

T.C
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
MÜZİK BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
Yüksek Lisans Tezi

BAĞIMSIZ MÜZİKTE KİMLİK İNŞASI: ‘BREK’ ÖRNEĞİ

Hazırlayan
Murat GÜÇLÜ

Danışman
Doç. Dr. Aykut Barış ÇEREZCİOĞLU

İZMİR / 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Bağımsız Müzikte Kimlik İnşası: ‘Brek’ Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

01 / 07 /2019

Murat Güçlü

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün// tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanüstü Öğretim Yönetmeliği' nin maddesine göre Müzik Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Murat Güçlü'nün, "Bağımsız Müzikte Kimlik İnşası: 'Brek' Örneği" konulu tezi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat 'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oy ile karar verilmiştir.

BAŞKAN**ÜYE****ÜYE**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı bağımsız müzik yapan bir müzisyen örneğinde kimlik inşasını anlamaya çalışmaktır. Öncelikli olarak hedeflenen bağımsız müzik kavramının ne olduğunu anlamak, müzik endüstrisi içerisindeki hangi değişimlerin bağımsız müzik kavramını oluşturduğunu kavrayabilmektir. Bu doğrultuda çalışmanın birinci bölümünde örnek olay ile ilişkili olarak kimlik kavramı ele alınarak, kimliğin ne olduğu anlatılmaya çalışılmıştır. Burada örnek olayın kimlik inşası üzerinden hareketle aidiyet kavramı, postmodern kimlik, ben odaklı kimliklenme ve düşünümseellik gibi kavramlar detaylı bir şekilde ele alınır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise müzik endüstrisi, punk akımı ve bağımsız müzik kavramları ele alınmaktadır. Müzikte bağımsızlaşma sürecinin tarihsel, endüstriyel ve sosyolojik bakımdan incelemeleri yapılarak, müzik endüstrisinde büyük (majör) olarak bahsedilen ile bağımsız (indie) olarak bahsedilen kavramların neler olduğunu belirleyen karşılaştırmalar yapılmıştır. Indie müziğin temelini oluşturan punk akımına yer verilerek bu müziğin temelini oluşturan etkenlerin de ayrıca neler olduğu anlatılmaya çalışılmıştır. Indie müzik yapma pratiğinin ne olduğu, bu tarz altında müzik yapan sanatçıların nasıl bir kolektivite içerisinde bulunduğunu ve bu müzisyenlerin müziğe karşı tutumlarının ne olduğundan bahsedilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise ilk iki bölümde anlatılan kavramlar üzerinden örnek olay ile kurulan ilişkiler ve benzerlikler anlatılmaya çalışılır. Örnek olayın müzik endüstrisi içindeki yeri ve Brek'in sahipliğini yaptığı dijital yayıncılık şirketi olan 'Kare Müzikevi' anlatılmıştır. Örnek olay ile yaptığım görüşmelerden çıkan sonuçlarda onun sanatçı kimliğini, yaptığı müziklerin tarzını, müzik yaratım süreçlerini, müzik endüstrisi hakkındaki görüşlerini, kendi sahipliğini yaptığı Kare Müzikevi hakkında bilgileri toplayarak, ilk iki bölümde anlatılan kavramlarla ilişki kurularak anlatılmıştır. Bir bağımsız sanatçının neler yaptığı, kendi müziğini nasıl duyurabileceğine ilişkin belirli bilgiler anlatılmıştır. İlk bölümde ele alınan kimlik kavramı üzerinden Brek karakterinin ben odaklı bir kimlik ilişkisi içerisinde olduğu ele alınırken, bu karakterin inşa sürecinde ne gibi düşünümseel süreçlerden geçtiği de anlatılmıştır. Son olarak ise bağımsız sanatçılar için 'aracılık' görevi görmesiyle öne çıkan Kare Müzikevi anlatılarak, burada ne gibi bir oluşum döndüğü, bağımsız sanat kolektifinin neleri kapsadığı, nasıl bir aidiyet içerisinde olduğundan bahsedilmiştir.

Anahtar kelimeler: Indie müzik, kimlik, ben odaklı kimlik, müzik endüstrisi.

ABSTRACT

The aim of this study is to try to understand the construction of an identity by an independent music artist. The primary goal is to understand the notion of independent music. To understand which changes in the history of music constitute the concept of independent music. In this direction, in the first part of the study, the notion of identity is discussed and identity is tried to be explained. Here, belonging to the case of identity, belonging, postmodern identity, self-centered identity and reflexivity are discussed in detail. In the second part of this study, music industry, punk stream and independent music are discussed. Historical, industrial and sociological analyzes of the process of independence in music have been made and comparisons have been made which determine what are mentioned as major and independent (indie) concepts in music industry. Indie music, including the punk stream that forms the basis of this music is tried to explain the underlying factors. ‘What is the practice of making Indie music?’, ‘What kind of collectivity do artists perform under this genre?’ and ‘what are these musicians' attitudes towards music?’ issues have been mentioned.

In the third part of the study, the relations and similarities established with the case study are explained through the concepts explained in the first two chapters. The role of the case study in the music industry and the digital publishing company ‘Kare Muzikevi’, owned by Brek, are explained. In the results of my interviews with the case study, his identity as an artist, the style of the music he made, his music creation process, his opinions about the music industry, his own ownership by collecting information about the Kare Müzikevi, the concepts described in the first two chapters. ‘What does an independent artist do?’ , ‘How can he announce his own music?’ information is described. In the first part, while the concept of identity is considered as a self-oriented identity relationship, Brek character is explained, and what kind of reflexivity processes this character goes through during the construction process. Finally, Kare Muzikevi, which stands out as an ‘agency’ for independent artists, has been told and what kind of formation has been turned here, what the independent art collective covers and how it belongs.

Key words: Indie music, identity, self-centered identity, music industry.

ÖNSÖZ

Yaklaşık iki senedir kendi çabalarımla bağımsız olarak müzik çalışmaları yapıyorum. Bu bağımsız olarak müzik yapma fikrini her ne kadar ilk başlarda alışılacagelmış bir fikir olarak algılayamasam da sonrasında bu fikre alışıp, özgür olduğumu ve istediğim şeyi yapmanın mutluluğunu fark ettim. Fakat her zaman şu soruyu kendime sormak beni önemli bir noktaya itmiştir: “daha ne kadar özgür, bağımsız olabilirim”. Bu fikir her yeni müzik çalışmam da kendini göstererek bir sonrakinde daha ileriye gitme isteği ile devam etti. Bir noktada kafamı kendimle uğraşma kumundan çıkarıp etrafıma baktığımda ise birçok bağımsız müzik yapan insanların, arkadaşlarımla farklı farklı uğraşlar içerisinde olduğunu fark ettim. Nasıl ki benim için ‘daha fazla özgür’ olabilmek fikri beni bu alanda mücadele etme durumu oluşturuyorsa, diğer bağımsız müzik yapan insanlar için de farklı mücadele etme alanları olduğunu fark ettim. Bu doğrultuda çocukluktan beri tanışa geldiğim, yaptığı müzikleri dikkatle takip ettiğim, kendini müzik sektöründe belirli bir noktaya ulaştırabildiğini gördüğüm Berk Sivrikaya (Brek) ile bu durumun ‘ne’ olduğunu ve ondaki bu yaratım mücadelesinin ne olduğuna dair merakım ile bu konu üstüne eğilmeye başladım. Kısaca, bağımsız müzik yapan bir kişinin sanatçı kimliğinin ne olduğunu anlamak istemek beni bu çalışmayı yapmaya teşvik etti diyebilirim.

Benim bu merakıma gerekli ilgiyi göstererek, içtenlikle sorularımı cevaplayan sevgili Berk Sivrikaya’ya, bana her konuda, başından sonuna kadar sabırla, içtenlikle ve anlayışla yaklaşan kısa sürede çok şeyler öğrenebildiğim değerli hocam Aykut Barış Çerezcioğlu’na, bana karşılıksız yardım eden, özverili bir şekilde yabancı kaynak konusunda yaptığı yardımı ve her türlü desteği ile sevgili arkadaşım Hande Taylan’a, bütün anlayışlı ve iyi niyetli arkadaşlarıma ve her zaman, her konuda, her durumda bana yardımcı olan en büyük destekçim, çok değerli ve özel Ailem’e teşekkürlerimi sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	i
TUTANAK	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: KİMLİK İNŞASI VE BEN ODAKLI KİMLİK	1
1.1. Kimlik ve Kimliklenme.....	5
1.2. Aidiyet Kavramı.....	8
1.3. Postmodern Kimlik	10
1.4. ‘Ben’ Odaklı Kimliklenme.....	12
1.5. Düşünümsellik	13
2. BÖLÜM: MÜZİĞİN ENDÜSTRİSİ VE INDIE MÜZİK	17
2.1. Müzik Endüstrisi	17
2.2. Bağımsız (Indie) ve Büyük (Major) Şirketler (Label):	25
2.3. Punk	29
2.4. Kendin Yap	31
2.5. Indie (Bağımsız) Müzik	33
3. BÖLÜM: BAĞIMSIZ MÜZİKTE KİMLİK İNŞASI: BREK ÖRNEĞİ	41
3.1. Brek ve Müziğinin Tınısı (Sound)	41
3.2. Brek ve Sanatçı Kimliği Oluşturmak	43
3.3. Brek ve Bağımsız Müzik, Postmodern (Ben Odaklı) Kimlik İlişkisi	44
3.4. Brek ve Bağımsız Müzik Yapılanması	46

3.5. Berk Sivrikaya'nın Brek Kimliği Hakkındaki Düşünümselliği	48
3.6. Brek ve Müzik Endüstrisi	50
3.7. Aracılık Örneği Olarak Kare Müzik Evi	53
SONUÇ	55
KAYNAKÇA	60
ÖZGEÇMİŞ	



GİRİŞ

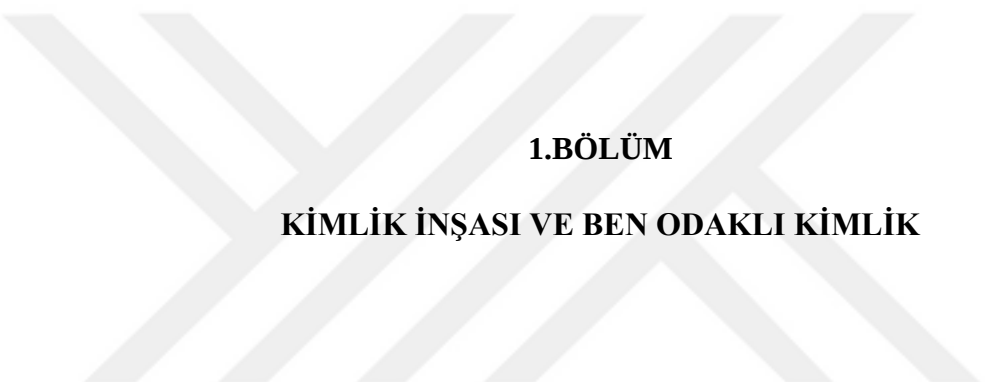
Bu çalışma temel olarak bağımsız müzik yapan bir sanatçının müzik endüstrisi içerisindeki yerini anlamaya çalışırken hem de sanatçının kendini konumlandığı yeri anlamaya çalışmak ve bu doğrultuda kurduğu kimlik inşasını anlamak üzerine yapılmıştır.

Çalışmanın ilk bölümü kimlik inşası ve ben odaklı kimlik kavramını anlatır. Ben kimim? Sorusuyla başlayan kimliklenme süreci, bireyin kim olduğuna dair bulmaya çalıştığı cevapları kapsar. Burada bireyin amaçladığı durum bir topluluğa ait olarak hem dışlanmışlık hissini en aza indirmesi hem de aidiyetlik kurduğu toplum ile beraberlik içerisinde kendini güvende hissederek, kendilik bilincine ulaşmaktır. Kişinin kendini ‘ben’ olarak görmeye başladığı andan itibaren şekillenen bu durum, sürekli gelişen ve bitmeyen bir süreç olarak karşımıza çıkar. Kimlik kavramı içerisinde örnek olay ile ilgili olarak postmodern kimlik, ben odaklı kimlik ve düşünümsellik gibi kavramlara yer verilir. Postmodernizm de kimliğini arayan kişi için ‘gezgin’, ‘turiſt’ gibi benzetmeler yapılır. Herhangi bir yerle tam olarak aitlik kurulmayan bu kimliklenme, sürekli değişim halinde ve kişilerin o an istediğı veya sevdiği şeyler üzerine kimliklerini inşa ettiğı durumu anlatır. Değişken, parçalı, dağınık ve değişimlere açık bu kimlikler, muğlak kimlikler olarak görölmektedir. Rol yapma, imaj oluşturma ve sahnedeki bir oyun karakteri gibi kurulan bu kimliklenme tüketime dayalı bir anlayış çevresinde oluşur. Bu anlamda postmodern kimliklenme içerisinde ortaya çıkan ‘ben’ odaklı kimlik inşası, postmodern yaşam koşulları çerçevesinde oluşan dünyada insanların düşünme, hissetme ve eyleme biçimlerini belirleyen yeni bir kimliklenme yönelimidir. Bu tarz da kimliklerin temel odağı güçlü bir ‘ben’ üzerine kuruludur. Ben odağı üzerinden şekillenen bu kimliklenme sürecinin temeli ‘bir şey seni iyi hissettiriyorsa onu yap’ bakış açısıdır. Bu türden kimliklenme süreçleri belirli bir düşünümsellik ve farkındalık boyutu içerir. Düşünümsellik, akılcılaſma süreciyle ilgilidir. Bireylerin ‘kendileri üzerinde düşünmeleri’ anlamını taşır.

İlk bölümde ele alınan kimlik bölümünden sonra, ikinci bölümde müziğin endüstrisi ve indie müzik kavramlarına yer verilmiştir. Burada hedeflenen bağımsız müzik yapma pratiğinin ne olduğunu anlatmaya başlamadan önce, bu pratiği oluşturan etkenlerin neler olduğu anlatılmaya çalışılmıştır. Burada, ifade olarak müzik ile meta olarak müziğin yirminci yüzyıldaki pop deneyimlerini kapsadığı, yaratıcılık ürünü olan müziğin, sanayileşme ile birlikte meta ürünü haline geldiği ve müziği kitlesel bir pazar ürünü haline getiren plak şirketlerinden bahsedilmektedir. Müzik endüstrinin gelişimi Frith'in (2006: 232) bahsettiği üç ana unsur olan; “teknolojik değişim, pop ekonomisi ve yeni müzikal kültür” tanımından yola çıkılarak detaylı bir şekilde anlatılır. Müziğin endüstriyel yapısı bağımsız (indie) ve büyük (majör) şirketler üzerinden ikiye ayrılarak anlatılmıştır. Bağımsız terimi, bir örgütün (bir grup ya da plak şirketi gibi), sıklıkla genelde bir şirketin eşdeğeri olan “büyük” şeklinde adlandırılan kendi söylemsel karşıtıyla olan ilişkisinin temsil edilmesinde hem ad hem de sıfat olarak düzenlenir. Bağımsızlar ve büyükleri karşılaştırırken ‘indie’ kavramının, kapitalist pratikten tamamen yalıtılmış olduğu düşünülmemelidir. Bağımsızlar, ‘büyük’lere göre daha farklı yollar izleyerek, farklı üretim ve tüketim ilişki yolları kurmaktadır. Bu anlamda müziğin endüstriyel kısmındaki bağımsız yapılanma ele alınırken aynı zamanda sanatın bağımsız olarak nitelenmesine öncülük yapan punk akımına yer verilir. Punk akımının ‘kendin yap’ etiğinden hareketle şekillenen kimseye bağlı kalmadan kendi işini görebilme durumu bağımsız müziğin temellerini atar. Indie (bağımsız) müzik, grupların ya da müzisyenlerin kendi kayıtlarını kendilerinin yaptığı, müziğin üretimi ve dağıtımına ilişkin organizasyonları kendi başlarına hallettikleri, birbirleriyle yardımlaşarak ortak çalışmalar yaptıkları ve hazırladıkları kayıtlı ürünlerin görsel tasarımlarını da kendi imkânlarıyla gerçekleştirdikleri müziksel pratikler olarak tanımlanır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise ilk iki bölümde anlatılan yapılanmalar içerisinde olan örnek olay Brek üzerinden şekillenir. 2018 yılıyla birlikte hayata geçen bu proje, Berk Sivrikaya tarafından oluşturulmuş tamamen bağımsız ve solo bir proje olarak yürütülmektedir. Bağımsız müzik yapan Brek, aynı zamanda yaptığı müziklerin

kayıtlarını, enstrüman çalımlarını, sound'un nasıl olacağına dair fikirleri ve müziğin dağıtımını gibi bütün unsurları tek başına üstlenmektedir. Brek müziklerini sahipliğini yaptığı stüdyosundan aynı zamanda dijital yayımcılık ağı da olan Kare Müzikevi'nden gerçekleştirmektedir. Bu anlamda Kare Müzikevi'nde aynı zamanda başka bağımsız müzik yapan sanatçılara kayıt, miks, dağıtım, aranje gibi imkanlar da sunarak 'aracılık' görevi de üstlenmektedir. Bütün bu müzik üretimi, dağıtımını ve kayıt altına alma gibi işlemlerin ötesinde Brek bu müzikal karakteri oluştururken belli bir düşünümsellik boyutuyla vardığı kimliğinden de bahseder. Burada ilk bölümde yer verilen 'ben' odaklı kimlik yapılanması durumu öne çıkar. Brek, kendi deyiimiyle 'ben ne seviyorsam onu yapıyorum', 'iyi hissetmediğim bir şeyi yapmıyorum' söylemi ile sanatçı kimliğindeki ben odaklı kimliklenme durumunu ortaya çıkarır. Genel olarak içerikte anlatılan konu 'ben' odaklı kimlik inşası içerisinde olan bağımsız müzik yapan bir sanatçıdır.



1.BÖLÜM

KİMLİK İNŞASI VE BEN ODAKLI KİMLİK

1.1.Kimlik ve Kimliklenme

Kimlik olgusu en kaba hatlarıyla kişinin kim olduğuna dair oluşturulan imajları ve düşünceleri kapsar. Coştu'ya (2009) göre “ben kimim” sorusuna verilen cevapların tamamı, bireyin kendini inşa ettiği bütün manevi birikiminin mirasıdır. “Ben kimim?” sorusunun, bütün kimlik tanımlarının çıkış noktasını oluşturduğunu söyleyen yazar, toplumsallaşma süreci ile bu sorunun cevap bulduğunu belirtir. Toplumsallaşma kavramını ise “her bir toplumun kendine özgü değer yargıları ve normlarının gözetiminde, kişinin objelere yönelik nasıl tutum geliştirmesi gerektiğinin öğretildiği ve bunun sonucunda da kişinin içerisinde bulunduğu toplumun alışkanlıklarına ve beklentilerine uygun davranışlar göstermesi süreci” olarak tanımlar (Coştu, 2009: 133). “Ben kimim” sorusu gibi insanın kendini ararken sorduğu bir diğer soru ise “karşımdaki kişi benim kim olduğumu söylüyor” sorusudur.

Kimlik, kendisini ne olduğundan değil ne olmadığından hareketle ortaya koyarak, aynı anda ait olunan ve ait olunmayan, hem benzer hem farklı olunan bir yeri, bir konumu, bağlamı tanımlamaktadır (Özdemir, 2010: 10). Birçok çeşitli soruyu içinden barındıran kimlik kavramının birey tarafından oluşturulması için ‘bireyin kendisini ne olarak tanımladığı’ ve kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu’ sorularına birtakım cevaplar vermesi gerekmektedir (Karaduman, 2010: 2887). Bireyin kendisine sorduğu bu soruların özünde yatan şey; kişinin özsaygısını kazanma amacıyla herhangi bir gruba ya da topluluğa ait olma duygusudur. Bireyin bir topluluğa ait olması hem dışlanmışlık hissinin en aza indirgenmesi, hem o topluluk tarafından oluşturulan beraberlik zihniyeti içerisinde kendisini güvende hissetmesi, risklerin azalması, dolayısıyla da insanın kendilik bilincine varışının bir ifadesidir.

“Kimlik, bireyin kendi kendisini, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri belirli bir şekilde tutarlılık gösteren, kendi kendine sadık, diğerlerinden ayrı bir varlık gibi algılamasını içeren, bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik bir zihinsel yapıdır” (Erol, 2005: 213). Kimlik, kim olduğumuz ve nereden geldiğimiz hakkında karşı tarafa bilgiler verir. Kimliklenme süreci daima inşa halinde olan, asla tamamlanmayan ve

bitirilemeyen bir durumdur. Çünkü birey var olduğu süre içerisinde hep bir şeylerden etkilenecek ve onu kendine göre şekillendirip, kimliğini yeniden inşa edecektir.

Kimlik pek tabi insana özgü bir kavramdır. Kişinin kendini ‘ben’ olarak görmeye başladığı an itibariyle gerçekleşmeye başlayan bir süreçtir. Rollo May (1997: 81) bir örneğinde şunu anlatır; bir psikolog, şempanze üzerinde bir takım araştırmalar yapabilmek için bebeğiyle şempanzeyi aynı ortamda büyütmek durumunda kalır ve birkaç ay şempanze ile bebeğin davranışlarının, tepkilerinin aynı olduğundan fakat bir yıl geçmesiyle bebeğin davranışlarının tamamen değiştiğinden bahseder. Burada bahsedilen bu davranışsal değişimin en büyük nedeni bebeğin kendini farklı ve ‘ben’ olarak görmeye başlama sürecidir. Kimlik temelde bireyin algısal olarak dış dünyadan farklı olduğunu düşünme süreciyle başlayan bir kavramdır. Kişinin kendine yüklediği anlamlar ve atıflardır. Bireyin ‘ben’ ve dünya arasındaki kurabildiği bağlantıdır.

Varol (2014), sosyal kimlik kuramcılarının insan benliğini, sosyal kimlik ve kişisel kimlik olmak üzere iki alt kategoriye ayırdıklarını belirtmektedir. Buna göre, sosyal veya kolektif kimlik bireyin çeşitli resmi ve gayri resmi sosyal gruplara, yani cinsiyet, milliyet, politik aidiyet, din, vs. gibi sosyal kategorilere üyeliği; kişisel veya bireysel kimlik ise beceri duygusu, bedensel özellikler, başkalarıyla ilişki kurma yolları, psikolojik özellikler, düşünsel kaygılar, kişisel zevkler gibi bireysel özellikler olarak ifade edilebilir (Varol, 2014: 305). Sosyal veya kolektif kimlik ile kişisel veya bireysel kimlik sürekli bir etkileşim içerisinde bulunarak kimliğin şekillenmesinde ve sürekliliğinin sağlanmasında birlikte hareket etmektedir.

Möngü’ye (2013) göre tarihsel süreç içinde toplumsal yapılanmaların geçirdiği her evrede kimlik de farklı oluşumlar gösterir. Yazar, toplumların karmaşıklık derecelerine göre kimlik kavramını anlamlandırma parametrelerinin de değişiklik gösterdiğini belirtir. Örneğin, geleneksel dönemde kimlik ait olunan aile, klan, soy gibi gruplarla özdeşleştirilmişken; modernizm ile birlikte toplumsal yaşantının merkezine geçmiş ve modern toplumlarda kimlik çoklu ve hareketli bir yapıya bürünmüştür

(Möngü, 2013: 33). Postmodernizm tartışmalarıyla birlikte ise “bu bütünlüklü, sabit ve tekil kimliklerin yerini giderek parçalı, değişken, çoklu ve esnek kimlikler almaya” başladığı Güven (2015: 267) tarafından da belirtilir. Yazara göre kimlik, sınırları aşağı yukarı belli olan bir nitelik ortaya koyarken modernleşmeyle ve özellikle postmodern süreçle birlikte kimliklerin sınırlarının da muğlaklaşmaya ve geçişken olmaya başlar. Bu süreçte artık kimlik edinme çok esnek yapılarca belirlenmekte, kimlik değiştirmek çok kolay olmaktadır (Güven, 2015: 267).

Bilgin (2007) ise kimliği bir kişi veya grubun kendisini tanımlaması ve kendini diğer kişi ve gruplar arasında konumlaması olarak tanımlar. Ona göre kimlik kavramı:

“...psikolojik düzeyde, bir kişinin kendini o kişi olarak tanımlaması olarak nitelendirilebilir. Burada kimlik, kendimiz hakkında sahip olduğumuz çeşitli temsilleri (görüşler, tanımlar, imajlar, bilgiler vs.) kapsamaktadır. Dolayısıyla kimlik insanın kendini kavrayışının bir ifadesidir. Kendinin bilincine varmak, belirli bir anda aniden ortaya çıkan veya miras alınan değişmez bir kavrayış değil, insanın gelişim süreci boyunca diğerleriyle etkileşim içinde öğrenilen, geliştirilen bir kavrayıştır” (Bilgin, 2007: 78).

Kimlik kavramının özsel olmayan, değişken ve kurgusal yapısı, bu kavramın yerine ‘kimliklenme’ kavramının kullanılmasına yol açmıştır. Hall’a göre kimliklenme, her zaman için farklılıklar içeren bir eklemlenme, bir dikişleme, bir üst-belirlenmedir. Aynı zamanda daimi bir eksikliğin, tamamlanmış bir bütünselliğe hiçbir zaman ulaşamayacağının ifadesidir (Akt. Varol, 2014: 305). Kimlik var olabilmek için bir takım farklılıklara ihtiyaç duymaktadır. Çok sayıda biçim altında oluşan ve birleşen bir dizi kimliklenme üzerinden birçok farklı biçimde oluşur (Varol, 2014: 305). Bu anlamda da kimliğin hiçbir zaman sabit bir şekilde kalabildiğini söylemek zordur. Birbirleriyle etkileşim halinde olan birden fazla kimlik taşırız. Kim olduğumuz en baştan belirli olan bir durum değildir. Belirli bir kimlikle doğmayız.

Varol (2014) kimliklenme kavramının, toplumsallaşma ile ilgili olduğunu belirtir. Yazara göre “toplumsallaşma sürecinde birey, toplumun kendisinden beklentilerini öğrenirken, aynı zamanda kendi kimliğini edinmekte ve kişisel kimlik özellikleri toplumun beklentilerinin etkisiyle şekillenmektedir” (Varol, 2014: 305).

Kimlik, toplumsal olarak bir dizi farklılıkla kurulan ilişki sonucunda ortaya çıkar (Erol, 2005: 218).

Aidiyetin kimlik inşasındaki önemine vurgu yapan Karaduman'a (2010: 2887) göre "aitlik kişinin özsaygısını yükseltebilmek adına önemli bir ihtiyaçtır. Bir grup aidiyeti temelinde oluşan kolektif kimlikler, beraberinde bağlanmayı ve bütünleşmeyi getirir. Sosyal ilişkilerin devamlılığın sağlanmasında kimlik, bu anlamda insanları bir arada tutan bir sosyal bağ ve çimento özelliği gösteren bir nitelik taşıır".

1.2.Aidiyet Kavramı

Aidiyet duygusu, sosyalleşme süreci içerisinde çoğu zaman bireyin baskın ihtiyaçlarından birisi olduğunu vurgulayan Kadioğlu'na (2013: 116) göre "birey kendinden daha güçlü bir bütüne ait olduğunu düşünerek güvenlik duygusunu tatmin ederken aynı zamanda özgünlüğünü ve bireyselliğini de korumak isteyerek özgürlük duygusunun tatminini arar". Alptekin'e (2011: 20-21) göre birey;

"herhangi bir nesneye, insana, topluluğa, etnik gruba veya sosyal bir kategori ile ilişki kurarak ait olma durumunu gerçekleştirebilir. Kimliğe iliştilen unsurların birey için ürettiği tanımlayıcı başlık, farklı bir açıdan bakıldığında aidiyetin bir parçasını oluşturur. Böylece kavram kimliğin bir parçası olarak yeni bir boyut kazanmış olur. Birey ve toplum arasında kurulan bağın ifadesi olarak ait olma aynı zamanda insanları benzer kategoriler içerisinde anlamaya da yardımcı olur... Aidiyet bir eklemlenme, çıkarılma ya da bütünleşme süreçleridir. İçinde doğulan sosyal çevre bireyin benliğinde doğrudan bir aidiyet duygusu inşa ederken, sosyal bir varlık olarak bireyin yaşamı boyunca bilinçli tercihlerinin de bir sonucu olarak inşa edilir. Şu halde aidiyetin koşulları doğumla birlikte gelişen ve olağanlaştırılan sosyal çevreye (etnik kimlik, aile, din, vatan vb. gibi) bağlı olabileceği gibi bireyin bilinçli tercihleri ile şekillenen, güncellenebilen ve değişkenlik arz eden (eğitim, siyaset, ekonomik çevreler, vb. gibi) boyutu da söz konusudur."

Bütünleşme ve farklılık, insanın varoluşsal bir eğilimidir ve kimlik de bu iki konuyu içinde barındırmaktadır. Kimliğin temel bileşenlerinden olan 'aidiyet kavramı', bizi oluşturmadaki ortak noktaları belirlerken, diğer bir taraftan ise bizim dışımızda kalanları yani 'ötekileri' belirler. Biz ve onlar olarak ayrılan bu kimlik inşası süreci,

bizden olan, aynı veya benzer özellikler taşıyanın ‘olumlu’, bizden farklı olan, görünen ve dışarıda kalana ise ‘olumsuz’ atfetmesi yapar. Kişinin kendini tanımladığı yerin karşısında kalan ‘ötekidir.’

“Ötekilik kavramı tarih boyunca devam etmiş ve insan var olduğu sürece varlığını sürdürmeye devam edecek bir durumdur. Dünyayı anlamaya çalışırken ‘bizler’ ve ‘ötekiler’ diye ikiye ayırmak, öteki olanı aşağılamak, küçük görmek, yok saymak, yok etmeye çalışmak eski Yunan’a kadar dayanmaktadır. Farklı toplulukları onların dillerinden, dinlerinden, yaşama biçimlerinden, kültürlerinden, fiziksel görünümlerinden ya da derilerinin renginden yola çıkarak ‘ötekiler’ olarak tanımlamak ve yeri geldiğinde onları günah keçisi ilan edip düşmanlaştırmak kökleşmiş ve kurumsallaştırmıştır.”¹

Kendimizi oluşturabilmemiz için ötekinin gerekliliğine ihtiyaç duymaktayızdır. Karaduman (2010) öz-bilinç sahibi varlık olarak insanın, benliğini en iyi biçimde diğer benliklerden farkıyla ortaya koymakta olduğunu söyler. Yazara göre “buradaki önemli nokta, reddedilecek ‘öteki’nin daima kimlikle birlikte bulunduğu ve ‘öteki’ ne ölçüde varsa ve belirginse kimliğin de o ölçüde belirginleştiğidir” (Karaduman, 2010: 2888). Ben’i oluşturabilmemiz için mutlaka ‘öteki’nin varlığına ihtiyaç duymaktayızdır.

Ötekilik durumu ile ilgili Jodelet iç ve dış ötekilik kavramları ayrımını şu şekilde yapar:

“Dış veya dıştaki ötekilik; “belirli bir grubun kendi ölçütlerine (ulusal, toplumla ilişkili veya teknik- sosyal gelişmenin bir aşaması) göre mekan veya zamanda, uzak ve hatta ‘egzotik’ bulunan halklarla ve gruplarla ilgili olduğunu, iç ötekilik durumunun ise fiziksel veya bedensel bir fark (ten rengi, ırk, sakatlık, cinsiyet vb.) adetler (yaşam tarzı, cinsellik biçimleri vb.) veya bir gruba aidiyet (ulusal etnik, dinsel, topluluksal vb.) planındaki bir farkı vurgulanmış, aynı sosyal veya kültürel grubun içinde ayırt edilmiş ve bir rahatsızlık ya da tehdit kaynağı olarak görülebilen gruplarla ilgili olduğu ayrımını yapar. İçteki ötekilik, ötekinin hem sosyal temsil düzeyinde inşa edilmesi, hem de pratikte dışlanması süreçleriyle gerçekleşir. Ötekileşme, farkın dışa atıldığı sembolik ve maddi bir inşa, hatta icat biçimidir” (Akt. Karaduman, 2010: 2889).

¹ Nurettin ÖZBEY; Ötekileştirmenin Kökenleri

https://www.jmo.org.tr/resimler/ekler/fb37d5bbdbbae16_ek.pdf?dergi=HABER%2520B%25C3%259CLTEN%25C4%25B0

Özünde ‘öteki’ ve ‘biz’ olma durumu, birbirlerini tamamlayan ilişkilerdir. Öteki’ni dışlarız ve biz’i oluştururuz, öteki’nin biçimini beğenmeyiz ve biz’e biçim veririz. Beğenmediğimiz, istemediğimiz, sevmediğimiz karşı olduğumuz, rahatsız olduğumuz veya bunun gibi bütün ‘anti’ durumlar bizim kendi benliğimizi, kendi öz maddemizi oluşturur. Kısaca, öteki ilke olarak ‘biz’e şu veya bu ölçüde ‘karşıt’ bir konumda olmak zorunda olduğundan, biz’in yüceltilmesi onun alçaltılmasını içermektedir (Bilgin, 2007: 179).

1.3.Postmodern Kimlik

Postmodernizmde kimliğini arayan kişinin, gezgin ya da turist gibi bir durumu olduğu benzetmesini yapabiliriz. Postmodern kimliklerin inşası herhangi bir yerle tam olarak aitlik kurulmayan, sürekli devinim halinde olan aslında bir bakıma da kişinin o an içerisinde bulunmak istediği kişi veya sevdiği bir şey üzerine kimliğini anlık, hızlı ve bir o kadar da yıkıcı bir şekilde inşa etmesiyle oluşan bir durum olduğunu söyleyebiliriz. Postmodern kimliklerde, ulaşılması gereken bir hedef bulunmamaktadır, bunun yerine bir kimliklenme durumu bir süreliğine refakat edilen sonrasında terk edilen bir yol arkadaşına benzetilebilir. Değişken, parçalı, dağınık ve değişimlere açıktır.

Kellner (2001) postmodern dönemde kimliği kuran unsurun “muğlâklık” olduğunu belirtmektedir. Yazara göre “imajların hızlı, yoğun üretimi ve yayılması; gösterişli, yüksek teknoloji ürünü aşırılıklar; özgün biçimlerin, üslupların taklit edilmesi (pastiş) ve içe patlamaları; eski imaj ve üslupların parça parça alıntılanması ve yinelenmesi gibi özellikleri ile postmodernizm de kimlik, sabitlenen değil sürekli olarak yer değiştiren akışkan bir kavramı oluşturmaktadır” (Kellner, 2001: 191). Bu kimlikler, belirsizlik, çeşitlilik, heterojenlik, görecelilik, farklılık ve parçalanmışlık gibi özellikleri içerir. Bu bağlamda Karaduman (2010) kimliklerin değişken, çabuk kabul edilebilen ve çabuk terk edilebilecek şekilde olduğunu söyler. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesinin kimlik inşasına bu yönde katkıda bulunduğunu belirten yazara göre kimlik,

çevrimiçi ortamda parçalı, akışkan ve yeniden inşa edilebilir bir hal alır (Karaduman, 2010: 2897). Birliğin ve kimliğin yokluğuna işaret eden postmodern kimliklenme içerisindeki bireyler, kendisini her gün değişen şartlara göre tekrar var etmektedir. Birey kendi yaşamı ile ilintili seçimleri kendisi yaparak kimliğini yeniden üretim süreci içerisinde sınırsız sayıda tekrar üretir. “Bu çoklu, özgürce seçilen ve kolayca kullanılıp atılan postmodern kimlik anlayışı, modern kimliklerde sahip olunan ve tümüyle farklı özne konumlarının sergilendiği çok geleneksel imajlara ilginç biçimde tezat teşkil edebilir” (Kellner, 2001: 208). Postmodern kimlik, rol yapma ve imaj oluşturmak suretiyle, sahnede oyun karakterlerini oynar gibi kurulduğunu vurgulayan Güven’e (Güven, 2015: 278) göre;

“Modern kimliğin konumu, insanın mesleği, kamusal ya da aleni alandaki işlevi etrafında oluşurken, postmodern kimlikler görünüşler, imajlar ve tüketime dayanan faaliyetler çevresinde oluşur. İmajlar aracılığıyla kurulan kimlikler, çoklu, akışkan, hareketli, durumsal ve hızlı değişmeye açık özellik göstermektedir. Çoklu kimlikleri benimseyen postmodern kimlik, daha çok boş zaman faaliyetleri ve tüketim imajlarıyla biçimlenen, özgürce seçilen ve özgürce değişebilen bir yapı eğilimindedir”.

Hem modern hem de postmodern kimliğin seçildiği ve kurulduğu bir düşünömsellik (reflexivity) düzeyinin, bir farkındalık (awarance) içerdiğini belirten Kellner (2001)kimlik değıştirmenin modern toplumda ne kadar esnek ve keyfi bir hal aldığını şöyle ifade eder:

“Bununla birlikte çağdaş toplumda değişen moda rüzgârlarına kapılmak, kimlikleri değıştirmek çok “doğal” gelebilir. Bu durum bireyliğı ve artan toplumsal uyumu erozyona uğratmakla birlikte, postmodern kimliğin yapay bir kurma olarak tanımlanmasının içerdiği bazı olumlu potansiyeller de vardır. Bu tür bir kimlik anlayışına göre, insan hayatını her zaman değıştirebilir, kimlik her zaman yeniden kurulabilir, insan kendi seçimleri doğrultusunda kendini değıştirmede ve kendini üretmede özgürdür. Bu çoklu, özgürce seçilen ve kolayca kullanılıp atılan postmodern kimlik anlayışı, modern kimliklerde sahip olunan ve tümüyle farklı özne konumlarının sergilendiği çok geleneksel imajlara ilginç biçimde tezat teşkil edebilir” (Kellner, 2001: 208).

1.4. ‘Ben’ Odaklı Kimliklenme

‘Ben’ odaklı kimliklenme; postmodern yaşam koşulları ve yaşam dünyalarının etkisi altındaki insanların düşünme, hissetme ve eyleme biçimlerini gittikçe daha çok belirleyen yeni bir kimliklenme yönelimidir. Hiçbir kişilik tipi çağa uygun bir yaşam modeli olarak şimdiye kadar bu denli yaygınlaşmamış ve kamusal kabul görmemiştir (Funk, 2007: 55-56).

İlhan (2013) kimlik oluşturma, güçlü bir “ben” düşüncesine dayandığını söyler. Yazara göre;

“Kim olduğunu sana başkalarının söylemesine izin verme. Seni sen yapan sen olacaksın” ifadesinde cisimleşir. Spontane ve özgür bir ben vurgusu, ben-odaklılığı, hakiki ve kendine özgü olanın postmodern bir biçimde yaşanmasını sağlar. Her şey isteğe bağlı gelişme ve yapılanma gösterir. Herkesle ve her şeyle adeta oyun oynar gibi ilişki kurulabilir ve kurulmalıdır. Olmayacak hiçbir şey yoktur ve bu nedenle her şey uyar. Ve uyan her şey “okey”dir. Hiçbir şey yoktur ki, akıp gitmesin. Her şey akıcıdır. Hiç kimsenin, neyin iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış, sağlıklı ya da hasta, hakiki ya da yapay, gerçek ya da yanılsama olduğunu söyleme hakkı yoktur. Önemli olan tek şey, benim ben olduğum gerçeğini ben-odaklı biçimde üretmesidir” (İlhan, 2013: 240).

Kendisini hiçbir kural ve ölçüyle sınırlamaksızın, kendi yaşamını, değerlerini, isteklerini, beklentilerini, tatminlerini kendisinin belirlediği bir ‘ben’ dünyası yaratılmaya çalışılır. Funk (2007) ‘ben’ odaklılığın ancak genel bağlayıcı değerler ve idealler olmadığı sürece hakiki olabileceğini vurgular. Yazara göre ben-odaklılıktan türeyen değerlerin bağlayıcılığı, tam da içinde ben vurgusu taşıdığından, her an değiştirilebilir durumdadır (Funk, 2007; 72). Bu tip inşa edilmiş kimlikler ‘ben’ odaklı olması nedeniyle aslında genel gerçekliğe dair kendinden taraflı bir algıya sahiptir. Bu yüzden kendisinin gerçekliğe uygunluğuyla ilgilenmekten çok, var olan gerçeklerin kendisi için ne anlama geldiğiyle ilgilenmektedir.

Ben-odaklılık zihniyetini, Twenge (2009: 135) *People* dergisinde ‘estetik ameliyatlar’ hakkında ünlülerle yaptığı görüşmeleri ve bunun sonucunda oluşan durumu şu şekilde özetlemiştir;

“Julia Roberts: "Kendinizi mutlu hissettiriyorsa, muhakkak yaptırmalısınız!" derken, Jennifer Aniston: "Sizi mutlu eden her şeyin peşinden koşun" mesajını veriyordu. 17 yaşındaki Hilary Duff, meseleyi en iyi şekilde özetleyen kişi oldu: "Eğer estetik ameliyat olmak insanların özgüvenini arttıracak ve kendilerinden memnun olmalarını sağlayacaksa, yaptırmakta hiçbir problem görmüyorum." İşte katıksız Ben Nesli zihniyeti: Kendinizi iyi hissetmek için ne gerekiyorsa yapın, çünkü dünyadaki en önemli şey budur”!

Kısaca; ‘ben’ odağı etrafında şekil alan kimliklenmenin özünde ‘bir şey seni iyi hissettiriyorsa onu yap’ bakış açısının yattığıdır. Hiçbir şeyi zorlayarak, olması gerekenleri düşünerek yapma, çünkü sadece sen varsın ve bir şeyleri yapıp-yapmamanın sorumluluğunu, mutluluğunu yaşayacak ve taşıyacak tek kişi de sensin, o yüzden ‘ben’ kavramını ancak seni iyi hissettiren şeyler ve ‘olmak’ istediğin şeyler oluşturmalıdır. “Ben’e ulaşmak için aklına ne geliyorsa yap!” Gibi slogan vari bir anlamın çıkması da ‘ben’ odaklı kimlik inşasında sanırım kaçınılmaz bir durumdur. Böylelikle ‘ben’i yaratma, anlamlandırma ve inşa etme süreci aslında bir anlamda hiçbir şekilde tamamlanamayan, karşı tarafa ne olduğuna dair herhangi bir ipucu da vermeyen veya veren fakat bunu da yer, mekan ve zamana göre değişen ‘ipuçları’ olarak anlatan, değişken, akışkan ve geçici bir kimlik izlenimini yaratmaktadır.

1.5.Düşünümsellik

Esgin (2013: 686) toplumların geçirdiği değişimlerin üzerinde durur. Bu değişimlerin sonuçları uzun vadelidir. Beck ve Giddens red etse de içinde bulunulan döneme post-modern dönem adı verilir. Beck’in (1992) itirazı “-post” ön ekinedir. Beck, postmodern olarak adlandırılan dönemin farklı bir dönem olmayıp, modern dönemin devamı olduğunda ısrar eder. Beck’e göre toplumsal değişimin üç kademesi bulunmaktadır. Bunlar “modern öncesi, basit modernleşme ve düşünümsel modernleşmedir” (Akt. Esgin, 2013: 686). Düşünümsel modernleşme ile gelişen toplum günümüzdeki toplumdur ve bilgi toplumu ya da risk toplumu olarak da adlandırılmaktadır. Bu duruma göre modernleşme kavramı ikiye ayrılır: Birincisi, sanayi devriminden sonra yaşanan modernleşme, ikincisi ise günümüzdeki hâlini alan düşünümsel modernleşmedir (Akt. Esgin, 2013: 686).

“Düşünümsellik, bilimsel ve teknolojik üretimin temelini oluşturan mantık ve varsayımlara eleştirel bir biçimde değer biçen modernliğin karakteristiğiyle, yani akılcılaşıma süreciyle ilgilidir. Bu eleştirelilik ya da akılcılaşıma süreci, hem yeni sosyal hareketlerde hem de bilimsel ve teknolojik ilerlemelerin sorgulanmasında kendini gösterir” (Akt. Esgin, 2013: 687).

Düşünümsel modernlik ile risk toplumu arasında bağlantı kuran Beck, risklerin kontrol altına alınması ve yönetilmesi çabasının, modern toplumun (ve risk toplumun) temel özelliği olduğunu söyler. Giddens da (2000) benzer biçimde risk toplumu üzerinde durur ve “modernliğin radikalleşmesi ve genelleşmesiyle açıklanan bir ‘risk kültüründe’” yaşıyor olduğumuzu vurgular (Akt. Esgin, 2013: 689). Risklerin ve bireysel konumlanışın merkeziliğindeki modernlik, bu çerçevede düşünüldüğünde “bütünüyle, düşünümsel olarak uygulanmış bilgiden oluşur” (Giddens, 1994: 41) fikrini belirtmektedir. Düşünme, akıl ve bilgi gibi konuların modernizmle birleştirilmesiyle oluşan düşünümsel modernlik, modern dünyada yer alan bireylerin, sosyal pratikleri yeniden üretirken bağlamından koparılmış geleneğe ya da bilgiye başvurarak ‘kendileri üzerine düşünmeleri’ anlamına gelmektedir. Bu durum, bizim bireysel eylemlerimizin toplumsallığı oluşturan nedenleri ortaya çıkardığı anlamını taşımaktadır. Yaptığımız eylemlerin sonucu modernliği oluşturmaktadır.

Bu nedenle karşılaşılan risklere ve bizim tarafımızdan yaratılan belirsiz durumlara karşı meydan okumak da yine bireysel eylemlerin sonucunu oluşturmaktadır. Giddens, böylece düşünümsel modernlik aracılığıyla, fail ya da birey problemine odaklanmakta ve modernliğin dönüştürdüğü yaşam biçimleri içinde karşılaştığımız risklere ve imal edilmiş belirsizliklere ilişkin çözümü yine bireysel yeniden üretimlerde aramaktadır (Esgin, 2008: 459). Düşünümsel bir modernleşme süreciyle ne yaptığının farkında olan bireyler oluşmaktadır. Modern toplumda birey, geleneksel olandan koparak kendisine yeni aidiyet ve kimlik biçimleri üretir, gündelik hayatı da dâhil olmak üzere kendi kimliğini ya da kendini ifade ediş biçimine uygun pratiklerde bulunarak her yaptığı eylemi belli bir düşünümsellikle gerçekleştirmektedir. Düşünümsel modernlik, risklerle çevrili yaşam alanlarındaki bireysel-kimliklerin kendilerini gerçekleştirmek için başvuracağı çözümsel bir gereçtir. Olan biten eylemlerin önüne geçmenin mümkün olmaması, belirsizliklerden doğan riskleri

minimum seviyeye indirmeye çalışmak ve bunlarla birlikte yaşamayabilme koşulları gibi durumlarda düşünömsel modernlik anahtar bir görev üstlenmektedir.



2.BÖLÜM

MÜZİĞİN ENDÜSTRİSİ ve INDIE MÜZİK

2.1. Müzik Endüstrisi

İfade olarak müzik ve meta olarak müzik arasındaki karşıtlık yirminci yüzyıl pop deneyimini tanımlar. Müziğin sanayileşmesi aktif müzik üretiminden pasif pop tüketimine geçiş, halkın veya toplumun ya da alt kültür geleneklerinin azalması ve genel bir müzikal beceri kaybı anlamına gelir. Bu türden söylemler, ticaret tarafından sömürülen bazı temel insan aktivitelerini ve müzik yapımlarını kapsar. “Pop, klasik bir yabancılaşma olayıdır: İnsani bir şey bizden alınır ve meta şeklinde geri döndürülür. Şarkılar ve şarkıcılar fetişleştirilir, büyülü hale getirilir ve onları pazarda bulunan bir nakit işlemle sahiplenerek geri alabiliriz” (Frith, 2006: 231). Burada söz konusu olan müziğin gerçeğidir, onu yaratan insanların gerçeği, deneyimlenenin gerçekliğidir. Müzik endüstrisi hakkında olan şey, yaratıcılığımızla aramızda kurduğu aldatma, yutturmaya ve sömürü tabakasına dayalı olduğudur. Müziğin sanayileşmesi müziğe olan bir şey olarak anlaşılamaz, müziğin yapım sürecini yani sermaye, teknik ve müziksel argümanları birleştiren bir işlem olarak anlaşılır. Yirminci yüzyıl popüler müziği, yirminci yüzyıl popüler kaydı; müzik endüstrisinden bağımsız olarak var olan bir şeyin kaydı değil, ama şarkıların, şarkıcıların ve performansların ne olduğunu ve olabileceğini belirleyen bir iletişim şeklidir (Frith, 2006: 231).

Yirminci yüzyılda müzik endüstrisinin en önemli basamağını kayıt endüstrilerini meydana getiren plak şirketleri oluşturuyordu. Yirmi birinci yüzyılda da müzik endüstrisi, plak şirketleri üzerinden güçleniyordu. Fakat artık daha geniş tanımlı, standardize olmayan, tekelleşme üzerinden ilerlemeyen bir durum oluşmuştu. Yirmi birinci yüzyıldaki plak şirketlerini iki ayrı şekilde tanımlayabiliriz. Bunlardan birincisi müzik pazarının büyük bir bölümünü elinde tutan, ulusal ve uluslararası ‘büyük’ (major) olarak bilinen plak şirketleridir. Bu şirketler kendi stüdyoları, basım ve yayım imkânları, gelişmiş reklam, pazarlama ve dağıtım ağları bulunan, sanatçılara ‘büyük kitlelere ulaşılabilirlik’ fırsatı sunan şirketlerdir. İkinci tür şirketler ise ‘independent’ (bağımsız) olarak anılan şirketlerdir. Bu şirketler ucuz üretim mantığına sahiptirler ve yerel üretim/dağıtım ağları tarafından desteklenir. Ana akım içerisinde yer alamayacağı düşünülen türden müzik eserlerini yayınlamaya açık olan bu şirketlerin çoğu kendi

etiketlerine (label) sahip olmak isteyen kayı stüdyoları içinden çıkar. Fakat bu şirketleri müzik endüstrisinin oluşturduğu sistemin dışında tutmamak gerekir. Zaman içerisinde bağımsız şirketler, büyük şirketlerin yıldız avcıları pozisyonun gelmişlerdir diyebiliriz.

Günümüzde popüler müzik endüstrisi büyük yatırımların, büyük paraların döndüğü insan hayatını etkileyen önemli bir sektördür. Müziksel donanımlar ve yazılımlar (pikap/plak, kasetçalar/kaset, cdçalar/cd, mp3çalar/mp3, kulaklıklar, hoparlör vs.), müzik ile ilişkili ürünler (t-shirt, dergiler, kitaplar vs.), konserler, festivaller, barlar gibi müzikle ilgili birçok konu tüketimin bileşenlerini oluşturur. Müzik günümüzde ‘markalaşma odaklı ilerleyen şirketler’ politikasını izlemektedir. Geniş bir piyasaya tutarlı şekilde satma ve sanatsal yaratıcılığı belirli kalıplara indirgeme politikası, standartlaştırılmış, formülize edilmiş müzik anlayışı, sözde isyan, tüketimci bireycilik, sahici olmayan değerler, manipüle edilmiş beğeniler olduğu savunulmaktadır (Rowe, 1996: 41). Bu türden endüstri eleştirileri temelde, müziği yaratan ve icra eden şarkıcıların, müzisyenlerin ve bestecilerin de bu anlayışa hizmet ettiği gerçeğini anlatmaktadır. Dave Harker bu bağlamda yaptığı bir eleştiride: “Kapitalizm koşulları altında, sanatçıların çoğunluğu, ticari sosis makinesine yenik düşmekle yetinmek zorunda kalacak ve bu yenilgi nakitle telafi edilecek...” (Akt. Rowe, 1996: 42) Müzik üreticileri ‘kitlelere hitap edebilmek için’ müzik üretimi yapmaya çalıştıklarında karşılık olarak alabilecekleri tek şeyin bir meta yani para olduğu gerçeği ortaya çıkıyor. Bir müzik sanatçısının; soyut, hisse dayalı bir yaratıcılık örneği olan müziği, bir meta haline dönüştürme çabasına girdiğinde yaşayabileceği tek karşılık da maddi karşılıklar ve tatminlere dönüşüyor. Kapitalizm çağının içerisinde yaşayan sanatçıların yaşamsal gerçeklikleri göz önüne alındığında bu duruma ‘yenik düşmek ve yenilgi telafisinin nakit’ olması gerçeğini değiştirememenin algısal zorlukları olmaktadır.

Müziğin toplumsal üretim ve tüketim ilişkilerinde, eserlerini kayıt altına almak isteyen sanatçılarla, karlarını maksimum seviyeye ulaştırabilmek isteyen plak şirketi sahiplerinin arasındaki ilişki öne çıkar. Neyin daha çok satabileceğini, sound olarak daha iyi duyulabileceğini, görsel anlamda daha iyi görülebileceği gibi konuların kararını farklı görüşlerden bir araya gelen müzisyen, yapımcı, ses mühendisi, reklamcı,

düzenlemeci, yönetmen gibi kişilerin ilişkilerinden çıkan sonuç belirler. “Popüler müzik, pazar koşulları altında üretilen, dağıtılan ve tüketilen bir emtia şeklinde gelişmiş olan ve ne tür fonogramların üretileceği, onları kimin yapacağı ve bunların topluma nasıl sunulacağı konularında da bu pazar koşullarından kaçınılmaz bir şekilde etkilenmekte olan bir endüstridir” (Burnett, 1996: 3-4). Müziği satılabilir hale getirmenin mantığı müziğin yalnızca kaydedilmiş olması, icraların ücret karşılığında olması veya hayran gruplarına yönelik olmasından daha çok müzik tüketicilerinin, üreticilerden ‘yeni’ olarak ne beklediğinin anlaşılmasına dayalı gelişir. “Satış” düşüncesinin gücü basitçe kaydedilmiş müziğin satılmasında, icraların ücret karşılığında yapılmasında ve hayran gruplarına satılabilecek eşyaların pazarlanmasında değil, kaynakların rock ‘alıcıları’ndan satıcılarına aktarıldığı süreç karşısındaki aleni tutumlarda ve simgesel tepkilerde yatar” (Rowe, 1996: 44).

Endüstrileşme dönemine kadar çoğu zaman saray himayesinde, zaman zaman da dinsel kurumların himayesinde üretilen ve tüketilen müzik “yüksek kültür” olarak görülüyordu. Yeniçağın sonlarına doğru, popüler özellikler kazanmaya başlayan müzik, üretim ve tüketim koşulları kadar yeniden üretim koşullarının da yetersizliği nedeniyle kitlesel bir ürün olma özelliği kazanamadı. Endüstrileşme ile birlikte değişen ekonomik, siyasal ve toplumsal koşullar sonucu giderek güçlenen burjuvazi, bu döneme kadar aristokrasi himayesinde gelişen müziğin yeni efendisi oldu. Siyasal ve ekonomik güce sahip burjuvazi, aristokrasi karşısındaki kültürel eksikliğini kültürel ürünleri satın alarak aşmaya çalışırken, diğer sanatçılar gibi müzisyenler de yeni efendilerinin beğeni düzeyine uygun eserler üretmeye başladılar. Sanatçının yeni toplumsal düzen içinde yer edinebilmesi, himaye edilerek değil, ürününün ekonomik bir değer kazanmasıyla olası hale geldi (Çelikcan, 1996: 36-37).

Müzik kitlesel üretim ve tüketim olanaklarına sahip olmaya başladığı 19.yüzyıldan itibaren ekonomik bir değer kazanmaya başladı. Sanayi devrimi ile birlikte üretim ve tüketim alanındaki bu tip değişimler müziği de endüstrileşme süreci içerisine dahil etti. Müzik aleti olarak gramofon plağının ortaya çıkışı 1914-1918 savaşıdan sonra olmuştur. Plak endüstrisinin tarihi, elektrikli ürünler endüstrisinin bir kolunu

oluşturur ve radyo, sinema, televizyon gibi gelişmelerle bağlantılı olarak ele alınır. Plak şirketlerinin ortaya çıkması, müzik basıncılığı ve piyano yapım imparatorluklarının da çöküşü anlamını taşımaktadır. Bir yaratıcılık ürünü olan müzik, endüstrileşme sonrası meta haline dönüşmüştür. Bu süreçle birlikte müzik, hayatın içinden alınıp, ürün haline getirilip, tekrardan geri verilen ekonomik bir değer bütününe dönüşmüştür. Bu endüstrileşme boyutu yalnızca şarkıların ürüne dönüşme özelinde değil, şarkıların yaratım süreçlerinin de metalaşması durumunu doğurmuştur. Müziğin değerini belirleyen pazar koşulları, piyasa şartları gibi etkenler olduğu için, sermaye, yatırım, teknolojik gelişmeler de yaratım süreci içerisinde önemli olmuştur. “İnsansal bir şey bizden alınıyor ve bir meta olarak bize geri veriliyor. Şarkılara ve şarkıcılara tapıyor, onları yüceltiyoruz ve onları istediğimiz zaman dinlemenin yolu da eserlerini satın almaktan geçiyor” (Lull, 2000: 73). Teknolojik değişim yalnızca müziğin üretim koşullarını değil, tüketim koşullarını da belirlemektedir. Simon Frith (2006: 232) müzik endüstrisini çözümlemek için üç önemli unsur üzerinde durulması gerektiğini savunur. Teknolojik değişim, pop ekonomisi ve yeni müzik kültürüdür. Bu maddeleri, içerdikleri tarihsel süreçler ve bu süreçlerin müzik endüstrisi üzerindeki dönüşümlerini ele almak, başından itibaren teknoloji ve endüstriyel müdahalelerin müziksel ürünlerin üretimi ve dağıtımını üzerindeki etkilerini anlamak için faydalı olacaktır.

Bu bağlamda Frith’in maddelerinden ilkinin az önce de belirtildiği gibi “teknolojik değişim” oluşturur. Frith’e göre; kaydın ve kayıt endüstrisinin kökenleri on dokuzuncu yüzyıla dayanmaktadır ancak gramofon kaydının baskın müzikal emtia (commodity) olarak ortaya çıkışı, 1914 - 1918 savaşıdan sonra gerçekleşmiştir. Kayıt endüstrisinin tarihi, radyo, sinema ve televizyonun gelişimi ile ilgili elektrikli eşya endüstrisinin tarihinin bir yönüdür.

19.yüzyılın başları tarihte ilk kez müziğin kaydedilme olanaklarının gelişmesine sahne oldu. Sesi kaydetme yolundaki bilimsel çalışmalar 1857 yılına kadar uzanmaktadır. Fransa’da Leon Scott tarafından geliştirilen “phonograph” müziği kaydetmekle birlikte, yeniden çalma olanağına sahip değildi. Charles Cros ise bu aygıtı geliştirerek “Phone-Graphos” ismini verdiği bu çalışmayla kaydedilen sesin yeniden

çalışmasını olanaklı hale getirmiş fakat uygulama imkanı bulamamıştır, Emile Berliner, Cros'un projesini uygulayarak "Gramophone" u yaratmıştır. Thomas Edison, bütün bu buluşları bir araya getirerek "konuşmayı kaydeden ve yeniden üreten" phonograph'ı geliştirdi. Bu çalışmalar müzikten ziyade sesi kaydetmeye yönelik çalışmalardı (Akt. Çelickan, 1996: 44). Plak kayıt teknolojisi öncelerde yaprak notaların tanıtımını yapmak için kullanılmaya başlandı. Daha öncesinde yaprak notaların tanıtımı alışveriş merkezlerinde canlı performans ile gerçekleştiriliyordu. Alışveriş merkezlerine yerleştirilen pikaplar, Tin Pan Alley şirketlerinin yeni şarkılarının bir kulaklık aracılığı ile dinletilerek tanıtımı yapılıyordu. Buradaki amaç tüketiciye beğenebileceği şarkıların yaprak notalarını alma teşvikini sağlayabilmektir. Elektriğin yaygınlaşması ve endüstrinin gelişmesiyle beraber pikap teknolojisi evlerdeki yerini almaya başladı. Fakat plak tüketicileri aldıkları plakları sadece dinleme odaklı bir eylem yapmaya itilmek durumunda bırakılmıştı. Hem ses kalitesinin çok iyi olmaması, hem de dinleyicinin edilgen konumda olması tüketicinin tatmin olması için yeterli bir durum oluşturmuyordu. Yirminci yüzyıl, kayıt teknolojisinin hızla gelişmesine sahne oldu. Teknoloji geliştikçe müziğe yaklaşım da değişmeye başladı. Tüketiciler yalnızca edilgen bir konuma düşmüştü. Az melodili ve ritme dayalı parçalar üretilmeye başlanarak, tüketicilerin bu edilgen olma halinin dansla eşlik ettirilme boyutuna geçirilmesi de hedeflenerek tekrardan tüketiciyi müzik içerisine etken olarak entegre edilmesi hedeflenmiştir. Plak endüstrisinin gelişimi, müzik dünyasında bir değişimin de başlangıcını oluşturmuştur. Amatör müzik yapma durumu azalmış ve yeni bir müzik tüketimi biçimi ortaya çıkmıştır.

Teknolojik değişimin özellikle ses ve müzik kaydını mümkün kılan çıktıları, popüler müzik endüstrisi dendiğinde tarihsel olarak akla ilk gelen 'Tin Pan Alley' yapılanmasının oluşmasındaki en önemli etkeni oluşturur. 1885 yılında çok sayıda müzik basımcısının Manhattan bölgesinde dükkanlar açılmasıyla Tin Pan Alley'in ilk kayıt ve plak şirketleri de oluşmaya başlar. 1890 – 1950 yılları arasında New York merkezli olarak gerçekleşen popüler müzik şarkı yazarlığının, popüler müzik yapımcılığının ve yaprak nota yayıncılığın endüstrisinin de adı olur. 1960'lı yılların

ortasına kadar İngiltere ve Amerika popüler müziği Tin Pan Alley'in baskısı altında kalır. Tin Pan Alley bir basım merkezi ve iyi yapılmış şarkıların merkezi haline gelir. Şarkıların çoğunlukla müziksel olarak aynıdır, aynı tınılar kullanılır, çoğu şarkı sözü benzer temalar içerir, çoğu şarkı yazarı yaratıcı beste yapmaktan çok, ticari yaratıcılık yapan iş adamı gibi davranırlar. Tin Pan Alley şirketlerinin mantığı endüstrinin gelişmesi ile bir yaratıcılık ürünü olan müziği metaya döndürerek bunu geniş kitlelere yayabilecek bir müzik ağı oluşturmaktır. Bunu yaparken endüstrinin her türlü gelişimini kullanarak yol izlemişlerdir. Matbaanın gelişimi ile birlikte nota basımı ve yayını, ses kaydının gelişmesi ile müziği kayıt altına alıp yayınlamak. Kitleler neye daha çok ilgi duyuyorsa Tin Pan Alley şirketleri de ona daha çok ilgi gösterip, büyütüyordu. Tamamen girişimcilik zihniyetiyle planlanmış bu şirketler müziği tek tipleştirip, ürün haline getirip, kitleselleştirmiştir. Adorno'nun popüler müzikte “standartlaşma”, “şarkıların birbirinin yerini tutabilirliği”, “sahte bireyselleşme” olarak bahsettiği konularında Tin Pan Alley tarafından sunulan şarkıları ele almaktadır. Kapitalist üretim mantığının müziğe olan etkisini açıklamaya çalışan Adorno; Popüler müziğin bütün yapısının standartlaşmış olduğunu, bunu savurmaya çalıştığı noktalarda bile durumun böyle olduğundan bahseder. Tin Pan Alley şirketlerinin yürüttüğü politikayı göz önüne getirdiğimizde Adorno'nun söylemlerinin doğruluğu da ortaya çıkmaktadır.

Kayıt endüstrisinin tarihini patlama dönemi (1920'ler) çökme (1930'lar) ve tekrar patlama (1940'lar) ile işaretleyen Frith, müzik endüstrisini çözümlemek için kullandığı ikinci unsuru, kayıt endüstrisi çevresindeki dağıtım ve sunum pratiklerini de kapsayacak şekilde “pop ekonomisi” olarak belirler. Plak şirketi uygulamaları ilk önce yeni teknolojiler için rekabeti ve ardından daralan bir pazar için daha yoğun bir rekabet ortamını yansıtıyordu. 20.yüzyılın ortalarında müzik endüstrisinin temel yapısı şekillenmeye başlamasıyla pop ekonomisi de görünürlük kazanır. Bu ekonomi içindeki ürünlerin sunumuna dayalı öncelikli unsuru da radyo oluşturur. Pop müzik; pop plakları, pop ürünleri ve az sayıda büyük şirketin kontrolü altında bulunan teknolojik ve ticari süreç anlamını taşıyordu (Lull, 2000: 84). Canlı müzik yapımı önemini hala korumaktaydı artık şarkıları insanlara duyurmanın en önemli yolu radyo yayınlarıydı.

Plak üretimleri, radyo formatları ve radyo dinleyicileri göz önünde bulundurularak yapılmaya başlanır hale geldi. 1920’li yılların sonunda ortaya çıkan radyo, anında kitlelere ulaşabilen özelliği ile popüler müzik endüstrisinin ihtiyacı olan kitlesel tanıtım aracı olmuştur. Radyo da gramofon gibi başlangıçta, müziğin yeniden üretim aracı olarak değil askeri amaçla tasarlanmıştır. 1. Dünya Savaşı, sesi uzağa taşıyan radyo teknolojisinin gelişmesine ve yaygınlaşmasına neden oldu. Savaş yıllarında radyo teknolojisini öğrenen askerler, savaş sonrasında amatör yayıncılığa başladılar. İlk düzenli radyo kanalı 1920 yılında ABD’de kuruldu (Akt. Çelikcan, 1996: 48) Radyo, 1920’li yıllardan başlayarak müzik ürünlerinin kitlesel dolaşımını ve tanıtımını sağladı. Bunu yapmasıyla birlikte de müzik endüstrisi politikasında doğal olarak bir takım değişimlere neden oldu. Üretilen ürünlerin yalnızca satışından değil, bunların medyadaki kullanım haklarından da gelir elde edilmeye başlanmıştır. Önceleri radyolara tanıtım amacıyla ücretsiz olarak verilen plaklar, müzik dinleyicisinin artmasıyla birlikte, radyolardan “telif hakkı” adı altında ücret alınmaya başlanmıştır. Ayrıca radyo kavramı ile birlikte popüler müzikte “hit” kavramı da oluşmuştur. Hızlı tüketilen, çok talep gören şarkılar bir yandan üretimi de arttırıyordu. Popüler müzikte “hit” kavramı ile beraber gelişen bir diğer olgu ise “yıldız” (star) olgusudur. Radyolar hangi şarkıların ve şarkıcıların çalınacağını popülerlik oranına göre belirler. “Hit”lerin ekseriyetinin yaratımı büyük ölçüde endüstri içinde önceden belirlenmektedir. Bu saptama, “bir şarkının başarısı; güzelliğinden ötürü insanların onu kendiliğinden, özgürce benimsediğini gösterir” şeklindeki genel inanışın sürdüğü Tin Pan Alley dönemine tam karşıt düşmektedir (Akt. Lull, 2000: 110). Endüstrinin gelişimi ile birlikte ‘ürün’ olan bir şarkının popülerlik sağlaması tesadüfi bir durum değildir. Bir şarkının popüler olması hedefleniyorsa, yapılması gereken ticari kurgular vardır.

Yüksek kaliteli (hi-fi) müzik kaydedilebilmenin gelişimi ile birlikte pop müziğin sıradanlaşması farklı bir boyuta evrilmeye başlamıştı. 1969 yılında ileri-geri sarılabilen, kayıt yapılabilen, tekrar tekrar çalınabilen, istenen şarkılara atlamayı mümkün kılan ve LP kadar sürebilen küçük, müstakil kasetler yaratıldı. Büyük miktarlarda üretilen bu kasetler bandın tüm avantajlarından (yüksek ses kalitesi,

dayanıklılık ve saklama kolaylığı) yararlanmayı mümkün kıldı (Lull, 2000: 87). Pop müzik üretimini köklü değiştiren durum ise kaydın yapıldığı bantla neler yapılabileceğini keşfetmekle başladı. Yapımcılar artık yorumları olduğu şekliyle kabul etmek durumunda değildi. Bant kesiliyor, yamıyor, yorumun en iyi kısımları bir araya getiriliyor, kusurlar ayıklanıyor ve böylece “gerçeğin” kaydı değil “idealin” kaydı yapılmış oluyordu. Ayrıca banda sonradan enstrüman eklemesi de yapılabiliyordu. Enstrümanlar ayrı ayrı kaydedilebiliyordu. 1960’lı yılların ortalarında çok kanallı kayıt tekniğinin ortaya çıkmasıyla, sürekli ses eklemesi yapmak yerine, seslerin aynı bant üzerine ayrı ayrı kaydedilmesi durumu mümkün hale geldi. Yapımcılar farklı zamanlarda ve giderek artan şekilde de farklı stüdyolarda gerçekleşen sayısız ve çok değişik edimden oluşan bir yorumu “kaydetmek” için, bandın üzerinde oynama yapıyorlardı. Gelişen ve değişen bu durumlarla beraber yapımcıların ve mühendislerin müzik yargıları, tercihleri ve yetenekleri, müzisyenler kadar önemli bir hale geldi. Stüdyoda yapılan müziğin artık konserde yorumlanan müziğe benzemesi gerekmiyordu.

Müzik endüstrisi, İkinci Dünya Savaşı’nın sonuna kadar hedef kitle olarak aileyi seçti. Savaş sonrası yıllarda yaşanan ekonomik, siyasal ve toplumsal gelişmeler sonucu gençlik, özellikle ev dışı eğlence etkinliklerinin temel tüketicisi olmaya başladı. Müzik merkezli bir kültür oluşturmaya başlayan gençler, müzik endüstrisinin politikasını da değiştirmeye başladı. 1950’li yıllarda gelişen rock’n roll ile beraber müzik endüstrisinin hedef kitlesini gençler oluşturmaya başladı. Rock müzik temelinde şekil alan gençlik kültürü otoriteye ve geleneksel değerlere karşı duruyordu. Rock müzik, başlangıçta, yeraltı medyası, bağımsız plak stüdyoları ve yerel radyolar ile sesini duyurdu. Büyük stüdyoların da devreye girmesiyle beraber rock müzik yerel düzeyden ulusal ve uluslararası bir popülerliğe ulaşmıştır. Televizyonun da gelişimi ile beraber aileler eve kapanmış, ev dışı etkinlikler ise çoğunlukla gençlere yönelik oluşmaya başlamıştı. Rock yıldızları, radyo, basın ve sinemadan sonra televizyonda da görünmeye 1957 yılında başladılar. Müzik-televizyon ilişkisi müziğe etkin bir tanıtım aracı kazandırırken, rock müziğin özgür yapısını tehdit etmeye başlamıştır (Çelikcan, 1996: 62).

Frith'ın analizindeki üçüncü unsuru ise yukarıda anlatılan süreçlerin sonucu olarak anlaşılan “yeni müzikal kültür” oluşturur. Büyük ölçekli bir plak endüstrisinin gelişimi, müzikal deneyiminde köklü bir dönüşüme, amatör müzik yapım yöntemlerinde bir düşüşe, yeni türdeki tüketim tüketiminde ve kullanımında bir yükselişe işaret ediyordu. Kayıtlar ve radyo yeni ulusal ve uluslararası müzik zevklerini mümkün kıldı ve “klasik” ve “pop” izleyicileri arasında yeni sosyal bölümler kurdu. 1920'ler ve 1930'lar yeni müzik profesyonellerinin, yeni şarkıcıların, pop müzisyenlerinin, stüdyo müzisyenlerinin, plak şirketi çalışanlarının, plak yapımcılarının, dj'lerin, stüdyo mühendislerinin, kayıt eleştirmenlerin vb. görünümünü belirledi. Bunlar, 1950'lerde rock and roll'u ‘tehdit’ olarak görenler ve 1960'larda hem rock'a karşı direnen hem de dikkatini ona verenlerdi.

Müzik endüstrisi 1970'lerde iki anti söyleme dayandı. Birincisi sanatçıları ve dinleyicileri kardan başka bir şey düşünmeyen eşik bekçisi vasıtasıyla insanların kendi müziğine erişmesini engellediği söylenen bir endüstrinin karşısında oturtuyordu. İkincisi ise bağımsız plak şirketlerini rock'ın gerçek yaratıcı girişimcileri olarak yüceltiyordu; buna göre büyük plak şirketleri bağımsızların geliştirdiği özgün soundları ve tarzları ele geçirmekle suçlanıyordu (Lull, 2000: 94-95). Bağımsız yapımcılar da aslında bu sistemin bir parçasını oluşturuyordu. Bir bakıma büyük plak şirketlerinin yıldız avcıları durumuna gelmişlerdi. Başarı maliyeti arttıkça büyük plak şirketleriyle kol kola olmak durumunda kalıyorlardı. Sistem çatlaksız bir şekilde ilerliyordu.

2.2.Bağımsız (Indie) ve Büyük (Major) Şirketler (Label)

Bağımsız şirketle tabi ki punk akımıyla endüstriye dâhil olmuş değillerdir. Ancak punk akımı, bağımsız olma nosyonunu şirket bünyesinden de çıkartarak, bireysel düzeydeki bağımsızlığa da işaret eder bir nitelik kazandırır.

Bağımsız terimi, bir örgütün (bir grup ya da plak şirketi gibi), sıklıkla genelde bir şirketin eşdeğeri olan “büyük” şeklinde adlandırılan kendi söylemsel karşıtıyla olan ilişkisinin temsil edilmesinde hem ad hem de sıfat olarak düzenlenir. Bağımsızlık niteliği, kendisi ve en rasyonelleştirilmiş biçimi -

burada kültür şirketi kapitalizmi dediğimiz biçim- altında müzik üretimiyle ilintili arzu edilebilir olmayan değerler arasında varsayılan mesafeden ötürü alkışlanır (Rowe, 1996: 47).

Çerezcioğlu (2017) müzik endüstrisinin tüm bir işleyişini endüstrinin başlangıcından itibaren elinde tutan büyük şirketler ile plak dükkânlarında ulaşılabilir olan CD ve kasetlerin büyük çoğunluğunu üreten, tamamen bütünleşmiş şirketleri kastedildiğini söyler. Yazara göre bu şirketler, kendi sanatçıların kayıtlarının üretimini, imalatını, dağıtımını, pazarlamasını ve tanıtımını denetleyen ya da kontrol eden tamamen bütünleşmiş şirketler ağı olarak, popüler müzik pazarına hâkimdirler. Ürettikleri kayıtlar, ticari müzik radyosu ve çoğu müzik dükkânının raflarına egemen olur (Çerezcioğlu, 2017: 59).

Çerezcioğlu (2017) bir “büyük şirketin” kendi içinde organize olmuş karmaşık bir iş bölümü ile işlediğini belirtir. Buna göre;

“Büyük şirketlerin en önemli özelliklerinden biri olarak bu işleyiş yapısı görülür. Büyüklerin uzmanlaşmaya dayalı, karmaşık iş yapma biçimi, şirket mantığına uygun biçimde işleyen bir durumdur. Büyüklerin iş pratikleri Batı kültürü emperyalizmi ve sermayesi hakkında yeni bir tartışma zemini yaratır. Büyük şirketlerle işleyen müzik endüstrisi geniş anlamda “kültür endüstrisinin” bir parçası olarak ele alınır... Kapitalist üretim ilişkileri üzerine kurumlaşmış endüstriyel üretimin, müziğine kendine ait kimi özelliklerini yok ettiği, müziği metalaştırmanın üretimde bir standartlaşmaya yol açtığı yolundaki savlar da Adorno kanalıyla popüler müzik tartışmaları içerisinde yerini alır. Kültür endüstrisinin kitleleri manipüle eden, uyutan ve aslında kitleler için önceden estetik kararları da alan bir yapısı olduğu, saldırının ana noktalarını oluşturur. Bu üretim biçiminde ana rolü oynayanlar da bütünleşmiş, çok uluslu, pazara hakim, karmaşık ve kara dayalı iş pratikleriyle çalışan büyük şirketlerdir. Bu yaklaşıma göre büyükler, tüm bir popüler müzik pazarına standartlaşmış ürünleri sunarak, ana akım estetiği içinde müziği ticari bir mal olarak sunar” (Çerezcioğlu, 2017: 59).

Bağımsızlar ve büyükleri karşılaştırırken ‘indie’ kavramının, kapitalist pratikten tamamen yalıtılmış olduğu düşünülmemelidir. Bağımsızlar, ‘büyük’lere göre daha farklı yollar izleyerek, farklı üretim ve tüketim ilişki yolları kurar. Bu ikili arasındaki ayrım aslında savaş sonrasında şekillenen gençlik müziği ve gençlik

endüstrisinin oluşumu ile biçimlenir. Büyük plak şirketleri temelde bağımsız şirketleri müzik piyasasının ‘yetenek avcıları’ olarak görürler.

“Belli başlı radyo şebekelerinde sunulan melodram/duygusallık önemsiz şeylerden oluşan bir yayın diyetiyle karşılaşan popüler müzik izlerkitlesinin daha maceracı üyeleri, birkaç yıldır daha iyi bir şeyler arayışıyla telefonlarının kadrانlarını çevirip duruyorlardı. Ve ülkenin birçok bölgesinde, her biri temelde bağımsız şirketler tarafından plaklaştırılmış olan ya country ve batı müziği ya da rhythm and blues çalan bir veya iki radyo istasyonu tarafından ödüllendiriliyordu” (Akt. Rowe, 1996: 48).

Bağımsız yapımcıların var oluşu birçok büyük şirket tarafından desteklenir. Bu ilişki içerisinde herhangi bir tahakküm ve tek taraflılıktan ziyade birbirine karşı bağımlılık gözlemlenir. Büyükler ve bağımsızlar arasında rahatlıkla bir danışıklı dövüş durumu olduğunu söyleyebiliriz. “Büyük-küçük” yarılmasının çatışma, tabi kılma, karşılıklı birbirlerine güvenme ve bu ikisi arasındaki birçok konum üzerinde kurulmuş bir bağlantıyı temsil ettiği nitelemesi yapılabilir (Rowe, 1996: 54).

Rowe’un (1996: 57) bahsettiği, büyükleri ve bağımsızları ‘iktisadi’ olarak belirleyen dört önemli unsur bulunmaktadır. Mülkiyet, faaliyet alanının ölçeği, bütünleşme/birleşme ve pazar payı, bu ikili arasındaki farklılıkları daha iyi kavramamızı sağlayacaktır.

Popüler müzik stratejik hareketlerle yaratılan, tekelleşme zihniyetiyle dağıtılan ve satılan endüstriyel bir müzik kültürüdür. Büyükler ve bağımsızlar karşıtlığını anonim şirket ya da holding mülkiyeti ve girişimci mülkiyet denebilecek karşıtlıkta yattığını söyleyebiliriz. Anonim şirket ya da holding mülkiyet örneğinde, mali destek ve yönetim kararları, popüler müziğin üretimi ve dağıtımıyla ilgilenen kurumların bu mali yapının tamamını oluşturmaktan ziyade birer şubelerini oluşturdukları görülmektedir. Bağımsızlar ise tamamen veya öncelik olarak müzik alanı ile ilgilenen “uzman” girişimler olma eğilimindedir.

Müzik; endüstrileşme ile birlikte artık sadece enstrüman çalmak, eser yaratmak, notasyona dökmek, sahnelemek, eseri seslendirmek, şarkı söylemek gibi kavramların ötesine geçerek ticari, teknolojik ve ‘kitlesel beklentiler’ gibi kavramları da

içermeye başlamıştır. Artık sadece bir müzik eseri ortaya koymak için bestelemek ve icra etmek yeterli değildir. Ortaya çıkan eserin kayıt edileceği yer, yerin akustik ortamı, kayıt altına alacak ses teknisyeni, kayıt edilirken kullanılacak ses kayıt ekipmanları ve bu ekipmanların düzeylerinin geçerliliği gibi durumlar yalnızca şarkının kayıt süresi için dikkat edilmesi gereken konulardır. Kayıt sonrasında ise esere ait enstrüman partiyonlarının doğru, temiz ve metronoma uygun çalınması, kullanılan enstrümanların önce tek tek sonra bir bütün olarak doğru duyurabilecek bir miksaj anlayışı benimsenmesi ve bütün bu işlemlerin sonunda eserin bütün olarak ‘mastering’ denilen eserin daha hacimli, daha ses seviyesinin güçlü olduğu, ayrı ayrı kaydedilen enstrümanların artık tamamen bir bütün olarak duyulduğu bir işlemde daha geçmesi gerekmektedir ve bunlar yalnızca yaratılan eserin kayıt altına alınabilmiş halidir. Bundan sonrası ise bu eseri ticari yolları izleyerek kitlelere duyurabilmeye çalışmaktır. Esere uygun bir video klipin çekilmesi, daha sonrasında bu video klip ile beraber eserin müzik yayını yapan televizyon kanallarında oynatılması, müzik yayını yapan radyolara gönderilmesi, radyo ve televizyonların müzik programlarına katılıp eserle ilgili röportajlar yapılması, eserin dijital platformlara koyulması (youtube, spotify, itunes vb.), sosyal medyalarda (facebook, instagram, twitter vb.) sanatçı hesapları açılıp eserin bu tip platformlardan da reklam çalışmalarının yapılması, yapılan esere uygun fotoğraf çekimleri yapılması ve bütün görsel çekimler kısmında bir ‘tarz’ oluşturulması, endüstrileşme ile birlikte yapılan eser artık yaratım ve dinleme süreçlerinden çıkıp ticari ve görsel bir meta haline geliyor. Müzik dinlenilebilir soyut bir aktivite olmaktan çıkıp kitlesel ve somut bir aktivite ürünü haline geliyor. Rock, punk, metal, hiphop gibi müzik akımları kitlelerin dinleyerek yaptığı müzik aktivitesinin çok dışında kalmaktadır. Bu müzik türleri endüstri sonrası gelişen, endüstrinin bütün gerekliliklerini yapan ve kitlelere ulaşırken ki temel yükseliş hikâyelerindeki en büyük gerçek ise endüstriyel varlığı reddedip karşıt kültür mantığında doğmalarıdır. Endüstriyel ve kapital değişimin kitleler ve bireyler üzerinde ki en önemli sorunlarından bir tanesi de; gerçekliğin ne olduğuna ilişkin algısal ve doğrusal ‘bakış açısı karışıklığı’ yaratmasıdır.

Ancak ortada olan durum, müzik endüstrisinin ana akım (mainstream) olarak işaretlediği türler içinde yer alan gruplar ve müzisyenlerin giderek birbirlerine benzeyen bir hal almaya başlamasıydı. Bu anlamda Punk akımı tam olarak bu duruma karşı bir şekilde ortaya çıkmıştır. Artık rock müziğin kimseyi heyecanlandırmadığı, rahatsız veya tehdit etmediği düşünülen ve giderek standartlaşmanın hakim olduğu ileri sürülen bir dönemde ortaya çıkan punk vasıtasıyla, bağımsız plak şirketleri yeni bir müzik sistemi geliştirmeye başladı (Lull, 2000: 96). Punk endüstriye böyle bir besleme yapmayarak ‘do it yourself’ (kendin yap) ideolojisini benimseyerek ilerledi.

2.3.Punk

Punk kültürünün ortaya çıkmasında temel itkinin yabancılaşma olduğu söylenebilir. Topluma, içinde bulunduğu değerlere, kendini ait hissettiği hayali veya gerçek olgulara anlamını yitirerek yabancılaşan bireyler, zaman içerisinde kendilerini ait hissedecekleri yeni değerler, alanlar ve aidiyetler oluştururlar. ‘Egemen kültür içerisinde yabancılaşan bireyler’ kendilerini, değerlerini, anlamlarını ‘kendi istedikleri’ gibi arayarak ve bunun çatısı altında bir araya gelerek oluşturdukları yeni ‘aidiyet kümelenmeleri’, ‘süregelen egemen kültür’ içerisinde her zaman tehdit olarak algılanacak ve ‘yabancılaşma’ kavramı varlığını devam ettirecektir. Müzik söz konusu olduğunda ‘Punk’, oluşumu ve tarihi boyunca her zaman bunun müzikli bir temsilcisi olmuştur. ‘Punk’ kelimesi geçtiğinde hemen herkesin aklında ilk oluşabilecek şeylerden birisi de ‘kuralsızlık’, ‘toplum dışılık’ ve ‘aykırılık’ gibi kavramlardır. Punk müzik de çıkışı itibarıyla topluma yabancılaşan bireylerin bir araya gelerek oluşturduğu müzik tarzı olarak adlandırılabilir.

“Gençlik kesiminin yaşantıladığı işsizlik ve yabancılaşma; düşük düzeyli teknolojik gelişme; rock müzisyenlerinin ve onların plak sektörü holdinglerinin mesafeli duruşları, gösterişçilikleri ve yüksek teknoloji saplantıları; kent merkezi bölgelerinde bohemler ve işçi sınıfı gençliği arasında ittifaklar hazırlamada durumcu hareketin yeniden dirilişi; ve öbür irili ufaklı etkenler nihilist, minimalist, anonim şirket karşıtı olan ve her şeyden önce kendin için-

kendi yap kültür üretimi düşüncesine adanmış bir rock üslubu üretmek üzere biraraya gelmişti” (Akt. Rowe, 1996: 75).

Çerezcioğlu (2017) Punk ya da Punk Rock adlarıyla bilinen akımın, 1970’lerin ortalarında ekonomik kriz ve işsizliğin hâkim olduğu İngiltere’de ortaya çıktığını söyler. yazara göre ekonomik durumdan mustarip alt ve alt-orta sınıf beyaz gençlerden oluşan bu akımın üyeleri kendi hayatlarının para ve politik güç gibi avantajlara sahip başka kişilerce yönetilen bir toplum tarafından belirlendiğini düşündükleri “*No Future*” sloganını benimsemişlerdir (Çerezcioğlu 2017: 33). Punk söylemi ideolojik olarak anarşizm çevresinde birleşir.

“Punk fenomeninin Büyük Britanya’daki ekonomik ve toplumsal eşitsizlikle olan bariz ilişkisini inkar etmek, hareketin felsefi temellerinin geçerliliğini inkar etmek anlamına gelir. Esas itibarıyla İngiltere’de Punk, imkanları kısıtlı olan işçi sınıfından beyaz gençlerin oluşturduğu bir hareketti. Bunların çoğu sosyal durumlarının farkını derinden hissediyor ve hoşnutsuzluklarını Punk vasıtasıyla dile getiriyorlardı” (O’Hara, 2003: 27).

Punk; rock müziğin, müzik endüstrisinin tekelinden sıyrılmayı başaran 1970’li yılların ikinci yarısında New York’da başlayan İngiltere’de şekillenen, -meli, -malı’ların getirdiği zorunluluk olmaksızın özgürce ve kendi istediğini ‘kendi yap’ tığı; antiotoriter, antifaşist, antikapitalist, antimilitarist, homofobi ve cinsiteyçilik karşıtı, egemen olanın karşısında duran ideolojik bir müzik akımıdır.

Müzik anlamında ise Punk, o zamana kadar yapılmış en agresif ve sert bir tınıya sahip müzik türü olarak karşımıza çıkar. Toplumsal normlara olan karşı duruş gibi müzikteki normlar ve düzene karşı da bir duruş sergileyen Punk müzik için müzik formları, müzisyenlik kavramı, enstrüman hakimiyeti, müzik bilgisi gibi kavramlarda önemsiz ve değersizdir. Önemli olan sistemin bireylerde yaratmış olduğu isyan, öfke, ezilme hissiyatlarını aktarabilmektir. Genellikle Elektro gitar, bas gitar, davul ve vokalden oluşan grupların asıl hedefi kendi şarkılarını yapmak ve bunları icra edebilmektir. Yapılan şarkıların müziksel özelliğinde düzen, bilgi, teknik olarak hiçbir öneminin olmaması tamamen iki veya tek akor hiç fark etmez mantığı güdülerek yapılan şarkılardan oluşmaktadır. Özensiz çalılar, özensiz kayıtlar, politik tavır, küfür içerikli sözler, önemli olan tek şey kendi şarkılarını icra edebiliyor olmaktır. Katılımcı

bir rol oynamak punk müzik için çok önemlidir. Punk müzik performansları küçük barlar ve küçük publarda gerçekleşerek başlar. İzleyiciler ile iç içe, neredeyse sahnenin bile olmadığı bir mekân düzenleyişiyle diyalog kurulur. İzleyici ve müzisyen ayrımı ortadan kaldırılması hedeflenerek herkesin dinlerken ve çalarken özgür ve rahat olması amaçlanır. İzleyici hayran olan bir kişi değil istediği zaman sahneye atlayıp bir müzik aleti veya dansla özgürce eşlik edebilen etkin bir duruma dönüşür. Punk akımının en önemli söylemlerinden biri olan “Kendin Yap” söyleminin tetikleyicisi, aktif katılımcılık düşüncesidir. Punklar kapitalist fikir barındıran her tür eyleme karşı durdukları için müzik endüstrisine de karşı çıkmaktadırlar. Rock müziğin kitleselleşmesini sağlayan büyük plak şirketlerini ve rock müziği ticari olmakla suçlarlar. Bu durumu ortadan kaldırmak içinse kendi bağımsız şirketlerini oluşturup kendi dağıtımlarını üstlenirler. Böylelikle bir anlamda Bağımsız (indie) müzik hareketinin de öncüsü olmuşlardır. Kapitalizmin hiçbir unsuruna ihtiyaç duymadan kendi işlerini kendileri halledebilen punklar, albüm yapmayı (Çerezcioğlu, 2017: 37) kayıt almayı, albümün dağıtımını yapmayı, konser organizasyonu gibi teknik ve pazarlama bilgisi gerektiren konuları da kendileri üstlenirler.

“Bağımsızların kendi ayakları üstünde durmalarını sağlayan punk patlamasıydı. Punk patlaması 1970’lerin mecali kalmamış müzik sahnesini yeniden canlandırdı. Bağımsızlar para ve tecrübe eksikliğini şahane bir sıkı çalışma, sanat aşkı ve bir macera duygusuyla telafi ettiler. Uzlaşımları takmayarak, büyük şirket etiketlerinin kurallarından ziyade kendi kurallarına göre oynayarak müzik endüstrisini tepeden tırnağa sarstılar” (Akt. Rowe, 1996: 74).

Punk akımının buradan çıkacak anlamıyla da bağımsız müziğin oluşumuna önemli bir katkıda bulunduğu, bu oluşumu biçimlendirdiği görülmektedir. Hem bir müzik tarzı, hem de bir ideolojik hareket olarak ele alındığında Punk kavramı, bağımsızların oluşmasına zemin hazırlayan, yönlendiren bir kültürel inşadır. Punk’ın kültürel inşasında, kendi kolektivite üyelerini motive ettiği öncelikli unsuru da “kendin yap! (do it yourself!) oluşturur. bu söylem, giderek benzeşen toplumsal ve müziksel kalıplar içerisinde kendi varlıklarına ve karşılaştıkları üretimlere yabancılaşan punk bireylere, kendilerine ait bir yol çizme imkanı verir.

2.4.Kendin Yap

Punk müzik sadece şarkılar ve performansları ile değil, punk müzik yapanların iş yapma tarzı ile de alışlagelmiş Rock müzik kültüründen farklı olmuştur. Punk müzik yapan insanlar için müzikten büyük paralar kazanamama kaygısı yalnızca gülünç ve boş bir hayal olmuştur. Müzikleri ve politik inançlarının değeri punk müzik yapanlar için daha önemlidir. Kitlesele tüketim pazarının bir parçası olmak onların politikasını yansıtmamaktadır. Buna göre müziklerini duyurabilmek için yapılması gereken her türlü çabayı (iş) kendilerinin yapabileceklerine inançları da tamdır. Büyük şirketlere yem olmak, sistemin bir parçası olmak onların politik inançlarına aykırıdır. Bir müzik ürününü duyurabilmek için ne gerekiyorsa; konserler, plaklar, kitap ve fanzin yayımlamak, posta üzerinden dağıtımını sağlamak, eylemler, boykotlar, politik etkinlikler vb birçok şeyi kendi başlarına ve örgütlü bir şekilde gerçekleştirerek ana akım kültürü karşısında ciddi bir karşıt kültür oluşturmuşlardır.

Punk'lar için örgütlü hareket etmek oldukça önemli bir konudur. Tek başına ilerlemenin veya büyümenin bir anlam ifade etmediğini, sistemi devirebilecek gücün, beraber ilerlemekle ve kendi kültürünü oluşturarak oluşabileceklerine inanıyorlardı. Bu doğrultuda her durumda insanları kendi gruplarını oluşturmaya, kendi müziklerini yapmaya teşvik etmişlerdir. Sınırları ortadan kaldırmayı hedefleyerek, gerçek punk müzik ve punk birlikteliğini doğurmaktır. Bu anlamda endüstriyle ve kapitalist söylemlerin taşıyıcısı olan ana akım medyalara alternatif biçimde kendi medyalarını da oluştururlar.

Ana akım medya ve medya uzantılarına karşı olarak geliştirdikleri bu durum punk müzik yapan müzisyenlerin, müziklerini duyurabilmek için kendi alternatif medyalarını oluşturmalarını içerir. Bu doğrultuda çizgi roman, fanzinler, posta sanatı, kolaj çalışmaları gibi kendi basılı edebi çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Bunlardan en yaygını olan fanzinler punk'lar arasında kullanılan en yaygın iletişim aracıdır. "Birleşik bir eser koleksiyonu olarak Punk fanzinleri, Punk fenomeni oluşturan çeşitli öğelerin; müzik, felsefe, estetik ve tavır hepsini ortaya koymaktadır (Akt. O'Hara, 2003:

64). Fanzinlerin dağıtımı genelde posta yoluyla yapılır. Dükkânlar için kar oranı düşük ve okur kitlesi az olan bu ürünler pek de ilgi çekici değildir. Ancak punk kolektivitesini paylaşan bireylerin, kendi üretimleri olması dolayısıyla yani “kendin yap!” mantığının gözle görülür bir unsuru olması dolayısıyla değer taşır. Ayrıca fanzinler, punklar’ın popüler müzik scenelerine en temel katkısını oluşturan bağımsız müzik girişimleri için de değer taşır. Çünkü kendi müziksel üretimlerini kendileri gerçekleştirip kendileri dağıtımlarını gerçekleştirirken, fanzinler yoluyla da bu üretimlerin tanıtım ve paylaşımını gerçekleştirirler.

2.5.Indie (Bağımsız) Müzik

Indie (bağımsız) müzik kavramını kaba hatlarıyla şöyle tanımlayabiliriz;

“Grupların ya da müzisyenlerin kendi kayıtlarını kendilerinin yaptığı, müzik üretimi ve dağıtımına ilişkin organizasyonları kendi başlarına hallettikleri, birbirleriyle yardımlaşarak ortak çalışmalar yaptıkları ve hazırladıkları kayıtlı ürünlerin görsel tasarımlarını da kendi imkânlarıyla gerçekleştirdikleri müziksel pratikler olarak tanımlanır. Punk akımının “kendin yap” söyleminden ve uygulamalarından temellenen Indie pratiği ve Indie estetiği, yerel popüler müzik sceneleri başta olmak üzere pek çok scenede geçerli bir uygulama halini almaktadır. Endüstriyel üretimin kapitalist işleyişine ve bu işleyişin yarattığı tınısal ve görsel tek tipleşmeye bir tepki söylemi taşıyan indie müzik, kendi içinde tınısal ve görsel anlamda da bir estetik yaratmaktadır” (Çerezcioglu, 2017: 57).

Bağımsız ya da Indie terimlerinin kullanıma geçmesinde ve bugün, genelde “bağımsız müzik” ya da Indie müziğin ortaya çıkmasında Punk akımının rolü büyük olduğunu belirten Çerezcioglu’na göre Punk müzisyenler, müzik endüstrisinin büyük şirketlerini, kapitalist üretim ve endüstriyel üretim bandının diğer unsurlarıyla aynı kefeye koyarak, endüstriye bulaşmadan kendi ürünlerini sunmaya çabalarlar:

“Tarihsel olarak 1970’lerin sonundan başlayan bir süreçten bugüne kadar bazı gruplar ve müzisyenler, müzik endüstrisinin büyük şirketlerinin desteği olmadan kendi “bağımsız” girişimleri ile müziksel üretimlerini yapar ve ürünlerinin küresel düzeyde dağıtımını sağlar. Bu gruplar ve müzisyenler sadece endüstriyel üretim ve dağıtım ilişkilerine karşı çıkmakla kalmazlar. Kimi zaman endüstrinin yarattığı ana akım türlerinin uzlaşımalsal tınılarını

reddedip bunlara tepki gösterirken kimi zaman da bu ana akımların müziksel unsurlarını, kendilerine ait olduğunu iddia ettikleri müziksel özelliklerle birleştirerek özgül üsluplar yaratırlar ve Indie (bağımsız) müzik adı verilen bir müzik pratiğini sürdürürler” (Çerezcioğlu, 2017: 58).

Indie (bağımsız) müzik, 1990’lı yıllarda öğrenciler ve orta sınıfı oluşturan genç kesim arasında gittikçe yaygınlaşan bir müzik türüdür. Çıkışı İngiltere merkezli olarak gelişmiş, Amerika ve diğer ülkelerde sıklıkla Alternatif Rock müziğin alt kategorilerine dâhil edilerek devam etmiştir (Hesmondhalgh, 1999: 35). Çerezcioğlu’na göre 1980’lerde bu kavram yerini “indiependent” sözcüğünün kısaltmasından alarak, daha önceden herhangi bir endüstriyel ilişkinin içinde olmayan müzik türü anlamıyla kullanılmaya başlanır. Indie’ler sadece bu müziği üreten ve tüketen gençlik için otantik ve onlarla bağlantılı olmaları özelliklerinden dolayı değil ayrıca yaratıcılık ve ticaret arasındaki yeni ilişki biçiminden dolayı da kendilerini diğer türlerden üstün ilan ederler (Çerezcioğlu, 2017: 63).

Çerezcioğlu (2017) Indie rock ve indie pop tarzlarının, bağımsız (indie) müzik kategorisi altında öne daha çok çıkan iki üslubu oluşturduğunu vurgular. Yazara göre bu iki tarz müzik de; temelde büyük şirketleri devre dışı bırakan “kendin yap” işleyişi üzerine kuruludur. Indie rock ve indie pop tarzları altında müzik yapan kişiler, müziklerinin üretim ve dağıtımlarını kendileri yaparlar. Dinleyicilerle, bağımsız olarak basılmış fanzinler, bültenler ve el ilanlar başta olmak üzere, ‘alternatif/bağımsız medya’ olarak niteleyebileceğimiz yollar aracılığıyla ilişki kurarlar. Her iki müzik tarzının çıktığı nokta İngiltere’dir (Çerezcioğlu 2017: 64). Larkin’e göre ise (1995) indie rock, post-punk’ın bir alt türünü oluşturur ve elektro gitar, davul ve bas çalan beyaz, erkek gruplarından oluşan, ağırlıklı olarak beyaz, erkek izler kitle tarafından takip edilen bir müzik biçimi olarak bağımsız şirketler tarafından kaydedilir (Akt. Çerezcioğlu, 2017: 64-65). Bannister ise, (2006) indie rock gruplarının karakteristik bir tınıya (sound) sahip olduğunu savunur. Indie rock, gürültülü ya da monoton gitarları, kayıt içine gömülü vokalleri ve özellikle de “reverb efekti” ile betimlenebilir (Akt. Çerezcioğlu, 2017: 65).

Indie (bağımsız) müzik tınısal özelliklerinden daha önce esas olarak üretim ve dağıtım ilişkileri çerçevesinde değerlendirilir. Indie (bağımsız) müzik yapan

müzişyenler/sanatçılar bu anlamda küçük bağımsız şirketlere ait olan veya kendi başlarına var olan, büyük şirketlerle anlaşma imzalamamış müzişyenlere verilen bir kategori olarak belirtilebilir. Bazı bağımsız müzik yapan gruplar/sanatçılar büyük şirketlerle anlaşma imzalamış olsalar dahi indie (bağımsız) olarak gösterilmeye devam ederler. Aslında burada sözü geçen indie kavramı, müziklerini özgür bir şekilde üreten müzişyenlerin varlığına değinmektedir. Brown (2012) bu müzişyenleri “bağımsız” yapan unsurların ne olduğu sorusunu sorar. Çünkü durum yazara göre müzik türü ya da başlangıcından beri çeşitlilik ve değişim gösteren, plak şirketleriyle olan ilişki biçimleriyle ilgili değildir. Durum muhtemelen, yine değişkenlik gösteren alışılmamış ve alternatifsiz aktiviteleri ve yenilikleri ilgilidir ancak bunlar da bağımsızların tanımlayıcı karakteristikleri olmaya yetmez (Akt. Çerezcioğlu, 2017: 68).

Bağımsız müzik yapma pratiğini belirleyen şeyler, müziğin tınısı, formu gibi özelliklerinden müziğe yüklenen anlamlardır. Bağımsız olarak müzik yapma oluşumu, tarihsel olarak Punk akımının benimsediği ideolojik söylemler etrafında şekil alan, müziksel ve müzik dışı bütün aktiviteleri kapsamaktadır. Bağımsız bir sanatçı olmak, kendini ana akımının oluşturduğu kalıpların dışında tutabilen, ortak estetik değerlere, söylemlere ve inançlara sahip bireyler tarafından oluşturulan, popüler ve moda olan ‘şey’lerden kendini yalıtılabilmeyi başarmış, kendi estetik kurallarını oluşturabilmiş belli bir grubu işaretler (Çerezcioğlu, 2017: 69).

Çerezcioğlu’na göre bağımsız müzik yapan gruplar, müzişyenler çoğunlukla kendi istedikleri müziği yapan bir profil çizer. Yazar, ana akımda yer alan müzik ürünleri göz önüne alındığında bağımsız müzik yapan bu sanatçıların özgün ve özgürce müzik eserleri yapabiliyor olmasının takdir edilen bir durum oluşturduğunu belirtir. Böylelikle Indie müzik “rock müziğin kadim otantisite işaretleyici olan müzik yapmak ve para kazanmak arasındaki romantik ayrım, uygun yere konumlanmış olur” (Çerezcioğlu, 2017: 73)

Bağımsız müzik yapanlar ana akımın tüm baskılarından ve ticari kaygılarından muaf olduğu için özgürce gelen yaratım sonrasında oluşan müzik ürününün de

‘yenilikçi’ bir değer taşıdığı görülmektedir. Bağımsızlara olan ilginin konumu gereği müzik, değerli ve yenilikçi olarak gösterilir ve bu çalışmalar bağımsızların tarihsel, sosyal ve kültürel bağlamını basitleştirme ya da görmezden gelme eğilimindedir ve bağımsızları baskın kültür bir direniş olarak özelleştirirler.

Çerezcioğlu (2017) bağımsız müzik pratiklerinin, seçkincilik ve saygınlık değeri anlamında da ayrıştığını belirtirken, müzisyenlerin ve izler kitlenin bağımsız müzik yapan kişilere duyduğu saygının, yapılan müziğe ilişkin belirleyici bir etki de yarattığını vurgular. Buradaki belirleyici durum, bağımsız müzik yapan kişilerin, yaratıcı özgürlüklerini baskı altına almadan icra ettikleri müzikler ile getirdikleri yenilikçiliklere karşı verilen takdirdir. Yapılması gereken her türlü işi kendilerinin yapıyor olması, bütün yaratma sürecinin kendi ellerinden çıkması, zorlu müzik endüstrisi şartlarında kendi başlarına ayakta kalabiliyor ve devam edebiliyor olmaları takdir görmektedir. Bu müzisyenlere verilen saygınlık, takdir gibi değerler, benzer müzik yapma pratiği içerisinde olan müzisyenlerden, gruplardan veya benzer sanat dallarında bulunan kolektif topluluklardan, müzik eleştirmenlerinden ve izler kitle gibi farklı kaynaklardan gelebilmektedir (Çerezcioğlu, 2017: 70).

Rogers (2008) Brizzie’li indie müzisyenleri üzerin yaptığı çalışmadan hareketle indie müzik yapan bireylerin üç ana motivasyonu olduğunu belirtir. Öncelikle indie müzik yapan müzisyenler, müziğin düşük gelirlerini kabul ederek hobi eğilimi gösterirler. İkinci olarak indie müzisyenlerin güçlü bir topluluk hissiyatı içinde olduklarıdır. Son olarak ise indie müzisyenler “sosyal statü inşası ve bireysel tanımlamayı pekiştirme amacıyla bu müziğe yönediklerini savunur (Akt. Çerezcioğlu, 2017: 74).

Bannister (2006) bununla ilişkili biçimde: Bağımsız müzik yapanların sadece kolektif bir şey olmadığını ayrıca katmanlı, hiyerarşik, sınırlı ve geleneksel de olduğunu söyler. Yazara göre indie kolektiviteler ya da şirketler sonuç itibarıyla, bunları kurmuş bireylerden ve bunlara eklenme çabasındaki diğer bireylerden oluşur. Kurucuların hiyerarşisinde, onların estetik ve politik söylemleriyle sınırlı biçimde gerçekleşir. (Akt.

Çerezcioğlu, 2017: 74-75) Indie rock, müziğe ilişkin üretim ve dağıtım pratiklerinin yanında ana akım rock müziğin yerleşik estetik ve sound özelliklerine alternatif soundlar yaratma derdinde olan pek çok gruba da yolu açar. Bu çerçevede indie rock ve genel olarak indie müzik yapılanması alternatif rock ve deneysel rock gibi müzikler ile ilgilenecek olan gruplara da ilham verir. Bu gruplar hem endüstrinin standartlarını revize edip yeni soluklar getirecek müziksel estetikler yaratırlar, hem de bağımsız işleyişleriyle büyük şirketlerin tek el yapılanmalarında gedikler açmaya çabalarlar (Çerezcioğlu, 2017: 75).

Bağımsız müzik yapma pratiği içinde bulunan müzisyen ve gruplar için, bağımsız plak şirketlerinin “aracılık” görevi öne çıkmaktadır. Bağımsız şirketler, büyük şirketlerin yarattığı endüstriyel yapılanmaya dâhil olmayı tercih etmeyen veya bu işleyişe dâhil olamayan grup ve müzisyenlerin ürünlerini izler kitle ile paylaşımlarında aracı rolü oynarlar. Aracı olmak ya da aracılık etmek vb. ifadelerle dile getirilmeye çalışılan düşünce ve eylemler çeşitlilik gösterse de bir terim olarak “aracılık” temelde üç ayrı anlam çerçevesine gönderme yapar (Çerezcioğlu, 2017: 61). Bunlardan ilki ve belki de en yaygın olanı sözcüğe yüklenen arabuluculuk anlamıdır. Bu boyutta taraflar arasında sorun çözme ya da sorun çıkmasını önleme gibi uzlaştırıcı pratiklerle ilişkilenen aracılık, çağdaş bir hukuk terimi kılıfına bürünür ve tarafsızlık, empati kurma, sürece dahil olan tüm tarafların eşit oranda çıkarını kollama gibi yan anlamlarla örtüşür (Çerezcioğlu, 2017: 61).

Bağımsız müzik yapan kişiler için sadece önemli olanın sanatsal ve estetik değerler çerçevesinde sanat yapmak olduğunu düşünmemek gerektiğini belirten Çerezcioğlu’na göre bağımsız müzik yapanlar, dinleyiciye ana akımdan olmayan alternatifleri sunan birer aracılar olarak popüler müzik piyasası içinde olan ‘bağımsız sanat’ alanının ekonomik ilişkilerini ellerinde tutarlar. Önce bağımsız şirketlerden piyasaya çıkan ve yakaladığı satış başarısına göre popülerlik yakalayabilmiş çoğu grup, beraberinde gelen başarı ile genellikle büyük şirketlerle anlaşmalar yaparlar. Bağımsız oluşumların sadece izler kitle ve müzisyen arasında değil, müzisyen ve büyük şirketler arasında da aracılık ilişkisi kurduğu saptanabileceğini belirten yazar, bağımsız

şirketlerden albüm çıkaran grupların ilişkiye geçmesi gereken odaklar sadece izler kitle ve büyük şirketlerle de sınırlı olmadığını vurgular. Bu gruplar aynı zamanda kitlelerinin büyümesini sağlayacak menajer, konser etkinlikleri, pr (promotion) çalışmaları ve medya kanalları gibi pek çok kitleye yayılımını sağlayabilecek bağımsız aracılık ilişkileri yoluyla da bağlantı sağlarlar. Bağımsız aracılığın bu yönleri de düşünüldüğünde, başlangıçta büyük şirketlerin endüstriyel işleyişi ve tek eline bir tepki olarak ortaya çıkan bağımsızların, aslında karşı duruş sergiledikleri işleyişle bir anlamda hizmet ettikleri de rahatlıkla söylenebilir (Çerezcioğlu, 2017: 62). Bağımsız şirketlerin, müzisyenler ile sadece şirket bazında anlaşmalar yapmadıklarını söyleyen Çerezcioğlu, aynı zamanda ülke içerisinde bulunan diğer müzisyenler ve şirketleri de birbirleriyle bağlantılı hale getirdiklerini vurgular. Bu durum bağımsız müzik yapan sanatçıları hem geniş bir seyirciye ulaşım imkanı hem de aynı çatı altında müzik yapan diğer kişiler ise ortak kimlikler inşa etmelerine vesile olur. Bu, anlamlı bir biçimde müzik endüstrisinin, yüzyılı aşkın bir süredir karakteristiği olan, odaklanma ve tekelleşme sürecini etkisizleştirir. Azalan stüdyo maliyetlerini ve ucuzlayan çalgı fiyatlarını da içeren ucuzlamanın da gelmesi bu durumu kısmen inanılır kılar. (Çerezcioğlu, 2017: 64) “Bağımsız üretime ve dağıtıma olan bağlılık, müziksel yaratıcılığın romantik nosyonuna baskın çıkar. Üretim ve dağıtımın bağımsız mülkiyeti, endüstrinin demokratikleşmesi yolunda çok daha etkili olur (Hesmondhalg, 1999: 37).

“Rock ve Soul müziğin karşıt kültür olarak ortaya çıktığı 1960’lı ve 1970’li yıllarda müzik dinleyicisi, müzisyenler ve gazeteciler bağımsız şirketleri, dikey biçimde bütünleşmiş şirketlerle bağlantısı olmayan, bürokratik ve popüler müziğin sözde hızlı iş hacmine sahip tınıları ve formları ile az ilişki içinde olan küçük kayıt şirketleri olarak görmekteydiler” (Hesmondhalg, 1999: 35).

Punk sonrası plak şirketleri sıklıkla müzisyenler ve plak dükkânı sahiplerinden başlayarak bağımsız şirketleri, popun ticari doğası ile müzisyenliğin sanatsal özerkliğinin uzlaşması olarak görmeye başladılar. Ticari kaygıların olmadan yapılan yaratıcı özgürlük, bağımsız müzik yapanlar için önemli bir noktayı temsil etti.

Çerezcioğlu'nun (2017) indie müziğin özgünlük iddiası üzerine söylediklerinden hareketle, Indie (bağımsız) müzik içerisindeki müzisyenlerin “özgün ve özgür olmaya” dertleriyle ve kendi zevklerini memnun etmek üzere yaratım ve icra yaptıklarını anlamak mümkün olur. Bu anlatımlara göre bağımsız müzisyenler için önemli olan, kendi istedikleri müzikleri icra etmek olduğudur. Müziğin iyi veya kötü gibi atıflarıyla oluşan sanatsal yaklaşımı değil, duygular üzerinden yapılanan müzik yapma pratiği ile ilişki kurarlar. Üretim ve dağıtımlarını da kendilerinin yaptığı bir müzik pratiğinin içerisinde oldukları göz önüne alındığında indie müzik, tınısal (sound) özelliklerden daha çok, kurulan endüstriyel pratiklere dayalı bir tarz olarak ortaya çıkar. Bağımsız müzisyenler, bu türde kurdukları ilişkiler ile ana akımı oluşturan endüstriyel ilişkiler odağından kendini ayırır. Bu ilişkiyel ayrışma durumu bağımsız müzik dinleyicisi için de geçerliliğini korur. Bağımsız müzik, salt ticari ilişkilerin işin içinde dâhil olmadığı, özgür yaratıcılığa dair kurulan ilişkilerin öne çıktığı bir müzik pratiği olarak görülür. Tını dışı etkilerin ön planda olduğu bir müzik tarzıdır (Çerezcioğlu, 2017: 73- 75).

3. BÖLÜM

BAĞIMSIZ MÜZİKTE KİMLİK İNŞASI: BREK ÖRNEĞİ

3.1.Brek ve Müziğinin Tınısı (Sound)

Müziksel düzeydeki kimliklenme ilk bakışta sound veya türle ilgili gibi gözükür. Müzisyenlerin kendilerinin “ne yapıyor” olduklarına ilişkin cevapları ve kimi zaman cevaplayamamaları, müzisyenlerin kendi kimliklerinin söylemsel temsiline ilişkin bilinçli beyan tercihleridir. Bir müzisyenin yaptığı türü ya da müziğini rahatlıkla anlatabilmesi gibi anlatamaması ve kimi zaman anlatmaktan imtina etmesi de aslında, kimlik inşasının en temel refleksi olan kendisi ve ötekiler arasına sınır çizmeye ilişkin bilinçli bir tercihtir. Bağımsız müzik yapan sanatçılar için ise bu durum daha farklıdır. Belirli bir tınısal tanımlama kategorisine sahip olmayan indie müzik pratiği içindeki müzisyenler, herhangi bir müzik türü (genre) ile tınısal düzeyde bir ilişki kurmayıp, bağımsız olma çerçevesinde kendilerini kimliklendirirler. Bu kimliklenme, müziksel üretim ve dağıtımına yönelik bir yol tercihinin yanında tınısal anlamda da “özgünlük” iddiası taşır. Bu çalışmanın örnek olayı olan Brek yani Berk Sivrikaya, müziksel düzeyde özgün bir kimliklenme iddiası taşıyan ve kimlik inşasını ben merkezli kimlik bağlamında oluşturan bir örneği oluşturur.

İzmirli müzisyen Berk Sivrikaya, 2018 yılından beri ‘Brek’ isimli solo projesiyle ilgilenmektedir. Bu projenin öncesinde ‘Mispis’ (Progressive Rock) ve ‘Nihil Piraye’ (Alternatif Rock) gibi gruplarla çalışan Sivrikaya, indie ve alternatif müzik sceneler içinde yer alır. Sivrikaya, az sonra daha ayrıntılı biçimde ele alınacak olan Brek projesi için ise 2018 yılında ilk olarak ‘TV Juice’ isimli İngilizce bir albüm yayımlar, ardından ‘Mikrodalga Sörfü’ isimli bir EP ve 2019 yılında ise ‘Ölüpop’ isimli diğer albüm ile çalışmalarına devam eder. müzisyen kendisini ‘müzikleri tek başına kaydeden, İstanbul ikametli bir “lo-fi”² müzisyeni olarak tanımlamaktadır. Bağımsız müzisyen ve besteci kimliğinin yanı sıra aynı zamanda İstanbul/Kadıköy semtinde ‘Kare Müzikevi’ isimli bir kayıt stüdyosu ve bağımsız dijital yayıncılık ağı da

² 1950’lerde ortaya çıkan lo-fi müzik, düşük kayıt bütçelerine sahip amatör müzisyenlerin yaptıkları kayıtlara verilen ismi kapsamaktaydı. İdealin dışında kalan kayıt mekânları, doğal olmayan bozulmaların meydana gelmesi anlamına gelmekteydi (<https://www.wannart.com/lo-fi-muzik-bir-ruh-arayisi/>). Lo-fi müzik zamanla sadece kayıt ve prodüksiyon kalitesini kapsayan bu anlamının dışına çıkarak trip-hop türünün etkisiyle ayrı bir tür kimliği de kazanır.

bulunmaktadır. Berk Sivrikaya, gerek kendi şarkılarının kayıtlarını ve gerekse ‘müziklerine destek olmaktan keyif aldığı’ insanların kayıtlarını bu stüdyoda gerçekleştirir, bu kayıtlarda prodüktör, aranjör ve ses mühendisi olarak görev alır ve yapılan kayıtların dijital yayıncılığını da (internet üzerinden dağıtım ve paylaşımını) üstlenir.

Berk Sivrikaya, Brek adlı projesinin müziksel tanımlamasına dair söylemlerinde, müziğin tınısına (sound) dair tam anlamıyla bir sınır çizmeden, yapıyor olduğu müziği daha ‘ucu açık’ söylemlerle tarif eder:

“Ben adlandırmıyorum ama Retro wave’e tekabül ediyor biraz, deneysel tarafları da var. Lo-fi, bazen synth-pop’a yakın bazen post-punk’a yakın ama sözlü müzik olduğu için bir pop tarafı var diye düşünüyorum. Yani, bir metodun içerisinde olmadığım için hani formülize bir durum yok. O yüzden her zaman aynı genre’ların içine tekabül etmiyor diye düşünüyorum. Ama bir yandan hiç şu genre’da bir şey olmasın diye yaptığım için spesifik takipçisi olduğum yapmaya çalıştığım bir genre olmadığı için her yere savruluyor yani. Beni bunları yapmaya iten daha çok Lo-fi artistler, yani lo-fi synth-pop artistleri. Ariel Pink olur, daha gitarlı müzik dersin Connan Mockasin olur en bilinen örnekleri onlar. Ama tabi onun altında bir sürü başka grup yatıyor. Sadece son dönemde beni teşvik eden, tek başıma prodüksiyon yapıp bunları yayınlamaya teşvik eden en önemlisi Ariel Pink oldu diyebilirim” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Yaptığı müzikle ilgili sınır çizmemeye çalışan Berk Sivrikaya, müziksel üretim esnasında belirli bir “metod” içerisinde olmadığını ve herhangi bir tarz (genre) içerisinde de yer almadığını ifade eder. Bu ifadesinde vurgulamaya çalıştığı noktaları, yaptığı müziğin “formüle” olmadığı yani tek bir türle ilişkili olmadığı oluşturur. Post-punk, synth-pop³, retrowave gibi türlerden etkilendiğini belirten Berk Sivrikaya, çalışmasını buradan sonrasında Brek olarak söz edilecek olan projesinin temelde ‘lo-fi’ müzikle ilişkili herhangi bir sınır içerisinde yer almayan ‘bağımsız’ bir müzik olduğunu belirtir ve Brek’in de bununla ilişkili biçimde “herhangi bir sınır içinde yer almayan sanatçı” kimliğine sahip olduğunu vurgular.

³ Synthpop, 1970’lerin sonlarında ön plana çıkan new wave müziğinin bir alt türüdür. Pop formunda bestelenmiş şarkıların, synthesizer (bir çeşit klavye) ağırlıklı bir enstrümanın tınısının, müziğin genel sound’unu belirlemesinden dolayı bu isimi almıştır. Depeche Mode, Duran Duran, Pet Shop Boys gibi gruplar bu türün en önemli temsilcilerindendir.

3.2.Brek ve Sanatçı Kimliği Oluşturmak (Müzikal Karakter)

Kimlik bir arayış, tamamlanamayan ve bitirilemeyen bir kavramdır. Sanatsal düzeydeki üretimlerde de benzer biçimde, tanımlanıp bu tanıma uygun davranışların sergilendiği sabit bir kategori olmanın ötesinde, değişim içinde sürekliliğini sürdüren bir mücadele alanını oluşturur. Maalouf (2000) sanat ile uğraşan ve uğraşmayan insan arasında ‘kimliklenme’ ile ilgili bir fark olduğunu söyler. Yazara göre sanatçı insan kimliğindeki bölünmelerin daha çok farkındadır ve kim olduğunu bilmek için ise kişiliğindeki karşıtlıklardan bir bütünlük oluşturmak ister. Sıradan bir insanın ise bu tip bölünmelerin farkında olmadığından veya daha az farkında olduğundan bahseden Maalouf, yaratarak varlığını ifade eden ve kimliğini anlamaya çalışan sanatçı için kimlik yaratma sürecinin bitmeyen bir durum olduğunu (tıp ki kimliklenme durumunda olduğu gibi) vurgular. Bu anlamda ‘sanatçı kimliğini’ tanımlarken söyleyebileceğimiz en kilit cümle ‘yaratıcılık’ olduğudur. Sanatçı, kimliğini bulma duygusuyla sürekli olarak yaratma güdüsüne başvuran bireydir (Maalouf, 2000: 16).

Storr da (1992: 269) benzer biçimde sanatçının gerçekleştirdiği yaratımların temelde kendisiyle ilgili bir arayış olduğunu ve “ben kimim?” sorusuna cevap arayışının da bir parçası olduğunu belirtir (Akt. Uysal, 2006; 118).

Brek’in kimliğini oluşturma girişimi sadece müziksel üretim ve müziksel tanılamalara sınırlı değildir. Bu kimliğin belirli görsel kodların ve dışarıdan bakıldığını ayrışmasını sağlayacak kimi gösterenleri vardır. Brek, kendisiyle yapılan görüşmede görünümünün de dahil olduğu toplam bir kimliği oluşturmaya çabaladığını belirtir. Omuz hizasında sayılabilecek kıvrırcık sarıya boyanmış saçları ile retro tarzında giydiği kıyafetleri onun sanatçı kimliğine görsel bir imaj katar. İnsanlara görünüşünü de kapsayacak şekilde bir kimlik sunmayı amaçladığını belirten Brek, kendine ilişkin anlatıya ilişkin şöyle der:

“Şöyle aslında, bunu sadece bir imaj olarak düşünmüyorum. İmaj olsun diye yaptığım bir şey yok. Aslında kendi sosyal kişiliğimden, toplumsal kişiliğimden uzaklaşmak istemiştım hem bu projeye başlarken. Totalde bir şey anlatmak gerekiyor, samimi olduğunu insanların görmesi gerekiyor, o

samimiyet çerçevesinde de bir estetik duruş var. Aslında biraz güzel olmakla ya da cool görünmekle alakalı bir şey değil yani daha çok karakter olmakla içinden geldiği gibi hiçbir kural tanımadan istediğini yapmakla alakalı, yani müzikte de o var” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Brek’in kendisini belirli bir kolektiviteye dâhil etmekten ziyade bireysel düzeyde ayarıştıran bir kimlik kurmaya çalıştığı görüşme verilerinden de anlaşılmaktadır. Ötelenmiş bir kimlik olarak anlattığı Brek karakteri ile ilgili olarak şunu belirtir:

“Tam olarak istediğim, kendi bildiğimi okuduğum bir müzik yapıyorum. Bunun içinde başkaları dinlediğinde öteleyebileceği şeyler de oluyor, kabullenmesi zor şeyler de oluyor, sevebilecekleri şeyler de oluyor ama genel olarak manyakça şeyler olduğunu düşündüklerini biliyorum. Yani aynı şekilde kendi sıfatımı, görüntümü oluştururken ya da dilimi oluştururken de aynı şeyi düşünüyorum. Tamamen bildiğini okumak manyakça ama samimi biraz içine kapanık, ötelenmeyi kabul etmiş bir kişi” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Ben odaklı kimlikler rol yapma ve imaj oluşturmak suretiyle, sahnede oyun karakterlerini oynar gibi kurulur. Görünümler, imajlar ve tüketime dayanan faaliyetler çevresinde oluşur (Güven, 2015: 278). Brek, ben odaklı kimliğini kurarken öncelikle görsel kodlardan hareketle kendisi ve “öteki”ler arasındaki sınır çizgilerini çeker. Yukarıdaki görüşme alıntısından da anlaşılabacağı gibi ‘Berk Sivrikaya’nın (Brek) kendisini toplumsal ve sosyal kişiliğinden soyutlayarak yeni bir kimlik arayışına girmekte ve müziksel düzeyde de ayarıştıracı bir kimlik inşası yaratmaktadır. Bu çerçevede Brek’in kimlik inşasında kullandığı indie müzik, düşünömsellik gibi kavramlar aşağıda ele alınarak müzisyen kimliğiyle bağlantıları anlaşılmaya çalışılacaktır.

3.3.Brek ve Bağımsız Müzik, Postmodern (Ben Odaklı) Kimlik İlişkisi

Brek örnek olayını anlamada postmodern yaklaşımlarda yer alan ben odaklı kimlik gibi bir kavramın tercih edilme sebebi, müzisyenin kendisini tanımlamada başvurduğu söylemlerde görünürlük kazanır. Müzisyenin yaptığı müziğin türünü net olarak ifade edememesi ve ortaya çıkan sonuçtan ‘canının istediği ve onu iyi hissettiren’

seslerin üzerine giderek müziğini ürettiği söylemi, müziksel kimliğinin aslında bir ‘postmodern kimliklenme’ üzerine inşa edildiği durumunu ortaya çıkarmaktadır. Postmodern kimliğin “keyfi” ve “tutarsız” doğası, bu minvaldeki tanımlamalarda kendisini gösterir. Modernist yaklaşımın sebep-sonuç ilişkisi içerisinde inşa ettiği tutarlı ve her zaman bir büyük anlatı içerisine konumlandırılan kimlik biçimleri, postmodernitenin karşı çıktığı yapıların içeriğini de oluşturur. Bu alanda “canının istediği” gibi olma “iyi hissettiren” gibi söylemler de bu durumu oluşturan etmenlerdir. Buradan çıkabilecek anlam ile Brek’in müziğinde de ‘tınısal-postmodern kimlik’ ilişkisi oluştuğudur. Postmodern kimliklerin inşasının; herhangi bir yerle tam olarak aitlik kurulmayan, sürekli devinim halinde olan, aslında bir bakıma da kişinin o an içerisinde bulunmak istediği kişi veya sevdiği bir şey üzerine kimliğini anlık, hızlı bir şekilde inşa etmesiyle oluşan bir durum olduğu bir önceki kısımda daha detaylı belirtilmişti.

Bağımsız müzik yapan gruplar, müzisyenler çoğunlukla kendi istedikleri müziği yapan bir profil çizerler. Bu bağlamda, bağımsız müzik yapma pratiği içerisinde bulunan sanatçılar, kendilerini herhangi bir tarzın (genre) altında ifade etmeyerek, müziklerinde ‘postmodern kimliklenme’ durumu inşa ederler. Bağımsız müzik yapan sanatçıların da aslında ‘ben’ odaklı kimliklenme içerisinde olduklarını yine bu düşünsel bağlam üzerinden söyleyebiliriz. ‘Ben’ odaklı kimlikler; spontan, özgür bir ‘ben’ vurgusu üzerinden hareket alır; “Kim olduğunu sana başkalarının söylemesine izin verme. “Seni sen yapan, sen olacaksın” söylemi üzerinden şekillenen bu kimliklenme durumunda olduğu gibi, bağımsız müzik yapan bir sanatçı da herhangi bir sınırlama ve kalıp içerisinde yer almak istemez ve bu doğrultuda köken olarak müziğin endüstriyel, kapitalist yapılanmasına karşı duran punk akımının ‘kendin yap’ felsefesini benimser. Bağımsız müzik yapan sanatçılar, ana akımın ticari ilişkilerinden kendilerini ayırarak kendi ihtiyaçlarını memnun etmek için yaratım ve icra yaparlar.

Bu doğrultuda Brek de, yaptığı müziğin tamamen ben odaklı kimlik üstüne kurulu oluştuğunu ifade etmektedir;

“Bir kural durumu bulunmamakta, tamamen bir hisse göre şekil alıyorum. Sahne görüntüsünden, çalım tavrına ya da sahne aranjese, hiçbirinin bir

kuralı yok, hepsinin kuralı aslında benim sadece. Ben iyi hissediyorsam o ses hakkında, o görüntü hakkında, o ışık hakkında ya da o sahnede duruş hakkında onu öyle yapmaya devam ediyoruz. Eğer iyi hissetmiyorsam da bunu anlatıyorum neden iyi hissetmediğimi ve grup arkadaşlarım da bence beni anlıyorlar ya da anlamaya çalışıp bana yaklaştırmaya çalışıyorlar o konuda. Bu şekilde kazanıldığını düşünüyorum. His yani bir raconu yok. Tam olarak istediğim, kendi bildiğimi okuduğum bir müzik yapıyorum” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Brek’in burada açıkça ifade ettiği gibi bütün müzik oyunun kurallarının tamamen kendi hislerine göre şekillendiğidir. Müzisyen ne seviyorsa, -hem spontane hem planlı- o uygulanmaktadır.

3.4.Brek ve Bağımsız Müzik Yapılanması

Berk Sivrikaya, hem kendi solo projesinde (Brek) hem de sahibi olduğu ‘Kare Müzik Evi’nde kendisini indie müzik içerisinde konumlandırır. Gerek müzik üretimi yaparken izlediği yol ile gerek de ürettiği müzikleri dinleyiciye sunarken izlediği yol ile müzik üzerinden tipik bir bağımsızlık mücadelesi göstermektedir. Şarkıların kayıt, icra, üretim ve dağıtım süreçlerinin tamamını kendisi gerçekleştirir. Çerezcioğlu’nun (2017: 58) bağımsız müzik girişimlerinin mücadelesinde anlattığı gibi bağımsız müzik yapan gruplar ve müzisyenler;

“Sadece endüstriyel üretim ve dağıtım ilişkilerine karşı çıkmakla kalmazlar. Kimi zaman endüstrinin yarattığı ana akım türlerinin uzlaşım sal tınlarını reddedip bunlara tepki gösterirken kimi zaman da bu ana akımların müziksel unsurlarını, kendilerine ait olduğunu iddia ettikleri müziksel özelliklerle birleştirerek özgöl üsluplar yaratırlar ve Indie (bağımsız) müzik adı verilen bir müzik pratiğini sürdürürler”.

Bununla ilişkili biçimde Brek, kendi bağımsız müzik pratiğini, kendi imkanları çerçevesinde gerçekleştirir. Sadece müzik üretimi ve dağıtımından ziyade, bu müziklerin nasıl çalınacağına dair de endüstrinin dayattığı kurallara karşı bir duruş sergiler ve kendi çalım stilini de oturtmaya çalışmaktadır;

“Bir orkestradan çok ben sevdiğim arkadaşlarımı yanıma aldım beraber çalmak için. Şey gibi değil yüksek enstrüman kabiliyet gerektiren, zanaatın ezbere olan kısmı,

ben bunu ezbere olarak görüyorum, metodlaşmış ve enstrüman hakimiyeti gibi şeyleri tamamen reddetmeye çalışıyorum kendi müziğimde. Belki tamamen reddedemiyordum ama çalışıyorum. Sıfırdan yani her defasında sanki bir enstrümanı ilk defa eline alıyormuş gibi produce etmeye çalışıyorum ve sahnede o tavırla olmaya çalışıyorum genelde” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Brek’in çalgı icrası ve müziksel performansla ilgili bu görüşme verisi aynı zamanda müzisyenin indie müziğin punk kökeniyle olan ilişkiselliğini de vurgular. Punk’lar kendi dönemlerindeki rock müzik türleri içerisinde oldukça önemli bir şekilde değer verilmiş olan ‘çalgı hakimiyeti’ne, aynı dönemin punkları gibi karşı bir duruş sergilerler. Brek, müziksel üretimde önemli olanın “kendine ait şarkılara sahip olma” olduğu üzerinde durur.

Brek, son olarak mayıs ayının 2019 yılında çıkardığı ‘Ölüpop’ isimli albümüyle aslında bu kavramları da kendince bir bakıma tanımlamaya çalıştığını görüyoruz. Seçilen bu albüm ismi ile hem hayata karşı bakış açısını dinleyiciye daha net geçirmek istediği hem de ‘sistem dayatması şeyleri’ reddettiğini açıklamaya çalışır;

“Ölü olmaktan kastım yine ezbere, eski gotik tavır olmak durumunda değil. Genel bi donukluk, hayatta çalışıyormuş gibi değil de, ölü gibi çalışıyormuş, ölü gibi düşünüyormuş gibi. Çünkü biraz şeyi de reddediyorum, biraz nihilist bir taraftayım hayata karşı, hiçbir şeyin başkalarının düşündüğü kadar önemli olduğunu düşünmüyorum, değer yargılarına çok inanmıyorum, toplumsal hayattaki ezbere oluşturulmuş tabuların hiçbirine güvenmiyorum ve öyle olunca da başkalarının yaşayacağı bir coşkuyu oluşturmak için bir harekette bulunmuyorum. Yani gerek aranje yaparken gerek sahnede. O da işte ölüye tekabül ediyor. Çünkü yaşam buysa, bunu reddeden bir yerde oluyor. Yani aslında her ne kadar protest olarak nitelendirmek istemesem de durumu reddeden bir tavır var. Yaşamın karşısında değil de yaşamı reddeden gibi düşünelim bunu. Bi zıttını değil, bir şeyi savunmuyorum sadece reddediyorum” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Burada toplumun beklentilerine cevap vermeyi reddeden, yabancılaşan bir birey olduğundan bahsedilmektedir. “Başkalarının yaşayacağı bir coşkuyu oluşturmak için bir harekette bulunmuyorum” sözü ile var olduğu her alanda aslında, kimsenin beklentilerini karşılamak için bir şey yapmadığını ve bunu gerek sosyal, gerek toplumsal, gerek müzik yaratımı esnasında ve icrasında, gerek de diğer var olduğu alanların bütününde bir karşı duruş olarak anlamlandırdığını belirtir. Brek, bu içinde

bulunduğu durumu tanımlarken, ‘Ölü’ kavramı ile “yaşam buysa, ben ölüyüm” tanımını benimsediğini ifade eder. Bu bağlamda, punk akımının içinde bulunduğu dönemdeki (1970’ler) gerek sözleri, gerek tavrı, gerek giyim tarzı ve gerek müzik yapısıyla dönemin rock müzik endüstrisine karşı sergilediği tavrını, Brek ‘ölüpop’ isimli albümü ile bugünün pop müzik endüstrisine karşı bir tavır sergilediğini vurgular.

Her ne kadar ben odaklı bir kimlik inşası söz konusu olsa da Brek, kendi kimliğini kurarken, daha geniş bir aidiyetin de içinde yer alarak kendi varlığını meşrulaştırır. Bu noktada indie müzik pratikleri çevresinde bir araya gelen indie müzik scene’in yarattığı müzisyen kimliği de devreye girer. Kare Müzik Evi çerçevesinde gerçekleştirdiği kayıtlar ve indie müzisyenlere sunduğu aracılık işlevi bu bağlamda görünürlük kazanır. Aslında Brek’in kimlik inşası, kendisinin dışındaki bir kolektiviteleri içerecek (indie kolektiviteleri) bir planla işleyen, düşünümsel bir inşa süreciyle oluşur.

3.5.Berk Sivrikaya’nın Brek Kimliği Hakkındaki Düşünümselliği

Düşünümsellik; hem kendinin bilincinde bir şekilde eylemde olan rasyonel bir birey fikrinin kavramı, hem de toplumsal yaşamın olağan akışının farkında olan, onunla etkileşim içerisinde bulunan bir birey kavramını kapsamaktadır. Toplumsal pratiklerin onu eyleyenler nezdinde akıl yürütme ve amaçlılık içerisinde açıklanabilirliğini ifade eder.

Berk Sivrikaya ile yapılan görüşmelerde ‘Brek’ karakterini anlatırken sıkça bu karakterin ‘ne’ olduğu üzerine düşündüğü ve bu karaktere ilişkin sınır çizgilerini çekmeye çalıştığı fark edilmektedir. Brek, sadece içinde yer aldığı müzik piyasası ve müziksel üretim alanından değil Berk Sivrikaya’dan da ayrı bir kimlik olarak inşa edilmiştir. Bu inşa süreci, birkaç aylık bir çalışma planı olarak değil, müzik hayatının başladığı andan itibaren gelişen, önceki müziksel yolculuklarını da hesaba katarak yapılan bir düşünümsellik boyutuna tekabül eder. Burada Berk Sivrikaya’nın, insanlara sanatçı kişiliğini sunarken bunları nasıl bir süreçten geçirdiğini, neleri düşünerek

topluma kendini en iyi ve en kendi içine sinecek şekilde anlatabilme yöntemini görülmektedir.

Hatırlanacağı gibi düşünümsellik temelde modern toplumdaki bireyin, geleneksel olandan koparak kendisine yeni aidiyet ve kimlik biçimleri üretmesi, gündelik hayatı da dâhil olmak üzere kendi kimliğini ya da kendini ifade ediş biçimine uygun pratiklerde bulunarak her yaptığı eylemi belli bir düşünümsellikle gerçekleştirmesini ifade eder. Bireyler böylelikle kendilerini toplum içinde ve kimi zaman da içinde yer aldıkları kolektivite içerisinde farklı bir yere konumlandırmaya çabalarlarken, bu farklılığın gösterenlerini vurgulayacak biçimde hareket ederler. Aidiyeti bir çeşit, kimliği garantiye alma süreci olarak düşünürsek, bireylerin kendi özgün kimliklerini kurarken diğer yandan da kendilerinden daha geniş kapsamlı kolektiviteler içerisinde konumlanıp, varlıklarını garantiledikleri de söylenebilir.

Yeni aidiyetlenme ilişkisi kurduğu alan ile ortaya çıkan ‘Brek’ ismini verdiği karakterin, nasıl bir karakter olduğundan ise bahsederek devam ediyor;

“Çok daha basit, basitliğin getirdiği komiklik ve absürtlük bence benim müziğimin içinde olmazsa olmaz bir gerçek. Çünkü mizah olmalı her zaman. Ben içinde azıcık da olsa mizah bulundurmayan kendini çok fazla ciddiye alan şeylere bakarken bir adım geri gidiyorum” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Brek, yaptığı müziği ve anlatmak istediği şeyleri ‘basit, komik ve absürt’ olarak nitelendirmektedir. Aslında uzun süredir içinde bulunduğu karmaşık durumdan, basit bir yapılanma ile çıkmış olduğundan bahsetmektedir. Önceki müzikal deneyimlerinde olan edebiyat yaklaşımının yerini mizahın ve absürtlüğün yer aldığından bahsediyor:

“Kendini daha az ciddiye alıp kendini komik duruma düşürebilmek de bazen gerekli olabiliyor. Risk almak çünkü bu ve sen risk aldığın zaman, kendinle dalga geçebildiğin zaman, o zaman birileri senin kaybedeceğin bir şey olmadığını ve buna bu kadar sıkı sıkıya tutunduğunu görebiliyorlar. Yaptığı şey de kaygısı pek olmadığını görebiliyorlar. Ne kadar basitse o kadar kolay iletişim kuruyorsun insanlarla. Asıl soru şu ne kadar basit olabilirim daha fazla sürekli bunun peşindeyim aslında artık. Basit, ne kadar küçükse delikten o

kadar kolay geçer. O basitliğin peşindeyim bir fikir var ve onun öldüresiye basit halini bulmaya çalışıyorum” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Berk Sivrikaya, ‘Brek’ karakterinde belirli temsiller bütünü oluşturarak, insanlar ile hem iletişime geçmeyi hem de toplum algısı üzerinde nesnelleşmeyi oluşturabilmiştir. Temsil, gerçeklik ile anlatım arasında kurulan bağ ve bunun karşı tarafa anlatılma şeklidir. Bu bağlamda Berk Sivrikaya sanatçı kimliğinin temsili olarak ‘Brek’ karakterini oluşturmuştur.

3.6.Brek ve Müzik Endüstrisi

Müzik kitlesel üretim ve tüketim olanaklarına sahip olmaya başladığı 19.yüzyıldan itibaren ekonomik bir değer kazanmaya başlar. Sanayi devrimi ile birlikte üretim ve tüketim alanındaki bu tip değişimler müziği de endüstrileşme süreci içerisine dâhil eder.

“Kapitalist üretim ilişkileri üzerine kurumlaşmış endüstriyel üretimin müziğine, kendine ait kimi özelliklerini yok ettiği, müziği metalaştırmanın üretimde bir standartlaşmaya yol açtığı yolundaki savlar da Adorno kanalıyla popüler müzik tartışmaları içerisinde yerini alır. Kültür endüstrisinin kitleleri manipüle eden, uyutan ve aslında kitleler için önceden estetik kararları da alan bir yapısı olduğu, saldırının ana noktalarını oluşturur. Bu üretim biçiminde ana rolü oynayanlar da bütünleşmiş, çok uluslu, pazara hâkim, karmaşık ve kâra dayalı iş pratikleriyle çalışan büyük şirketlerdir. Bu yaklaşıma göre büyükler, tüm bir popüler müzik pazarına standartlaşmış ürünleri sunarak, ana akım estetiği içinde müziği ticari bir mal olarak sunar” (Çerezcioğlu, 2017: 59).

Müzik endüstrisinin işleyişine ilk kısımda daha detaylı yer verilmişti. Burada Brek ile özellikle Türkiye üzerinden ve sonra dünya üzerinden endüstrinin işleyişi ve neleri ön plana çıkardığı, nelere öncelik verdiği ve bu bağlamda bağımsız müzik oluşumlarının anaakım medya tarafından nasıl değerlendirildiğine ve dinleyici kitlesinin beğeni kriterlerini neler oluşturduğuna dair kimi beyanlarda bulunur. Örneğin Sivrikaya, Türkiye’de müzik endüstrisinin işleyişinin, izler kitlenin “spesifik” zevklerine göre hareket etmediğinden söz eder:

“Türkiye’de işler o kadar metodize değil. Türkiye’de herkes herşeyi dinleyebiliyor garip bir şekilde. Tabi ki basit pop tüketicisi bir kitle var ve onlar ne zaman neyi yakalar belli olmuyor ama gerçekten bir kuralı yok. Türkiye biraz daha kaotik bence yurtdışına göre çünkü medyanın kafası çok karışık, hem sosyal medya bağlamında hem de gazeteler, bloglar vs. Zaten buralarda çok kolay var olamıyorsun yani inanılmaz mainstream’ın top’ında olursan o zaman ancak düzenli olarak yer bulabiliyorsun. Senin şu an spotify Türkiye’den en çok dinlen artistler ilk beşinden bile gazetelerde en fazla yılda bir kez bahsedildiğini görebilirsin. Mesela Yüzyüzeyken Konuşuruz şuan Spotify’da telif gelirleri bağlamında Türkiye’de en fazla gelir kazanan ikinci grup, ikinci grup derken ikinci sanatçı, üçüncü Sezen Aksu. Ama sen medyada bunları göremiyorsun, televizyonda bunları göremiyorsun” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Sivrikaya’ya göre Türkiye’de müzik endüstrisi belirli bir kategorizasyona dâhil değildir. Müzisyenin söz ettiği “Yüzyüzeyken Konuşuruz” grubu, bağımsız müzik yapan bir grup olarak başladığı müzik hayatına, daha sonra “Sony Music” ile anlaşma imzalayarak devam eder. Bağımsız müzik yapan Amerika ya da İngiltere merkezli çoğu grupta da görülen bu durum, büyük şirketlerin bağımsızların çıkardıkları işleri takip eden ve “potansiyel” sahibi olduğunu düşündükleri işler üzerinden kendi satış stratejilerini geliştiren şirket politikalarının gözle görülür halidir. Bu durum aynı şekilde grupların da kendi dağıtım ölçeklerini geliştirmelerinde iş görürken, bazı gruplar müziksel üretimlerini (sound ve müziksel içerik) “indie” olarak kabul ettikleri biçim içerisinde sürdürürler. Fakat Berk Sivrikaya’ya göre bu yolu seçen gruplar anaakım medya tarafından bağımsız olarak algılanmaya devam ederken ve diğer yandan da medya içerisinde yer bulamazlar.

Bağımsız (indie) müzik tınsal özelliklerinden daha çok üretim ve dağıtım ilişkileri çerçevesinde değerlendirilir. Kelimenin kökeni olan Independent (bağımsız) sözcüğünün kısaltmasından oluştuğu bilinir. Indie müzik yapan müzisyen/sanatçılar bu anlamda küçük bağımsız şirketlere ait olan veya kendi başlarına var olan, büyük şirketlerle anlaşma imzalamamış müzisyenlere verilen bir kategori olarak belirtilebilir. Kimi indie grupları büyük şirketlerle anlaşma imzalamış olsalar dahi indie olarak

gösterilmeye devam edilebilir. Aslında buradaki indie kavramı, müziklerini özgür bir şekilde üreten müzisyenlerin varlıklarına değinmektedir.

Brek'e göre Türkiye'deki müzik dinleyicisi müzik anlamında herhangi net bir duruş sergilememektedir. Brek trap, rock, arabesk veya pop gibi türleri aynı kişinin dinleyebiliyor olması, türler özelinden alternatif medyaların oluşamamış olması bu durumu yaratan en büyük sebeplerdendir. Bu kapsamda Türkiye'deki müzik dinleyicisinin beğeni algısını belirleyen şeyin popülerlik yakalamış isimler özelinden şekillendiği sonucuna varabiliriz. Dinleyici bir tarza karşı beslediği beğeniden çok, o tarz içinde müzik yapan fakat kitlesel hale gelmiş sanatçıları dinlemeyi daha çok tercih ediyor. Bu bağlamda ise Türkiye'de tarz takibi yapan müzik dinleyicisi oluşamamaktadır.

“Oluşamamasının sebebi şu; Genre özelinde radyolar, bloglar vs yok Türkiye'de çünkü hayatta kalamıyorlar. Yurtdışında baktığımda synth-pop çalan radyo var, retro-wave çalan radyo var, metal çalan, rap çalan radyo var, bunların hepsinin blogları var ve hepsi ayakta kalabiliyorlar. Türkiye'de bunu yapan hiçbir şey yok. Tür özelinde müzik çalan az sayıda Dj var. Onlar da çok arada derede kalıyorlar. O yüzden sürekli bir kategorizasyon olmadığı için insanlar da kategorize olamıyor” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Brek aktardığı bu düşünceleriyle temelde, Türkiye'deki ana akı medyanın bireylerin spesifik müziklere yönelmelerine imkan sağlamadığını ve belirli türler çevresinde gerçekleşen bir akış sağladığını vurgular. Bu anlamda Brek, indie müziğin de doğasında yer alan ana akım dayatmalarına karşı duruş tavrını sergilemiş olur. Brek, gerek kendi yaptığı müzikle ve oluşturduğu kimliğiyle, gerek Kare Müzik Evi çevresindeki pratikleriyle gerekse az önce aktarılan söylemleriyle ana akıma karşı bir tavır sergiler. Türkiye'deki izler kitlenin kendine ait bir dinleme biçimi oluşturabilmesini ister ve indie müziğin gereği olarak kabul edilen “özgün”, “farklı” yaratımların oluşması için çabalar. Bu yaratımların varlığı aynı zamanda Brek'in kendi ‘sanatçı kimliğinin’ yaratımını da etkileyecektir. Storr'un (1992: 269) aktardığı gibi sanatçının genel üretiminin kendi kimlik üretimiyle ilişkili olması ve sanatsal üretimlerinin belirli bir bağlam içinde “ben kimim” sorusuna cevap oluşturacak bir çerçevede gelişmesi durumu Brek örneğinde de netlik kazanır. Brek'e göre aynı

zamanda, Türkiye’de müzik dinleyicisinin kategorize olabilmesi için yani kendine ait zevklere sahip bir hal alabilmesi için öncelikle medyada alternatif türlerin daha fazla yer alması gerekmektedir.

Brek bu söylemlerinde aynı zamanda, ana akım medya ve ana akım medyanın içinde bulunduğu müzik endüstrisini, kendi kimliğine karlı bir “öteki” olarak da konumlandırır. Kimlik teorilerinden hatırlanacağı gibi belirli bir ‘biz’ ya da ‘ben’ kategorisini oluşturabilmek için bir ‘öteki’ gereklidir. İkili karşıtlık üzerine kurulu olan kimlik inşasında birey ya da grup kendisini ne olduğunu söylerken aslında ‘ne olmadığını’ söyler ve bir öteki karşısına konumlanır. Bu durum sadece Brek için geçerli değildir. Brek’in kendisini içerisine yerleştirdiği indie kolektivitesi de müzik endüstrisi ve ana akım türlerle şekillenen endüstriyel müzik üretimini bir öteki kategorisi olarak alarak, indie olanı indie olmayana göre inşa eder.

3.7. Aracılık Örneği Olarak Kare Müzik Evi

Hatırlanacağı gibi Çerezcioğlu (2017) bağımsız müzik yapma pratiği içerisinde olan müzisyen ve gruplar için, bağımsız plak şirketlerinin “aracılık” rolünün önemine değinmişti. Sıfırdan gelen, kendi imkânlarıyla bir şeyler yapmak isteyen bağımsız sanatçılar için bu tipi ‘aracılar’ fayda oluşturur. Bu türden aracılar, bağımsız sanatçılara; stüdyoda kayıt imkânı, kendi imkanlarıyla en başta ulaşamayacakları belirli bir dinleyici kitlesine ulaşma imkanı, menajerlik, tanıtım gibi imkanlar ve belirli bir zümrenin içine ait hissetme gibi durumları sağlarlar. Bağımsız müzik yapan müzisyenler;

“Aynı zamanda kendi iş sahalarının genişlemesini sağlayacak menejer, konser organizasyonları, tanıtım ekipleri ve medya kanalları gibi pek çok unsurla da bağımsızların aracılık ilişkileri yoluyla bağlantı sağlar. Aracılığın bu yönleri de düşünüldüğünde, başlangıçta büyük şirketlerin endüstriyel işleyişi ve tek eline bir tepki olarak ortaya çıkan bağımsızların, aslında karşı duruş sergiledikleri işleyişle bir anlamda hizmet ettikleri de rahatlıkla söylenebilir” (Çerezcioğlu, 2017: 62).

Bu bağlamda ‘Kare Müzik Evi’ bağımsız müzik yapan sanatçılara belirli imkânlar sağlayan bağımsız bir plak şirketi, bağımsız bir ‘aracı’ olarak karşımıza çıkar.

“Sıfırdan gelen no name artistler için faydası olduğunu düşünüyorum daha doğrusu ben faydalarına gidicek şeyler yapıyorum. Ben her release’de en az 100-150 tane mail atıyorum bazıları yurt içi bazıları yurtdışı. Ama mail’lere geri dönüş zamanla olan bir şey. Sen tekrar tekrar her release’de yazacaksın ki onlar senin label’ınla kontakt halinde bulunsunlar. O yüzden nispeten yeni bir label için sabit, stabil bir medya dili kurmak kolay değil. Tabi ki yerli blogların vs. Hepsi el altında, hepsiyle tanışıklığım olduğu için, tanıdıkları için, bildikleri için haber yapıyorlar hoşlarına giderse, paylaşıyorlar. Ama Kare müzikeyi genel olarak kendi çevresinde kendi kendini promote eder bir halde hani Kare müzikeyi’nin kendi network içindeki insanlar, gruplar, sanatçılar, enstrümanistler ya da görselciler, vidyocular. İçindeki network zaten kendi kendini promote edebilecek bir durumu oluşturuyor ve burdaki tayfacılık yapısı, herkesin birbirinin işini nispeten sevmesini ya da onlarla familiar haşır neşir olmasına sebep oluyor ve herkes, herkesin işine kısmen de olsa benimsediği için herkes birbirine destek oluyor. Kimse kimseye destek olsun diye bir derdim yok hayatta ama oluyorlar. Ve bu da klan’ın içindeki insanların birbirini promote etmelerine sebep oluyor. Yani normalde hiçbir yerdeyken çıkmazken 100 dinleyicin olacaksa bu tayfa sayesinde bir anda on bin dinleyicin olabiliyor” (Berk Sivrikaya ile Görüşme: 05. 01. 2019).

Kare müzik evi; sadece stüdyoda kayıt almak, şarkıyı mikslemek ve onun release’ini (yayına sokmak) yapmaktan daha çok, yaratılan müzik eserinin belirli bir dinleyiciye ulaştırabilme imkânını sağlamaktadır. Bu bağlamda sunulan bu imkânlar hiçbir tanınırlığı olmayan bağımsız sanatçılar için belirli faydalar oluşturmaktadır.

SONUÇ

Bu araştırmada bağımsız bir sanatçının kimliğini nasıl inşa ettiği, bağımsız müzik yapma pratiğinin ne olduğunu anlamaya çalışmak hedeflenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle müzik endüstrisindeki bağımsız oluşumun süreci anlaşılmaya çalışılarak, endüstriyel olarak müziğin üretimini ve dağıtımını nelerin bağımsızlaştırdığı, bağımsız müziğin ortaya çıkmasında nelerin rol model olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır.

20.yy.'da müziğin endüstrileşmesinin müziksel ürünü meta haline getirerek, kitleselleştirilmesini sağladığı eleştirisi, kimi zaman görünürlük kazanır. Endüstrileşme daha çok müziğin “yapım” süreçlerini, teknik ve sermayeye dayalı işlemleri kapsar. Müzik eserlerini meta haline getiren kayıt teknolojilerinin gelişmesi ile oluşan kayıt endüstrisi, müziği kitlesel bir pazar ürünü haline getirecek olan plak şirketlerini de doğurmuştur. Plak şirketleri, hem pratik işleyişte hem de literatürde, üretim ve dağıtım biçimleri açısından ikiye ayrılarak tanımlanır. Bunlardan birincisi müzik pazarının büyük bir bölümünü elinde tutan ‘büyük’ (major) olarak bilinen plak şirketleridir. Bu şirketler zaman içerisinde müziğe yön vererek, dinleyicilerin nasıl müzik eserlerinden keyif aldığına dair yaptıkları çalışmaları sonucunda, müzik eserlerini arz-talep ilişkisi içerisinde ele almıştır. Müziğe olan bu tip meta yaklaşımları sonucunda müzik eserlerin oluşan ‘tek tipleşme’, ‘standarlaşma’ ve ‘müzik yapmak için gerekli kriterler’ gibi etkileri doğurmuştur. Büyük (major) şirketler kendi stüdyoları, basım ve yayım imkânları, gelişmiş reklam, pazarlama ve dağıtım ağları ile ulusal ve uluslararası müzik pazarını ellerinde tutarak sanatçılara kitlelere ulaşabilirlik, tanınabilirlik imkânını doğurmaktadır. Fakat bu şirketlerle iş birliği yapabilmesi için sanatçıların, endüstrinin belirlediği dinleyicilerin talep gösterdiği standartlara uygunluğu da önemli bir ölçütü oluşturur. Müzisyen, yapımcı, ses mühendisi, reklamcı, düzenlemeci gibi figürlerin oluşturduğu üretim kolu, sadece müziksel bir üretim gerçekleştirmekle kalmaz aynı zamanda endüstriyel düzeyde uygun ve ilgi çekecek bir ürünün üretimini gerçekleştirir. “Popüler müzik, pazar koşulları altında üretilen, dağıtılan ve tüketilen bir emtia şeklinde gelişmiş olan ve ne tür fonogramların üretileceği, onları kimin yapacağı ve bunların

topluma nasıl sunulacağı konularında da bu pazar koşullarından kaçınılmaz bir şekilde etkilenmekte olan bir endüstridir” (Burnett, 1996: 3-4).

İkinci tür şirketler ise ‘indiependent’ (bağımsız) olarak anılan şirketlerdir. Bu şirketler ucuz üretim mantığına sahiptirler ve yerel üretim/dağıtım ağları tarafından desteklenir. Ana akım içerisinde yer alamayacağı düşünülen türde müzikleri yayınlamaya açık olan bu şirketlerin çoğu kendi etiketlerine (label) sahip olmak isteyen kayıt stüdyoları içinden çıkar. Bağımsız müzik endüstrisi belirli müzikal kalıpların içerisinde yer almak istemeyen, özgürce kendi müziğini yapmak isteyen sanatçılar için önemli bir konu olarak ortaya çıkar. Bağımsızlar ve büyükleri karşılaştırırken ‘indie’ kavramının, kapitalist pratikten tamamen yalıtılmış olduğu düşünülmemelidir. Bağımsızlar, ‘büyük’lere göre daha farklı yollar izleyerek, farklı üretim ve tüketim ilişki yolları kurar. Bu ikili arasındaki ayrım aslında savaş sonrasında şekillenen gençlik müziği ve gençlik endüstrisinin oluşumu ile biçimlenir. Büyük plak şirketleri temelde bağımsız şirketleri müzik piyasasının ‘yetenek avcıları’ olarak görürler.

1970’lerde İngiltere ve Amerika’daki genç nüfusun içinde bulunduğu işsizlik ve yabancılaşma, rock müzik endüstrisinin ve plak şirketlerinin ‘alternatif’ gruplara mesafeli duruşları, işçi sınıfı gençliğini farklı bir harekete iterek nihilist, minimalist, bağımsız ve “kendin yap” fikrine dayalı bir üretim mantığı olan Punk akımını doğurmuştur. Punk; rock müziğin, müzik endüstrisinin tekelden sıyrılmayı başaran 1970’li yılların ikinci yarısında New York’da başlayan İngiltere’de şekillenen Punk akımı otoriterizm, faşizm, kapitalizm, militarizm, homofobi ve cinsiyet ayrımcılığı karşıtı, kısaca ‘egemen olanın karşısında duran’, ideolojik bir müzik akımıdır. Bu müzik akımı, söylemleri ve yıkılamayacağı düşünülen müzik endüstrisi karşısındaki duruşu ile açtığı kapıda, birçok sanatçıya kendi başlarına güçlü olduklarını ve müziğin bu türden kalıplaşmalarına ayak uydurmak zorunda olmadıkları güvenliğini sağlamıştır.

Bu oluşan müzikteki tekelciliğe karşı olan güçlü bir muhtaç hissetmeme ortamı sonucunda bağımsız olarak müzik yapmayı doğurmuştur. Bağımsız müzik pratiği, grupların, müzisyenlerin kendi kayıtlarını kendilerinin yaptığı, müzik üretimi ve

dağıtımlarını kendi başlarına hallettikleri, aynı müzik pratiğindeki kişilerle yardımlaşa ortak çalışmalar yaptıkları ve hazırladıkları, görsel tasarımlarını da kendi imkânlarıyla kotardıkları müziksel pratikler olarak tanımlanır. Indie (bağımsız) müzik tınsal özelliklerinden daha önce esas olarak üretim ve dağıtım ilişkileri çerçevesinde değerlendirilir. Indie (bağımsız) müzik yapan müzisyenler/sanatçılar bu anlamda küçük bağımsız şirketlere ait olan veya kendi başlarına var olan, büyük şirketlerle anlaşma imzalamamış müzisyenlere verilen bir kategori olarak belirtilebilir.

Punk müzik akımı ile başlayan rock müzik endüstrisine karşı duruş, süreç içerisinde indie müzik pratiğinin öncüsü olarak, bağımsız müzik yapma fikri, punk müziğin endüstriye karşı oluşturduğu söylemi ‘kendin yap’ etiği üzerinden şekillenmiştir. Bu pratikte müzik yapan kişiler kayıtlarını, üretimlerini, dağıtımlarını, konserlerini kendilerinin ayarladığı tamamen bağımsız ve canları ne isterse onu yapan bir sanatçı profili çizmektedir. Indie müzik içerisinde icra yapan sanatçılar zaman içerisinde büyük şirketlerle anlaşmalar yapsalar ve yapmaya devam etseler de indie müzik pratiği hem tarihsel hem bir duruş olarak her zaman ‘bağımsız müzik yapmak’ fikrini benimsemektedir.

Bağımsız müzik yapma pratiği, herhangi bir çatı altında tek tipleşme durumunu da yaratmamaktadır. Örneğin; rock, metal, hiphop gibi müzik endüstrisi içerisinde yer alan bu müzik tarzları sadece müzik olarak değil kendi özgün kimliğini, dilini, modasını da yaratmıştır. Bu anlamda rock müzik yapma pratiğinde bulunan sanatçılar rock müzik çatısı altında bir araya gelen ‘rocker’lar olarak ifade edilebilir. Rock müzik belirli simgesel ve müziksel kodları içinde barındırır. Bu doğrultuda indie müzik pratiği içinde bulunan sanatçılar da bu tip anlamlardan kurtulmuş, özgür, bağımsız müzisyenler olarak karşımıza çıkar. Bu müzisyenlerin özgür oluşu, onların müziklerinde, dilinde, modasında kendi özgün kimliklerini ifade etmelerine olanak sağlar. Böylelikle bu müzisyenler kendi kimliklerini müziklerine yansıtarak, dinleyiciyle bireysel bir dil tavrıyla iletişim kurarlar. Bu da bu müziği yapma pratiği içinde bulunan sanatçılar için ‘içlerinden geleni yapma’, ‘canının istediğini yapma’ gibi ‘ben’ odaklı kimliklenme kavramını doğurur. Böylece bağımsız müzik yapma pratiği, anlam olarak herhangi bir

tavır, üslup, moda, dil, sound gibi kavramların altında ‘tek tipleştirilerek’ barınamaz. Indie rock, indie pop, indie hiphop veya önüne indie alan her tarz da müzik pratiği aslında bir sound’dan daha çok o müziğin ‘ne’ olduğunu anlatır. Rock, pop veya hiphop gibi tarzdaki endüstri standartlarında yapılmış müziklerin, önüne indie tanımını aldığı anda benzer müzik formlarıyla bağımsız olarak kaydedildiğini, dağıtımının yapıldığını, üretiminin yapıldığını ve bunun gibi işlerinin yapıldığını anlatır. Bu şekilde müziklerini icra etme pratiği içinde olan sanatçılar için ‘ben’ odaklı kimliklenme içinde olduklarından bahsederken aynı zamanda bağımsız olma hali, müzik endüstrisindeki özgür sanatçıların, ‘ben’ odaklı özgür, bağımsız gibi kavramların altındaki ‘biz’liği durumunu da ortaya çıkarır.

Araştırmanın örnek olay bölümünü bağımsız müzik sanatçısı olan Brek ve onun sahipliğini yaptığı Kare Müzikevi oluşturmaktadır. Müziklerini üretme, kaydetme, dağıtma şekliyle tamamen bağımsız olarak müziğini anlatan biri olarak Brek, müzikal bir karakter olarak ürünlerini 2018 yılı itibarıyla sunmaya başlayan biri olarak karşımıza çıkar. Burada bağımsız sanatçının kimlik inşasını nasıl oluşturduğu, nelerden etkilendiği ve kendini ne olarak tanımladığı ile beraber sanatçı kimliği incelenmiştir. Bu alan da örnek olayı oluşturan Brek üzerinden hareket alarak, onun sanatçı kimliği anlaşılmaya çalışıldı. Brek karakterini oluştururken Brek Sivrikaya yeni bir kimlik arayışı içerisinde olduğunu, toplumsal ve önceki bildiği kavramlardan kurtulma odaklı hareket ettiğini anlatır. Bu doğrultuda tamamen kendi istediği, kendi sevdiği şeylere yönelerek bunu oluşturduğundan bahseder. Brek karakteri temel de Berk Sivrikaya’nın sevdiği ve istediği şeyleri temsil eden bir kimlik olarak karşımıza çıkar. Bu anlamda ise Brek karakterinin temelinin ‘Ben’ odaklı kimlik yapılanması ile kurulduğu görülmektedir. Berk Sivrikaya ile yapılan görüşmelerde ‘Brek’ karakterini anlatırken sıkça bu karakterin ‘ne’ olduğu üzerine düşündüğü ve bu karaktere ilişkin sınır çizgilerini çekmeye çalıştığı fark edilir. Brek, sadece içinde yer aldığı müzik piyasası ve müziksel üretim alanından değil Berk Sivrikaya’dan da ayrı bir kimlik olarak inşa edilmiştir. Bu inşa süreci, birkaç aylık bir çalışma planı olarak değil, müzik hayatının başladığı andan

itibaren gelişen, önceki müziksel yolculuklarını da hesaba katarak yapılan bir düşünümsellik boyutuna tekabül eder.

Bağımsız müzik yapma pratiği içerisinde olan müzisyen ve gruplar için, bağımsız plak şirketlerinin “aracılık” rolü önem kazanır. Bu anlamda sıfırdan gelen, kendi imkânlarıyla bir şeyler yapmak isteyen bağımsız sanatçılar için bu tip ‘aracılar’ fayda oluşturur. Bu türden aracılar, bağımsız sanatçılara; stüdyoda kayıt imkânı, kendi imkânlarıyla en başta ulaşamayacakları belirli bir dinleyici kitlesine ulaşma imkânı, menajerlik, tanıtım gibi imkânlar ve belirli bir zümrenin içine ait hissetme gibi durumları sağlarlar. Berk Sivrikaya’nın (Brek) sahipliğini yaptığı Kare Müzik evi bağımsız bir dijital müzik yayımcılığı şirketi olarak karşımıza çıkar. Burada alınan kayıtlar, gelen müzisyenler, çıkan albümler tamamen bağımsız müzik yapma etiğine sahip sanatçılar tarafından ve kişiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Burada bağımsız kolektif bir oluşum da bulunmaktadır. Çeşitli disiplinlerden bir araya gelmiş insanlar bu çatı altında birbirlerine yardımlar ederek, beraber yol almayı ve üretim yapma pratiğinin içinde bulunurlar. Bir sanatçı için önemli olan müziğini duyurabilmek, ulaştırabilmek, icra edebilmek ve bir topluluğa kendini ait hissedebilmek gibi kavramlar da bu tip beraberlikler altında ortaya çıkabilmektedir. Hangi tarz altında müzik yaparsa yapsın bir sanatçı müziğini icra ederken anlaşılabilirliği insanlarla, kendini doğru anlatabildiği dinleyici kitlesiyle ve müziğini tanıtırken onu en iyi temsil edebilecek aracılar ve topluluklarla beraber yol almak ister.

KAYNAKÇA

Kitaplar

ATTALİ, Jacques (2005). *Gürültüden Müziğe: Müziğin Ekonomi-Politiği Üzerine*, çev. Gülüş Gülcügil Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BİLGİN, Nuri (2007). *Kimlik İnşası*, Ankara: Aşina Kitaplar.

BURNETT, Robert (1996). *The Global Jukebox: The International Music Industry*, London: Routledge.

ÇELİKCAN, Peyami (1996). *Müziği Seyretmek: Popüler Müzik – Medya İlişkileri Açısından Müzik Videosu ve Müzik Televizyonu*, Ankara: Yansıma Yayınları.

ÇEREZCİOĞLU, Aykut Barış (2017). *İsyen: Rock Müzikte Tınısal Temeller*, İstanbul: Gece Kitaplığı.

DENSELOW, Robin (1993). *Müzik Bittiği Zaman: Politik Popun Öyküsü*, çev. Deniz Oktay, İstanbul: Alan Yayıncılık.

EROL, Ayhan (2005). *Popüler Müziği Anlamak: Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte Anlam*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

FEATHERSTONE, Mike (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

FİSKE, John (2012). *Popüler Kültürü Anlamak*, çev. Prof. Dr. Süleyman İrvan, İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

FRİTH, Simon (2006). “The Industrialization Of Music”, *The Popular Music Studies Reader*, (ed: Andy Bennet, Barry Shank, Jason Toynbee), USA: Routledge.

FUNK, Rainer (2007). *Ben ve Biz Postmodern İnsanın Psikanalizi* çev: Çağlar Tanyeri, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

GİDDENS, Anthony (1994). *Modernliğin Sonuçları*, çev: Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

GIDDENS, Anthony (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*, çev: O. Akınhay, İstanbul: Alfa Yayınları.

HALL, Stuart (2017). *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları*, çev: İdil Dünder, İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

HEBDIGE, Dick (1988). *Gençlik ve Altkültürleri*. çev. Esen Tarım, İstanbul: İletişim Yayınları.

JONES, Steve (1992). *Rock Formation: Music Technology and Mass Communication*, USA: Sage Publications.

MAALOUF, Amin (2000). *Ölümcül Kimlikler*, çev:Aysel Bora, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

MAY, Rollo (1997). *Kendini Arayan İnsan*, çev. Ayşen Karpaz, İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık.

MAY, Rollo (2007). *Yaratma Cesareti*, çev: Alper Oysal, İstanbul: Metis Yayıncılık.

MC GREGOR, Craig (1990). *Pop Kültür Oluyor*, çev. Gürol Özferendeci, İstanbul: Logos Yayıncılık.

O'HARA, Craig (2003). *Punk Felsefesi: Gürültünün Ötesinde*, çev. Amy Spangler, İstanbul: Çitlembik Yayınları.

ROWE, David (1996). *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*, çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

TWENGE, Jean M. (2009). *Ben Nesli*, çev: Esra Öztürk, İstanbul: Kaknüs Yayınları.

WILLIAMS, Raymond (1989). *İkibin'e Doğru*, çev. Esen Tarım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Dergiler

BİNGÖL, Pınar (2003). “Varlığını Yaratarak İfade Eden İnsan: Sanatçı”, Doğu Batı Düşünce Dergisi, Yıl 16, Sayı 23, Mayıs 2016, ss. 253.

COŞTU, Yakup (2009). “Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme”, Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, Yıl 9, Sayı 3, 2009, ss: 117-140.

DARCAN, Tolga ve Ergun, Levent (2015). “Müzik Endüstrisinde Üretim, Tüketim ve Metin: Telif Sorunsalı” Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Yıl 12, Sayı 2, 2015, ss: 1252 – 1272.

ESGİN, Ali (2013) “İmal Edilmiş Belirsizlikler Çağının Sosyolojik Yönelimi: Ulrich Beck ve Anthony Giddens Kaynaklı “Risk Toplumu” Tartışmaları”, Gaziantep University Journal of Social Sciences, Yıl 12, Sayı 3, 2013, ss:683-696.

GÜVEN, Süleyman (2015). “Postmodern Kimliklerin Kurulumu”, Selçuk İletişim, Yıl 9, Sayı 1, 2015, ss: 266 – 286.

HESMONDHALGH, David (1999). “Indie: The Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre”, Cultural Studies, Yıl 13, Sayı 1, ss: 34-61.

KADIOĞLU, Zeynep Kaban (2013). “Kitle İletişim Araçlarının Şekillendirdiği Sosyal Kimlikler ve Aidiyet Duygusu Ekseninde Tüketici Davranışları”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Yıl 2013/II, Sayı 45, ss: 101-114.

KARADUMAN, Sibel (2010). “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”, Journal of Yaşar University, Yıl 5, Sayı 17, ss: 2886-2889.

KELLNER, Douglas (2001). “Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası”, çev: Gülcan Seçkin, Doğu Batı Dergisi, Yıl 4, Sayı 15, Mayıs-Haziran-Temmuz, ss: 187 – 219.

MÖNGÜ, Bahtinur (2013). “Postmodernizm ve Postmodern Kimlik Anlayışı”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 17, Sayı 2, ss: 27-36.

ÖZDEMİR, Eylem (2010). “Kimlik Kavramı ve Teorik Yaklaşımlar”, Eğitim Bilim Toplum, Yıl 8, Sayı 32, ss: 9-29.

TEZCAN, Mahmut (1985). “Gençlik ve Yabancılaşma” Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Yıl 1, Sayı 18, ss: 121-127.

VAROL, Sibel Fügen (2014). “Medyada Yer Alan Temsillerin Kimlik Edinme Sürecindeki Rolü” The Journal of Academic Social Science Studies, Yıl 2014, Sayı 26, Yaz, ss: 301-313.

Tezler

ALPTEKİN, Duygu (2011). *Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, dan. Prof. Dr. Abdullah Koçak, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Sosyoloji Bili Dalı, Konya.

İnternet Kaynakları

AĞLUÇ, Leyla (2013). Sanat Yaratıcılık Bağlamında İnsan ve Yaratma Güdüsü, DOI: 10.13114/MJH/20131645

KUYUCU, Mihalıs (2014). “Müzik Dünyasını Anlamak: Müzik Endüstrisinin Sorunları”, İstanbul Aydın Üniversitesi.

https://www.researchgate.net/publication/298070268_Muzik_Dunyasini_Anlamak

ÖZBEY, Nurettin, “Ötekileştirmenin Kökenleri”, Haber Bülteni: Bir Konu Bir Görüş, 106-110

https://www.jmo.org.tr/resimler/ekler/fb37d5bbdbbae16_ek.pdf?dergi=HABER%2520B%25C3%259CLTEN%25C4%25B0 Erişim: 15.05.2019

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Murat GÜÇLÜ
Doğum Yeri ve Tarih: İzmir / 19.09.1990

Eğitim Durumu

Lisans: 2012, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Müzik Bilimleri Bölümü

Yüksek Lisans: 2019, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Müzik Bilimleri Bölümü

Yabancı Dil: İngilizce

İletişim

E-posta adresi: muratguclu19@gmail.com