

INTERACTION OF TURKISH MUSIC WITH MEDIATION AND SOCIO-CULTURAL STRUCTURE

Hüseyin GÜNEY*1

Mehmet Can PELİKOĞLU**

*Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Doktora Öğrencisi

** Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Müzik Bilimleri Bölümü

Abstract

Effective use of mass media has become widespread in Turkey since the 1970s. Respectively, radio, cinema, television and internet have been the channels where the auditory and visual communication of humanity has spread. Mass media, which was once the ideological tool of the nation-state, thanks to the technical / technological possibilities of today, 'the individual can socialize, receive education, react to what is happening, find moral support, meet the needs to replace his life, acquire' identity '. they have turned into transnational communication tools.

In this study, it is aimed to establish a cause-effect relationship for the determination and analysis of the contribution of the mass media to socio-cultural interaction and therefore the positive / negative effects of Turkish Music. It focuses on six basic elements that have been found to be noteworthy in the context of our topic.

These; 1. 'Presentation of video-sound recordings as media tools such as stone vinyl, long play (LP), cassette, compact disc (CD) and / or digital data to the public'; 2. "Thanks to the marketing strategies of the music industry and the acceptance of the society, the settlement of words, compositions, images into the cultural memory of the society"; 3. 'Discussing what the characteristics of Turkish music products are'; 4. "Traditionalness / locality / universality context of Turkish music being the subject of academic studies"; 5. "Allowing the recruitment of Turkish music from the social to the political, from the cultural to the economic, rather than the preservation and observance of the artistic quality of Turkish music"; 6. "The popularization of Turkish music is damaging Turkish music".

Key Words: Media, Mass Communication, Turkish Music, Music Industry, Socio-Cultural Structure

TÜRK MÜZİĞİNİN MEDYASYONU VE SOSYO-KÜLTÜREL YAPI İLE ETKİLEŞİMİ

Özet

Türkiye'de kitle iletişim araçlarının etkin kullanımı 1970'li yıllardan itibaren yaygınlık kazanmıştır. Sırasıyla, radyo, sinema, televizyon ve internet insanlığın işitsel ve görsel iletişim tutkusunun yayılım gösterdiği mecralar olmuştur. Bir zamanlar ulus-devletin ideolojik aygıtı olan kitle iletişim araçları, günümüzün teknik/teknolojik olanakları sayesinde, 'birey'in toplumsallaşabildiği, eğitim gördüğü, olan-bitene tepkisini gösterdiği, moral desteği bulduğu, yaşamını ikame ettireceği gereksinimleri karşılayabildiği, 'kimlik' edinebildiği, insan-ötesi iletişim araçlarına dönüşmüşlerdir.

Bu çalışmada, kitle iletişim araçlarının sosyo-kültürel etkileşime katkısı, dolayısıyla, Türk Müziğine olumlu/olumsuz etkilerinin tespiti ve analizi için neden-sonuç ilişkisinin kurulması amaçlanmış olup, 1970'lerden günümüze değin tarihsel süreçte Türk Müziği alanında akademik ve kuramsal çalışmalarda ele alınmış olan ve konumuz bağlamında dikkate değer bulunmuş altı temel unsura odaklanılmıştır.

Bunlar; 1.'Medyatif araçlar olarak taş plak, long play (LP), kaset, kompakt disk (CD) ve/veya dijital veri olarak görüntü-ses kayıtlarının toplumun beğenisine sunulması';2. 'Müzik endüstrisinin pazarlama stratejileri ve toplumun kabulleri sayesinde söz, beste, görüntülerin toplumun kültürel belleğine yerleşmesi'; 3. 'Türk müziği ürünlerinin karakteristiklerinin ne olduğunun tartışmaya açılması'; 4. 'Türk müziğinin geleneksellik/ yerellik/

¹ Sorumlu Yazar E-posta: h.guney92@gmail.com / Doi: 10.22252/ijca.1039037

evrensellik bağlamının akademik çalışmalara konu olması'; 5.'Türk müziğinin sanatsal niteliğinin korunup-gözetilmesinden ziyade, toplumsal olandan siyasal olana, kültürel olandan ekonomik olana devşirilmesine göz yumulması'; 6. 'Türk müziğinin popülerleştirilmesi çabalarının Türk müziğine zarar veriyor olması'dır.

Anahtar Kelimeler: Medya, Kitle İletişim, Türk Müziği, Müzik Endüstrisi, Sosyo- Kültürel Yapı.

1. Giriş

Öncelikle medyanın ve medyatif araçların birer iletişim araçları olduğundan yola çıkarak iletişim, kitle, kitle iletişimi gibi konuların açıklanmasını elzem buluyoruz.

Hinde'ye(1974) göre; iletişimi kısaca "bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci" olarak tanımlayabiliriz. Bu durumda pek çok etkinlik iletişim sayılacaktır. Örneğin bu tanıma dayanarak iki insanın karşılıklı konuşmasını iletişim sayabileceğimiz gibi, arıların bal bulunan yeri birbirlerine bildirmelerini de iletişim kabul edebiliriz (Akt. Dökmen, 2005:19).

İletişim beş temel öğeden oluşur. Birincisi kaynak; bilginin olduğu yer, ikincisi gönderici; bilginin işarete dönüştüğü yer, üçüncüsü kanal; göndericiden çıkan mesajın alıcıya ulaşmasını sağlayan iletici, dördüncüsü alıcı; kaynaktan gelen işaretleri anlamlandırıp yorumlayarak bilgiye dönüştürülen yer ve beşincisi ise hedeftir. İki insanın konuşmasında bu durum gerçekleşirken kaynak konuşan kişinin beyni, gönderici dil, işaret veya sesler, alıcı dinleyicinin duyu organları, hedef ise dinleyicinin gelen mesajı bilgi olarak algılayan beynidir. (Dökmen, 2005: 321).

Bu tanımlar doğrultusunda iletişimin sanatsal bir yönünün de varlığı yadsınamaz. Bu sebeple sanat ve sanat ürünlerini de birer iletişim aracı olarak düşünmek yerinde olacaktır.

Uçan'ın sanat tanımıyla iletişim arasındaki bağ daha açık olarak göz önündedir; Yalın ve özlü anlamıyla duygu, düşünce, tasarım ve izlenimleri, belli durum olgu ve olayları, belirli bir amaç ve yöntemle, belirli bir güzellik anlayışına göre işlenerek birleştirilmiş gerçeklerle anlatan özgün, estetik bir bütündür (Uçan, 1996: 123–124).

İletişimle ilgili yapılan bu tanımlardan yola çıkarak ilk insandan günümüze kadar bütün insanların sürekli bir iletişim içerisinde olduğunu görmekteyiz. Birbirleri arasında duygu ve düşünce aktarımını geliştirerek dil, edebiyat, müzik gibi sosyal bilimlerin de ortaya çıkmasını sağlamışlardır. Türk kültüründe ise birbirleri arasında iletişimle birlikte inanış şekli ne olursa olsun yaratıcı ile arasında da bir bağ ve iletişim söz konusudur. Şaman ritüellerinde rahibin Tanrı ile bağlantısı, İslam dininde yapılan ibadetler birer iletişim örneğidir. Bu tür iletişim modelleri Türklerde kendiliğinden ya da bir güdüyle sanatsallaşma yoluna gitmiş ve günümüzde de devam eden sanat anlayışının temellerini kendi kültür ve inanışına göre şekillendirmiştir. Böylece sanat eserleri ile çağlar arası bir iletişim sağlanmıştır. Gelişen teknoloji, öncelikle kiteselleşme ve sonrasında küreselleşme olgularını tetiklemiş ve iletişim konusu farklı boyutlar kazanmıştır.

Batı Avrupa'da kapitalizmin yükselişinin sonucu toplumda da bir kitesellik meydana getirmiştir. Kapitalizmin pazar için üretim zihniyetinden dolayı kültürel üretim de kitle için üretime evrilmiştir. Kitle iletişim araçlarının gelişimiyle kitle için üretim, bir kitle kültürü meydana getirmiştir. Kitle kültürü de pazarda tüketilmek için üretilen ürünler olarak tanımlanmıştır. Kitle kültürü seçkin kültürün karşısına konumlandırılmıştır ve bir Halk kültürü olarak da görülmemiştir. Çünkü Halk kültürü halkın, kitle kültürü ise pazarın ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde oluşturulmuştur. Yani halk kültürü halka hizmet ederken kitle kültürü tamamiyle ticari amaçlara hizmet etmektedir. Kapitalist toplumlarda kitle kültürü toplumun tercihlerini önemsemeyen, tekdüze ve tamamen tüketimi amaçlayan bir yapıdadır. Popüler kültür ise kitle kültürünün bir parçası olarak kitle iletişim araçlarıyla popüler hale getirilen kültürü ifade etmek için kullanılmaktadır. Böylece popüler kültür kapitalizmin, kitle iletişim araçlarıyla yaydığı toplumu oluşturan kitlelerin beğenisi haline getirdiği yapay bir ticari ve tüketim kültürüdür. Standartlaşmıştır, fantezilere dayanır, risk almaz ve mevcut sistemin çıkarına göre belirlenir. Böylece popüler kültür aracılığıyla sunulan eğlence, tüketim ve bireysel kaçış yoluyla var olan eşitsiz toplumsal ilişkiler yeniden üretilir (Yaylagül, 2006: 77).

2. Bir İletişim Aracı Olarak Türk Müziği

Türk kültüründe müzik, ilk olarak Şamanizm'in bir parçası olarak, şaman büyücüsü ile Tanrı arasında bir iletişimin söz konusu olduğu törenlerde görülmüştür. Sonraları kahramanlık, savaş gibi konuların işlendiği Türk Müziği, bir devlet müziği olarak özellikle Uygurlar döneminde sistemleşme ve gelişme konularında hız

kazanmıştır. Devlet müziği olarak gelişimini devam ettiren Türk Müziği bir taraftan da halk içinde de üretilmiş ve icra edilerek Türk Halk Müziği adı ile yaygınlık kazanmıştır.

Kısaca tanımlamak gerekirse; "Halkın ortak duygu ve düşüncelerini yansıtan, halk içinde her zaman var olan, halk sanatçıları tarafından hiçbir sanat endişesi duymadan yakılmış, yaratılmış (bestelenmiş), halkın ya da halk sanatçılarının çeşitli sosyal ve toplumsal olaylar karşısında etkileniş ve duygulanımlarının gelenek ve görenekler çerçevesi içinde, ezgiyle anlatan ortak halk verileridir" (Pelikoğlu, 2012:18).

Bunun yanı sıra, "Türk Halk Müziği en geniş mana ve mefhumuyla denilebilir ki, dünyanın en geniş sahalarına yayılmış en eski, en fazla tesirli olmuş bir halk sanatıdır"(Öztuna, 2006: 327). Şeklinde de ifade edilebilmektedir.

Gerek Türk Halk Müziği gerekse Türk Sanat Müziği yüzyıllardır bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Bu iletişim Türk Halk Müziği'nde kulaktan kulağa yayılarak gerçekleşirken, Türk Sanat Müziği'nde meşk yoluyla gerçekleştirilmiştir.

Bu aktarım yolunu Behar (2016), "Aşk Olmayınca Meşk Olmaz" adlı kitabında; "meşk uygulanması son derece basit olan bir müzik yöntemi. Geçilecek eserin güftesi talebeye yazdırılır veya yazma ya da basılmış bir güfte mecmuasından yararlanılır. Geçilecek eserin usûlü bellidir. Eğer hatırlatmaya gerek varsa esere başlamadan önce bu usûl birkaç kez vurulur. Öğrenci bu usûlü sağ ve sol eliyle -dizlerini kudüm itibar ederek- vurur. Sonra eser hep usûl vurularak hoca tarafından, öğrenciye tekrar ettirilir. Hoca eseri kısım kısım (zemin, meyan, nakarat, varsa terennüm vs.) ve bir bütün olarak öğrencinin iyice ve eksiksiz yerleştirinceye kadar kendi okur ve talebeye defalarca okutturur. Öğrencinin yanlışları ve tereddütleri ortadan kalkıncaya kadar tekrar ettirir. Nihai amaç meşkedilen eserin talebenin hafızasına nakşedilmesidir" (Behar, 2016: 19) şeklinde açıklamıştır.

19. yüzyılda III. Selim döneminde Türk Müziği öncelikle ebced notasıyla Abdülbaki Nasır Dede tarafından notaya alınmaya başlanmıştır. Devam eden süreçte de bu kayıt işlemleri Cumhuriyetin ilanı ile hız kazanmış ve aktarım nota yazımıyla geliştirilmiştir.

Kulaktan kulağa, nota ve meşk sistemleriyle aktarılan Türk müziği cumhuriyetin kurulması ve hemen öncesindeki yıllarda başka bir kayıt sistemi teknolojiyle birlikte gelmiştir. Ses kayıt teknolojilerinin ilki olan fonograf ve ardından gelen kaset cd internet gibi kitle iletişim araçları Türk Müziği bağlamında önemli bir yer tutmaktadır.

3. Türk Müziğinin Medyasyonu Bağlamında "Medya" Tanımı

"Medya, son yıllarda her yerde karşımıza çıkan kavramların başında gelmektedir. Öyleyse nedir medya? Bu kavramı incelemek ve açıklığa kavuşturmak oldukça önemlidir. Oldukça sık kullanılmasına rağmen medyanın sınırlarını çizmek ve kapsamını ortaya koymak oldukça zordur (İmik, 2016:32).

Medya, kavramsal olarak çok geniştir. Medya için televizyon, yazılı medya, internet gibi kelimeleri kullanıyor olsak da medya, kavram olarak bunlardan çok daha fazlasıdır. İlk taş plak kaydından internete, ilk yazılı eserlerden video kliplere kadar çok geniş bir yelpazenin tanımında tek bir kelime olarak medyayı kullanmaktayız.

"Şenyapılı'ya (1981) göre; görsel ve işitsel iletişim araçları (medya araçları) mekân farklılıklarını ve uzaklıklarını yok ederek öğrenmeyi herkes için mümkün kılan, yeni eğitim teknolojilerinin gelişmesine de yol açmıştır. İletişim araçlarındaki gelişim ve ilerleme, insanların beklentilerini ve gerilimlerini artırarak, kitle kültürünün gelişmesinin ve yaygınlaşmasının zeminini de oluşturmuştur. Toplumsal ve siyasal hareketliliğe ivme kazandıran kitle iletişim araçları, pek çok toplumda bütünleşmenin gerçekleşmesine ön ayak olmuş ve gelişmiş ülkelerde enformasyon toplumunun gelişimini haber vermiştir "(Akt. İmik ve Haşhaş, 2016: 33).

"Kocataş'a (2005) göre; günümüzde yoğun olarak kullanılmasına rağmen medyanın sınırları ve kapsamı belli. Örneğin, "televizyon medyası" denmekte, bunun yanında; yazılı basın, radyo ve televizyon (hatta internet) başta olmak üzere hepsini kastetmek için yine "medya" kavramı kullanılmaktadır "(Akt. İmik ve Haşhaş, 2016: 32).

"Tüfekçioğlu'na (1997) göre; 20. yüzyılın başlarında en etkili iletişim aracı olan radyonun etkisini göstermesi bakımından en ilginç olay, 1938'de ABD'de Orson Wells'in "Dünyalar Savaşı" adlı eserinin radyo piyasası olarak yayınlanması sırasında yaşananlardır. Marslıların Dünyayı işgal etmekte oldukları haber bültenine benzetilerek yayınlandığında insanlar sokaklara dökülmüş ve büyük bir panik yaşanmıştır" (Akt. İmik ve Haşhaş, 2016: 33).

"Yaşamımız esnasında müziğin kapsadığı alan şüphesiz oldukça fazladır. Müzikle karşılaşmamız ise çoğu zaman isteğimiz dışındadır. Bunlar genellikle radyo ve televizyonlarda, çevremizde gelişen şartlara bağlı olanlar ki bu; çoğu zaman taşıtlarda bulunan müzik tertibatları yoluyla, bazı mağaza ve dükkânların fon müziklerinde, tele sekreterlerde, cep telefonlarında, kapı ve okul zillerinde, ezanlarda, sokak müzisyenleri vb. şekillerde görülmektedir" (Kınık, 2009: 363).

"Bilimsel boyutu ve ekonomik özellikleriyle günümüzde daha önemli bir sosyo-ekonomik ve kültürel güç haline gelen müzik, aynı zamanda önemli bir eğitim aracı olarak da günümüz toplum yapısının vazgeçilmez unsurlarının arasında yerini almıştır. Müzik sanatı aynı zamanda, etkili bir iletişim aracı olarak da insanlığın hizmetindedir. İnsan duyularını harekete geçirme ve etkileyebilme özelliğine sahip olan müzik, onun ustalıklı kullanılması durumunda çok etkili bir medya unsuru olabilmektedir" (İmik ve Haşhaş, 2016: 52).

3.1. Sinema'nın Türk Müziğine Etkileri

"Cumhuriyet'in ilanıyla beraber Türk toplum yapısında ciddi bir değişim yaşanmıştır. Cumhuriyet rejiminin başlaması, daha önce eşi benzeri görülmemiş inkılapların bir bir hayata geçmesi, toplumun hemen her alanında değişikliklere yol açmıştır. Türk Sineması'nda 1922 yılından 1949 yılına kadar sivil yapımevleri bazında yapılandırılan döneme "Özel Yapımevleri Dönemi" adı verilmektedir. Tiyatral kökenli çalışmalardan oluşan Türk filmlerini yönetmek ise Muhsin Ertuğrul'a düşmüştür. Türk Sineması, İkinci Dünya Savaşı'nın sona erdiği 1945 yılından sonra film üretimini arttırmıştır. Film yapıları ise seyirci tercihleri neticesinde yani ekonomik yansımalar sebebiyle belli bir form yakalamıştır. Önemli gişe gelirleri getiren Mısır filmleri, Amerikan macera ve güldürü filmleri ve Türk Sineması'nın kendi köklerinden kaynaklanan edebiyat uyarlamaları ve tarihsel filmler belirli bir sinema anlayışını beraberinde getirmiş, sonraki yıllardaki üretimler bu ana temalar üzerinde hareket etmiştir" (Kültür Bakanlığı, 2021).

Sinemanın ilk dönemlerinde filmleri piyano ya da orkestranın eşlik etmesi şeklinde ortaya çıkan film müziği olgusu, Türk sinemasında da aynı şekilde başlayan bir tarihsel gelişim sürecine girmiştir.

"Konuralp'in belirttiğine göre sinemanın ilk yıllarında film gösterimleri için basılan davetiyelerde filme eşlik edecek müziği yapanların da isimleri belirtilmiştir. 1930'lu yıllarda Türk sineması ilk sesli ürünlerini vermeye başlamıştır. Ses olgusunun sinemaya girmesiyle müziğin önemi anlaşılmış 1932'de şehir tiyatrosunda Avrupa'dakine benzer revü kızlarından oluşturulmuş topluluklar geliştirilmiş Cemal ve Ekrem Reşit kardeşlerle, Hasan Ferit Alnar'ın İstanbul Sokakları operetlerini Muhsin Ertuğrul İpek Film Kurumu adına çevirmiştir. Bunlar Lüküs Hayat, Karım Beni Aldatırsa, Cici Berber gibi operetlerdir" (Akt. Ok, 1995: 43).

"Scognamillo'ya (2003) göre; İstanbul Sokaklarında Muhsin Ertuğrul ve Türk sineması için birkaç açıdan "ilk" film olma niteliği taşımaktadır: İlk sesli film, ilk ortak yapım, ilk şarkılı melodram" (Akt. Doğan, 2009:76-78).

"1938'de Muhammet Kerim'in çevirdiği Aşkın Gözyaşları adlı filmin İstanbul'da gösterilmesiyle bol müzikli, aşklı, gözyaşlı Mısır filmleri akımı başlamıştır. 1939'da Mısır filmleri etkisi altında tanınmış şarkıcılardan yararlanmaya başlanmış, ses sanatçısı Münir Nurettin Selçuk Allah'ın Cenneti adlı filmde başrol oynamıştır" (Ok, 1995:43).

Böylece Türk sinemasında arabesk etkisi altında bir şarkıcı filmleri furysı başlamıştır.

"Uzun metrajlı müzik videosu niteliğindeki bu filmler pek sanatsal değer taşımamakla birlikte dönemin sinema endüstrisinde büyük bir hareketlenme meydana getirmiştir. Basit melodramik yapıdaki bu filmler sinema salonlarını doldurarak Türk izleyicisini televizyonun ülkeye girişine kadar yoğun bir şekilde oyalamıştır. 1950 yıllarında müzik için yapılmış filmler ve özgün film müziği yapımı birbirine paralel olarak gelişmiştir. 1955'ten sonra da Yalçın Tura'nın film müzikleri başlamıştır" (Ok, 1995:45).

"Konuralp'e (2004) göre; 1960'lı yıllarda ise yeni besteciler ortaya çıkmıştır. Metin Bükey, Fecri Ebcioğlu, Erol Büyükburç, Cahit Berkay bunlar arasında en çok öne çıkanlardır. Berkay film müziğinde ilk kez elektronik enstrüman kullanan bestecidir. 1970'li yıllarda şarkıcı filmleri ve arabesk film furysı baş göstermiştir" (Akt. Doğan, 2009: 76-78).

"Erdoğan&Solmaz'a (2005) göre; 1970'ler Türk sinemasında buhranlı yılların başlaması, film müziği bestecilerinin niceliksel artışı ve arabesk müziğin film müziğine yansması olmuştur. 1960 ve 1970'ler insanların dikkatini çeken ve insanları kaygılandıran birçok gerçeklerle doluydu. Bu gerçeklerden en egemen olanı da sinemaya gidecek kitlelerin fakarla oluşu ve dolayısıyla fukaralık koşullarıyla gelen insanlık durumuydu. Film müzikleri yaratılmak istenen duygusal durumun etkileyici aracı olarak kullanıldı. Popüler şarkılı filmler ve arabesk filmler kahır ve ağıttan geçerek kitleleri bir kez daha ağılatıp sızlatarak kendilerine

döndürürken, aynı zamanda ceplerindeki ekmek parasından birkaç kuruşun da sinema endüstrisine gitmesini sağladı "(Akt. Doğan, 2009:76-78).

"Konuralp'e (2004) göre; 1970-1978 yılları arasında şarkıcı filmlerinde başrollerde Emel Sayın, Neşe Karaböcek, Gönül Yazar'ın; erkek şarkıcılar içindeyse Orhan Gencebay'ın oynadığı filmlerin Arabesk film furçasının habercisidir" (Akt. Doğan, 2009: 76-78).

"Erdoğan&Solmaz'a (2005) göre; 1980'ler, ihtilal öncesi ve sonrası yaşanan ekonomik ve sosyal problemlerin getirdiği sıkıntılar kendini bütün ağırlığıyla sinemada da gösterir. Yapım sayısı önceki yıllara göre oldukça düşer. Film maliyetleri çok fazla yükselir. Bunun sonucu sinema bilet fiyatları artar. Üstelik televizyonun yaygınlaşması sinemayı en ucuz eğlence aracı olma durumundan çıkarmaya başlamıştır. Bunun yanında video, dolayısıyla video filmleri de yaygınlaşmaya başlamıştır" (Akt. Doğan, 2009: 76-78).

"Konuralp' e (2004) göre; 12 Eylül'den sonraki dönemde özgün müzik çalışanların sayısı artmışsa da üretimlerin çoğu hala bir deneme havasındadır. Bu dönem bestecileri: Melih Kibar, Atilla Özdemiroğlu, Zülfü Livaneli, Cem İdiz, Mehmet Soyaslan, Mehmet Duru, Timur Selçuk, Hurşit Yenigün, Yeni Türkü, Müjdat Akgün vb." (Akt. Doğan, 2009: 76-78).

"Erdoğan&Solmaz'a (2005) göre; 1990'lar ve 2000'ler, Türk sinemasının yeniden popülerlik arayışı, farklı yapılanma ve özellikle genel medya etkisinin yoğun bir şekilde hissedildiği yıllar olmaktadır" (Akt. Doğan, 2009: 76-78).

Bu gelişmelerle birlikte başka bir kitle iletişim aracı olan radyo da ilk yayınlarını yapmaya başlamıştır. TRT İstanbul Radyosunun 6 Mayıs 1927'de yaptığı radyo yayını, ardından TRT Ankara Radyosunun 1928'de yaptığı yayınlar bu konuda ilktir. Fakat bu yayınlarda belli bir süre Türk Müziği'nin yasaklanması söz konusudur. Tartışmalı bir konu olmakla birlikte Atatürk'ün TBMM'de yaptığı bir konuşmanın yanlış anlaşılması üzerine Matbuat Umum Müdürü Vedat Nedim Tör, İçişleri Bakanı Şükrü Kaya ile görüşmüş ve 1934 yılında radyolardan Türk Müziği yayını yapılması yasaklanmıştır (Akkaş, 2015: 120).

Türkiye'de tek partili dönemde Türk müziği konusunda ciddi tartışmalar yaşanmış ve Türk Halk müziğinin çok seslendirilmesi, Klasik Türk Sanat müziğinin tamamen ortadan kaldırılıp yerine batı müziği getirilmesi gibi konular gündeme gelmiştir.

Güzel sanatların en önde gelen dallarından biri olan müzik, insanı doğumundan ölümüne kadar etkisi altında tutan bir sanattır. Müzikten etkilenme ise milletten millete değişebileceği gibi her milletin kendi içinde de hoşlanma ve etkilenme durumları farklılık gösterebilir. Yurdumuzda da müzik kendi içinde çok çeşitlilik arz etmektedir. Halk müziği, sanat müziği ve çoksesli Türk müziği gibi olgular mevcut iken bu müzikler de kendi içlerinde çeşitlilik arz eder. Diğer yandan İkinci Dünya Savaşından sonra türlü toplumsal bunalımların bir sonucu olarak ortaya çıkan pop müzik ve ülkemizdeki tekamülü olan arabesk müzik olgusu da söz konusudur. Arabesk müziğin Türk halk müziğinin uzantısı olduğuna dair farklı görüşlerin mevcut olmasına karşın arabesk tamamen Türk müziğinden bağımsız gelişmiş bir kitle müziğidir (Turhan, 2000: 329-331).

1945 sonrası sinema endüstrisi ülkemizde yaygınlık kazanmıştır. Mısır filmleri, Amerikan macera filmleri ve Türk edebi eserlerinden uyarlanan filmler Türkiye'deki ilk sinema örnekleridir. Ülkemizde kitlenin tercihi daha çok mısır filmleri olmuştur. Bunun sebebi sosyolojik ve siyasi olaylardır. Mısır filmlerinde kullanılan müziklerin toplumun zihninde bulunan seslerden oluşuyor olması, filmlerin dramatik ve buhranlı, ağırlıklı sahnelerden oluşuyor olması ve toplum tarafından kabul görmesi bir arabesk kültür ve arabesk müziğin doğuşunun habercisi olmuştur.

3.2. Televizyonun Yaygınlaşmasıyla Gelen Klip Dönemi

"Türkiye'de televizyon denilince akıllara 70'li yılların TRT'si gelse de ilk televizyon yayınının geçmişi daha eskilere dayanıyor. İstanbul Teknik Üniversitesi'nin 1952 yılında kendi bünyesinde yaptığı televizyon yayını Türkiye'deki ilk televizyon yayını olarak tarihe geçti. Yayın, geçmişte "Maçka Silahhanesi" olarak kullanılan, ardından 1955 yılında İTÜ'ye tahsis edilen, bugün ise Yabancı Diller Yüksekokulu olarak kullanılan Maçka'daki binada gerçekleşti" (TRT Haber, 2021).

İTÜ'den yapılan ilk yayın sonrasında televizyon Ankara'dan da yayına geçmiş, daha sonraları renkli hale getirilmeye çalışılmıştır. Bu gelişmeler devam ederken 70'lerin sonu 80'lerin başında televizyon yayınları belli günlerde belli saat aralıkları içerisinde paket yayını olarak yapılmaktaydı. Bu yayınların içeriği genellikle spor müsabakaları ve çeşitli programlardan oluşmaktaydı. Yerli ve yabancı filmler, çizgi filmler, zamanla yarışma programları yayınlandı. Bu gelişmelerle birlikte bir yandan da özel kanallar ortaya çıkmaya başladı. Bu özel kanalların içeriği de TRT ile paralellik göstermektedir.

İlerleyen zamanda TRT kurumsallık sebebiyle daha çok haber ve kültürel etkinliklerle anılırken, özel kanallar batı menşeli yarışma programları, talk Showlar yayınlamaya başladı. Bu dönemde, yani doksanlı yıllara gelindiğinde diziler, sadece müzik yayını yapan video klip kanalları ortaya çıktı. Yine bu dönemde çok fazla yaygınlaşan televizyonculuk sektörü yerel kanalların da doğduğu bir dönemdir. Artık yerel radyolar ve yerel televizyonlar kurulmaya başlandı ve ulusal yayın yapan diğer büyük kanallar büyük bir endüstri haline geldi.

Televizyonun yaygınlaşması ile ilk örneğinin Michael Jackson'da gördüğümüz kısa video klipler de yaygınlaşmıştır. Bugünün popüler müziğinin de temelini atmış olan bu video klip dönemi, toplumun nazarını Amerikan kültürüne çevirdiğinin de bir habercisidir. Doksanların sonu ve ikibinlerin başında yaygınlık gösteren pop müzik ve video klip döneminde artık kitle toplumunun tercihlerinin yönlendirilebilirliği daha açık anlaşılmaya başlamıştır.

3.3. İlk Ses Kayıt Teknolojisi olan Taş Plak ve Türk Müziğine Etkileri

“Ünlü’ye (2016) göre; ilk taş plak kayıtları ile ilgili 19. yüzyıl işaret edilmektedir. İlk fonograf 1895 yılında Sigmund Weiberg adında Romen uyruklu bir kişi tarafından İstanbul'a getirilmiştir. Weinberg, aynı zamanda Türk sinemasının da ilk kurucularından biri olduğu belirtilmektedir” (Akt. Uslu vd., 2019: 97).

“Ünlü’ye (2016) göre; ilk Türkçe kayıtlar, 1893 yılında Amerika'nın Şikago kentinde gerçekleştirilmiş olup 3 yıl sonra Berliner etiketi ile "Yunanca ve Türkçe plaklar" adı altında New York'ta satışa sunulmuştur. 1900 yılının mayıs ayında İstanbul'da gerçekleştirilen, sazende Nasip Hanım'ın ud taksiminin de yer aldığı kayıtlar, 1903 yılında "The Gramophone Company and Typewriter Ltd. and Sister Companies" etiketi ile piyasaya sürülmüş ve belgelere dayalı bilinen, "İstanbul'da yapılan ilk Türkçe kayıtlar" adıyla tarihe geçmiştir” (Akt. Uslu vd., 2019: 138-141).

Bu gelişmelerin akabinde Tanburi Cemil Bey, Saadettin Kaynak gibi büyük sanatçıların da içinde bulunduğu bir kayıt dönemi gerçekleşmiştir. Sanatçıların kayıtları alındıktan sonra yurt dışında plaklara işlenip Türkiye'ye geri gönderiliyor ve bu plakların ticareti yapılıyordu. Böylece Türkiye'de müzik endüstrisi kendini göstermeye başlamıştır. Bu endüstri, yukarıda bahsi geçen kitle toplumunun beğenilerini oldukça etkilemiştir. Oluşturulan merakın bir sonucu olarak bir plak piyasası oluşturulmuş ve 'plak dinleme' kültürü meydana getirilmiştir. Türk Müziği kayıtlarıyla birlikte satılan Rumca plaklarla bir Tango kültürü yerleşmiş ve Türkçe tango kayıtları yapılmaya başlanmıştır. Taş plak kayıtlarının başlamasıyla ve satışının gerçekleşmesiyle oluşan endüstri ile birlikte gün geçtikçe müzik zevki değişim göstermiştir.

“Değişen müzik zevkinin önemli bir unsuru da Türkiye'de çalışan üretici firmaların ithal ettikleri "Alafranga" ve "Rumca" plaklardır. Başta klasik olmak üzere pek çok dünya müziği bu yolla Türkiye piyasalarına giriyor ve talep ediliyordu. Bu da tango, fokstrot, çarliston gibi dansların moda olması anlamına geliyordu. 1932 yılında ilk sözlü Türk tangosu "Mazi", Seyyan Hanım tarafından plağa okundu. Necip Celal'in bu tangosuyla Türkçe sözlü tango dönemi başladı. Sonraki yıllarda Fehmi Ege, Necdet Koyutürk gibi bestecilerle doruk noktasına erişecektir” (Uslu vd., 2019: 100).

Günümüzde hâlâ dinlenen tango, bir tür olarak Türk Müziği'ne girmeyi başarmıştır. Bu gelişmelerle birlikte kayıt cihazları farklı alanlarda da kullanıma girmiştir. Bunlardan en önemlisi halk müziği derleme çalışmalarında kullanılmasıdır.

Ünlü’ye (2004) göre; Atatürk'ün ulusal bir mûsıka yaratma fikri, o güne kadar el atılmamış, kayıt altına alınmamış halk müziğinin derlenmesi için çalışmaların gerçekleştirilmesine önayak olmuştur. Bu amaçla öncelikle Seyfeddin Sezai (Asal) kardeşler derleme ve notalama işlemleri için görevlendirilmiştir. Fakat dönemin ünlü halk müziği derleyicisi Bela Bartok'un halk müziği derleme çalışmasının bir fonografla yapılmasının şart olduğunu söylemesi üzerine Paris'te bulunan Cemal Reşit Rey'den bir fonograf göndermesi rica edildi. Fonografin 30 Ağustos 1926 yılında gelmesiyle derleme çalışması için bir heyet oluşturuldu ve Adana Kozan'da “Kozanoğlu” türküsü ilk halk müziği kaydı olarak tarihe geçti (Akt. Uslu vd., 2019: 99).

“Kabataş'a (2016) göre; 1950 ve 1960 yıllarında ise taş plak dönemi artık son bulmaya yüz tutmuştu. Önce 33 ardından 16, 45 ve 78 devirli plak üretimi devam etti. 45'lik plaklar artık taksi ve özel otomobillerde bile dinlenir oldu” (Akt. Uslu vd., 2019: 100).

“Durmaz'a (2001) göre; Türkiye'de 1960 ve 70'li yıllar gerek ses kayıt teknolojileri gerekse plak endüstrisi açısından ekonomik açıdan çok zorlu yıllardı” (Akt. Uslu vd., 2019: 100).

3.4. Kaset ile Gelişen Popüler Öğeler

Plak sanayi 1970'li yılların ortalarına kadar büyük bir yayılım göstermiştir. Ancak o yıllarda gurbetçi işçilerimiz tarafından getirilen “teyp” ile kayıt sistemi büyük değişime uğrar. Piyasanın yeni ürünü olan kaset ve bu

endüstriyi biçimlendirecek olan yeni iş ise kasetçilik olmuştur. Ferdi Özbeğen ve Ümit Besen ile başlayan kaset dönemi İbrahim Tatlıses ve Sezen Aksu ile zirve yapmıştır (Karabey,1999: 170).

Kasetler dönemi çoğunlukla arabesk müziğin ve pop müziğin bir yarışı niteliğindedir. Yine de arabesk müziğin güçlü olduğu satış rakamlarıyla sabittir. Taş plak dönemiyle dijital dönem arasında bir teknolojidir. Bu sebeple sosyo-kültürel etkilerinden ziyade kullanışlılığı ön plandadır.

3.5. Dijital Kayda Geçişin İlk Adımı: Kompakt Disc (CD)

Kompakt disk (CD) 1982'de piyasaya sürülen Philips ve Sony'nin ortak çabalarıyla geliştirilen formatta veri depolama için dijital bir optik disk. Başlangıçta ses kayıtlarını saklamak ve oynatmak için tasarlandı, ancak daha sonra çeşitli verilerin kaydedilmesi için uyarlandı (Vikipedi, 2021)

3.6. İnternet ve Türk Müziği

1990'lı yıllara kadar tamamen askerî iletişim amacıyla kullanılan internet, devam eden 1990 ve 2000 yılları arasında bilgi edindirmeyi amaçlayan durağan bir konumdaydı. İnternetin bu evresine web 1 denir. Web 2 diye adlandırılan 2000-2010 yılları arasındaki dönemde ise internet, insanların sosyal paylaşım sitelerinde içerikleri hem üretip hem de tükettikleri bir mecra haline geldi. 2010 sonrası web 3 diye adlandırılan dönemde ise çeşitli etkileşimler ve anlamsal ağ adıyla mobil cihazlar da internet ağının bir parçası haline geldi. Bu gelişmelerle internet geleneksel kitle iletişim araçlarıyla yondeş bir hal aldı (Dikmen, 2017: 426-428).

Günümüzde mobil cihazlar ve ulaşım kolaylıklarıyla birlikte internet kullanımı da artmıştır.

TÜİK verilerine göre Türkiye'de internet kullanım oranları;

"İnternet kullanımı 2019 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %75,3 oldu. Bu oran bir önceki yıl %72,9'du. İnternet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %81,8 iken kadınlarda %68,9 oldu. Evden İnternete erişim imkânı %88,3'e ulaştı. Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre hanelerin %88,3'ünün evden İnternete erişim imkânına sahip olduğu gözlemlendi. Bu oran bir önceki yılda %83,8 idi. Genişbant ile İnternete erişim sağlayan hanelerin oranı %87,9 oldu. Genişbant ile İnternete erişim sağlayan hanelerin oranı 2019 yılında %87,9 oldu. Buna göre hanelerin %49,1'i sabit genişbant bağlantı (ADSL, kablolu İnternet, fiber vb.) ile İnternete erişim sağlarken, %86,9'u mobil genişbant bağlantı ile İnternete erişim sağladı. Genişbant İnternet erişim imkanına sahip hanelerin oranı bir önceki yıl %82,5 olarak gözlemlendi. Her iki kişiden biri e-devlet hizmetlerini kullandı. Kişisel amaçla kamu kurum/kuruluşları ile iletişime geçmek veya kamu hizmetlerinden yararlanmak için 2018 yılı Nisan ayı ile 2019 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde İnterneti kullanan bireylerin 16-74 yaş grubu bireyler içerisindeki oranı %51,2 oldu. Bu oran önceki yılın aynı döneminde %45,6 idi. Kullanım amaçları arasında kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinme %45,8 ile ilk sırayı aldı. İnternet üzerinden alışveriş yapma oranı %34,1 oldu. İnternet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi veren ya da satın alan 16-74 yaş grubundaki bireylerin oranı, 2018 yılı Nisan ayı ile 2019 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde %34,1 oldu. Önceki yılın aynı döneminde bu oran %29,3 olarak gözlemlendi. Cinsiyete göre İnternet üzerinden alışveriş yapma oranı erkeklerde %38,3 olarak gerçekleşirken kadınlarda %29,9 oldu. Bu oranlar bir önceki yılın aynı döneminde sırası ile %33,6 ve %25 olarak gözlemlendi. İnternette en çok %67,2 ile giyim ve spor malzemesi satın alındı. İnternet üzerinden alışveriş yapan bireylerin %67,2'si giyim ve spor malzemesi satın aldı. Bunu %31,7 ile seyahat ile ilgili diğer faaliyetler (seyahat bileti, araç kiralama vb.), %27,4 ile gıda maddeleri veya günlük gereksinimler, %26,9 ile ev eşyası (tüketici elektroniği hariç), %20,3 ile elektronik araçlar ve %20,2 ile kitap, dergi, gazete (e-kitap dahil) takip etti. İnternet üzerinden en çok satın alınan ürün grupları erkeklerde giyim ve spor malzemeleri (%57,2), seyahat ile ilgili diğer faaliyetler (%37,7) ve elektronik araçlar (%30,2) iken, kadınlarda giyim ve spor malzemeleri (%79,6), gıda maddeleri ile günlük gereksinimler (%29,5) ve seyahat ile ilgili diğer faaliyetler (%24,2) oldu"(TÜİK,2021).

3.7. Sosyal Medya ve Türk Müziği

"Facebook, Twitter, Youtube, Instagram gibi sosyal ağlarda dinleyiciler müzik dinleyebilme ve yeni müzikler keşfedebilme şansı yakalarken, müzisyenler ve müzik yapımcıları da değişen sektör şartlarına ayak uydurarak sosyal medya hesapları yöneterek işlerinin tanıtım ve dağıtım çalışmalarını sürdürmeye başlamıştır. Youtube, Itunes ve Spotify gibi şirketler de müzik sektörüne gelen dijitalleşme alternatifini ile uyguladıkları politikalarla sektörün artık dijital ortamlara geri dönülmez şekilde girdiğinin ve üretim ile tüketim ilişkisinin hızlı ve alternatif bir yolda göstergesi olmuşlardır" (Çelik, 2018:83).

Günümüzde sosyal medya, televizyon kanalları gibi müziği bir reklam aracı olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya müzikal ürünün tanıtım mecrasıdır. Sosyal medyada tanıtılan ürün toplumun zihninde merak uyandırılarak youtube kanallarında paylaşımına sunulur. Bu merak Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter gibi

uygulamalarda yüksel takipçi sayısı olan kişilerin kısa tanıtımlarıyla uyandırılır. Bu tanıtım kesinlikle ürün tanıtımı olarak değil, ürün kullanımı olarak yapılır. İnsanlardaki bu merak paylaşılan ürünün niteliğine bakmaksızın youtubeda veya diğer müzik kanallarında tıklanmasına sebep olur ve sahiplerine büyük paralar kazandırır.

4. Bulgular ve Yorum

Ülkemize 19. Yüzyılda getirilen fonograf Türk Müsîkisinin gelecek nesillere aktarımı açısından önemli bir teknolojidir. Dönemde yapılan kayıtlar, özellikle Tanburî Cemil Bey, Münir Nurettin Selçuk gibi sanatçılarımızın icraları, bize klasik müsîkimiz ile ilgili üslup tavrı konularında “dinleyerek öğrenme” yani bir bakıma “meşk etme” fırsatı vermektedir. Ayrıca halk müziğinin derlenmesi ve notaya alınmasında kullanılan fonograf, Türk müzik kültürümüz için önemli bir teknolojidir.

Fonograf ve taş plak ile ülkemizde müzik endüstrisinin temelleri de atılmıştır. Bu endüstri zamanla kitlenin hizmetine giren bir müzik anlayışını da beraberinde getirmiştir. 70’lerin ortalarında Almanya’dan gurbetçilerimiz tarafından getirilen kasetçalarlar ile taş plakla beraber yeni bir kayıt teknolojisi kullanıma girmeye başlamıştır. Bu yeni teknoloji, kaydedileni değiştirme ya da üzerine yazma gibi imkanlar sunan, daha küçük, dayanıklı ve kullanışlı olan kasettir. Kasetten sonra gelen cd artık dijitalleşmenin temellerini atmış ve son olarak internet ve internet temelli müzik kanalları ve internet sayfalarıyla ses kayıt teknolojisi bugünkü halini almıştır.

5. Sonuçlar

Müziğin bir endüstri haline gelmesi üzerine kitle tercihlerinin belirleyiciliği de artmıştır. Bunun bir sonucu olarak müzik artık kitle toplumunun yönlendirilmesi ve kontrolüne girmiştir.

Bu durum halk müziğinde olduğu gibi doğal ve gerçek etkilenimlerin bir sonucu olmaktan ziyade, belli kitle iletişim araçlarının yönlendirmesiyle gerçekleşmiştir. Bu kitle iletişim araçları, görsel ve işitsel algılamaya dayalı sinema, televizyon ve internettir.

Sinema ve müzik piyasası artık uzun bir dönemi kapsayacak ve büyük bir ticareti sağlayacak olan arabesk etkisi altına girmiştir. Arabesk müzik üreticileri ve icracıları bugünün video kliplerine benzer fakat bir film metrajındaki, arabesk motiflere sahip filmlerle gişe ve satış rekorları kırmıştır. Arabesk kültür ve arabesk müzik günümüze kadar varlığını sürdürmüş ve hâlâ sürdürmeye devam etmektedir.

2000-2010 yılları arasında internetin yaygınlaşması ve içerik üretiminin artık tüketiciye geçmesi sonucu temelleri doksanlı yıllarda atılan video klipli müzik endüstrisi televizyondan ziyade internete odaklanmıştır.

Artık internet sayesinde bütün dünya müziklerine ulaşmak çok daha kolay haldedir ve toplum istediği müziği dinlemekte özgürdür. Fakat sinema ve televizyonda olduğu gibi internette de özgür tercihlerin yönlendirilmesi söz konusudur.

Video kliplerin içerikleri ve yapılan müziklerin sözleri genel itibarıyla cinsellik, çıplaklık, eşcinsellik, uyuşturucu ve alkol kullanımı gibi toplum yaşantısına kötü etki edebilecek öğelerdir. Bu içeriklerin yaş sınırı olmaksızın ulaşılabilirliği yeni neslin eğitime ve ahlak yapısına kötü etkiler oluşturabilmektedir.

Toplumun hafızasında bulunan şarkı veya türkülerin “cover” adı altında altyapı ve ritmik öğelerle modifiye edilerek gelecek nesillere bu şekilde iletilmesi itibarıyla popülerlik kazandırmak uğruna orijinal yapısının bozulduğu görülmektedir.

Orijinal kayıtların üzerine ritmik ve elektronik unsurların eklenmesiyle yapılan “mix” adı verilen müziklerin ise icracıya, icraya, kültüre büyük bir saldırı niteliği taşıdığı düşünülmektedir.

Dönem şartları ve küresel toplumun belirlediği müzikal unsurların en tehlikeli yönünün kolay ulaşılabilir ve bedava oluşudur.

6. Öneriler

İnternet ve sosyal paylaşım siteleri ders ve eğitim amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle youtube üzerinden yapılan enstrüman eğitimlerinde usta çırak ilişkisi olmadan yetişen müzisyenler incelenebilir.

Sosyal paylaşım sitelerine yaş sınırı getirilerek belli yaş altında olan çocukların şiddet korku argo cinsellik gibi konulardan uzak kalması sağlanabilir.

Türk halk müziği ve sanat müziği eserlerinin birer tarihi eser gibi korunması amacıyla, kötü icraların toplum zihnine iyiymiş gibi yerleşmesini engellemek ve kültürel öğelerimizi doğru şekilde aktarmak için doğru icraları belirleyecek bir heyet belirlenip paylaşımlar kontrol altına alınabilir.

Popüler olandan spesifik olana doğru, aynı küresel toplum veya popüler kültür öğelerinde olduğu gibi, belli reklam ve yönlendirmelerle kendi öz benliğimize ve kültürümüze ait eserlerin tanıtım, öğrenim ve yayılımı sağlanabilir.

Televizyon ve sinema unsurlarının da müzik tercihlerinde etkinliği arabesk örneğiyle sabittir. Televizyon dizilerinde veya sinema filmlerinde sahne ile birleştirilerek verilen müzikler hızlı bir şekilde popülerlik kazanmaktadır. Bu sebeple televizyon ve sinema da bu anlamda kullanılabilir.

7. Kaynakça

- AKKAŞ, S. (2015). Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi Kültür ve Müzik Politikaları (1923-2000). Ankara: Sonçağ Yayıncılık.
- BEHAR, C. (2016). Aşk Olmayınca Meşk Olmaz Geleneksel Osmanlı\Türk Müziğinde Öğretim ve İntikal. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ÇELİK, Y.G.(2018). You Tube Sosyal Paylaşım Ağının Popüler Müzik Üzerine Etkisi: 2010 Yılı Sonrası Dönemde Türkiye Örneklerinin İncelenmesi, Yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez no. 503596)
- DİKMEN, E. Ş. (2017). "Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Dönüşümü: Sosyal TV Yayıncılığı." Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, C.5, S.1, 426-428.
- DOĞAN, E. (2009). Sinema Filmlerinde İzleyicinin Etkilenmesinde Önemli Rol Oynayan Öğelerden Biri Olarak Film Müziği, Yüksek lisans tezi, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez no. 262476)
- DÖKMEN, Ü. (2005). İletişim Çatışmaları ve Empati. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- İMİK, Ü. (2016). Müzik ve Medya. Ankara: Gece Kitaplığı.
- İMİK, Ü. ve HAŞHAŞ, S. (2016). Türkiye'de Müzisyen Olmak. Ankara: Gece Kitaplığı.
- KARABEY, M. (1999). Müzik Piyasamızın Yüz Yılı. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- KINIK, M. (2009). "Türk Halk Çalgılarının Birey Olarak Öne Çıkarılması, Kendi İçerisindeki Orkestral Yapılanmasındaki Mevcut Durumu ve Geleceği", Halk Müziğinde Çalgılar Uluslar Arası Sempozyumu (Hzl.:A. Koçak), 363-376, İstanbul Motif Vakfı Yayınları.
- OK, A. (1995). Türk Sinemasında Film Müzikleri. İstanbul: Arion Yayınevi.
- ÖZTUNA, Y. (2006). Türk Musikisi Ansiklopedik Sözlüğü. Ankara: Orient Yayınları.
- PELİKOĞLU, M.C. (2012). Geleneksel Türk Halk Müziği Eserlerinin Makamsal Açından Adlandırılması. Erzurum: Mega Ofset Matbacılık.
- TURHAN, S. (2000). Türk Halk Müziğinde Çeşitli Görüşler. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- UÇAN, A.(1996). İnsan ve Müzik İnsan ve Sanat Eğitimi. (2. Baskı), Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.
- USLU, M. vd. (2019). İnsan ve Medeniyet Araştırmaları 2019, Ankara: Çizgi Kitap Evi.
- YAYLAGÜL, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.
- *URL-1: "Türkiye'de Sinema". <https://sinema.ktb.gov.tr/TR-144750/turkiye39de-sinema.html>
(Erişim: 01.06.2021)
- *URL-2: "Türkiye'de ilk televizyon yayını". <https://www.trthaber.com/haber/yasam/turkiyede-televizyon-yayinciligi-66-yil-once-itu-tv-ile-basladi-374024.html>
(Erişim adresi: 01.06.2021)

*URL-3: TÜİK. (t.y.). Türkiye’de internet kullanım oranları. Erişim adresi:

[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastırması-2019-30574#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=%C4%B0internet%20kullan%C4%B1m%C4%B1%202019%20y%C4%B1%C4%B1nda%2016,kad%C4%B1nlarda%20%68%2C9%20oldu.](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastırması-2019-30574#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=%C4%B0internet%20kullan%C4%B1m%C4%B1%202019%20y%C4%B1%C4%B1nda%2016,kad%C4%B1nlarda%20%68%2C9%20oldu.)

*URL-4: VİKİPEDİ. (t.y.). Compact Disk. Erişim Adresi:

<https://tr.wikipedia.org/wiki/CD-ROM>