaktadır.

Alternatif müziğin performans özellikleri bağlamında yapılabilecek en önemli çıkarım alternatif müzik temsilcilerinin yetiştikleri ortamın kültürüne bağlı olarak şarkı sözlerinde bu kültürel yapının izlerini yansıtıyor olmalarıdır. Alternatif müzik temsilcilerinin kültürün aktarılabilir olma özelliğini müziğin var olduğu kültür içerisindeki kültürel kodları yansıtma özelliği ile birleştirerek şarkı sözlerinde işlediği görülmektedir. ‘Yüzyüzeyken Konuşuruz’ adlı alternatif müzik grubunun ‘Bakkal Osman Abi’ (Bkz.: Ek-2) adlı şarkısında Türkiye’deki bakkal ve veresiye kültürünün izlerini yansıtan sözleri buna en iyi örneklerdendir ve bu tarz sözlerin Türkiye dışında kültürel bir anlam ifade etmesi beklenmemelidir. Buna bağlı olarak daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere toplumsal sorunların ve insanların kendi iç dünyalarının anlatıldığı şarkı sözlerine de rastlamak mümkündür. ‘Kalben’ adlı şarkıcının ‘Ben Her Zaman Sana Aşıktım’ (Bkz.: Ek-2) adlı şarkısındaki ve/veya ‘Büyük Ev Ablukada’ adlı grubun ‘Benim Kafam Siktirmiş Gitmiş’ (Bkz.: Ek-2) adlı şarkısındaki toplumsal duyarlılığa ve de memleket meselelerine değinen sözleri, ‘Adamlar’ adlı grubun ise ‘Kapısı Kapalı’ (Bkz.: Ek-2) adlı şarkısındaki insanların kendi iç dünyasını yansıtan sözleri bu tarz konuların işlendiği şarkılara örnek olarak gösterilebilir.

(...) Batı Alternatif Müziği’ne göre şarkı sözlerinde daha çok kendi kültürümüzden aldığımız öğeleri kullanıyoruz. Futbol takımları, çay ve rakı kültürü, bakkallar, cenaze evleri ve daha niceleri. Bunun ana sebebi bu grupların ve sanatçıların çoğunun müziği sadece kendi ülkesindeki dinleyiciye sunma amacıyla yazması. Her ne kadar The Away Days ya da Heavy Sky gibi gruplar bu gidişi değiştirmeye dair bir şeyler yapmaya çalışıyorsa da ne yazık ki istedikleri kadar büyük kitlelere ulaşmakta sorun yaşıyorlar. Sözlerdeki yerelliğin yanı sıra müzikte de yereliktен söz edebiliriz. Türk Sanat ve Halk müziğindeki motifleri modern Batı Alternatif Müziği’nin yanına yerleştirerek

bir eser oluşturmak son dönem alternatif grupları arasında sık görülen bir şey.  
144

Alternatiflerin ticari gelirleri incelendiğinde ise fiziksel albüm satışlarından ziyade konserler ve sanal ortamlardan satılan albümlerle gelir sağladıkları görülmektedir. Alternatif müzik sahnelerinin, pop müzik temsilcilerinin konser verdiği sahnelere oranla daha küçük çaplı mekânlar olması ve gelirlerin de buna paralel olarak daha asgari düzeyde seyretmesi alternatif müzik temsilcilerinin müzik endüstrisi içerisindeki pazar payının küçük bir bölümünü kapladığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Müzik endüstrisinin ana akım müzik medyası içerisine dâhil etmediği -ya da dâhil etmek istemediği- alternatif müzik temsilcilerinin büyük çoğunluğunun ‘alternatif müzik sahnelerinde boy gösterdiği görülmektedir. Özellikle İstanbul ve Ankara’da yer alan *Babylon*, *IF Performance*, *Salon İKSV (İstanbul Kültür Sanat Vakfı)*, *Hayal Kahvesi*, *Noxus* ve *Kadıköy Sahne* gibi mekânların ‘alternatif müzik sahnesi’ olarak nitelendirilmesi buna en iyi örnektir. Öte yandan alternatif müzik temsilcilerinin hayata ve müziğe bakış açıları değerlendirildiğinde bu tarz küçük çaplı sahnelerin dinleyici ve şarkıcı arasındaki etkileşimi en üst düzeyde tutması alternatifler için daha kabul edilebilir görünse de aynı zamanda bu durum alternatif müzik temsilcilerinin geniş kitlelere yayılmasını engelleyen bir dezavantaj oluşturmaktadır.

Canlı pop müzik performanslarının ana akım sanatçılar tarafından yapıldığı kulüpler 2000’lerin ikinci yarısında popülerliğini kaybetmeye başladı ve alternatif pop müzik, caz ve rock müziğin seslendirildiği canlı müzik mekânları ortaya çıkmaya başladı. İstanbul’da *Reina* ve *Roxy*, Bodrum’da *Halikarnas* diskoteklerinin yanı sıra, İstanbul, Ankara, Bursa vs.’deki *Hayal Kahvesi*, İstanbul’da *Babylon* ve *Nardis Jazz Bar* gibi mekânlar halkın azınlığı arasında olsa bile 2010’larda hala popülerdir.<sup>145</sup>

Bu noktada kendilerini protest, orta sınıf, entel veya apolitik tanımlayanların müzik beğenilerinin alternatif müzik yönünde değişmesi beraberinde ana akım müzik olarak nitelendirilen pop müziğin giderek popülerliğini yitirmesine ve yerini alternatif müziğe bırakmasına zemin hazırlarken bu yeni müzik akımının müzik endüstrisi tarafından ne kadar destek görüp görmediği bir tartışma konusudur. Nitekim alternatif müzik, pop müziğin 1990’lı yıllardan beri süregelen gelenekselleşmiş ana akım müzik

<sup>144</sup> Altayhan Dilek, “Modern Alternatif Müziğimiz Üzerine Bir İnceleme”, *Wannart Kültür/Sanat/İçerik Fanzini*, 13 Ekim 2017, <https://www.wannart.com>, s. 1. (03.09.2019).

<sup>145</sup> Funda Lena, a.g.m., s. 116.

tarzı olmasından kaynaklı olarak bazı kesimlerce eleştirilere ve dışlamalara maruz kalsa da toplumun bir bölümünden -özellikle genç kesim tarafından- beğeni toplamaktadır. Çünkü alternatif müzik, bir yandan 2010 ve sonrasında gözle görülür bir şekilde yaşanan toplumsal ve siyasal sorunların eleştirel dışavurumunu yansıtırken bir yandan da evrensel değişimlerin getirdiği “yeni” arayışına bir çözüm niteliği taşıması sebebiyle genç kesim tarafından beğeni toplaması gayet kabul edilebilir bir durumdur. Fakat alternatif müzik temsilcilerinin dezavantajlı oldukları durumlardan biri şüphesiz belli bir yaş grubuna bağlı kalmaları ve toplumun her kesimine hitap etmemeleridir. Fakat toplumun her kesimine hitap edecek popülerliğe ulaşması beklenen alternatif müziğin, toplumun her kesiminin beklentilerini karşılaması giderek “poplaşması” ya da alternatif olmaktan ziyade endüstriyel üretim sağlayan bir tür olması sonucunu doğuracaktır.

Popüler kültürün doğuşu, insanlara kitle iletişim araçlarıyla pazarlanan ürünlerin popülerleşmesiyle, yani arzın kendi talebini yaratmasıyla başlıyor. Fakat daha sonra bu, kalıcı bir sistemi doğurarak artık kişilerin tüketim davranışlarına göre üretimler yapmasına sebep oluyor. Bu tartışılır, bazı noktalarda hak da verilebilir fakat genel olarak tatsız bir durum Sanat, her zaman bir gıda ürünü ya da temizlik malzemesi gibi bir algoritmaya sıkıştırılarak üretilmemeli” diyerek sözlerine devam eden Marlen ‘Sonuçta biz de konserler vererek, albüm yaparak ve klip çekerek endüstrinin bir parçası oluyoruz aslında. Fakat bu işe devam etmek ve yaşayabilmek için konser vermek, para kazanmak zorundayız. Evet, bu bir endüstri. Bence bu endüstrinin var olduğunu ve var olacağını kabul ederek onu eleştirmeliyiz.<sup>146</sup>

Bu bağlamda alternatif müziğin popülerleşmesi ile özgünlüğünü yitirip yitirmeyeceği tartışması, popüler olmanın aslında neyi ifade ettiğini anlamakla ya da müziği yapan ve dinleyen kişilerin popülerliği nasıl algıladığıyla doğru orantılıdır. O halde Türkiye’de alternatif müziğin yeni bir akımdan çıkarak ana akıma tam anlamıyla geçiş yapması için müziği icra edenin alternatif müziğin kendine özgü müzikal yapısını ve olağanüstü ya da marjinal sayılabilecek edebi betimlemelerini koruyarak üretim yapmasıyla sağlanabilir.

---

<sup>146</sup> Hüseyin Ulaş Vural, Büşra Saray, “Güney Marlen: Alternatif Müziğin Popülistleşmesine Karşıyım”, *Evrensel E-Gazete*, 13 Eylül 2017, <https://www.evrensel.net>, s. 1. (04.09.2019).

## 2. TÜRK ALTERNATİF MÜZİĞİNİN İCRA ALANI OLARAK POPÜLERLEŞEN YENİ BİR SAHNE DENEYİMİ: SOFAR SOUNDS İSTANBUL

Türkiye’de alternatif müziğin icra alanı olarak popülerleşen Sofar Sounds İstanbul etkinliği, Türkiye’de faaliyete geçtiği yıldan itibaren alternatif müziğin Türkiye’deki temsilcilerine -ana akım müzik medyasının oluşturduğu mevcut müzik mekânlarından farklı olarak- alışılmamış bir sahne deneyimi sunmasıyla alternatif müzik türünün popülerleşmesinde ve alternatif türün kendi dinler kitlesini oluşturmasında önemli bir adım oluşturmuştur. Nitekim Sofar platformunun ortaya çıkışında da alternatif müzikte olduğu gibi ana akım müzik mekânlarına alternatif bir mekân oluşturma ideolojisi yer almaktadır. Bu ideolojinin temelinde ise üç iş adamının müzik dinlemek için gittikleri bir mekânda yaşadıkları olumsuz şartların sonucunda müzikte yeni bir sahne deneyimine ihtiyaç olduğu fikrinin doğması yer almaktadır.

Bu yeni sahne deneyimi yalnızca icrada değil aynı zamanda dinleme alışkanlıklarında da radikal değişiklikler yaşanmasını sağlamıştır. Salt müziğin dinlenebilmesi amacıyla oluşturulan bu platform ile birlikte müzik, müzisyen ve dinleyici arasındaki -dış etmenlerle örülü- engeller ortadan kaldırılmıştır ve müzik aracılığıyla toplumsal bütünleşmenin sağlandığı görülmüştür. Canlı performansların sergilendiği organizasyonda icracı ve dinleyici arasında yaşanan diyaloglardan performans sırasında oluşan teknik aksaklıklar ya da icracı hatalarına kadar tüm süreçle birlikte alışılmış konser geleneğinden farklı bir ortam oluşturulmaktadır ve bu ortam dinleyicilerin içinde buldukları sosyal topluluğun bir parçası olduklarını hissetmelerini daha kolay hale getirmektedir.

Canlı müziğin icracı ve dinleyici arasında güçlü etkileşimler yaratması dışında dinleyicilerin kendi aralarında bir bağ kurabilmesini sağlaması da hatırlanmasında ve tercih edilmesinde önemli bir faktördür. Clarke bu bağlamda canlı müzik ve kayıtlı müzik arasındaki farkın ontolojik bir farklılık dışında canlılık deneyiminin dinleyicilere (diğer dinleyicilerle birlikte) hayal edilen bir sosyal topluluğun parçası gibi hissettirmesi açısından da ele alınması gerektiğini vurgular.<sup>147</sup>

Dünya genelinde yaklaşık 400 ülkede faaliyet gösteren organizasyon, ülkelerin kültürel farklılıklarıyla şekillenen çeşitli kurullarla birlikte kültürün müzik üzerindeki

---

<sup>147</sup> Karadoğan ve Şahin, a.g.m., s. 133.

etkisine de vurgu yapmaktadır. Sofar platformunda gözlenen büyük kültürel etki ise Türk geleneğinde yoğun bir şekilde hissedilen ‘komşu’ geleneğinin organizasyonun işleyişi açısından kritik önem taşımasıdır.

### 2.1. “Sofar Sounds” Müzik Platformunun Ortaya Çıkışı

2009 yılında *Rocky Start*, *Rafe Offer* ve *Dave Alexander* adlı üç iş adamının *Friendly Fires* adlı müzik grubunu dinlemek için gittikleri bir barda, olumsuz şartlar nedeniyle (insanların yüksek seste konuşmaları, telefonlarıyla ilgilenmeleri ve dikkat dağınıkları, bira şişelerinin sesleri vb.) müziği rahatça dinleyememeleri ve kendi aralarında “başka bir konser mümkün” düşüncesi ile ortaya attıkları -ev konserleri konseptini içeren- Sofar Sounds, “*Song from a Room*” açılımının “Sofar” şeklinde kısaltımıyla yaygınlık kazanmıştır. Türkçe karşılığı olarak “Bir Odadan Yükselen Sesler” veya “Bir Odadan Yükselen Şarkılar” şeklinde tanımlanan Sofar, günümüzde resmi rakamlarla birlikte 6 kıta, 60 ülke ve 400’e yakın şehirde aktif olarak gerçekleştirilen bir müzik organizasyonu haline gelmiştir. Resim 20’de logosu görülen Londra ve sonrasında New York merkezli olarak başlayan bu organizasyon, amaçları doğrultusunda kendi özgün müziğini yapan ve kendi bestelerini seslendiren ya da cover müzikler icra eden müzisyenlere aracı olan bir müzik platformu olarak da görülmektedir.



**Resim 20:** Sofar Sounds Resmi Logosu

Sofar Sounds organizasyonunun fikir babaları olarak görülen iş adamlarının yanında önemli bir isim de Sofar Sounds’un ekonomik altyapısını oluşturan ve yatırım sahibi olan *Richard Branson*’dur. Richard Branson, 1960’lı yıllarda bir müzik dergisi

yayınlayarak başladığı kariyerine, Londra'daki Oxford Caddesi'ne açtığı *Virgin* mağazasıyla devam etmiştir ve 1972 yılında *Virgin Records* adlı dünyaca ünlü müzik şirketini kurmuştur. *The Rolling Stones*, *Frank Zappa* ve *Paul McCartney* gibi sanatçıların albüm kayıtlarına imza atan bu şirket, 2009 yılında Sofar Sounds organizasyonunun yatırımcısı olmuştur.<sup>148</sup> Richard Branson, Sofar'ın kuruluş amacıyla ilgili açıklamalarında, “bugün insanların çok fazla ‘ruhsuz bir salonda’ müzik dinlediğini ve sanatçı ile dinleyici arasındaki bağı kaybolduğunu” belirtmiştir. Daha sonraki açıklamalarında “Sofar'ın çeşitli sanatçıları nasıl kucakladığını ve bu fikrin toplulukları nasıl bir araya getirdiğini sevdiğini” dile getirmiştir. Şüphesiz bu görüşü, Sofar Sounds'a yaptığı yatırımların da sebebini oluşturmaktadır.<sup>149</sup> Geniş bir coğrafyada faaliyet gösteren bu organizasyonun, ülkelerin coğrafi, mimari, sanatsal ve kültürel özelliklerine/farklılıklarına göre kurallarda ve uygulamalarda değişiklik yarattığı/esneklik sağladığı görülmektedir.

## 2.2. Sofar Sounds İstanbul

Türkiye’de 2013 yılının aralık ayında ilki gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul -gizli- ev konserleri serisi, organizasyonun tüm sorumluluğunu üstlenen Eda Demir<sup>150</sup> ve Ozan Sakin<sup>151</sup> tarafından yürütülmektedir. Sofar'ın Türkiye’de faaliyet göstermesi

---

<sup>148</sup> Rhiannon Bury, “Richard Branson Invests In Secret Gig Start-up”, *The Telegraph News*, 14 Temmuz 2016, <https://www.telegraph.co.uk/>, s. 1. (27.10.2019).

<sup>149</sup> Rhiannon Bury, a.g.m., s. 1.

<sup>150</sup> **Eda Demir:** Yeditepe Üniversitesi Reklam Tasarımı ve İletişim Bölümü mezunu. Üniversite eğitimini tamamladıktan sonra *Berklee College of Music*'te *Music Business* eğitimi almıştır. Sosyal Medya Uzmanı olarak *Ping*'te, *Coca Cola*'nın *Account Director*'u olarak *Plasenta*'da, Trend Danışmanı ve aynı zamanda Yazı İşleri Müdürü olarak *Bigumigu*'da, *Twitter* ekibindeki *Genart Medya* bünyesinde *Account Executive*'de ve son olarak *Shazam*'da Türkiye'den sorumlu *Music Coordinator*'u olarak görev yapmıştır. Şu an *Upcoming* isimli deneyim ve içerik projesi yazan bir proje evinin kurucularından biri olarak faaliyet gösteren Eda Demir, aynı zamanda Sofar Sounds İstanbul'un da kurucusu olarak görev yapmaktadır.

Eda Demir, “İçerik ve Topluluk Yaratma”, *İçerikle Pazarlama Konferansı '17*, 8 Haziran 2017, <https://www.youtube.com/>, s. 1. (02.11.2019).

<sup>151</sup> **Ozan Sakin:** Galatasaray Lisesi ve Koç Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu. 2003'te *L'Oréal*'de marka yönetimiyle başladığı kariyerine, *McCann Erickson*'da dijital reklamcı olarak devam etti. *Online* ve *offline*'nin kardeşliğine inanan Ozan, bu anlayışla tekrar marka tarafına geçerek *Digiturk* ve *Lig TV*'nin dijital iletişimini koordine etti. Tam *Anadolu Efes*'te dijital pazarlama yöneticiliği görevine başladığında gelen alkollü içkilere reklam yasağı yüzünden (veya sayesinde?) faili meçhul ama internetlere çok yayılmış sayısız içerik projesine imza attı. Şu an kendi şirketiyle markalara yeni nesil deneyim ve içerik projeleri tasarlıyor. Aralık 2013'te Sofar Sounds'u Türkiye'ye getiren Eda Demir'le beraber projenin Türkiye ayağının direktörlüğünü yapan Ozan Sakin, her ay hiç tanımadığı insanların evlerinde bağımsız müzik konserleri düzenliyor.

Ozan Sakin, “Başka Bir Konser Mümkün”, *TEDx Talks Youtube Kanalı TEDxReset*, 2 Haziran 2016, <https://www.youtube.com/>, s. 1. (02.11.2019).



için Londra ve New York merkezli yöneticileriyle görüşmeler yapan Eda Demir; bu görüşmede, bu görüşmelerin yaklaşık altı ay kadar sürdüğünü ve organizasyonun maddi-manevi tüm sorumluluğunu üstlenmesi ile faaliyete geçirebildiğini ifade etmiştir. Tüm zorlu kriterler ve süreçler sonucunda faaliyete geçirilen Sofar İstanbul ev konserleri, bugün itibariyle Türkiye’deki yedinci yılını doldurmuştur.



**Resim 21:** Sofar Sounds İstanbul Logosu

Resim 21’de logosu görülen organizasyonunun reklam, iletişim, sosyal medya ve müzik temelli oluşunun altı çizilmelidir. Sofar İstanbul organizasyonunun teknik ekibini ise şu isimler oluşturmaktadır;

- Görüntü Yönetmeni: Canberk Uluslan ve Buğra Sarıaltun
- Hukuksal Yönetim: Çağlar Coşkun
- Fotoğrafçı: Cihan Demiral
- Marküteri Sanatçısı ve Jonglör: Cihan İlhanlı
- Ses Teknisyeni: Mesut Yıldırım

Sofar Sounds İstanbul etkinliği, Sofar’ın küresel çapta oluşturduğu kurallardan farklı olarak sosyal, siyasal ve kültürel farklılıklarla birlikte yerelde kendi kurallarını belirleyerek faaliyet göstermektedir. Müzik dinleme pratiğini evlerle sınırlayan Sofar İstanbul organizasyonu, evlerle sınırlı olmasının yanında ev konserlerinin vazgeçilmez bir parçası olarak görülen “değişmez” kuralları, organizasyonun yürütülmesinde kritik bir önem taşımaktadır. Sofar İstanbul’un bir özelliği olarak nitelendirilen en önemli olgusu ise, “gizlilik” ilkesiyle gerçekleştirilmesidir. Araştırma içerisinde edinilen bilgiler doğrultusunda, konserlerin gizli tutulmasının nedenleri arasında mekân kapasitesinin sınırlılığı ve organizasyonun gizliliğinin yarattığı gizem ve merak duygusu yer almaktadır. Nitekim bu durum konsere katılımı zorlaştırmakta ve organizasyonun zaman zaman eleştiri almasına neden olmaktadır. Konserin gerçekleşeceği mekânın

adresi, konser tarihinden bir gün önce başvuru yapanların mail adresine gönderilen e-posta ile duyurulmaktadır ve ayrıca e-posta içeriğinde mekânın adresi dışında konsere dair tüm kurallar da yer almaktadır. Bu kurallar ise şu şekilde listelenmiştir:

1. Lütfen müzisyen / grup isimlerine ve ev adresinin gizliliğine sadık kalınız, Sofar bunu sizden özellikle rica eder. Saat 18:45'te bu adreste olmanızı bekliyoruz, performanslar saat 19:00'da başlayacak. Maalesef geç kalanları müzisyenlerin dikkatini dağıtmak istemediğimiz için ve konserler sırasında profesyonel kayıt aldığımız için eve alamayacağız. Lütfen saat tam 19:00 itibarıyla zile basmayın.
2. Biliyoruz çok fazla kuralımız var fakat kurallar olmasaydı Sofar da sıradan ve bir başka kalabalık, gürültülü konser olur çıkardı.
3. Çalacak isimler dev bir sırdır. Toplamda 3 grup izleyeceksiniz ve konser toplamda ortalama 2-2,5 saat sürecek.
4. Lütfen Sofar hakkında yazın, çizin, paylaşın. Dünyanın her yerinde Sofar her bir müzikseverin desteğini bekler. Sofar Sounds İstanbul'un resmi etiketi [#sofarist](#)
5. Yerimiz çok kısıtlı, rezervasyonunuzdan fazla sayıda konuk getirmeyiniz. 1 kişi için mail gönderdiyseniz tek kişi geliniz, +1 şeklinde ilk mailinizde belirttiyseniz toplamda 2 kişi geliniz. Eğer belirtmediyseniz ne yazık ki tek kişilik kayıt alınmıştır. Üzülerek rezervasyon harici gelenleri eve alamayacağız.
6. Yanınızda yiyecek getirmeyiniz. Herkes kendi birasını kapıp gelebilir. Lütfen bira dışında alkol getirmeyiniz, ev ortamı olduğu için bardak vs. gerektiren içecekler tüketmememiz gerekiyor.
7. Bu sevimli, rahat, sıcak bir konser; rahat giyinmenizi öneririz. Büyük ihtimalle yerde oturacaksınız, yüzde yüz hatta.
8. Konserler ve dinleyiciler profesyonel olarak kayda alınacaktır, fotoğraflanacaktır. Konserin canlı olarak internetten yayınlanma ihtimali her zaman vardır.
9. Lütfen konserlerde müzikten sonraki öne çıkan şey saygı olsun. Konserlerde konuşmayalım, ilgimizi-sevgimizi müzisyenlere verelim. Bu, gerçek bir 'dinleme odası' deneyimidir. Konserde konuşmak, mesajlaşmak, ayakta dolaşmak, cep telefonu ile oynamak, ona gömülmek yasaktır. Bunun kibar ve yumuşatılmış bir tanımı yok ne yazık ki, düpedüz yasak.
10. Lütfen vaktinde gelin hatta verilen saatten kısa bir süre önce adreste olun, performanslar kesinlikle saatinde başlayacaktır. Konser bitene kadar ayrılmamanızı rica ettiğimizi aklınızdan çıkarmayın, ilk çıkan ve son çıkan müzisyenler dâhil tümü aynı ilgiyi hak ediyor.
11. Konserler ücretsizdir, yine de yanınızda nakit getirmenizi öneririz çünkü müzisyen/grupların yanlarında getirdiği albüm/ürünlerden edinmek isteyebilirsiniz.<sup>152</sup>

Organizasyonu oluşturan kurallar geniş çerçevede incelendiğinde, müzik performansının eşsizliğine dikkat çekmek amacıyla konser saatine bağlı kalınmasına önem verildiği görülmektedir. Nitekim konserlerin düzenlendiği evlerde kültürel bir simge olarak nitelendirilen 'komşu' faktörünün kritik önem taşıdığı ve konserin işleyişi

---

<sup>152</sup> Sofar İstanbul organizasyonunun konsere katılacak kişilere mail yoluyla gönderdiği konser kuralları.

açısından bu faktörün çeşitli önlemlerle -komşularla önceden yapılan görüşme ve uyarılar- aşıldığı görülmektedir. Resim 22’de bir ev konseri sırasında kapı ziline üzerinde “zile basmayınız” uyarı notu görülmektedir.



**Resim 22:** Sofar Sounds İstanbul Ev Konseri Performans Sırasında Uyarı Amaçlı Asılmış Not Görseli (28.10.2017, Şişli/İstanbul)

Organizasyonun Türkiye ayağında belirlenen kurallara göre üç farklı müzisyen ya da müzisyen grubunun performansının sergileneceği ve müzisyenin kimliğinin gizli tutulacağı belirtilmektedir. Bu kural ise her müzisyenin eşit şartlarda performans sergilemesi amacıyla oluşturulmuştur. Organizasyonun temel yapı taşı olan gizlilik ilkesi, bir evin alacağı insan sayısı kapasitesini aşmamak ve konserin işleyişini engellemek amacıyla düzenlenmiştir.

Konser mekânının temizliği ve diğer katılımcıların rahatlığı gözetilerek dışarıdan yiyecek-içecek getirilmesi de yasaklar arasında yer almaktadır ve bardak kullanımını minimuma indirmek amacıyla alkollü içecek sınıfindan yalnızca bira getirilmesi şartı eklenmiştir. Organizasyonun en önemli kuralı ise, müzik performansı sırasında diğer dinleyicileri rahatsız etmemek ve icracının dikkatini dağıtmamak için konuşmak, mesajlaşmak, ayakta dolaşmak gibi dikkat dağıtan davranışlar yasaklanmıştır. Nitekim Sofar organizasyonunu oluşturan en önemli faktör, alışılmış konser mekânlarında müziğin dinlenmesi engelleyen bu tarz davranışların sergilenmesi olmuştur. Bu noktada aynı davranışların Sofar organizasyonunda sergilenmemesi en önemli kural olarak görülmektedir. Organizasyonun Türkiye’deki Müzik Koordinatörlüğünü yapan Eda Demir ve Ozan Sakin ile yapılan görüşmelerde kuralların

insanların davranışlarını dikte etmek için değil, salt müziğin dinlenebilmesi için mecburi olarak düzenlenen kurallar olduğu ifade edilmiştir.

### 2.3. Müzik-Mekân İlişkisi ve Geleneğin İcadı Bağlamında Sofar Sounds İstanbul Müzik Platformu

“Müzik ve mekân ilişkisi”, tezin/araştırmanın odak noktasında yer alan ve müziğin mekânla ilişkisini incelemek üzere oluşturulan bir bağlam olarak görülmelidir. Mekân kavramı, ‘içinde bulunulan yer’ anlamındaki somut bir göstergeden ziyade objeleri, bireyleri ve sosyal ilişkileri birbirleriyle bağlantılı olarak içerisinde bulunduran bir yapı olarak değerlendirilmektedir.

Coğrafi sınırlarla belirlenmiş somut bir yapı olmanın ötesinde “nesnelere, bireyleri ve çoklu anlamları, kimlikleri ve uygulamaları kapsayan sosyal ilişki dizgelerini içerisinde barındıran bütün” olarak tanımlanan mekân, tıpkı kimlik kavramı gibi özleşmiş ve sabit değil, devamlı oluşum içerisinde olan ve kendini yenileyen bir yapı olarak kabul edilmektedir.<sup>153</sup>

Sofar organizasyonu ile müzik performansının alışılmış müzik mekânlarından farklı olarak evlerle sınırlandırılması, beraberinde kendini yenileyen bir yapı olarak nitelendirilen mekân kavramının müziği ve sosyal ilişki dizgelerini kendi dinamiklerine göre şekillendirmesi ile tezahür etmektedir. Nitekim Sofar etkinliğinin konser mekânı olarak her defasında farklı bir ev ortamını seçmesi hem mekân kavramının hem de performans kavramının sürekli olarak kendini yenileyen yapısına atıfta bulunmaktadır.

“Schick’in anlatımına göre mekân, sadece bir kapalı kutu ya da duvarlarla çevrilmiş bir yerleşke olduğu zaman “yer”, zaman kavramı ile birlikte şekillenen ve sosyo-kültürel bir eylemin gerçekleştiği ortam olduğunda ise “mekân” olarak tanımlanır. Dolayısı ile Schick’in mekân kavramının köküne ve kullanım biçimine işaret ederek, kavramın, insan kavramı ile iç içe olduğunun Schick tarafından altının çizildiğini görürüz. Bu bağlamda “mekân” geçmişten günümüze sosyal hayatın da kendisidir.”<sup>154</sup> Giddens; fiziksel bölgeyi “yer”, bu yerde gerçekleşen sosyokültürel eylem alanını ise “mekân” olarak kabul eder. Giddens mekân kavramını zaman-mekân ilişkisi içerisinde ele almaktadır. Ona göre mekânın toplumsal alanı, bireylerin geçmiş yaşantıları ile şimdiki yaşantıları arasındaki bağda ortaya çıkmaktadır. Giddens’ın

<sup>153</sup> Hande Devrim Küçükkebe, “Mekân, Müzik ve Kimlik İlişkisi Ekseninde Çamdibi Müzisyen Kiraathanesi ve “Arefe Çalgısı” Uygulaması, *İzmir, Ege Üniversitesi Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı Dergisi*, S. 11 (2017), s. 95.

<sup>154</sup> Alkan Ünlü, *Mekân-Müzik İlişkisi Bağlamında İzmir’de Sokak Müziği*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 2013, s. 24.

sosyal ontolojisinin zaman-mekân vurgusunda “sosyal alan” ve “etkileşimlilik” ön plandadır. Tüm sosyal aktivite, farklılığın üç anında oluşur: zamansal, yapısal ve mekânsal. Bunların birleştiği yer, sosyal eylemin karakterini ifade eder.<sup>155</sup> Mekân kavramına yönelik yukarıda bahsi geçen tanımlardan hareketle çalışma içerisinde yürütülmüş olan Sofar İstanbul etkinliği, zaman-mekân vurgusundaki sosyal alan ve etkileşimin sağlandığı bir etkinlik olarak gözlemlenmiştir. Resim 23, 24 ve 25’te Sofar Sounds İstanbul ev konserinden görüntüler yer almaktadır.



**Resim 23:** Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü (28.10.2017, Şişli/İstanbul)



**Resim 24:** Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü (28.10.2017, Şişli/İstanbul)

---

<sup>155</sup> Ünlü, a.g.m., s. 26.



**Resim 25:** Sofar Sounds İstanbul Ev Konserinden Bir Görüntü (28.10.2017, Şişli/İstanbul)

Mekânın müzik pratiğine olan etkisine dair; organizasyon yöneticilerinden Ozan Sakin ve Eda Demir ile yapılan görüşme sonucunda -kendisine yöneltilen müzik tarzlarında bir kısıtlama olup olmadığı sorusuna karşılık- Sofar İstanbul ev konserlerinde hiçbir müzik ayrımı yapılmadığı ve *Reggae, Pop, Caz, Rock, Spoken Word* gibi birçok müzik türünden eserlerin seslendirildiği ifade edilmiştir. Sofar temsilcileri her ne kadar organizasyona katılacak olan müzisyenler için müzik türü ayrımı yapılmadığını ifade etseler dahi Sofar etkinliği içerisinde örneğin heavy metal türünde bir müzik performansının icra edilmesi mekân şartları -komşu faktörü gibi- göz önüne alındığında mümkün görünmemektedir. Nitekim genel anlamda davul kullanımının az olduğu, buna sebep olarak ise evin kapasitesine bağlı olarak fazla yer kaplayacağı düşüncesiyle kullanılmadığı da ifade edilmiştir. Özellikle müzikal anlamda bir evin hatta bir odanın kaldırabileceği sounda erişmek adına müziklerin düzenlendiğini de sözlerine eklemişlerdir. Bu durumda müziğin, mekânın yapısına göre sınırlandırıldığı ya da zenginleştirildiği çıkarımını varılabilir. Bu da mekânın müzik üzerindeki etkisine başka bir örnek teşkil etmektedir.

Söz konusu organizasyonun ev konserleri adı altında konser mekânı olarak sıradan evleri tercih etmesi, dinleyicilerin/katılımcıların kendilerini gerçek bir ev ortamında hissetmelerini sağlamak ve icracıya da bu rahatlığı yansıtmak amacıyla da oluşturulan bir tercihtir. Bu noktada organizasyonun çıkış amacını da oluşturan en önemli unsur, salt olarak müziğin icra edilmesi ve salt olarak müziğin dinlen(ebil)mesi



olmuştur. Nitekim gözlem ve görüşmeler sonucunda dinleyicilerin ‘gerçek anlamda’ ilk defa müziği bu kadar özümseyerek dinledikleri kaydedilmiştir. Organizasyonu yürüten ve ilk konserden son konsere kadar her konserde bulunan Eda Demir de aynı gözlemlerde bulunmuştur. Ayrıca Eda Demir, bu organizasyonun amacını, “müziyen ile dinleyici arasındaki engelleri kaldırma” olarak nitelendirmiştir. Fakat koordinatörlerin engel teşkil ettiğini ileri sürdükleri ve performansı etkilediği faktörler belli müzik tarzları için engel teşkil etse de çoğu zaman etkileyici performans için sahne tasarımı, ışık vb. faktörlerin en üst düzeyde olması gerekmektedir. Bu faktörler her zaman müziyen ile dinleyici arasında engel teşkil etmemektedir.

Türkiye’deki -daha doğrusu İstanbul’daki- uygulananıyla sıradan bir evin alabileceği insan sayısı kadar katılımcıyı kura yoluyla belirleyip bir oda içerisinde toplamak ve birbirini hiç tanımayan insanları yan yana ve hatta sıkışık bir şekilde yerde oturarak bir konser gerçekleştirmek, dahası böylesi bir deneyime alışık olmayan bir toplumun yoğun ilgisi ve hızlı adaptasyonu, ev konserleri geleneğinin oluşmasında önemli adımlar atıldığının göstergesi olmaktadır. Gelenek ve geleneğin icadı kavramlarına değinmek gerekirse; “bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar”<sup>156</sup> gelenek olarak nitelendirilmektedir. Eric Hobsbawm’a göre icat edilmiş gelenek terimi ise;

.... alenen ya da zımnen kabul görmüş kurallarca yönlendirilen ve bir ritüel ya da sembolik bir özellik sergileyen, geçmişle doğal bir süreklilik anıştırır şekilde tekrarlara dayanarak belli değerler ve davranış normlarını aşılama çalışan bir pratikler kümesi anlamında düşünölmelidir.<sup>157</sup> (...) Bu terim gerçekten icat edilmiş, inşa edilmiş ve formel düzlemde kurumsallaşmış gelenekleri olduğu kadar, kolayca izi sürölemeyecek bir şekilde kısa ve belirlenebilir bir zaman diliminde -belki de birkaç yılda- ortaya çıkmış olan ve büyük bir hızla yerleşmiş ‘gelenekleri’ de kapsamaktadır. (...) Kaldı ki, yeni geleneğin eklendiği tarihsel geçmişin mutlaka uzun bir geçmişe dayanması, zamanın karanlıklarına dek uzanması gerekmez.<sup>158</sup>

Bu bağlamda geleneğin inşası ya da icat edilmiş gelenek terimleri kuşaklar arası bir aktarım içermeyen, köklü bir şekilde kültürel kalıntılar barındırmayan ve başlangıcı belirlenebilir bir zaman diliminde ortaya çıkmış olan pratikler olarak tanımlanabilir.

<sup>156</sup> Türk Dil Kurumu, *Gelenek*, 2019, <https://sozluk.gov.tr/>, s. 1. (27.04.2019).

<sup>157</sup> E. J. Ernest Hobsbawm, Terence Ranger, *Geleneğin İcadi*, çev. Mehmet Murat Şahin, 1. b., İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006, s. 2.

<sup>158</sup> Hobsbawm ve Ranger, a.g.e., s. 2.

Nitekim kurulduğu yıldan itibaren belirli aralıklarla gerçekleştirilen Sofar etkinliği, içerisinde barındırdığı birtakım kurallar kümesiyle belli davranış normları aşılamaaya çalışan pratikler olarak görülmektedir.

Sanayi devriminden sonraki dönemlerde icat edilmiş gelenekler, birbiriyle örtüşen üç tipe ayrılabilir: a) toplumsal birlik-beraberliği ya da gerçek veya yapay cemaatlere grup aidiyetini oluşturan veya sembolize eden gelenekler, b) kurumları, statü ya da otorite ilişkilerini oluşturan veya meşrulaştıran gelenekler, c) ana amacı toplumsallaşma, inançların, değer yargılarının ve davranış teamüllerinin aşılama ve aktarılması olan gelenekler. Burada (b) ve (c) tipindeki gelenekler elbette bilerek tasarlanırken, (a) tipindeki geleneklerin daha yaygın olduğu söylenebilir.<sup>159</sup>

Yukarıda sözü edilen icat edilmiş gelenek şekillerinden ‘ana amacı toplumsallaşma, inançların, değer yargılarının ve davranış teamüllerinin aşılama ve aktarılması olan gelenek’ çeşidi; Sofar İstanbul etkinliğinin oluşturduğu gelenek yapısına uygun bir tanımdır. Nitekim Sofar etkinliği temelde belli inanç ve hedefleri bulunan ve kendilerini aynı amaç etrafında birleştiren kişilerin toplumsallaşma ve belli davranış kalıplarını ritüelleştirme yolunda birleştiği çıkarımında bulunulabilir. Bu toplumsallaşma ve belli davranış kalıplarını özümseme adına verilecek örnekler arasında konser sonrası ekipman toplanması veya ev temizliği gibi faaliyetlere yardım etme gibi birlik ve beraberlik içeren davranışlar yer almaktadır. Bu davranış kalıplarının giderek ritüel haline gelmesi organizasyonun illüstrasyon afişlerine kadar yansımaktadır.



**Resim 26:** Barış Altın Tarafından Tasarlanan Sofar Sounds İstanbul İllüstrasyonları

Sofar Sounds ev konserleri, daha önce de belirtildiği gibi resmi rakamlarla birlikte 6 kıta, 60 ülke ve 385’den fazla şehirde faaliyet gösteren uluslararası bir müzik

<sup>159</sup> Hobsbawm ve Ranger, a.g.e., s. 11.



etkinliği/platformudur. Bu uluslararası m¼zik platformunun hem yaygınlığına hem de s¼rekliliđine bakılarak k¼resel çapta bir gelenek haline geldiği s¼ylenbilir. Yine bu bağlamda -aynı çerçeveden yaklaşılırsa- altı yıllık bir geçmişe ve s¼rekliliđe dayalı olarak Sofar Sounds İstanbul ev konserlerinin de T¼rkiye’de bir gelenek haline geldiği sonucuna varmak, her ne kadar radikal bir ¼ng¼r¼ oluştursa da yine de Sofar Sounds İstanbul ev konserlerine olan ilginin giderek artması, *Samsung, İpana, Axe, Mavi, O.K.* gibi ¼nl¼ markaların (Resim 27, 28 ve 29’da yer alan afiş ¼rneklerinde g¼r¼ld¼đ¼ gibi) Sofar Sounds İstanbul etkinliği ¼zerinden reklam vermeye başlaması ve aynı ya da farklı şehirlerde benzer m¼zik etkinliklerinin yaygınlaşması; bu ve bu tarz ev konserleri etkinliklerinin gelecek zaman içerisinde T¼rkiye’de “k¼kleřmiř bir gelenek” haline geleceği ¼nermesinde bulunmak yanlış olmayacaktır. Katılım gerçekleştiren m¼zisyenler ve dinleyiciler kadar mek¼n sahipleri ve komşuların da giderek sahiplendiği ve ¼z¼msediđi bir etkinlik haline gelen Sofar Sounds İstanbul ev konserleri; k¼reselleřme ve t¼kretim k¼lt¼r¼ içerisinde s¼rekli yeni arayışlar peşinde koşan insanlara farklı pratikler sunmasıyla gelecek yıllar içerisinde bir gelenek haline geleceğinin sinyallerini vermektedir.



**Resim 27:** “O.K.” Markası Sponsorluğunda Gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul Festival Afişi



Resim 28: “İpana” Markası Sponsorluğunda Gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul Türkiye Seçmeleri Afişi



Resim 29: “Axe” Markası Sponsorluğunda Gerçekleştirilen Sofar Sounds İstanbul Konserinden Bir Görüntü

Ülkelerin çeşitli özellikler ve farklılıklar neticesinde içerik değişikliğine gittiği de görülmektedir. Bu konuda verilebilecek en iyi örnek ise; Sofar Tokyo'daki organizasyonun, ülkedeki evlerin metrekare bazında oldukça küçük olması ve buna bağlı olarak konserlerin evde yapılamamasıdır. Tokyo'daki Sofar konserleri bu haliyle ev dışında daha geniş çaplı mekânlarda (örneğin, ofis, atölye, garaj gibi yerlerde) gerçekleştirilmektedir. Bu açıdan İstanbul'daki evlerin ortalama olarak 50 kişilik bir grubun rahatlıkla sığabileceği bir yapıda olması sebebiyle bu durum bir avantaj olarak görülebilir. Sofar'ın uygulama biçiminde değişikliklere yol açan ve ülke koşullarına göre gerçekleşen söz konusu içerik farklılığı örnekleri çoğaltılabilir. Özellikle kültürel değişkenlerin de Sofar konsepti üzerinde baskın bir değiştirici özelliği olduğu söylenmektedir. Ev konserlerinin belki de insanı en muallakta bıraktığı konu ise “komşu” faktörüdür. Yapılan görüşmelerde Ozan Sakin'in komşu faktörü üzerinde sıklıkla durması bu konunun önemini daha da artırmaktadır. Çünkü Türkiye dışında farklı kültürlerde bulunmayan ya da Türkiye'deki kadar gelenekleşmiş olmayan “komşu” kültürü, Sofar etkinliği için olumsuz bir duruma dönüşebilmektedir.

Ülkelerin çeşitli özellikler ve farklılıklar neticesinde değişen konseptine, müzikal yaratımdaki şartların değişikliği de örnek verilebilir. Sofar İstanbul ev konserlerinin diğer ülkelerdeki uygulama biçimlerinden bir farkı da cover<sup>160</sup> mantığının yasak olmasıdır. Özgün bestelerle katılma zorunluluğu özellikle İngiltere'de uygulanmazken, bu durum Türkiye'de kesin ve değişmez kural olarak uygulanmaktadır. Bu kesin ve değişmez kural, kendi müziğini icra eden -özellikle alternatif müzik yapan- müzisyenlere kendilerini tanıtmaya fırsatı sunmaktadır. Sofar İstanbul platformunun alternatif müziğe zemin hazırlayan bir platform olduğu, Sofar platformunda performans sergileyen birçok müzisyenin -Ufuk Beydemir, Gaye Su Akyol, Kalben, Adamlar gibi- ilerleyen süreçte belli bir dinleyici kitlesine ulaşmasını ve popülerleşmesini sağlamıştır. Platformun çeşitli sponsorlukla gerçekleştirdiği organizasyonlarda hâlihazırda belli bir kitleye sahip popüler isimleri de etkinlik kapsamında misafir ettiği görülmektedir. Bu kişiler arasında Mor ve Ötesi, Redd, Pinhani, TNK ve Yüzyüzyeyken Konuşuruz adlı

---

<sup>160</sup> **Cover:** XX. Yüzyıl sonlarında ortaya çıkan ve “icra, yorumlama, düzenleme” karşılığı olarak kullanılan bir başka kelime de “cover” müziktir. Cover versiyon ya da kısaca Cover, popüler müzik alanında önceden plağı çıkmış veya piyasaya sunulmuş bir şarkının yeni bir yorumla farklı şarkıcılar tarafından yeniden icra edilmesi veya plağının çıkartılması anlamına gelmektedir.

Recep Uslu, “Müzik Terimlerindeki Karmaşanın Akademik Çalışmalara Yansımaları: Orijinal, Nazire, Çeşitleme, Varyant, Aranjman, Cover, İcra” *Neşehir, İdil Sanat ve Dil Dergisi*, C.1, S. 2 (2012), s. 159.

rock grupları, Ege Çubukçu, Hüsnü Arkan, Mirkelam, Aylin Aslım, Erdem Yener ve Cihan Mürtezaoğlu gibi isimler yer almaktadır. Son olarak Sofar İstanbul organizasyonu, çeşitli sosyal sorumluluk ve farkındalık projelerinde yer alarak müzik aracılığıyla sosyalleşmenin ve toplumsallaşmanın önemine dikkat çekmektedir. Milliyet Gazetesinin Kültür Sanat Ekinde ‘Mülteciler İçin Çalıp Söylenecek’ başlığıyla yer alan haberde;

Evlerde yapılan, evlerde dinlenen ve evlerden yayılan müzik aracılığıyla her insanın bir evi olmasının evrensel bir hak olduğunu tüm dünyaya duyurmayı amaçlayan Sofar, 20 Eylül’de 60 ülkede, 20 milyondan fazla mülteci için konserler yapacak. ‘Give a Home’ adı altında düzenlenecek konser serisinin üzerinde bir yılı aşkın süredir çalışılıyor.<sup>161</sup>

bilgisi yer almaktadır. Sofar İstanbul’un da dâhil olduğu projede Sofar İstanbul Müzik Koordinatörü Eda Demir;

Ev buluyoruz, müzisyen buluyoruz ve dinleyicileri davet ediyoruz. Bu kez sürpriz olarak normalde duyacağınızdan daha büyük isimler ağırlama ihtimalimiz var. Öncelikle bu etkinliğin Türkiye ayağı olarak Uluslararası Af Örgütü ve Sofar Sounds’un bir araya gelerek yarattığı bu farkındalığın bir parçası olmayı ve konunun hem dünya hem de sizin bizim gibi sade vatandaş düzeyinde gündemde olmasını sağlamayı amaçlıyoruz. Aynı zamanda devletler tarafından ‘mülteci sorunu’ perspektifinden bakılan bu konuya insanî yönden, herkesin bir evi olması, yaşadığı toplumda huzur içinde kabul görmesi perspektifinden bakılmasını amaçlıyoruz.<sup>162</sup>

şeklinde yaptığı açıklamayla mülteci sorununa toplum bazında ışık tutmak ve müzik aracılığıyla sorunların çözülmesi yönünde farkındalık yaratmak gibi amaçları hedeflediği görülmektedir. Nitekim proje çerçevesinde elde edilecek gelirlerle, Uluslararası Af Örgütü’nün mültecilere karşı yapılan insan hakları ihlallerini belgelemek ve hükümetler düzeyinde mülteci hakları için sürdürülebilir bir çözüm bulmak gibi amaçlar için kullanılacağı ifade edilmiştir.

#### **2.4. Türkiye’deki “Sofar Sounds İstanbul” Benzeri Müzik Platformları**

Türkiye’de Sofar Sounds İstanbul -gizli- ev konserleri etkinliğinin gerçekleştirilmeye başladığı 2013 yılından itibaren benzer projelerin/etkinliklerin ortaya çıkması, Türkiye’de ev konserleri geleneğinin köklü bir inşa sürecine girdiği savını

<sup>161</sup> Aslı İzmirli, “Mülteciler İçin Çalıp Söylenecek”, *Milliyet E-Gazete*, 23 Haziran 2017, <https://www.milliyet.com.tr/>, s. 1. (11.05.2019).

<sup>162</sup> Aslı İzmirli, a.g.m., s. 1.

doğurmuştur. Bu kısımda söz konusu sürece dair Sofar Sounds İstanbul etkinliğinin temel oluşturduğu ev konserleri geleneğine bağlı (popülerlik düzeyine göre seçilmiş olan) üç etkinlik belirlenmiş, etkinliklerin uygulama esasları ve içerikleri hakkında gerekli bilgilendirmelere yer verilmiştir.

Sofar Sound İstanbul -gizli- ev konserleri etkinliğine benzer etkinlikler arasında ele alınabilecek olan en popüler etkinlik, 2015 yılında Ezgi Pehlivan organizatörlüğünde İzmir’de gerçekleştirilmeye başlayan “Fullmoon” adlı müzik organizasyonudur. Organizasyonun isminin de çıkış noktası olan ve her ayın dolunay günü/gecesi gerçekleştirilen bu etkinlik, Sofar organizasyonuna benzer şekilde genellikle amatör olan üç ya da dört müzisyenin önceden belirlenen bir mekânın salonunda, bahçesinde ve/veya garajında performanslarını sergilediği bir müzik etkinliğidir. Sofar organizasyonu gibi ticari bir kaygı gütmeksizin faaliyet gösteren Fullmoon organizasyonu, etkinlik kurallarına -sosyal bir sorumluluk yaratmak amacıyla- çocuk kütüphanelerine bağışlanacak kitaplar getirme şartını eklemiştir. Yerel müzisyenlerin tanıtılması ve belli bir dinleyici kitlesine ulaştırılması gibi amaçlara hizmet eden bu organizasyon, kurulduğu ilk yıllarda belirli bir kitleye hitap etmişse de zaman içerisinde -özellikle İzmir yerelinde- kayda değer bir popüleriteye ulaşmıştır ve organizasyonun sınırları profesyonel kayıtlarla, canlı yayınlarla ve Youtube platformu üzerinden oluşturulan resmi sayfalarla genişletilerek müziğin daha çok insana ulaşması sağlanmıştır.

Sofar ve Fullmoon etkinliklerinden farklı bir içeriğe sahip olan bir diğer ev konseri etkinliği; Başak İdil Özen ve Edmor Şar tarafından 2019 yılından beri gerçekleştirilen “Tatavla’dan Ada’ya” adlı ev konserleri etkinliğidir. İstanbul’un Şişli (eski adıyla Tatavla) ve Büyükkada semtlerinde ayda bir kez gerçekleştirilen bu etkinlik, Sofar ve Fullmoon organizasyonlarından farklı olarak müzikal zemini klasik müzikle sınırlandırmıştır. Sofar ve Fullmoon etkinliklerinde esas alınan yeni müzisyenlerin tanıtılması ve yeni şarkıların ortaya çıkması gibi amaçları gütmeyen Tatavla’dan Ada’ya etkinliği aynı müzisyenlerle resital şeklinde gerçekleştirilmektedir. Başak İdil Özen ve Edmor Şar’ın kendilerine “SeSshin Piano Duo” adını verdikleri sahne adıyla aynı isme sahip resmî web sitelerinde bu etkinlikte nelerin amaçlandığı şu şekilde açıklanmıştır:

İsmi ve müzikal esinini Zen öğretisinden alır. Tıpkı Zen öğretisinde bireyin iç dünyasının derinliklerini görmesiyle bağımlılıklardan kurtulup özgürlüğe giden kapıların aralanması gibi, 20. yüzyıl müziği de seslerin kendisine, zamana ve müzik dışı seslere de yönelerek anlamı ve dinleme edimlerini sorgulamış, müziğin Klasik Batı Müziği bünyesinde kalıplaşmış öğelerinden bağımsızlaşması ile yeni müziğin kapılarını aralamıştır. SeSshinduo bugünün üretimine ışık tutan ve müzikal sorgulamaları geçerliliğini koruyan 20. yüzyıl müziğinin 4 el piyano eserlerini çalışmak ve yorumlamak üzere 2019 yılında kurulmuştur.<sup>163</sup>

Örnek olarak seçilen üçüncü etkinlik ise “Piano House Moda” adlı ev konserleri etkinliğidir. Piyanist Mehmet Erhan Tanman önderliğinde, İstanbul’un Kadıköy ilçesine bağlı Moda semtinde gerçekleştirilen bu etkinlik, 2018 yılından beri faaliyet göstermektedir. “Piano House Moda” etkinliği, Tatavla’dan Ada’ya adlı ev konserleri etkinliği gibi klasik müzik ağırlıklı bir işleyişe sahiptir. Sofar, Fullmoon ve Tatavla’dan Ada’ya gibi etkinliklerle benzer kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen Piano House Moda ev konserleri etkinliği, tamamen ücretsiz olarak ayda bir kez klasik müzik dinletisi sunan bir etkinlik olup Türkiye’de inşa edilme sürecindeki ev konserleri geleneğinin bir parçası konumundadır.

---

<sup>163</sup> Başak İdil Özen, Edmon Şar, “SeSshin Piano Duo Hakkında”, ‘t.y.’, <https://sesshinpianoduo.com/>, s. 1. (14.05.2020).

## SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRMELER

Çalışma boyunca gerek sosyo-ekonomik gerekse siyasi ve kültürel yansımalarıyla birlikte ele alınan/değerlendirilen müzik endüstrisi olgusu; tarihsel gelişim süreci içerisinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak radikal değişimler yaşamış ve bu değişimler ise belirli dönemler içerisinde hem müzik üretim pratiğini hem de toplumsal ve bireysel müzik tüketim davranışlarını etkilemiştir. Müziğin üretim, dağıtım ve tüketim gibi konvansiyonel ilişkisi; süreç içerisinde devam eden bir şekilde biçim değiştirmiş ve bugün gelinen noktada küresel bir müzik anlayışına hizmet eden küresel bir endüstriyel yapıya dönüşmüştür. Söz konusu bu küreselleşmiş endüstriyel yapının kendi iç dinamikleri sonucunda ise yeni müzikal akımlar ortaya çıkmış ve yeni performans mekânları/biçimleri yaratılmıştır.

- Tin Pan Alley oluşumu ile -o dönem itibariyle- tüketicilere ev içi müzik tüketimi alışkanlığı kazandırılmış ve bu tarz bir tüketime endeksli basılı müzik notalarının üretimi ise sanatçıdan ziyade nota merkezli bir endüstriyi ifade etmiştir. Aynı zamanda bu dönem içerisinde müzik alanındaki seri üretimin ve yeni pazar arayışlarının ilk örneklerine rastlanmıştır.
- Sanayi devriminin başta elektrik olmak üzere birçok yeniliği beraberinde getirdiği reformist süreçte dikkat çeken en önemli nokta ise her teknolojik gelişmenin bir önceki teknolojiye dayalı ve bir sonraki teknolojiye doğurgan bir şekilde gelişim göstermiş olmasıdır. Bu sebeple birbiri ardına geliştirilen her ses kayıt cihazı geliştirildiği dönem itibariyle kendi pazarını oluşturmuş ve özellikle 1887’de Emile Berliner tarafından geliştirilen gramofon ve gramofon plakları; dünyada ve Türkiye’de uzun yıllar hâkim müzik üretim ve tüketim şekli olmuştur ve de en büyük pazar payını oluşturmuştur.
- “American Gramophone Company” şirketinin piyasaya sürdüğü “nickel in the slot” veya diğer bir adlandırmayla “juke-box” adlı cihazlar müzik tüketimini bireyselden kolektif -ya da kitlesel- bir tüketime dönüştürmüştür.
- 1901 yılında geliştirilen radyo teknolojisi özellikle siyasi yapıların kendi ideolojilerini benimsetmek için başvurduğu bir propaganda aracı veya özel işletmelerin reklam aracı konumuna getirilmiştir. Bu sebeple radyoların bu

“aracı” konumu müzik endüstrisinde de rant sağlamıştır ve radyolar -günümüzde dahi- yeni sanatçı ve şarkıların reklam ve tanıtım görevi üstlenmiştir.

- Müzik endüstrisindeki -plak endüstrisi ve radyo teknolojisinden sonraki- en büyük kırılma kaset teknolojisinin geliştirilmesiyle gerçekleşmiştir. Özellikle kasetlerle birlikte geliştirilen “Walkman” teknolojisi, müzik dinleme alışkanlığını köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu teknolojiyle tüketicilere bireysel ve izole müzik tüketim alışkanlığı kazandırılmıştır.
- Kaset teknolojisiyle çeşitli alt kültür grupların müziklerini daha geniş kitlelere yayması ve hatta yeni müzik türlerinin dahi ortaya çıkması yönündeki yansımaları; Türkiye’de 1950’lerden sonra ortaya çıkan ve 1960’larda yaygınlaşmaya başlayan arabesk müzik türü/kültürü örnek gösterilebilir. Zira 1970-1980 yılları arasında devlet kanallarında yasaklanan arabesk müzik, dinler-kitlesinin pasif bir direnişle -ekonomik gelir azlığına bağlı olarak bandrollü kasetlerden ziyade- korsan kasetlere yönelmesine yol açmıştır.
- CD teknolojisinin plak ve kaset teknolojisine kıyasla ses kalitesinin ve depolama kapasitesinin yüksek olması; gündelik yaşamda da sıklıkla tercih edilir bir teknoloji olmasını sağlamıştır. Walkman teknolojisinin başlattığı izole müzik tüketim alışkanlığı CD’lerle birlikte geliştirilen CD çalarlarla birlikte devam etmiştir.
- Napster, MP3.com ve iTunes gibi platformlar streaming müzik olgusunun doğuşuna kaynaklık eden ve küresel çapta etki yaratan platformlar olmuştur.
- Streaming müzik platformları, müziğin herhangi bir depolama ve indirme ihtiyacı duyulmadan internet üzerinden belirli servisler aracılığıyla kayıt edilebilmesini ve dinlenebilmesini sağlayarak tüketicilere yeni bir müzik tüketim alışkanlığı kazandırmıştır. Streaming müzik platformlarına kadar müziğin perakende satışı üzerinden sağlanan üretici ve tüketici arasındaki ticari ilişki, bu platformlarla birlikte aylık veya yıllık abonelik sistemine dayalı kiralama modelini dönüşmüştür. Bu model, aynı zamanda korsan müzik ticaretinin ya da paylaşımının önüne geçen ve telif haklarının -belli oranda- sanatçılara gitmesini sağlamak adına geliştirilen bir model olarak görülmüştür.
- Müziğin endüstrileşmesi sürecinin dünden bugüne kadar geçen süre içerisindeki her adımı, bir yandan müziğin kolay üretilebilir ve kolay pazarlanabilir yapısına



hizmet ederken, bir yandan da müziğin daha çok insana ulaşması gibi başka bir amaca hizmet etmiştir. Bu noktada pozitif bir yaklaşımla ele alındığında yerel bir müziğin küresel müzik piyasası içerisinde yer edinebilmesi ve milyonları aşan bir dinleyici kitlesine ulaşabilmesi, endüstrileşme ve küreselleşmenin bir sonucu olarak görülmektedir. Bu bağlamda streaming müzik platformları milyonlarca insanın aynı veri tabanı üzerinden erişim sağladığı bir müzik ağı yaratarak ve yeni bir endüstri oluşturarak bahsi geçen küreselleşmenin bir aracı haline gelmiştir.

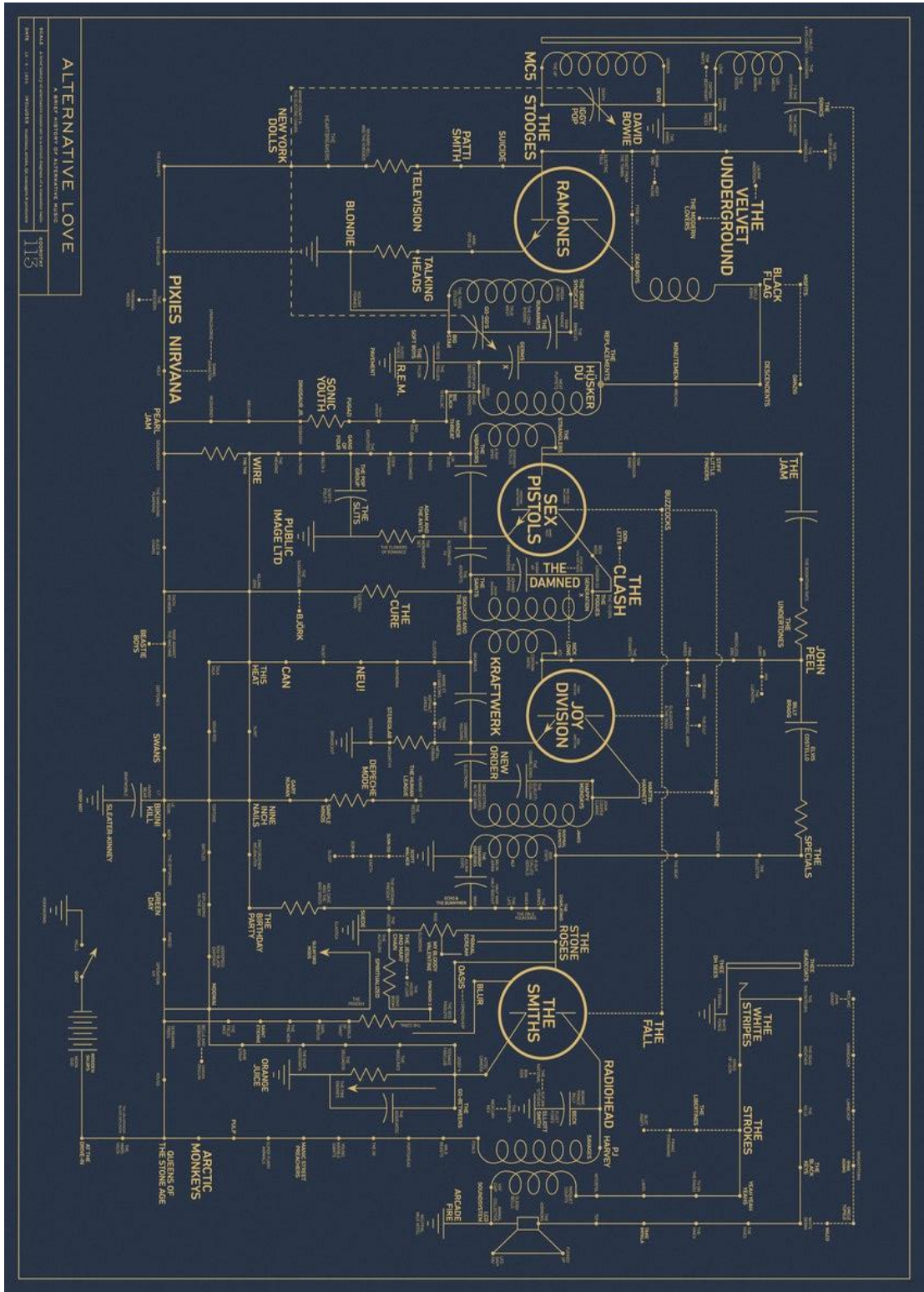
- Streaming müzik platformlarının tüketiciye dönük kendi iç dinamiklerinde yer alan bazı özellikler, platformlar arası rekabeti doğururken aynı zamanda dolaylı yoldan müzikal çeşitliliği de besleyen özellikleri beraberinde getirmiştir. Nitekim platformların yeni müzik keşifleri sunan öneriler (algoritmalar) özelliği tüketiciyi belli kriterlere bağlı olarak alternatif seçeneklere yöneltmiştir. Böylelikle özellikle “Spotify” adlı streaming müzik platformu, “Üçüncü Yeniler” adını verdiği Türk alternatif müzik türünü yeni bir akım olarak nitelendirmiş ve Türkiye’de bu türün popülerleşmesine ve kendi dinler kitlesini yaratmasına zemin hazırlamıştır.
- Streaming müzik platformları yerelin küreselleşmesi, müzik üretiminin artması ve çeşitlenmesi gibi artı değerler sağlarken bir yandan da müzikal ucuzlamayı beraberinde getirmiştir. Streaming müzik platformları üzerinden gelir elde etmek amacıyla -ticari kaygılarla- müzikal estetikten yoksun müzik üretimleri, müzikal ucuzlamanın örnek üretimleri olmuştur.
- Streaming müzik anlayışı üretici ve tüketici bazında olumlu sonuçlar doğururken, streaming öncesi geleneksel müzik üretim, dağıtım ve tüketim sürecinin temel aşamalarını oluşturan birçok istihdamı ortadan kaldırarak olumsuz sonuçlar da doğurmuştur. Örneğin, müzik yapımcılığı (prodüktörlük) veya müzik pazarlama ve dağıtım gibi aşamalar büyük oranda ortadan kaldırılmıştır.
- Ana akım müzik medyasından bağımsız olarak gelişen ve büyük yapımcı şirketlerin parasal destekleri olmaksızın müzik üreten sanatçı ve sanatçı gruplarını ifade eden alternatif müzik türündeki “alternatif” söylemi, türün ana akım popüler müzikler ile arasındaki farklardan ortaya çıkmaktadır. Alternatif

müzik türünde ifade edilen ‘alternatif duruş’, müzik endüstrisi içerisindeki ana akım müzik medyasına bir tepki niteliğinde olup, dönemin müziğinden farklı müzikal yapıları, farklı şarkı sözlerini ve dönemin müzik anlayışına hizmet eden müzik mekânlarından farklı icra alanlarını içermektedir.

- Dönemin müzik anlayışına hizmet eden müzik mekânlarından farklı icra alanlarına örnek teşkil eden *Sofar Sounds İstanbul* adlı müzik etkinliği/oluşumu da -streaming müzik platformları kadar- Türk alternatif müziğin Türkiye’deki popülerleşme sürecine katkı sağlamıştır. Nitekim Sofar platformunun ortaya çıkışında da alternatif müzikte olduğu gibi ana akım müzik mekânlarına alternatif bir mekân oluşturma hedefi yer almıştır.
- Bu yeni sahne deneyimi yalnızca icrada değil aynı zamanda dinleme alışkanlıklarında da radikal değişiklikler yaşanmasını sağlamıştır. Salt müziğin dinlenebilmesi amacıyla oluşturulan bu platform ile birlikte müzik, müzisyen ve dinleyici arasındaki -dış etmenlerle örül- engeller ortadan kaldırılmıştır ve müzik aracılığıyla toplumsal bütünleşmenin sağlandığı görülmüştür.
- Sofar Sounds İstanbul platformunun Türkiye’deki sürekliliği, aynı zamanda benzer etkinlik ve platformların ortaya çıkışı Türkiye’de ev konserleri adı altında yeni bir geleneğin icat edildiği tezini kuvvetle desteklemiştir.

## **E K L E R**

# EK-1: ALTERNATİF MÜZİK TARİHİ HARİTASI



## EK-2: ALTERNATİF MÜZİK ŞARKI SÖZLERİNDEN ÖRNEKLER

### “Yüzyüzeyken Konuşuruz” - “Bakkal Osman Abi” Adlı Şarkı Sözleri

Uyandığım saatler akşam altıyla sekiz  
Annemin çiçekleriyle bakışyorum sessiz sessiz  
En yakın dostlarım banyonun sinekleri,  
En son gördüğüm kişi bakkal Osman Abi.  
Ki o da kızgın bana sigara borçlarımdan,  
Babamın hatırı olmasa geçemem kapısından.

Dün bir arkadaşla rastlaştık içkiliydik.  
Bi' ara ayaklarıma takıldı gözleri;  
Ne ara düşman olduk diye bir espri yaptım.  
Salak salak bana baktı ama çok içkiliydi.  
Oturduk saatlerce Cenk Taner dinledik,  
Kadıköy'den bahsettik, bi' ara aklıma geldin.

Uyandığım saatler akşam altıyla sekiz  
Annemin çiçekleriyle bakışyorum sessiz  
En yakın dostlarım banyonun sinekleri,  
En son gördüğüm kişi bakkal Osman Abi.

**Söz-Müzik:** Sebahattin Kaan Boşnak (Solist)

## “Kalben” - “Ben Her Zaman Sana Aşıktım” Adlı Şarkı Sözleri

Ben her zaman sana aşıktım.  
Ben her zaman sana aşıktım.  
Daha görmemiştim seni;  
Hiç bilmiyorken eşsiz ismini,  
Reddettim bu zalim dünyanın cismini, is-ti-fa ettim.

Ben her zaman sana aşıktım.  
Ben her zaman sana aşıktım.  
Piyango, 25 trilyon devretti.  
Bu adi düzen üzerime devrildi.  
Geleceği hainler mi resmetti?  
Ben korkup kaçmadım; sen göstere kendini.

Ben her zaman sana aşıktım.  
Ben her zaman sana aşıktım.  
Cennetin sahibi karnı burnunda hamile;  
Ama yer vermiyor otobüsteki hergele.  
Hayat üç perdelik tatsız bi' kabare,  
Biz seninle çocuk kalalım mı habire?

Ben her zaman sana aşıktım.  
Ben her zaman sana aşıktım.  
Ben sizi birine benzettim.  
Ben sizi kendinize benzettim.  
Ben bu işi bi' işe benzettim;  
Ama adını koymadan istifa ettim.

**Söz-Müzik:** Kalben

## “Büyük Ev Ablukada” – “Benim Kafam Siktirmiş Gitmiş” Adlı Şarkı Sözleri

Ooo Galvan, Kuyto, şişman gelicem aslan!

Benim adım canavar bana var.  
Memleket nere ne önemi var.  
Hip-hopta yeniyim ama laflar eski,  
Ceza değilim ama kafama esti.

Pencereler kapılar çarpıyor.  
Evlerin içi hep rüzgâra teslim  
Duruyorum alemin orta yerinde  
Herkesin kantarı kendi belinde.

Hepimizin evine giren aynı hırsız  
Bir de kafamızın tepesine sığıyor.  
Herkesin bildiği her şeyi bilmeye  
Görmezden gelmek deniyor.

Bildiğini bilmekten vazgeç.  
Doktorun ol reçeteni sen seç.  
Bildiğini bilmekten vazgeç.  
Doktorun ol reçeteni sen seç.

Benim kafam siktirmiş gitmiş.  
Benim kafam siktirmiş gitmiş.  
Benim kafam siktirmiş gitmiş.  
Benim kafam siktirmiş gitmiş.

Uyusun da büyüdün gerisi kolay  
Yorganı yak göllere maya çal.  
Eşşeğe ters bin gözünü kapa.  
Kafalar boş ama doluyor kasa.  
Topla çarp böl çıkar ve hesapla.  
Asla kafam almıyor bu nasıl masalsa.  
Dertle tasayla korku ve yasayla  
Hepimizi numaraya çeviriyorlar.

İnsan insan sevmedikçe,  
İster yatakta ister kolda kelepçe.  
Kimisinden küpe var, kimisinden lehçe,  
Ofiste parkta rezidansta sokakta,

Hapiste köyde camide otobanda,  
Kanın devleti yok hepsi kafalarda,  
Tek yürektik hani öğretmenim?  
Aynı kürekle gömülmeyecek miyim?

Benim kafam siktirmiş gitmiş.  
Benim kafam siktirmiş gitmiş.  
Benim kafam siktirmiş gitmiş.  
Benim kafam siktirmiş gitmiş.

**Söz-Müzik:** Bartu Küçükçağlayan (Solist)



## “Adamlar” - “Kapısı Kapalı” Adlı Şarkı Sözleri

Abi kafanda kurbağa var!  
Abi kafanda kurup kurup  
Vuruyosun oğa buğa.  
Yaşlı bir kurbağa var,  
Bin yaşında var.  
Başında sis var kurbağanın,  
Altında sen var.

Sen bir salondasın, sanıyorsun ki okyanustasın.  
Ama işte salondasın, yanında İsmet var  
İsmetler gelir, İsmetler gider  
Sen başarırısın, İsmet sevinir.  
Gerisi eski püskü boktan sandıklarda çürür  
Sen düşersin İsmet kaldırır.

Oyun biter, oyun susar.  
Sonunda kartlar açılır.  
Ne gördüğün, gördüğün gibidir aslında  
Ve de ne duyduğun şu an senin olduğun  
Duymakta...

Kapısı kapalı etrafı sarılı  
İçimizde yürür hiç görmeyiz onu.  
Sözleri fısıltı, kalbinden asıldı,  
Bir büyük boşluğa her şeyi dağıldı.

Mevsimlerine bölemezsin onları  
Çünkü onlar ordalar burdalar falan sanarken  
Aslında kaçınıcı kaçak katı çıktılar.  
Sen uykudayken evini bastılar.  
Sen düşünürken, onlar buldular.  
Sen peşindeyken onlar tadına baktılar.  
Balıktın sen bir balıktın havuzda,  
Ama çamurdu üstün başın  
Almadılar oyunlarına ve baktılar yollarına.

Sen ileriye düşündün, ilerleyemedin.  
Sen geriye düşündün, deliğe geriledin.  
Onlar kimdi unuttun.  
Sahi onlar kim oğlum?

Siz kimsiniz ulan, soruyorum İsmet'e  
Elimdeki tahtalarla ev yapacam kendime  
Neden onun yerine alıp ensenize vuruyum?  
Ha? Ha? Ha? Ha?

Yaratmak için kendimi yaralardım eskiden  
Yarım yarım harcadım kendimi  
Hiç bitmem sanarken  
Bu çöplüğü düzene koymak için içimi döktüm her yere,  
Sonra istemedim içim yem olsun bir hergeleye,  
Ya da bi kertenkeleye.

Sokağa çıktım sokak benimdi.  
Benim kadar da senindi.  
Ve bunu bilen kör bir dilenci ansızın sevindi!  
Dedi ki:

Al bu kafayı sepete ekle  
Bin bir türlü mavra söyle!

Al bu kafayı sepete ekle  
Bin bir türlü mavra söyle!

Al bu kafayı sepete ekle  
Bin bir türlü mavra söyle!

Al bu kafayı sepete ekle  
Bin bir türlü mavra söyle!

Kapısı kapalı etrafı sarılı  
İçimizde yürür hiç görmeyiz onu.  
Sözleri fısıltı, kalbinden asıldı,  
Bir büyük boşluğa dağıldı.

**Söz-Müzik:** Tolga Akdoğan (Solist)

### EK-3: “SOFAR SOUNDS İSTANBUL” KOORDİNATÖRLERİYLE YAPILAN GÖRÜŞME SORULARI

1. Sofar Sounds’un İstanbul ayağını kimler oluşturdu/oluşturuyor?
2. Teknik ekipte kimler yer alıyor ve birlikteliği nasıl sağladınız?
3. Sofar Sounds’un -yani ev konserlerinin- hikâyesini anlatabilir misiniz?
4. Sofar Sounds’un belli bir amacı var mı? \*Yurtdışından yeni bir format getirilerek insanlara -müzik ve mekân ilişkisi bakımından- farklı bir deneyim sağlanıyor, bunun amacını öğren.
5. Mekân seçimlerinde belli bir kriteriniz var mı? \*Mekânın konumuna, kapasitesine, sound’una dikkat ediliyor mu öğren.
6. Genel olarak hangi müzik tarzları icra ediliyor?
  - Örneğin şu müzik tarzları yapılabilir veya şu müzik tarzları yapılamaz gibi bir kuralınız var mı? \*Mesela halk müziği ya da arabesk gibi.
7. Mekânın son ana kadar gizli tutulmasının bir sebebi var mı?
  - Bu gizliliğin olumlu ve olumsuz yanları nelerdir?
8. Türkiye’deki bu yeni oluşumun ya da yeni formatın farklı kişiler veya organizatörler tarafından benzerlerine rastladınız mı? \*Sofar ile aralarındaki farklar ve ortak yanlarını öğren.
9. Sofar Sounds İstanbul’un, diğer ülkelerdeki Sofar konserleri ile benzerlikleri ve farklılıkları nelerdir?
  - Mailde bahsettiğiniz kurallar her ülkede aynı mı?
10. Kurallarda konuşmanın yasak olduğunu belirtmişsiniz. Bu durumda dinleyiciler ile şarkıcılar arasında –istek şarkı veya söylenen şarkıya eşlik etme gibi- bir diyalog gerçekleşmiyor mu?
11. Seçilen ya da seçilecek olan şarkıcıları belirlerken, ekip olarak hangi kıstaslara göre değerlendiriyorsunuz?
12. Farklı bir açıdan bakarsak, siz veya ekibiniz grupların/şarkıcıların seçimlerinde objektif olabiliyor musunuz? \*Her ne kadar objektif olunmaya çalışılsa da kişisel beğeniler bu noktada seçime etki edecektir. Bu etkinin önüne nasıl geçiyorsunuz?
13. Davet edilen dinleyicileri hangi yollarla seçiyorsunuz ya da belirliyorsunuz?
14. Katılımdan herhangi bir ücret talep etmiyorsunuz. Bu durumda organizasyonun maddi fonunu nasıl sağlıyorsunuz?
15. Türkiye’de İstanbul, Ankara ve Eskişehir illerinde faaliyet gösteriyorsunuz. Bu faaliyeti diğer illerde de gerçekleştirmeyi düşünüyor musunuz?
16. Dinleyicilerden gelen olumlu-olumsuz eleştiriler var mı? Bu eleştirilere göre organizasyonda değişikliğe veya düzenlemeye gidiyor musunuz?
17. Dinleyicilerde herhangi bir yaş kısıtlaması var mı?
18. Katılım gerçekleştiren sanatçılara baktığımızda -nadiren popüler isimler geliyor olsa da- popüler olmayan veya popülerliği az olan grup veya şarkıcıların katıldığını görüyoruz. Bunun bir sebebi var mı?

- 19.** Belirlediğiniz performanslardan oluşan bir albüm yapma düşünceniz var mı?  
Böyle bir düşünceniz varsa albümde yer alacak şarkıları hangi kriterlere göre belirlemeyi düşünüyorsunuz?
- 20.** Bir yardım projesi kapsamında organizasyonu belli bir amaca yönelik gerçekleştirmek veya bu yardım projesi adı altında organizasyona popüler isimlerin katılmasını sağlamak gibi amaçlarınız oldu mu?

## KAYNAKLAR

- AKCAN Sabri, *Televizyon Yayıncılığının Sosyal TV Aracılığıyla Sosyal Medya ile Etkileşimi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- ALTHUSSER Louis, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, 5. b., çev. Yusuf Alp, Mahmut Özışık, İstanbul: İletişim Yayınları, 2002.
- ARIK Muhammet Bilal, “Popüler Kültüre Temel Yaklaşımlar”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 19, 2004, ss. 327-345.
- ARIK Muhammet Bilal, “Popüler Müzik ve İdeoloji Olgusuna İki Farklı Yaklaşım”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, ed. Bünyamin Ayhan, C.3, S. 3, 2004, ss. 83-91.
- ARVAS İbrahim Sena, “Türkiye’nin Radyo ile Tanışması ve Türk Telsiz Telefon Anonim Şirketi”, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ed. Ali Murat Kırık, Mutlu Türkmen, C.4, S. 2, 2018, ss. 406-428.
- ATILGAN Gökhan, E. Attila AYTEKİN, *Siyaset Bilimi-Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler*, 3.b., İstanbul: Yordam Kitap, 2012.
- ATTALİ Jacques, *Gürültüden Müziğe*, 1.b., çev. Gülüş Gülcügil Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2005.
- AYAS Onur Güneş, *Müzik Sosyolojisi*, 1.b., İstanbul: Doğu Kitabevi, 2015.
- BALOĞLU Uğur, *Dijital Teknolojilerdeki Dönüşümlerin, Müzik Üretim, Tüketim ve Paylaşım Pratiklerine Yansımaları: Sosyal Medya ve Mobil Müzik Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme Denemesi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018.
- BEKTAŞ Süleyman, *Türkiye’de Müzik Videosu Açısından Müzik Yapım Şirketleri ve Müzik Televizyon İlişkisi Bir Örnek: MMC TV*, (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.
- BURY Rhiannon, “Richard Branson Invests In Secret Gig Start-up”, *The Telegraph News*, 2016, <https://www.telegraph.co.uk/business/2016/07/14/richard-branson-invests-in-secret-gig-start-up/>, (27.10.2019).
- CANKIRAN Can, “Viral Reklam Nedir?” *CC Blog*, 2018, <https://www.cancankiran.com/viral-reklam-nedir/>, (24.05.2019).
- CANYAKAN Seyhan, “Ses Tarihi: Audio Özelinde Müzik Teknolojisi ve Kökeni”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ed. Aynur Bozkurt Bostancı, Seval Koçak, C.10, S. Özel Sayı 2, 2017, ss. 171-191.

- CEZAYİRLİ Hakan, “Tidal Hi-Fi Music Streaming Servisi Mini İnceleme”, *Stereo Mecmuası*, ‘t.y.’, <https://stereomecmuasi.com/2015/03/tidal-hi-fi-music-streaming-servisi-mini-inceleme.html>, (05.08.2019).
- CLAYMORE Gabriela Tully, “Spotify Explains Royalty Payments”, *Stereogum Blog*, 2013, <https://www.stereogum.com/1587932/spotify-explains-royalty-payments/news/>, (28.05.2019).
- ÇEREZCİOĞLU Aykut, “İndie Müzikte Tanım ve Sınıflandırma Problemi”, *Folklor ve Edebiyat Dergisi*, ed. Metin Karadağ, C. 20, S. 78, 2014, ss. 91-106.
- DARCAN Tolga, *Teknolojik Gelişmelerin Müzikte Telif Haklarına Çok Boyutlu Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, 2012.
- DEMİR Eda, “İçerik ve Topluluk Yaratma”, *İçerikle Pazarlama Konferansı '17*, 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=DPXv5kTzGZo>, (02.11.2019).
- DEMİRKİLİNÇ Ceren, “Spotify’den Dev Hizmet: Bağımsız Müzisyenler Şarkılarını Ücretsiz Yüklebilecek”, *Bigumigu Blog*, 2018, <https://bigumigu.com/haber/spotify-dan-dev-hizmet-sarkilariniz-kendiniz-ucretsiz-olarak-yukleyin/>, (27.05.2019).
- DİLEK Altayhan, “Modern Alternatif Müziğimiz Üzerine Bir İnceleme”, *Wannart Kültür/Sanat/İçerik Fanzini*, 2017, <https://www.wannart.com/modern-alternatif-muzigimiz-uzerine-bir-inceleme/>, (03.09.2019).
- DOĞUŞ VARLI Özlem, “İdeal Devletin İdeolojik Aygıtları: Doxa ve İllisio Kavramları Bağlamında Müziğin Biçimlendiriliş Süreci”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ed. Özcan Bayrak, C.VII, S. 93, Elazığ, 2019, ss. 14-26.
- ELMAS Emine, Nihal Fatma GÜLER, “Radyo ve TV Yayıncılığının Ses Boyutu ve Stüdyo Akustiğinin Düzenlenmesi”, *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, ed. İsmail Ercan, Ercan Özgan, C. II, S. 2, Düzce, 2013, ss. 50-61.
- EREN Ozan, “Türkiye’de 1960’larda Müzik Alanı ve Protest Müziğin İlk Nüveleri: Anadolu Pop Akımı”, *Sosyoloji Dergisi*, ed. İsmail Coşkun, C.38, S. 2 İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınevi, 2018, ss. 131-162.
- EROL Ayhan, *Popüler Müziği Anlamak*, 2.b., İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2005.
- FERHAT Savaş, “Manyetik Bant Kayıt Tarihi-3”, *Broadcaster Aylık Televizyon, Radyo, Sinema Teknolojileri Dergisi*, 2019, [http://www.broadcasterinfo.net/ContentDetails-1821-manyetik-kayit-tarihi-\[3\]](http://www.broadcasterinfo.net/ContentDetails-1821-manyetik-kayit-tarihi-[3]), (27.04.2020).

- FINKELSTEIN Sidney, *Bir Halkın Müziği Caz*, 1.b., çev. M. Halim Spatar, İstanbul: Bilim ve Gelecek Kitaplığı, 2009.
- GÜRSES İlknur, Dilek TAKIMCI, “Transgresyon ve Fotoğrafta Aşırılığın Estetiği: Witkin ve Serrano”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, ed. Taşkın Takış, C.16, S. 65, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2013, ss. 191-218.
- GÜVEN Uğur Zeynep, “Müzik Kültürleri İncelemelerinde “Öteki” Kavramı Üzerine Sosyolojik ve Antropolojik Yaklaşımlar”, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, C.38, S. 1, 2018, ss. 67-88.
- HOBBSAWM Eric, Terence RANGER, *Geleneğin İcadı*, 1. b., çev. Mehmet Murat Şahin, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006.
- IFPI, “Endüstrinin Durumu-Küresel Piyasaya Genel Bakış”, *Global Music Report*, ed. Placido Domingo, 2019, ss. 1-40.
- IŞIKHAN Cihan, “Müzikte Teknolojik Süreç ve Süreçteki Değişimiyle Türkiye’de Müzik Teknolojisi Eğitimi”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.1, S. 1, 2013, ss. 102-111.
- IŞIKHAN Cihan, “Profesyonel Müzik Kayıtlarında Kayıt Yöntemlerini Sınıflandırmak”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ed. Muhammet Kuzubaş, C. 4, S. 19, 2011, ss. 429-444.
- IŞIKTAŞ Bilen, Mehtap TANAR, “Kimlik Oluşumu Sürecinde Popüler Müziğin Etkisi”, *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi*, ed. Veysel Bozkurt, S. 51, 2015, ss. 31-49.
- İNAL Ufuk, “Alternatif Müzik Dinleme Platformları Karşısında Radyonun Konumu”, *II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, ed. Selma Koç Akgül ve Banu Küçüksaraç, S. 1, 2017, ss. 67-78.
- İZMİRLİ Aslı, “Mülteciler İçin Çalıp Söylenecek”, *Milliyet E-Gazete*, 2017, <https://www.milliyet.com.tr/gundem/multeciler-icin-calip-soylenecek-2473232>, (11.05.2019).
- KAPANCIOĞULLARI Ömer, *Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Müzik Endüstrisine Etkileri Konusunda Üniversitesi Öğrencilerinin Görüşleri*, (Yüksek Lisans Tezi), Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- KARADOĞAN Can, Laçın ŞAHİN, “Müzik Dinlemekten Aynı Zevki Alıyor Muyuz? Dinleyici ve Medya İlişkisi”, *Uluslararası Hisarlı Ahmet Sempozyumu*, ed. Çağhan Adar, S. 8, 2017, ss.124-143.
- KARLIDAĞ Serpil, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Türkiye’de Müzik Endüstrisinde Telif Hakları Politikaları*, (Doktora Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.

- KAYIŞLI Ali, Şeyma Nur ÖZKAN, “Yeni Dünyanın Yeni Müziği: K-Pop”, *Manifold Blog*, 2017, <https://manifold.press/yeni-dunyanin-yeni-muzigi-k-pop>, (04.04.2020).
- KUYUCU Mihalıs, “Yeni Medya ve Dijital Müzik: Yeni Medyanın Müzik Endüstrisinin Ekonomik Yapısına Etkisi”, *Institute of Language and Communication Studies*, S. 4, 2013, ss. 1383-1400.
- KÜÇÜKEBE DEVRİM Hande, “Mekân, Müzik ve Kimlik İlişkisi Ekseninde Çamdibi Müzisyen Kıraathanesi ve “Arefe Çalgısı” Uygulaması”, *Ege Üniversitesi Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı Dergisi*, ed. Bahadır Tutu, S. 11, 2017, ss. 93-110.
- LENA Funda, *Cultural Diversity in the Music Industry of Turkey*, (Doktora Tezi), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2017.
- MCGREGOR Craig, *Pop Kültür Oluyor*, 2.b., çev. Gürol Özferendeci, İstanbul: Çiviyazıları Yayınları, 2000.
- MERİÇ Murat, *Pop Dedik*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayınları, 2006.
- MUTLU Erol, “Popüler Kültürü Eleştirmek”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, ed. Taşkın Takış, C.4, S. 15, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2001, ss. 11-42.
- OSKAY Ünal, *Müzik ve Yabancılaşma*, 1. b., Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 1982.
- OWSİNSKİ Bobby, *Music 4.0 A Survival Guide for Making Music in the Internet Age*, 1. b., Milwaukee: Hal Leonard Books, 2014.
- ÖNEN Ufuk, “iTunes Radio ve ‘Streaming’ Müziğe Bir Bakış”, *Ufuk Önen ile Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri*, 2013, <http://www.ufukonen.com/tr/itunes-radio-ve-streaming-muzige-bir-bakis.html>, (21.05.2018).
- ÖNEN Ufuk, “Müzik Endüstrisine Bakış (4. Bölüm)”, *Ufuk Önen ile Ses Kayıt ve Müzik Teknolojileri*, 2016, <http://www.ufukonen.com/tr/muzik-endustrisine-bakis-4.html>, (21.05.2018).
- ÖZBEK Meral, *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayınları, 1991.
- ÖZDEK Attila, “Sanatçı ve Akademisyenlerin Bağlamadaki Performans Algısı”, *Müzikte Performans Uluslararası Müzik Sempozyumu*, ed. Gülay Göğüş, Ersen Varlı, 1. b., Osmangazi Belediyesi Yayınları, Bursa, 2016, ss. 273-288.
- ÖZDEMİR Erdem, “Performans Teori, Aşık Fasılları ve Doğaçlama”, *Rast Uluslararası Müzikoloji Dergisi*, ed. Fikri Soysal, Seher Tetik, Tolga Karaca, C. 4, S. 3, 2016, ss. 1357-1366.



- ÖZDEMİR Sinem, “Popülerleşme Sürecinde Türk Müziği ve Bu Süreçte Bestekâr Sadettin Kaynak”, 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, 2007, ss. 573-586.
- ÖZEN Başak İdil, Edmon ŞAR, “SeSshin Piano Duo Hakkında”, ‘t.y.’, <https://sesshinpianoduo.com/>, (14.05.2020).
- ÖZTÜRK Okan Murat, “Hegemonya-Editörden”, *Etnomüzikoloji Dergisi*, ed. Okan Murat Öztürk, C.II, S. 1, Bursa: Star Ajans Matbaacılık, 2019, ss. 7-8.
- ÖZTÜRK Okan Murat, “Mandolinle Muasırlaş(tır)mak: Türkçülüğün Mûsikî Sahasındaki Programı Işığında Köy Enstitülerinde Müzik Eğitimi”, *Etnomüzikoloji Dergisi*, ed. Özlem Doğuş Varlı, C.III, S. 1, Bursa: Star Ajans Matbaacılık, 2020, ss. 18-55.
- PANDORA, “About The Music Genome Project”, *Pandora Websites*, ‘t.y.’, <https://www.pandora.com/about/mgp>, (08.18.2019).
- PANDORA, “Pandora About”, *Pandora Websites*, ‘t.y.’, <https://www.pandora.com/about>, (08.18.2019).
- PERNA di Alan, “Brave Noise-The History of Alternative Rock Guitar”, *Guitar World Magazine Journal*, 1995.
- PİRSULTAN Sümeyye, “Üçüncü Yeniler, ‘Popçular’ ve Geleneksel Rock Tartışmaları”, *Trip Dergisi*, ed. Ercüment Menemen, S. 1, İstanbul: Trip Dergisi Yayınları, 2018, ss. 38-39.
- POSTMAN Neil, *Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni*, 2.b., çev. Mustafa Emre Yılmaz, İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 2006.
- RİCHTER Felix, “From Tape Deck to Tidal: 30 Years of U.S. Music Sales”, *Statista*, 2020, <https://www.statista.com/chart/17244/us-music-revenue-by-format/>, (11.05.2020).
- SAİD Edward, *Müzikal Nakışlar*, 1. b., İstanbul: Agora Kitaplığı, 2006.
- SAKİN Ozan, “Başka Bir Konser Mümkün”, *TEDx Talks Youtube Kanalı TEDxReset*, 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=X2VAUXArR5s>, (02.11.2019).
- SANAÇ Ekin, Hakan DEDEOĞLU, Cem KAYIRAN, “Müzik İnsanları ‘Streaming’ Hakkında Ne Düşünüyor?”, *Bantmag E-Dergi*, ‘t.y.’, <https://bantmag.com/magazine/issue/post/25/139>, (21.05.2018).
- SAY Ahmet, *Müzik Tarihi*, 6.b., Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları, 2006.

- SAYIMER İdil, Sencer TURHAN, “Kitlemel Müzik Endüstrisinin Yeni Medya Aracılığıyla Bireysel Endüstriye Dönüşümü-Youtube Müzik Kanalları Örneği”, *II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, ed. Selma Koç Akgül, Banu Küçüksaraç, S. 1, 2017, ss. 256-272.
- SÖZEN Edibe, “Popüler Kültür Retoriği: Sahiplik İçinde Yokluk, Rağbette Olma ve Sağduyu Bilgisi”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, ed. Taşkın Takış, C.4, S. 15, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2001, ss. 55-66.
- STOKES Martin, *Türkiye’de Arabesk Olayı*, 1. b., İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2000.
- ŞENTÜRK Ünal, “Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol”, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.31, S. 1, 2007, ss. 25-41.
- TAYLAN Erman, “Deezer Resmi Olarak Türkiye Pazarına Giriş Yaptı”, *Webrazzi*, 2013, <https://webrazzi.com/2013/09/16/deezer-resmi-olarak-turkiye-pazarina-giris-yapti/>, (07.08.2019).
- TEKELİOĞLU Orhan, *Pop Yazılar: Varoştan Merkeze Yürüyen ‘Halk Zevki’*, 1. b., İstanbul: Telos Yayıncılık, 2006.
- TEKİN Gökmen, *Türkiye’de Fikri Mülkiyet Kültürünün Yerleşmesine Yönelik Korsan Yayıncılığın Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- TEKİN Hatice Selen, *Müzik Bilimine Doktriner Yaklaşımlar*, 1.b., Ankara: Müzik Eğitimi Yayınları, 2014.
- TIDAL, “What is Tidal? About Tidal”, *Tidal Websites*, ‘t.y.’, <https://tidal.com/whatistidal>, (05.08.2019).
- TOPRAK Sabahattin, *Türkiye’de 90’lı Yıllarda Başlayan Radyo ve Müzik İlişkisinin Müzik Yapımcılarına Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015.
- TURHAN Sencer, *Müzik Endüstrisinin Yeni Medya Aracılığıyla Dönüşümü*, (Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2019.
- TÜRK DİL KURUMU, “Gelenek”, <https://sozluk.gov.tr/>, (27.04. 2019).
- TÜRK DİL KURUMU, “Popüler”, <https://sozluk.gov.tr/>, (21.05. 2020).
- USLU Recep, “Müzik Terimlerindeki Karmaşanın Akademik Çalışmalara Yansıması: Orijinal, Nazire, Çeşitleme, Varyant, Aranjman, Cover, İcra”, *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, ed. Fırat Başbuğ, C.1, S. 2, *Nevşehir*, 2012, ss. 144-165.

- UYAR Yaprak Melike, “Alternatif Müzik Çağını Başlatan Grup”, *AGOS Kültür Sanat E-Gazete*, 2014, <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/7401/alternatif-muzik-cagini-baslatan-grup>, (27.08.2019).
- ÜNLÜ Alkan, *Mekân-Müzik İlişkisi Bağlamında İzmir’de Sokak Müziği*, (Yüksek Lisans Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 2013.
- ÜNLÜ Cemal, *Git Zaman Gel Zaman*, 1. b., İstanbul: Pan Yayıncılık, 2004.
- ÜNLÜ Cemal, “Türk Ses Kayıt Tarihi”, *Turkish Music Portal Turkish Cultural Foundation*, ‘t,y,’ , <http://www.turkishmusicportal.org/tr/turk-muzigi-tarihi/turk-ses-kayit-tarihi>, (18.04.2020).
- VARLI DOĞUŞ Özlem, “İdeal Devletin İdeolojik Aygıtları: Doxa ve İllisio Kavramları Bağlamında Müziğin Biçimlendiriliş Süreci”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, ed. Özcan Bayrak, C. VII, S. 93, Elâzığ, ss. 14-26.
- VARLI Ersen, “*Türkü Radyoları’nın Türk Halk Müziği Üzerindeki Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.
- VAROL Sibel Fügen, *Kültür Endüstrisi Bağlamında Cinsiyetçi İdeoloji ve Kadın Kimliğinin İnşası*, (Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.
- VURAL Hüseyin Ulaş, Büşra SARAY, “Güney Marlen: Alternatif Müziğin Popülistleşmesine Karşıyım”, *Evrensel E-Gazete*, 2017, <https://www.evrensel.net/haber/332261/guney-marlen-alternatif-muzigin-populistlesmesine-karsiyim>, (04.09.2019).
- YÖRÜK Deniz, “Google Adwords Nedir ve Nasıl Çalışır?”, *Netvent Blog*, 2018, <https://netvent.com/google-adwords-nedir-ve-nasil-calisir/>, (24.05.2019).