

GELİŞEN MÜZİK ENDÜSTRİSİ VE BUNUN MÜZİKSEL YOZLAŞMAYA ETKİLERİ

UÇAR, Murat Cenap*
TÜRKİYE/TURPIЦИЯ

ÖZET

Müziksel yozlaşma gündelik dilde farklı çevrelere göre farklı farklı yorumlanabilir. Buna bağlı olarak “yoz müzik” kavramı da kişiden kişiye değişebilir. Bu çalışmada vurgulanmak istenen müzikteki yozlaşmanın toplumdaki genel yozlaşmadan bağımsız olmadığıdır. Ayrıca, müziksel yozlaşma herhangi bir müzik türü ile özdeşleştirilmemeli her türün yoz örnekleri olabileceği gerçeği unutulmamalıdır.

Bir endüstri kolunun varlığını sürdürebilmesi ürünlerini pazarlamasına bağlıdır. Milyonlarca dolar paranın dolaşımında olduğu müzik endüstrisi de diğer endüstri kolları gibi satışını yüksek tutmak zorundadır. Bu durum müziğin müzik olma koşullarına göre değil, serbest piyasa koşullarına göre biçimlendirilmesi gibi bir tehlike doğurur ki, bu da müziksel yozlaşmanın en önemli nedenleri arasında sayılabilir.

Anahtar Kelimeler: Müziksel yozlaşma, müzik endüstrisi.

ABSTRACT

In daily language musical degeneration may be interpreted in different ways by different people. The concept of “degenerated music” may change from person to person. In this study, it is intended to emphasize that musical degeneration is not independent of degeneration in the society. Moreover, musical degeneration is not a characteristic of a specific genre. Rather, it should be kept in mind that each genre may have some examples.

Survival of a branch of industry depends on its ability to market its products. Like any other industry in which millions of dollars are involved, music industry need to have high sale rates. This situation creates a danger of shaping music according to the rules of market rather than according to the music itself. This could be seen as one of the most important reasons of musical degeneration.

Key Words: Musical degeneration, music industry.

1. Yoz Müzik ve Müziksel Yozlaşma Ne Demektir?

Günümüzde “müziksel yozlaşma”, ”yoz müzik”, “müziksel dejenerasyon” gibi tamlamalar sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak bu tamlamalardan yararlanarak değerlendirmeler yaparken tamlamaların içerdiği görecelilik nedeni ile

yanılgıya düşme oranı yüksek olabilir. TDK sözlüğünde “yoz” sözcüğü dört farklı anlamı ile şu şekilde sıralanmaktadır:

1- Doğada olduğu gibi kalarak, işlenmemiş olan (gerçek anlam). Örnek: “yoz toprak, yoz bitki”.

2- Kaba /Adi/Bayağı (Mecaz): Örnek: Yoz adam.

3- (mecaz): Soysuz, yozlaşmış, dejenere.

4- halk ağzında: Kısır.

1- Doğada olduğu gibi kalarak, işlenmemiş olan (gerçek anlam), Örnek: “yoz toprak, yoz bitki”.

Burada anlamı daha iyi vurgulamak adına “işlenmemiş” sözcüğü yerine “insan eli değmemiş” ifadesini kullanmak yanlış olmaz. Sözcüğün ilk ve gerçek anlamından yola çıkarak yoz müzik ve müziksel yozlaşma tamlamalarını irdelediğimizde; “yoz müzik: Doğada olduğu gibi kalarak (yani herhangi bir şekilde, hatta kendiliğinden varolan), işlenmemiş (yani insan eli değmemiş.) müzik” şeklinde bir tanıma ulaşabiliriz. Müzik kavramının önüne asla gelemeyecek bu sıfatlar nedeni ile TDK sözlüğündeki bu birinci anlamdan hareketle müziksel yozlaşma tamlamasını irdelemeye gerek dahi yoktur.

2- Kaba /Adi/Bayağı (Mecaz): Örnek: Yoz adam.

Buradan yapabileceğimiz çıkarımlar; “yoz müzik: kaba/adi/bayağı müzik”, “müzikte yozlaşma: müzikte kabalaşma/adileşme/bayağılaşma” şeklinde olabilir. Burada, en doğru anlama çok yaklaştığımızı düşünebiliriz. Ancak kabalık ya da bayağılık toplumdaki topluma, yöreden yöreye, bir toplumun elitinden bir başka toplumun elitine hatta sanatçıdan sanatçıya geçişebilen göreceli kavramlardır. Ünlü orkestra şefi David Palmer’in hazırlayıp sunduğu **Yeni Binyıl** gazetesi tarafından Türkiye’deki dağıtımı gerçekleştirilen ve on CDden oluşan *Büyük Besteciler* adlı belgeselin “Çaykovsky” bölümünde –eğer dublaj hatası yok ise– Çaykovsky’nin “...adi Brahms ve onun adi müziği...” sözcüklerinin bulunduğu yazılarından söz edilmektedir. Bugün tamamen kar amacıyla üretilmiş daracık bir ses aralığında birbirinin türevi olan tekdüze ezgilerden oluşan “yakalarsam...”, “azıcık alttan azıcık üstten”, “neremi neremi her yerini”, “kıl oldum abi.” gibi sözcükler içeren şarkıları besteleyenlere, adi, bayağı ya da yoz gibi sıfatlar yakıştırmamız yukarıdaki çözümlemeye göre onları Brahms’la bir tutmamız anlamına gelebilir. Çaykovsky’nin, adi/bayağı/yoza diyerek nitelendirmesine karşın müzik otoriteleri tarafından dünyanın altı büyük bestecisinden biri olarak kabul edilen Brahms’ı kurtarmak için berikilere ne tür sıfatlar bulunması gerektiği ayrı bir çalışma konusu olabilir.

3- (Mecaz) Soysuz, yozlaşmış, dejenere

Buradan yapabileceğimiz çıkarımlar; “**yoz müzik**: soysuz/dejenere müzik” “**müzikte yozlaşma**: müzikte soysuzlaşma/dejenerasyon” şeklinde olabilir. Konuşma ve yazıda genellikle Fransızca sözcükler (dejenere ve dejenerasyon) Türkçesinin yerine kullanılır. Dejenere müzik ve müzikte dejenerasyon sözcükleri yoz müzik ve müzikte yozlaşma sözcükleri ile birebir örtüşüyor gibi görünse de buradaki soysuzlaşma/dejenerasyon (aslından uzaklaşma) kavramlarına etnik, yöresel ya da ulusal anlamlar abartılı bir şekilde yüklendiğinde kimi yanlış yaklaşımların doğması kaçınılmaz hâle gelebilir. Bu durum F. Say, H. Sermet, İ. Biret, S. Kan gibi ülkemizin adını evrensel platformlarda başarı ile temsil etmiş ve etmeğe devam eden yorumcu ve bestecilerimizin yanlış değerlendirilmesine neden olabilir.

4- (Halk ağzında) Kısır.

Buradan yapabileceğimiz çıkarımlar; “**yoz müzik**: kısır/üretken olmayan müzik” “**müzikte yozlaşma**: müzikte kısırlaşma” şeklinde olabilir. Kısır/üretken olmayan müzik ifadesi çok özel ve dolaylı anlamlar içerebilir. Müzikte kısırlaşma ise müzik olgusu ile birlikte karşılaşılabilecek kimi sorunların nedenleri arasında düşünülebilir.

2. Bir Müziğin Yoz Müzik Olarak Değerlendirilmesindeki Etmenler Neler Olabilir?

Gündelik dilde hatta kimi gazetelerde ve internet sitelerindeki yazılarda bireylerin belirli müzik türlerini (arabesk, özgün, pop, vb) argo sözcük ve deyimler içeren sözlerden oluşan şarkıları, toplumun elit olmayan kesimleri tarafından beğenilen albüm ve CD’leri yoz müzik olarak nitelediklerine sık sık tanık oluyoruz. Örneğin, Metin’in (2003) müzikte yozlaşmaya ilişkin görüşleri şu şekildedir: “Popüler müzik adı altında varlığını sürdüren yoz müzik, ülkemizde ivmesini özellikle 80’lerin başında sosyal, ekonomik ve toplumsal değişiklikler yaşadığımız bir dönemde kazanmıştı. O zamanlar şekillenen “az çalış-çok kazan.” mantığının bir yan ürünü olarak çıkan bu tarz aynı paralellikte acele ile üretilen ve yine aynı hızla tüketilen bir müzik piyasasını oluşturdu. İşin kötü tarafı “bu süreç günümüze daha da deforme olmuş hâliyle geldi.” Buradan anlaşılacağı gibi pop müzik, yoz müzik ile eşdeğer görülmektedir. Fakat yozlaşmayı bir türe mal etmek doğru değildir. Örneğin, 1960’lardan itibaren dünyayı sarsan müzik gruplarından Beatles’in İmagine adlı şarkısının sözlerini ele alalım. Adı geçen topluluk o yılların bir pop müziği topluluğudur.

Imagine all the people

Hayal et bütün insanların

living life in peace...

Hayatı barış içinde yaşadığını

Imagine no possessions'
Mülkiyetin olmadığını hayal et

I wonder if you can'
Yapabilir misin merak ediyorum

No need for greed or hunger'
Hırsla ve açgözlülüğe gerek yok

A brotherhood of man'
İnsanların kardeşliği

Imagine all the people
Hayal et bütün insanların

Sharing all the world...
Tüm dünyayı paylaştığını

Burada “yoz olan nedir?” sorusunun yanıtını bulmak son derece zordur. Bu sözler ve sözlerin arkasında yatan felsefe Mozart’ın Requiem’indeki sözlere göre son derece ileridir ve evrensel değerler taşır.

Genellikle kişilerin bir müziği nitelerken gözönüne aldıkları unsurlar müziksel yapı, şarkı sözleri, kimin bestelediği ya da yorumladığı, kimin dinlediği ya da tükettiğidir. Bu unsurları ele alalım:

Müziksel Yapı: Bir müzik parçasının müziksel yapısı gerçekten de onun yoz bir müzik olup olmadığı konusunda belirleyici midir? Kimi müzik dinleyicilerine göre hangi türde olursa olsun kendi beğendikleri müzik tür ve formları dışında kalan müzik, müziksel yapı olarak yetersiz ve dejeneredir. Örneğin, bir Güney Amerika ülkesinde yaşıyor olsa bile, tutucu bir çok sesli batı müziği taraftarı latin müziğini müziksel yapı yönünden yetersiz yoz bir müzik türü olarak değerlendirebilir. Ancak aşağıdaki iki örnek karşılaştırıldığında hangi müziksel kritere göre değerlendirme yapılacağını belirlemek olanaksız gibidir.



Şekil 1: Black Orfeo, L. Bonfa



Şekil 2: Çığ, F. Mendelssohn

Sözler: Müzikte yozlaşmayı şarkı sözlerine indirgeyen kimi çevrelere göre etik değerlerden uzak yer yer erotizm yer yer argo içeren sözcükler barındıran müzik yoz müziktir. Bu kişilere göre Ahmet Arif’in ünlü “Gül memeler değil/dom dom kurşunu paramparça ağzımdaki” dizeleri son derece şiirsel bir anlatımken İbrahim Tatlıses’in okuduğu türküdeki

*Dam üstünde un eler
Tombul tombul memeler
Memeler baş kaldırmış
Kavuşmuyor düğmeler*

dörtlüğü müziksel yozlaşma nedeni sayılabilir. Müziksel yozluğu sadece sözlerdeki kaba, argo ve dejenere kullanımlara indirgemek beraberinde şöyle bir kolaylığı da getirir. “Bütün kötü sözleri değiştirelim, şarkılar ve müzik de yozluktan kurtulsun”. Kuşkusuz bu son derece ütöpik bir çözümdür.

Kimin Bestelediği ya da Yorumladığı: Bazı zamanlar bir şarkıyı kimin bestelediği ya da kimin yorumladığı da o şarkının yozluğuna ilişkin bir gösterge hâline gelebilir ki bu da önemli yanlışlardan biridir. Buradan A şarkısı şu kişi tarafından yorumlanırsa iyi bir başka kişi tarafından yorumlanırsa yozdur gibi yanlış bir sonucun çıkması kaçınılmazdır.

Kimin Dinlediği ya da Tükettiği: Bir müzik parçasının toplumun belli katmanları tarafından benimseniyor ve dinleniyor olmasından daha önemli olan öncelikle o toplum katmanının ne şekilde yaratıldığıdır. Tarkan’ın toplumda geniş kitleler tarafından dinleyici bulmasının asıl nedeni bu dinleyici kitlesinin belli çevreler tarafından belli yollarla daha önce hazırlanmış olmasındadır.

Bu irdelemelerden sonra daha ayırt edici bir yoz müzik tanımı yapmak olanaklıdır. Kuşkusuz, gerek sözlük anlamı yönündeki yaklaşımlarda gerekse gündelik dildeki yaklaşımlarda yoz müziğe ilişkin haklılık payları vardır. Ancak, bu yaklaşımlar belirleyici olmaktan uzaktır. Bunların ötesinde, yoz müziği “üretiliş nedeni insan duygu ve düşüncelerinin aktarılmasından çok müziksellik dışında yer alan yapılanmalar ve çıkar gruplarına hizmet etmek olan, bu nedenle üreten kişiden çok bu yapılanmalar ve çıkar grupları tarafından biçimlendirilen, böylelikle hangi türde olursa olsun temel var oluş amacıyla öncüllerinden uzaklaşan/uzaklaştırılan müzik.” şeklinde bir tanımlamamız yanlış olmaz. Bu noktadan hareketle “müziksel yozlaşma” da “müziksel ürün verme aşamasında müziksel kaygıdan uzaklaşarak, sistemin izin verdiği her tür fırsatçılıktan yararlanma” biçiminde ifade edilebilir. Daha sade bir anlatımla “müzik üreticisinin müziksel anlayışının müziğe egemen yapılanmaların tahakkümü altına girmesidir” şeklinde bir tanımlama da doğruya oldukça yakındır.

3. Müzik Endüstrisi

Farklı internet sitelerinde müzik endüstrisi ile ilgili aşağıdaki haberler yer almaktadır.

Albüm maliyeti beş yüz dolar ile milyon dolarlar arasında değişebilecek bir rakam. Albümün maliyeti ve yatırımı ne kadar büyükse albüm fiyatı ve kar beklentisi o kadar yüksek olacak elbette. (Michael Jackson'ın star olmasının en büyük nedenlerinden biri de bu zaten) Benim anlamadığım ve anlamak istemediğim şey kapsamlı maliyeti milyon dolar olan albümle beş yüz dolar olan albümün Türkiye'de ve Dünyanın birçok yerinde hâlâ aynı fiyata satılması. –Michael Jackson'ın albümleri ortalama bir kaç milyon dolara mal olurken Nirvana'nın “Bleach” albümü zamanında 600 kusura dolara mal olmuş ve biz bunları hâlâ aynı fiyata satın alıyoruz– Kar oranları ise daha da mide bulandırıcı. (Ardağ, 2007)

Müzik Endüstrisi Çıkış Yolu Arıyor. başlıklı haber nitelikli makalede müzikle ilgili alışverişlerde dönen paraların miktarları ilgi çekicidir.

Özellikle korsan müzik satışları ve kullanıcıların online müziğe yönelmesiyle düşen CD satışları sebebiyle sıkıntılı bir dönem geçiren müzik yapım şirketleri çıkış yolu arıyor. ABD'nin en büyük müzik şirketleri arasında başta gelen Universal Music ve Warner Music bu doğrultuda, geçmişteki faaliyet alanlarıyla pek benzeşmeyen yan şirketlere yatırım yaptı. Warner Music yöneticisi Edgar Bronfman analistlerin katıldığı bir toplantıda yaptığı açıklamada gelirleri artırmak için çareler geliştirmek zorunda olduklarını ifade etti. Warner Music'in bu bağlamda Front Line Management isimli organizasyon şirketindeki hissesini 110 milyon dolar daha artırdığını ifade eden Bronfman "Konserler, sponsorluklar, reklam gibi müzikle ilişkili diğer dallar gelişip, gelirlerini artırırken, kayıt endüstrisi olarak bunu sadece seyretmekle yetiniyoruz.”

...

Şarkıcı ve grupların turne, konser, reklam gibi gelir kaynaklarından hiç faydalanamayan yapım şirketleri için temel gelir kaynağı olan CD'lerin satışlarının düşmesi büyük bir tehlike oluşturuyor. Başta Universal, EMI ve Warner olmak üzere büyük müzik şirketler bu probleme çareler arıyor. Bu amaçla yatırım yapan Universal de hip-hop müzik dinleyenlerin bulunduğu bir site olan Loud.com'dan hisse satın aldı. Universal'in bu alanda attığı ikinci ciddi adım ise **internet gurusu** (!) Elton John'un da bağlı olduğu organizasyon şirketi Sanctuary'yi 88 milyon dolara satın alması oldu.

Bir kalemde on milyonlarca doların pazarlık konusu olduğu güçlü bir sektör olan müzik endüstrisi ciddi bir yatırım alanı hâline gelmiştir. Ayrıntıları bir tarafa bıraktığımızda “Müzik Endüstrisi” tamlamasının bilimsel literatürde yer alması onun nesnel bir gerçeklik olduğu anlamına gelmektedir. Kuşkusuz her

endüstri kolu öncelikli ve doğal olarak varlığını sürdürme daha sonra büyüme ve tekelleşme eğilimindedir. Bir endüstri ürününün tüketimi, **gereksinim, moda, düşün akımları, genel konjonktürel yapı** ve daha birçok değişkene bağlıdır ki bu tüketim olayı gerçekleşmediği sürece ilgili endüstri kolunun ayakta kalması düşünülemez.

Müzik endüstrisi ile bizzat metalaşan şeyin, (bir başka deyişle bu endüstri kolunun değişim ve kullanım değeri taşıyan ürününün) doğrudan müziğin kendisi olduğunu söylemek gerçekçi bir yaklaşım değildir. Bununla birlikte bir opera binasında kostüm diken terzi ile orta ölçekli bir konfeksiyon işletmesinde çalışan tasarımcı arasındaki ayırım, gözardı edilemeyecek denli önemlidir. Birincisinde iş alanını yaratan temel olgu müziğin ta kendisi, ikicisinde ise insanın giyinme gereksinimidir. Bu özel örneğin ötesinde dünya genelinde ve ülkemizde çalgı yapımı ve yan gereksinimleri, elektronik müzik cihazları ve yan gereksinimleri, stüdyo kayıt cihazları ve yan gereksinimleri, müzik yapımcılığı kurumları, menajerlik ya da organizatörlük sistemleri, konser ses sistemleri, nota yazım programları, ses bankaları ve bunların kullanımına ilişkin programlar düşünüldüğünde müziğin ekonomik boyutunun ne denli önemli olduğu daha iyi anlaşılabilir.

4. Müzik Endüstrisini Ayakta Tutan Unsurlar

1) Para

Atinalı Timon'da Shakespeare parayı şöyle anlatır:

“Altın mı? Sarı, parlak, değerli altın mı? Hayır, Tanrılar,
Kendimi aylıklığa adamadım ben!

Onun şuncası karayı ak, çirkini güzel, yanlışı doğru, Alçağı soylu, yaşlıyı genç, korkağı yiğit eder.

...neden bu?

Papazlarınızı da koparır sizden uşaklarınızı da.

Babayiğitleri umarsız bıraktırır.

Bu sarı köle,

İnançlar getirir ve inançlar götürür, lanetliyi kutsar;

Senatörlerle yanyana, şan ve saygınlık verip: Bu odur ki

Geçkin dulu yeniden gelin eder;

Miskinhanede etleri dökülmüş olsa da,

Aptallar için yeniden albeniler. Yeter, ay lanetli maden,

Ulusları birbirine düşüren,

Sen insanlığın ortak o...

Marx ve Engels'in *Yazın ve Sanat Üzerine* adlı yapıtının birinci cildindeki *Para ve Dünya Kültürü* adlı makalede para şöyle tanımlanır: “Her şeyi satın

alma özelliği olmasıyla bütün nesnelere edinilebilir kılma özelliği olmasıyla, para, üstün sahip olma nesnesidir. Özelliğinin evrenselliği paranın sınırsız gücüdür. Bundan ötürü sınırsız güçlü sayılır... Para insanın gereksinimi ile nesne arasında, insanın yaşamı ile yaşama araçları arasında p...tir.”

Shakespeare'e döndüğümüzde, geçkin dudu yeniden gelen şey müziksel yetersizliği olan birini de geliştirmekte olan bir ülkenin müzik yıldızı hâline getirebilir. Yazılamayacak kadar çok örnek vardır.

2) *Starlar*

Starlar, müzik endüstrisi sürecinde ürünün tüketiciye ulaştığı zincirin en son ve en özenle seçilmiş halkasıdır. Dyer (1986)'a göre yıldızın boy gösterdiği alanlar olan sinema, televizyon ve müzik, kapitalizm ile birlikte sektörleşmiş büyük yatırımlar, gelişen endüstriyel donanım ve atılımlar, tek tipleşen sistem, yıldızın da bir meta olarak sunulmasına yol açmıştır. Burada bahsedilen endüstri kollarının en önemlilerinden biri de müzik endüstrisidir. Dyer yıldız sistemini fabrikasyon olarak nitelendirir. Ona göre, bu fabrikasyon yıldızın belli bir standartta üretimine ve tüketimine bağlıdır. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi yıldız aslında bu sistemde bir araçtır. Bu durum A marka bir ton balığı konservesinin bir kasaba bakkalında ya da bir hipermarkette pazarlanması arasındaki farklılık ile sıradan bir şarkının bir süperstar ya da süperstar meziyeti taşımayan bir kişi tarafından seslendirilmesi arasındaki farka benzer.

Wilcox, Ault, Agee (1970)'ye göre de, yıldız sisteminin işleyişinde, yıldız, malı tekelden alıp halka sunan bir araçtır ve tekeli yıldız ne denli abartır ise satış da o denli artacaktır. Wilcox ve diğerlerine göre yıldız ya da yıldız adayı da bir müşteri olarak algılanır. Müşterinin tanınması çok zaman alacak zorlu bir yoldur. Öncelikle müşteri ile derinlemesine bir görüşme yapıp, tüm yaşamının ayrıntıları, inançları, tutkuları, hedefleri ve hatta bazı anekdotlar saptanır ve hangilerinin üzerine gidileceği belirlenir. Müşterinin (starın ya da star adayının) biyografisi yazılır ve fotoğraflarla desteklenir. Bunu belli bir pazarlama stratejisinin oluşturulması izler. Bu aşamada şu iki sorunun yanıtı net bir biçimde verilmelidir: Müşterinin hangi ürünü (müzik albümü mü, anıları mı) ya da hangi yönü öne çıkarılıp duyurulacak ve hangi tipte izleyici kitlesi hedeflenecektir? İşte tam bu noktada, Weber (1987)'in cevabı devreye girebilir. “Karizma tüm kurumsal rutinlerin, gelenekten kaynaklanan ve akılcı (rasyonel), yönetime bağlı olan tüm tek düze işleyişlerin karşısındadır. Bu ekonomik yaşam için de geçerlidir.” Kuşkusuz günümüzde bu çözümleme birçok müzik yapımcısı ve organizatörün aradığı cevaptır. Ancak aynı çözümlemenin devamına Weber şunu eklemektedir: “Kumarbazlar, dolandırıcılar da karizmatik olarak tanımlanabilir” (s. 53).

3) Müziğin Kendisi

Aslında büyük miktarlarda paraların döndüğü bu önemli sektörün ortaya çıkışında biricik unsur olan müzik, yarattığı ekonomik gücün yanında adeta önemini yitirmiş, var oluş amacından sapmış ve kendi sebebi olduğu bu ekonomik gücün tahakkümü altına girmiştir. Bu noktadan itibaren müzik, müzik olma koşullarına göre değil serbest piyasa koşullarına göre biçimlenmeye başlamıştır. Sanatsal kaygının önüne tecimsel kaygının geçmesi yozlaşmanın başladığı noktadır.

4) Kurum ve Kuruluşlar

İnsanların tür ayrımı yapmaksızın müzik yolu ile geçimlerini sürdürdükleri ya da milyonlarca dolarla buldukları her tür örgütlenme müzik endüstrisini omuzlayan kurum ve kuruluşlar arasında yer tutar. Bu, küçük atelyesinde kemeçe imal edip satan çalgı yapımcısından New York'ta bulunan devasa müzik yapımcılığı şirketlerine dek uzanan geniş bir yelpazedir.

5) Medya

Özellikle sermaye ile birleşmiş medya star yaratma, toplumu biçimlendirme ve yönlendirme alanındaki en önemli güçtür. Savaşlar olmadığı sürece silah tüccarları ayakta kalmaz. Lise öğrencileri uyuşturucuya alıştırmadıkça uyuşturucu tacirleri var olamaz. Toplumsal yozlaşma artmadıkça da bugünün medyası beslenecek kanal bulamaz.

6) Tüketici

Müzik endüstrisini ayakta tutan en önemli unsurlardan biri de tüketicidir. Tüketim sürecinde tüketicinin tercihleri ve müziksel beğenisi ön plana çıkar. Ancak tüketicinin müziksel beğenisinin değişmeyeceği gibi bir yaklaşım doğru değildir. Eğitim, müzik beğenisinin geliştirilmesinde önemli bir rol oynar. Uçan'a (1994) göre "müziksel iletişim sürecinde alıcı durumunda olan dinleyiciler/yoğaltıcılar hem kendileri hem de çevreleri açısından daha yaralı, daha sağlıklı, daha etkili ve daha verimli müziksel iletişimde bulunabilecek biçimde bilinçlendirilerek eğitilmelidirler" (s. 41). Ancak müziksel beğenin geliştirilmesi müziksel yozlaşmanın temeli olan toplumsal yozlaşmanın engellenmesinin tek başına çözümü olarak düşünülmemelidir.

SONUÇLAR

1. Kişisel yozlaşma, toplumsal yozlaşmaya bağlıdır. Müziksel yozlaşma ise kişisel yozlaşma ve toplumsal yozlaşmanın sonucudur. Müziksel yozlaşma, kişisel yozlaşma ve toplumsal yozlaşmanın sebebi olamaz.

2. Müziksel bir ürünün içinde bir takım yoz (dejenere) unsurlar barındırması, bu ürünün ve yaratıcısının bir yozlaşma süreci içerisinde olduğunun kesin kanıtı olarak düşünülmemelidir. Kişiyi ya da ürünü yozlaştıran, bizzat çevresini

yozlaştırarak bu yozlaşmadan rant elde etme çabası içerisine girerek bu yozluğu bir alışkanlık hâline getirmesi ve bu durumun kökleşmesini hedefleyen rant çevreleri ile organik bağlar oluşturmasıdır.

3. Mikhali Lifshitz (1968)'in *Marx'ın Sanat Felsefesi* adlı yapıtında “kapitalist toplumda sanatın çöküşü sanatın kendi görüş açısından bile ilericidir.” diyerek aslında kapitalist üretim sürecinin, müzik, resim, heykel ya da sanatın hangi alanında olursa olsun, dejenerasyonun sebebi olduğunu vurgulamaktadır.

KAYNAKÇA

Ardağ, M. T. (2007). **Müzik Endüstrisi Aktörleri, Yeni Müzik Endüstrisi Aktör Adayları**. <http://www.studyoimge.com/makale/681/muzik-endustrisi-aktorleri-yeni-muzik-endustrisi-aktor-adaylari> adresinden 10.9.2007 tarihinde indirilmiştir.

Dyer, R. (1986). **Stars**. London: BFI Pub. Co.

Lifshitz, Mikhaili (1968). **Marx'ın Sanat Felsefesi**. Ararat Yayınevi, İstanbul.

Marx, K. Ve Engels, F. (1995). **Yazın ve Sanat Üzerine**: Birinci Cilt. Çeviren Ö. Ünalın. Sol Yayınları Ankara

Metin, Cem (2003). **Müzikte Yozlaşma**. [Online]: <http://www.anatolianrock.com/makale8.htm> adresinden 10.9.2007 tarihinde indirilmiştir.

Müzik Endüstrisi Çıkış Yolu Arıyor. [Online]: http://teknoajan.com/muzik-endustrisi-cikis-yolu-ariyor-haber_1377.html adresinden 5.9.2007 tarihinde indirilmiştir.

Müzik Endüstrisi Çöküyor! [Online]: http://teknoajan.com/muzik-endustrisi-cokuyor-yazar_301.html adresinden 5.9.2007 tarihinde indirilmiştir.

TDK (2007). **Güncel Türkçe Sözlük**. [Online]: www.tdk.gov.tr adresinden 10.9.2007 tarihinde indirilmiştir.

Uçan, A. (1994). **İnsan ve Müzik: İnsan ve Sanat Eğitimi**. Müzik Ansiklopedisi Yayınları, Ankara.

Weber, M. (1987). **Sosyoloji Yazıları**. Çeviren T. Parla. Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul.

Wilcox, D. L.-Ault, P. H.-Agee, W. K. (1992). **Public Relations: Strategies and Tactics**. New York: Harper Collins Publishers.