Ege Üniversitesi
Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı

Sayın, Yrd. Doç. Dr. Emine Filiz Dürük

Ege Üniversitesi Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı 30. yıl etkinlikleri kapsamında düzenlenmiş olan II. İzmir Ulusal Müzik Sempozyumu'nda sunmuş olduğunuz bildiri için teşekkür eder, başarılarınızın devamını dileriz.

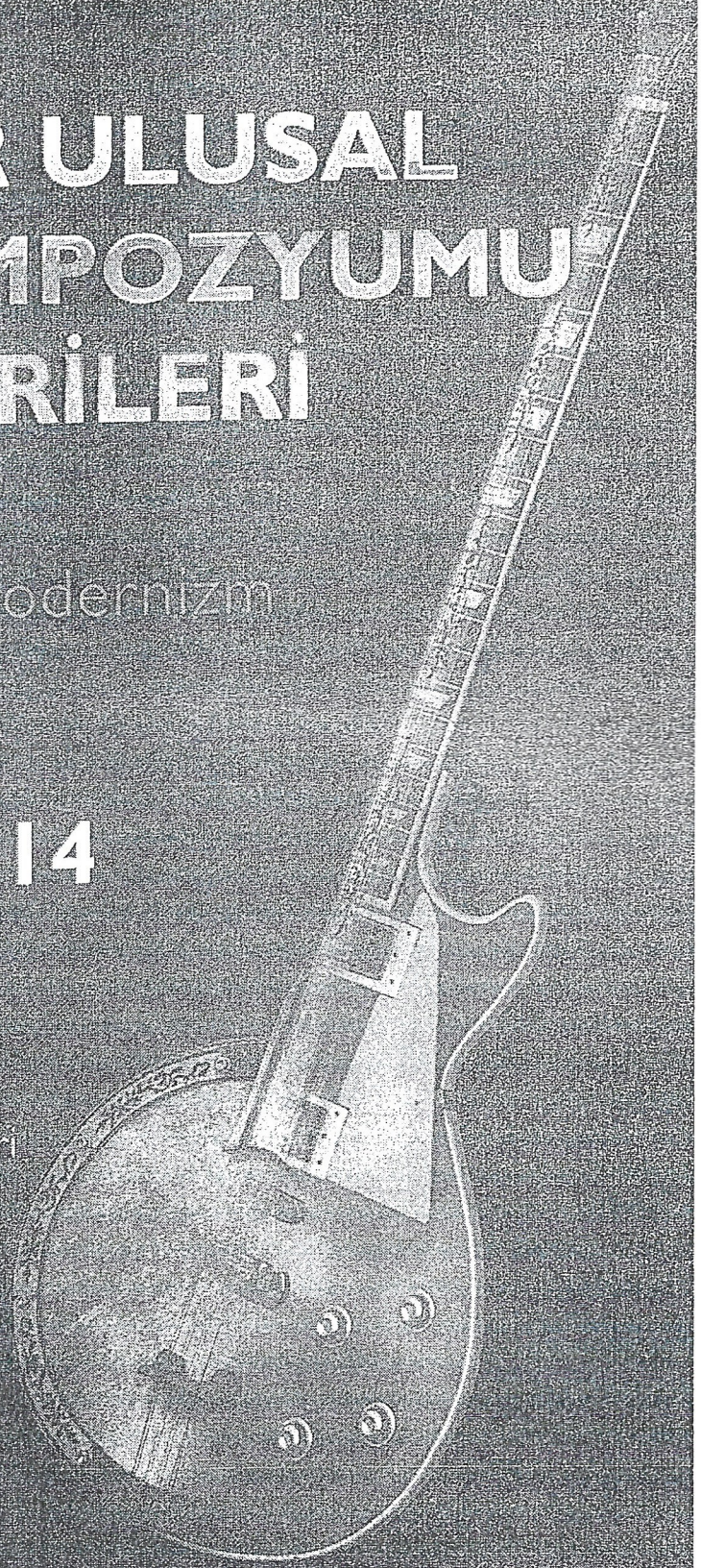
Prof. Dr. M. Öcal ÖZBİLGİN
Müdür

Prof. Berrak TARANÇ
Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı

II. İZMİR ULUSAL MÜZİK SEMPOZYUMU BİLDİRİLERİ

Müzikte Gelenek, Modernizm ve Postmodernizm



17-18 Kasım 2014

- Günümüzde Gelenek
- Üretim - Aktarım - Tüketim İlişkileri
- Kültürel Kimlik
- Toplumsal Bellek
- Toplumsal Yapı, Rol, Statü
- Toplumsal Cinsiyet
- Küreselleşme
- Çokkültürlülük

II. İZMİR ULUSAL MÜZİK SEMPOZYUMU BİLDİRİLERİ

17-18 KASIM 2014

Editörler
Doç. Dr. İlhan ERSOY
Yrd. Doç. Dr. A. Maruf ALASKAN
Yrd. Doç. Dr. Esin de THORPE MILLARD

Redaksiyon
Öğr. Gör. Atabey AYDIN

Kapak Tasarımı
Buket ŞENÇİTAK

Dizgi
Öğr. Gör. Atabey AYDIN
İsmail BUHUR

İZMİR 2015

ALBÜM YAPIMINDA POSTPRODÜKSİYON ANLAYIŞ

POSTPRODUCTION CONCEPTION ON RECORD MASTERING

Emine Filiz DÜRÜK*

ÖZET

Modernizmin seçkinciliğini reddeden postmodernizm, 'tüketim toplumu' ve 'kitle kültürü' kavramlarını gündeme getirerek popüler kültüre yakın bir duruş sergilemiştir. Sanat yapıtı ile zaman ilişkisinin yitirildiği ve anlık etki arayışının belirginleştiği postmodernist sanatta, 'yeniden üretim' (*reproduction*) yaygınlaşmıştır. Bu dönemde sanat üretimi, orijinallik kaygısı gütmeden, daha önce varolan çalışmaların yeniden yorumlanması ve alıntılanmasından beslenir. Bu doğrultuda, yaygın olarak sinema-televizyon sektörüne ilişkin kullanılan ve görsel imaj veya ses kayıtlarına uygulanan bir dizi teknik işlemi içeren bir terim olan postprodüksiyon, teknolojik gelişmelerle şekillenen postmodern bir sanat anlayışını tanımlamak için de kullanılmaktadır. Günümüzde Türkiye'de üretilen albümlerin oluşturulmasında, sanatçının katkısının yanı sıra yapımcıların, aranjörlerin ve süpervizörlerin belirleyici bir role sahip olduğu göze çarpmaktadır. Bu çalışma, hem bir teknik hem de bir anlayış olarak postprodüksiyon kavramının, albüm yapımında kullanımı üzerinden Türkiye'deki sanat eğilimlerini anlamayı amaçlar. Birbiriyle ilintisiz görünen öğelerin montajlama ve mixleme gibi yöntemlerle bir araya getirildiği albümlerin postmodern sanat estetiğini yansıtıp yansıtmadığı sorgulanır.

Anahtar Kelimeler: Postmodernizm, Postprodüksiyon sanat, Yeniden Üretim.

ABSTRACT

Postmodernism that refuses the elitism of modernism takes a close stance towards popular culture by bringing up the concepts of 'consumption society' and 'mass culture'.'Reproduction' have became widespread in postmodern art that has thecharacteristics oflosing out the connection of time and artwork, and bringing out these arches for immediate impression. In this time period, art production had been nourished by reinterpreting the pre-existing Works and quoting from them, without concerning originality. In this direction, the term postproduction which includes a series of technical processing applied to visual imageries or sound records commonly in cinema-television sector, is also used to define a postmodern art conception taking on a shape by technological progress. It is conspicuous that, today besides artist, editör, sound engineer and technical advisor have a prominent contribution in record production in Turkey. This work aims to comprehend the art trends in Turkey by means of the usage of the postproduction concept in records, both as a technique and a conception. It is searched in the work that if records, which their components look like irrelevant to each other but are combined with the techniques as montaj and mixing, reflect aesthetics of postmodern art, or not.

Key Words: Postmodernism, Postproduction art, Reproduction.

Giriş

1960'lı yıllarda mimari, sanat ve edebiyatta modernizme karşı ortaya çıkan postmodernizm hareketinin birbirinden farklı birçok tanımı bulunur. Bu tanımlar postmodernizmin tarihsel bir dönem mi bir üslup mu olduğu, modernizmden bir kopuş olarak mı yoksa modernizm içinde kendi eleştirisinden beslenen yeni bir hareket olarak mı değerlendirileceği, yalnızca sanatsal bir eğilim mi toplumsal bir olgu mu olduğu konuları etrafında şekillenir. Ortak düşünce, postmodernizmin modernizmin eleştirisi üzerine şekillendiği ve hatta ona meydan okuduğudur. Dolayısıyla, postmodernizmi açıklamak modernizmle karşılaştırmayı gerekli kılar.

Modernizmin temel hareket noktasını oluşturan ilerleme (*progress*) ideolojisi çerçevesinde geleceğin bilgiye dayandırılarak tasarımlanması ütopyası, zamanla kapitalist sistemin geçirdiği dönüşümlerin etkisi ve resmi sistem ideolojisiyle eklemlenmesi sonucunda geçerliğini kaybetmeye başlamıştır. Modernizmin üretim kökenli kuramları postmodern olarak adlandırılan yeni hareket içinde, yerini tüketimin toplumsal belirleyiciliğine bırakmıştır. Tüketim olgusunun yarattığı kitle üretimi içinde artık biricik (*unique*) üretimler yerine çoğul üretimler ve yeniden üretim (*reproduction*) gündeme gelir (Kahraman, 2002: 88). Kitle iletişim araçları ve medya postmodernist hareketin oluşmasında ve yayılmasında önemli bir rol oynar. Sonuç olarak, postmodernist hareketin 'gelip geçicilik' durumuna veya imajın önemli pozisyonuna gönderme yapan"gösteri toplumu" (Debord, 1967) veya "kullan at" toplumu (Toffler, 1970) gibi kavramlar üretilir.

* Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Müzik Bölümü, filiz.duruk@deu.edu.tr

Bu doğrultuda, postmodernist sanat anlayışı da kitle beğenisine göre şekillenir. Sanatsal nesneler izleyiciye duyumsal ya da duygusal haz sağladığı ölçüde değerlidir. Postmodernist sanat anlayışı, 'yüksek kültür' ve 'alçak kültür' ayrımı güden modernist sanat anlayışının seçkinciliğini reddeder. Modernistler için sanat yapıtı özgün olmalı, belirli bir misyon taşımalı ve geçmişe başvurmamalıdır. Buna karşılık postmodern sanat anlayışı estetik ölçütlerini popülizm ve eklektizm üzerine kurar. Postmodernistler için sanat yapıtı herhangi bir misyon yüklenmek zorunda değildir, geçmişten beslenebilir ve taklite (*kitsch*) açıktır (Şaylan, 2009: 119-126). Featherstone, sanatlar bağlamında postmodernizmle ilintilendirilen merkezi özellikleri şöyle betimler:

Sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırların silinişi; yüksek ve kitle kültürü/popüler kültür arasındaki hiyerarşik ayrımın çöküşü; eklektisizmi ve kodların harmanlanmasını destekleyen bir üslup melezliği; parodi, pastiş, ironi, oyunculuk ve kültürün yüzeysel 'derinliksizliği'nin selamlanışı; sanat üreticisinin özgünlüğünün/dehasının gözden düşüşü; ve sanatın ancak yinelenmeden ibaret olabileceği varsayımı (1996: 28).

Harvey, televizyon kullanımının yaygınlaşmasının postmodernist hareketin yayılmasında önemli bir role sahip olduğunun altını çizer ve postmodern durumda sanatsal pratiğin boyutlarını "köklerden ziyade yüzeylere, derinlikli çalışmadan ziyade kolaja, işlenmiş yüzeylerden ziyade üst üste getirilmiş alıntı imgelere, ayakları üzerinde sağlam biçimde duran kültürel nesneden ziyade çökmüş bir zaman ve mekan duygusuna bir bağlılık" olarak tanımlar (1990: 79). Günümüzde kitle tüketimine göre şekillenen kültürel üretim içinde 'pop art', gelip geçici moda, medya imgeleri, gösteri, 'happening' gibi oluşumlar yaygınlaşır. Popüler kültür ve üretim teknolojileri kültürel üretimi şekillendirmede başat rol oynar.

Günümüz teknolojisinde yeniden işlemden geçirmeyle bağlantılı bir üretim şekli olan 'postprodüksiyon', 1990'lı yıllarla beraber sanat üretiminin de bir parçası haline gelmiştir (Bourriaud, 2004: 12). Sanat ürünleri daha önceden varolan çalışmalardan yola çıkarak yaratılmaya, üretim ve tüketim, yaratı ve kopya, hazır-nesne ve orijinal iş arasındaki geleneksel ayrımın kökü kazınmaya başlamıştır (Bourriaud, 2004: 22). Bourriaud, "postprodüksiyon sanat" olarak adlandırdığı bu eğilimi, bilgi çağında küresel kültürün kaousuna bir tepki olarak değerlendirir. Bourriaud, sanatta "Nasıl yeni olan bir şey ortaya çıkarabiliriz?" sorusunun artık "Elimizdekilerle nasıl bir şey yapabiliriz" sorusuna dönüştüğünü vurgular. Sanatçılar bugün formları yaratmaktan çok onları programlamaktadır (Bourriaud, 2004: 28). *Postproduction, Culture as Screenplay: HowArt Reprograms The World* adlı çalışmasında Bourriaud, sanatta postprodüksiyon anlayışı sıklıkla bir DJ'in müzik yaratma aşamalarına benzeterek örneklendirir.

Türkiye'de 1990'larla beraber kitle iletişim teknolojilerinin ve medyanın yönlendirdiği kültür endüstrisinin popülist politikalar benimseyerek birdenbire büyümesi, televizyon yayıncılığının yeni kanalların açılmasıyla özgürleşmesi, burjuvazinin devletten bağımsız bir kültür anlayışı geliştirmesi gibi başlıca etkenler postmodern akımlarla hızlıca temasa geçilmesine yol açar. Bu süreç popüler müzikte oldukça hızlı seyreder. Günümüzde pop, rap, rock, arabesk, Türk sanat müziği gibifarklı müzik türlerinden starların birbirleriyle yaptıkları düetler; eski hit şarkılardan oluşan cover ve remix şarkı ve albümler; albümlerin yerini alan single'lar; 'evrim' geçiren hatta 'yapıbozumu'na uğrayan star imajları; farklı türden birçok sanatçının 'seferberlik' halinde bir araya getirildiği saygı albümleri (*tribute album*); önceleri yoğun bir hüzünle dile getirilen aşk acısının tiye alındığı şarkı sözleri; imajların ilintisiz şekilde montajlanmasıyla anlık etki yaratan video klipler ve daha birçok örnek postmodern görüntü çizer.Piyasaya "proje" adı altında sürülen albümlerin her biri bir öncekinden daha fazla ilgi çekme iddiasıyla meta anlayışını yansıtır. Kitle beğenisine göre oluşturulan proje albümlerde herhangi bir misyon taşıma kaygısı güdülmez, satış garantisi vaat eden hit şarkılar yeniden üretilir. Albüm yapımında artık yapımcıların, ses mühendislerinin, aranjörlerin, süpervizörlerin ve hatta sponsorların rolü sanatçılara göre daha belirleyici konumdadır.

Bu çalışmanın amacı, birbiriyle ilintisiz görünen öğelerin postprodüksiyon anlayış içinde bir araya getirildiği albüm ve şarkıların postmodern sanat estetiğini yansıtıp yansıtmadığını sorgulamaktır. Çalışmada ünlü pop şarkıcısı Nilüfer'in hit olmuş şarkılarını rock şarkıcı ve gruplarla beraber düet yaparak yeniden yorumladığı "12 Düet" (DMC-2011) ve onun devamı niteliğindeki "13 Düet" (DMC- 2013) albümleri etnografik yöntemle incelenecektir. Bu albümlerin seçilmesinde göz önüne alınan başlıca özellikler şöyledir: Albümlerin postprodüksiyon anlayışla yapılan diğer çalışmalara öncü olması, saygı albümü niteliği taşıması, cover şarkılardan oluşması, tüm cover şarkıların düet olması,her iki albümün aynı anda pop ve rock dinleyicilerine hitap etmesi ve 70'li yıllardan günümüze kadar gelen geniş bir dinleyici kitlesini hedeflemesi,"12 Düet" albümünün 2011 yılında düzenlenen 18. Kral Müzik Ödülleri'nde "en iyi proje" ödülünü almış olması, yine bu albümde Nilüfer ve Şebnem Ferah'ın "Erkekler Ağlamaz" adlı şarkıya yaptığı düetin aynı organizasyonda "en iyi düet" ödülünü almış olması,"12 Düet" albümününyüz bin barajını geçerek yılın ilkaltın plağını almaya hak kazanması, "13 Düet" albümü'nün 2013 Kral Türkiye Müzik Ödülleri'nde "en iyi proje" adayı olması, aynı yıl Nilüfer ve Emre Aydın'ın "Son Perde" adlı şarkının "en iyi düet" adayı gösterilmesi, süpervizörleri Ozan Çolakoğlu ("12 Düet") ve Alper Erinç'in ("13 Düet") piyasaya yön veren besteci-aranjörler olması. Çalışmadaalbüm yapımında 'postprodüksiyon anlayış', bir teknik olarak postprodüksiyonun sağladığı olanaklar ile

Bourriaud'un, sanatçıların kopyalanabilir işler üretmesi düşüncesine dayandırdığı ve "postprodüksiyon sanat" olarak adlandırdığıestetik boyutun kesişmesi çerçevesinde kullanılır. Dolayısıyla, postprodüksiyon anlayış bir albümün konseptinin hazırlanmasından, kaydedilmesi ve ürün olarak pazara sunulmasına kadar tüm aşamalarını kapsar.Çalışmada, postmodern müzik incelemesinde estetik form ve kültürel kapital boyutlarının birbirinden bağımsız olmadığı ve birbiriyle ilişki içinde incelenmesi gerektiği yaklaşım benimsenmiştir (Goodwin, 1991: 176-177; McRobbie, 1999: 266). Bu doğrultuda çalışma, bir akım halinde kendi albümlerini çıkaran aranjörlerin piyasayı yönlendirmedeki etkin ve belirleyici konumuna ve müzisyen stratejilerine vurgu yapan verilerle desteklenmiştir.

Sanatta Postprodüksiyon Anlayış

Yayıncılık prosüdüründe her yapım postprodüksiyon (yapım sonrası) aşamasından geçer. Postprodüksiyon, yaygın olarak sinema-televizyon sektöründe asıl çekimden sonra kurgu (*editing*), renk düzeltme (*color correction*) ve müzik ve ses ekleme aşamalarını içeren teknik bir terim olarak kullanılır. Müzikte postprodüksiyon, miksleme (*mixing*) olarak adlandırılan, birden çok çekimin en iyi bölümlerinin tek bir çekimde derlenmesi, zamanlama ve perde ayarları, efekt ekleme gibi teknik uygulamaları içerir (http://en.wikipedia.org/wiki/Post-production, 27.05.2014, 15.54). Geleneksel kayıt sürecinin yapım öncesi (*preproduction*), yapım (*production*) ve yapım sonrası (*postproduction*) olmak üzere üç temel aşaması vardır. Genel olarak yapım öncesi, şarkının bestelenmesi ve sözlerinin yazılması, kayıt stüdyosunu seçme, kayıt projesi için gerekli personel ve donanımı belirleme, kayıt edilecek şarkılarının demolarının yapılmasını içerir. Yapım aşaması, müzisyenlerin, üreticilerin ve kayıt mühendislerinin işine odaklıdır. Bu aşamada ürün, şarkıların stüdyoda kaydedilmesi ve mikslenmesi ile ortaya çıkar. Postprodüksiyon (yapım sonrası) aşaması ise, stüdyoda kayıtları birleştirme evresi (*mix session*) ile başlar ve ticari bir ürün olarak yayına hazır hale getirilip dinleyiciye tanıtılmasına kadar olan tüm süreci kapsar. Bu aşamada ilk olarak kayıtların dengelenmesi sağlanır: Belirli bölümlerin vurgulanması, farklı kayıtlardan bölümlerin birleştirilmesi, tempo ve ses perdelerinin eşlemesinin (*synchronizing*) ve diğer gerekli teknik ayarlamaların yapılması gibi. Son olarak ambalajlama, dizayn, tanıtım konserleri düzenlenme gibi konuları içeren ürünün promosyonu postprodüksiyon aşaması için büyük önem taşır. Bu noktada yapım şirketi, satış yönetim acenteleri, süpervizörler ve sponsorlar devreye girer (Krieger, 2009: 94-96).

NicolasBourriaud,postprodüksiyon kavramını özellikle 1990'lardan itibaren sanat işlerinin daha önce var olan çalışmalardan yola çıkılarak yaratılması doğrultusunda gelişen bir sanatsal üretim modeli çerçevesinde kullanır. Bourriaud, teknolojik olanakların etkisiyle üretim ve tüketim, yaratı ve kopya, hazır-nesne ve orjinal iş arasındaki geleneksel ayrımın kaybolduğu sanat anlayışını "postprodüksiyon sanat" olarak tanımlar (Bourriaud, 2004: 22). Bourriaud, *Postproduction, Culture as Screenplay: HowArt Reprograms The World (2004)*adlı çalışmasındapostprodüksiyon'un tipolojisinin ana hatlarını çizmek üzere çeşitli ana başlıklar altında sanat ürünlerinden örnekler verir. "Varolan işlerin yeniden programlanması" başlığında, Rirkrit Tiravanija'nın, *Untitled, One Revolution Per Minute* (İsimsiz, Her bir Dakikada bir Devrim), 1996 adlı işinde Olivier Mosset, Alan McCollum ve Ken Lum'un çalışmalarının bir araya getirilmesinden oluşan bir yerleştirme gerçekleştirmesi; "Tarihselleştirilmiş üslup ve fromlara yerleşmek" başlığında, Lucio Fontana'nın 1993'te Maurizio Cattelan Zorro'nun meşhur Z'sini yırtık tuval stiliyle yeniden ürettiği Untitled (İsimsiz) adlı çalışması; "İmgelerden yararlanmak" başlığında, 1993 yılındaki Venedik Bienali'nde, Bullock Andrei'nin, Tarkovsky'nin bilim-kurgu filmi *Solaris*'in videosundaki konuşmaların yerine kendi diyaloglarını koyması veya Douglas Gordon'un 24 Hours Psycho (24 Saatlik Sapık), 1997 adlı çalışmasında Alfred Hitchcock'un *Psycho* filminin süresini 24 saate denk gelecek şekilde yavaşlatılarak göstermesi; "Formların bir kataloğu olarak toplumu kullanma" başlığında, Matthieu Laurette'nin sanat merkezlerinin girişlerine yerleştirilmiş bağış kutularındaki yardım parası ile ekonomik formlarla oynarcasına *offshore* bir banka kurması (Laurette Bank Unlimited, 1999); "Moda ve medyaya yatırım yapmak" başlığında, Sylvie Fleury'nin çalışmalarında hangi rekleri kullanacağından emin olmadığında Chanel'in yeni reklerini kullandığını beyan etmesi gibi (Bourriaud, 2004: 23-27). Bourriaud, tüm bu örneklerin sanat işini orjinal bir form olarak değerlendirmek yerine onu "göstergeler ve anlamlardan oluşan bir ağ içine yerleştirmeye ilişkin bir hevesi" gösterdiğine dikkat çeker (Bourriaud, 2004: 28).

Sanatçılar bugün formları yaratmaktan çok onları programlıyorlar: İşlenmemiş bir materyali (boş bir tuval, çamur vb.) mükemmel bir şekle dönüştürmek yerine, halihazırdaki formları remixliyorlar ve verilerden faydalanıyorlar. Sanatçı, satışa çıkmış ürünlerin, daha önce varolan formların, çoktan işaretleri verilmiş sinyallerin, çoktan yapılmış binaların, öncelleri tarafından yollarında iz bırakılmış patikaların evreninde, artık sanatsal alanı (ve buna televizyon, sinema ve edebiyat da eklenebilir), modernist orjinallik ideolojisinin yapacağı gibi, alıntılanması ya da 'aşılması' gerekli olan işleri bir araya getiren bir müze olarak değil; kullanılabilecek araçlarla dolu bilgi hazineleri, manipüle edilecek ve sergilenecek verilerden oluşan stoklar olarak görür (Bourriaud, 2004: 28-29).

Bourriaud, postprodüksiyon sanatı sıklıkla DJ'lerin çalışma şekliyle ilişki kurarak betimler. 1980'lerle birlikte bilgisayarlardaki teknolojik gelişmeler ve *sampling*'in ortaya çıkışı, yeni bir kültürel oluşumun, "DJ kültürü"nün

önünü açmaktadır. Bu kültürde remix yapan müzik aleti çalandan daha önemli konumdadır (Bourriaud, 2004:57). Bu bağlamda DJ'in programı Duchamp'ın "hazır-yapım" olarak tanımladığı nesnelerin sergisine benzer. DJ, farklı müzik türlerinden farklı öğeleri çeşitli teknikler kullanarak kendi stilini gösterecek şekilde birbirine bağlar (Bourriaud, 2004: 62-63).

DJ'lerin yaptığı iş, onları aynı anda hem ürün, hem araç hem de malzeme olarak temsil ederek, çalışmaların birbirlerine akması yoluyla bağlantı sistemlerinin tasavvur edilmesini içerir. Üretici yalnızca daha sonraki üretici için bir ileticidir ve günümüzde her bir sanatçı artık her zaman birbiriyle mükemmel bir biçimde uyuşan yan yana eklenmiş formlardan oluşan bir ağ şebekesine ulaşmıştır. Bir ürün, çalışmanın gerçekleştirilmesi işlevini görebilir; aynı çalışma bir kez daha bir nesne haline gelebilir; Onun vasıtasıyla formların yapıldığı kullanımın belirlediği bir devir gerçekleşir (Bourriaud, 2004: 65).

Bourriaud'un "postprodüksiyon sanat" kavramının postmodern sanat anlayışının uzantısı olduğu açıktır. Sanatın orjinal yerine kopya üzerine oturtulduğu yaklaşım, modernizmin eleştirisi olarak doğan postmodernizm içinde doğmuştur. 1960'larda ortaya çıkan pop sanat (*pop art*) postmodern sanat anlayışını en iyi yansıtan akım olarak görülür. Pop sanat, yaratıcılığın özgünlüğüne, sanatın mesaj iletme kaygısına ve seçkinciliğine karşıdır. Buna karşın, günlük yaşamdan beslenir, geçmişe başvurmaktan çekinmez, onu yeniden üretir. Pop sanatı popüler kültürün, kitle kültürünün ve gelip geçici modanın yeşerdiği ortam çevreler. Kapitalist tüketimciliğin etkin olduğu bu dönemden itibaren, üretim ile tüketim arasındaki sınırlar erimeye başlamıştır. Postmodern sanatın gündelik olanla iç içeliği onu tüketim kültürünün ve geçici olanın bir uzantısı haline getirir (Kahraman, 2002: 21). Kahraman'a göre, modernizmin mekana yüklediği tüm kavram ve olgular postmodern dönemde medyaya yüklenmiştir. Postmodern dönemin kültürü tümüyle tüketime dayalı kitle kültürü mantığı üstüne oturmaktadır (Kahraman, 2002: 188-190). Bu noktada kitle iletişim endüstrisi ve özellikle televizyon önemli rol oynar.

Türkiye'de özel televizyon kanallarının açılmaya başladığı 1990'lı yıllarda devlete ait televizyon yayıncılığının ve resmi söylevin tekeli kırılmaya başlamıştır. Televizyon yayıncılığının popülist yaklaşımlar izlemesi popüler kültürün denetimsizce gelişmesine yol açar. Bu dönemde burjuvazi belirli bir özerklik içinde kültür anlayışı geliştirmeye başlar ve güçlenir. 1990'lı yıllarda popüler müzikteki gelişmeler de pop müzik "patlaması" ve yaygınlaşan arabesk müzik etrafında betimlenir. Bu yıllarda, yalnızca müzik yayını yapan kanalların ortaya çıkması, teknolojik gelişmelerle birlikte müzik sektöründe yerli ve yabancı firmanın üretim yapması, popüler müzikte üretim çokluğuna ve üretime kolay erişilebilirliğe yol açar. Teknolojik gelişmeler az parayla albüm yapma yolunu açar, dolayısıyla ürünler standartlaşmaya başlar. Bu rekabet ortamında albümlerin ve sanatçıların tanıtımı, albüm ve sanatçıların kendisinden daha önemli hale gelir. Popüler müzik, genel olarak müzik endüstrisinin geliştirdiği pazarlama stratejileri ve medya işbirliğinde şekil alır.

Günümüz popüler müzik pazarında sanatçıların çalışmaları "proje" adı altında sunulur hale gelmiştir. Bu projelerin mimarları ise yapımcılar, ses mühendisleri, aranjörler, süpervizörler, sponsorlar ve imaj kuruculardır. Müzik piyasasının gidişatını belirleyen bu mimarlar daha önce adı yan yana gelmeyecek sanatçıları çeşitli projeler kapsamında aynı konser sahnesinde ve albümlerde kolayca bir araya getirebilmektedir. Dolayısıyla, postprodüksiyon anlayışın hakim olduğu çalışmalarda sanatçının belirleyiciliği etkisini yitirmiştir. Bugün bestecilik ve DJ'lik yönlerini ön plana çıkaran aranjörlerin birçok ünlü müzisyeni bir araya getirirerek artarda ve seri halinde piyasaya sürdükleri albümlerin başarısı değişen dengeleri somutlaştırır.

Bugün albümlerde geçmişte popülerlik kazanan malzemelerin yeniden üretiminden oluşan cover veya remix şarkı ve albümler, eski ve yeni starların veya farklı müzik türlerinden starların ortak paydada buluşturulduğu kolaj çalışmalar, feat albümler, sanatçıların yüz yüze gelmeden stüdyoda ayrı zamanlarda kaydettikleri montajlanmış düetler, tek ortak noktaları ünlü olmak olan çok sayıda sanatçının yer aldığı 2-3 CD'lik saygı albümleri (*tribute albümler*), single'lar, ara albümler ve daha birçok örnek postprodüksiyon anlayışın, dolayısıyla postmodern estetik anlayışının okunabileceği metinler olarak görülebilir. Müzik piyasasındaki bu eğilimler, ilk olarak 1995 yılında Kral TV Video Müzik Ödülleri adıyla başlayan, bugünkü haliyle Kral Türkiye Müzik Ödülleri adını almış olan organizasyona eklenen ödül kategorilerine ve bu kategorilerde ödül alan çalışmalara net olarak yansır. Örneğin, 2009 yılında "en iyi remix" kategorisi; 2010 yılında "en iyi proje", "en iyi düet", ve -bir defalığa mahsus- "en iyi aranjör" kategorisi; 2012 yılında "en iyi single" kategorisi; 2013 yılında ise "en iyi cover şarkı" kategorisi Kral Türkiye Müzik Ödülleri organizasyonunda ödül verilen kategorilere eklenmiştir. (http://www.turkiyemuzikodulleri.com/default.asp). 16. Kral Müzik Ödülleri'nde (2009) "en iyi remix" ödülünü Burak Yeter'in düzenlemesiyle Ajda Pekkan'ın "Oyalama Beni" adlı şarkısı alır. 17. Kral Müzik Ödülleri'nde (2010) "en iyi proje" ödülünü Ozan Doğulu'nun "130 Bpm" adlı albümü alır. Bu albüm, aralarında Sezen Aksu, Ajda Pekkan, Tarkan gibi isimlerin bulunduğu ünlülerin şarkılarının cover düzenlenmelerinden oluşur. Aynı yıl, "en iyi remix" şarkı Suat Ateşdağlı'nın düzenlemesiyle Ayşegül Aldinç'in "O kız" adlı şarkısı; "en iyi düet" ödülünü şarkıcılığının yanında aranjör olan Mustafa Ceceli ve Elvan Günaydın'ın "Eksik" adlı

şarkısı alır. 18. Kral Müzik Ödülleri'nde (2011) "en iyi proje" ödülünü Nilüfer'in ünlü rockçılarla düet yaptığı saygı albümü; "en iyi düet" ödülünü aynı albümde Nilüfer ile Şebnem Ferah'ın söylediği "Erkekler Ağlamaz" şarkısı; "en iyi remix" ödülünü Burak Yeter'in düzenlemesiyle Ajda Pekkan'ın "Arada Sırada" adlı şarkısı alır. 2012 Türkiye Müzik Ödülleri'nde "en iyi proje" ödülünü Orhan Gencebay'ın 33 şarkısını 33 ünlü şarkıcı ve grubun seslendirdiği "Orhan Gencebay ile bir Ömür" adlı albümü; "en iyi remix" ödülünü Erdem Kınay'ın düzenlemesiyle Murat Boz'un "Geri Dönüş Olsa" adlı şarkısı; "en iyi single" ödülünü Emre Aydın'ın "Beni Biraz Böyle Hatırla" adlı şarkısı alır. 2013 Kral Türkiye Müzik Ödülleri'nde "en iyi proje" ödülünü sözleri Aysel Gürel'e ait hitleşmiş şarkıların cover'larının yer aldığı "Ayselin" adlı albümü; "en iyi cover" ödülünü aynı albümde yer alan ve Tarkan'ın söylediği "Firuze" adlı şarkı; "en iyi remix" ödülünü Birol Giray'ın düzenlemesini yaptığı Manga'nın "Cevapsız Sorular" adlı şarkısı; "en iyi single" ödülünü Hande Yener'in "Ya ya ya" adlı şarkısı; "en iyi düet" ödülünü Rafet el Roman ile Ezo'nun söylediği "Kalbine Sürgün adlı" şarkı alır. 2009 yılından itibaren bugünkü adıyla Kral Türkiye Müzik Ödülleri organizasyonuna eklenen ödül kategorileri ve bu kategorilerde ödül alan çalışmaların, ağırlıklı olarak orijinal çalışma olmak yerine önceki çalışmaların yeniden üretiminden, hatta 'yeniden üretimin' yeniden üretiminden oluştuğu görülür. Bu çalışmada 18. Kral Müzik Ödülleri'nde "en iyi proje" ödülünü alan, Nilüfer'in ünlü rockçılarla düet yaptığı saygı albümü "12 Düet" (2011) ve onun devamı niteliğindeki, 2013 Kral Türkiye Müzik Ödülleri "en iyi proje" adayı olan "13 Düet" (2013) albümleri örneğinde albüm yapımında postprodüksiyon anlayışın izleri sürülecektir.

"12 DÜET" ve "13 DÜET" Albümleri

"12 Düet" ve "13 Düet" albüm projelerinin çıkış noktası, Nilüfer'in konuk olarak katıldığı *Beyaz Show* programında (08-01-2010) kendisine yapılan sürprize dayanır. Bu programda Gripin adlı rock grubu Nilüfer'in "Yolcu Yolunda Gerek" adlı şarkısını, Yüksek Sadakat adlı rock grubu ise Nülüfer'in "Göreceksin Kendini" adlı şarkısını söyler, onları dinlerken Nilüfer mikrofonu alıp eşlik etmeye başlar. Böylece Nilüfer, hit şarkılarını rock gruplarıyla düet yapacağı bir albüm fikrini yapım firması DMC'ye (*Doğan Music Company*) götürür ve projeye başlanır. Bu projenin ilk ürünü olan "12 Düet" albümü 8 ay gibi kısa bir sürede tamamlanır. Albümde Atilla Özdemiroğlu'nun düzenlediği "Sensiz Olmaz" adlı şarkı dışındaki tüm şarkıların düzenlemeleri albümde yer alan rock şarkıcı ve grupların kendisi tarafından yapılır. "12 Düet" albümünde Nilüfer'e Şebnem Ferah, Yüksek Sadakat, Malt, Teoman, Gece Yolcuları, Ogün Sanlısoy, Badem, Hayko Cepkin, Cingi, Rashit, TNK ve 4x4 eşlik eder."12 Düet" albümü 18. Kral Müzik Ödülleri'nde (2011) "en iyi proje" seçilir,aynı organizasyonda albümdeki Şebnem Ferah ile Nilüfer'in "Erkekler Ağlamaz" düeti "en iyi düet" ödülünü alır, albüm yüz bin satışını geçerek altın plak alır."İlk albüm çok sevildi, ilgi gördü. Bu ilgi mutluluğumuzu, motivasyonumuzu katladı. Biz de coştuk, ikincisini yapalım dedik"("13 Düet" albüm kitapçığı) diyen Nilüfer, dokuz ay içerisinde bir önceki albümün devamı niteliğinde"13 Düet" albümünü çıkarır. "13 Düet" albümünde Nilüfer'le düet yapan sanatçılara Gripin, Gece, Emre Aydın, Bulutsuzluk Özlemi, Feridun Düzağaç, Kargo, Mor ve Ötesi, Vega, Model, Manga, Zakkum, Çilekeş ve Pinhani katılır. "13 Düet" albümü de 2013 Kral Türkiye Müzik Ödülleri "en iyi proje" adayı ve albümdeki Nilüfer ve Emre Aydın'ın düet yaptığı "Son Perde" adlı şarkı "en iyi düet" adayı gösterilir. Bugün marketlerde "12 Düet" ve "13 Düet" albümleri aynı pakette tek bir ürün olarak da satışa sunulmuştur.

"12 Düet" ve "13 Düet" albümleri Nilüfer'in 1970'li yıllardan beri hitleşmiş şarkılarının yeniden yorumlanmasından oluşması yönüyle, geçmiş malzemenin yeniden üretimine dayanır. Bu albümlerde, Nilüfer'in hit şarkılarını düet yaptığı isimler arasında ağırlıklı olarak son dönem rock sanatçıları olmak üzere 1980'li yıllardan günümüze kadar farklı zamanlarda varlık göstermiş rock şarkıcı ve gruplar bulunur. Dolayısıyla her iki albüm, 1970'li ve 1980'li yıllardan günümüze kadar geniş bir zaman diliminin pop ve rock dinleyicisine birden hitap eder. "Doğrusu rock bilirim, hep dinlerim, dersem sahtekârlık olur" diyen Nilüfer, "12 Düet" albümünde söylediği düetleri rock yorumu getirmeye çalışmadan söylediğini, ancak grupların farklı yorumlarıyla bambaşka şarkılar ortaya çıktığını belirtir (Armutçu, 6 Mart 2011).

Bu projeye kadar pop müzik çizgisinin dışına çıkmayan Nilüfer, rock müzikle ilişkisini, "12 Düet" albümünün kendisine ne ifade ettiği ile ilişkilendirerek şöyle tanımlar:

> Bir kere yenilik ifade ediyor, Nilüfer rockçı mı oldu gibi şeyler söyleniyor, bence müziğin yapabileceğim, altından kalkabileceğim her rengini kullanmaya çalışıyorum. Ben bir yorumcuyum, bir şarkıcıyım, buna hakkım olduğunu düşünüyorum, hele bu kadar yıl sonra. İnandığım şeyin doğru olduğunu gördüm, o çok önemli. Genç jenarasyonu yakalamak, onlara bu şarkıları tanıtmak da öyle. Pek çoğu 70'li yıllarda söylenmiş şarkıları 13-14-15 yaşında çocuklar da sahiplendiler, sevdiler (Yücel, 2011: 38).

Nilüfer'in bu dönemde verdiği röportajlarında piyasadaki farklı eğilimlere dikkat çektiği ve kendisinin de bu doğrultuda yenilik arayışı içinde olduğu göze çarpar. "12 Düet" albümü piyasaya çıkmadan bir yıl önce Nilüfer'in *Cumhuriyet* gazetesine verdiği röportajda, Türkiye'de son yıllarda müziğin durumu için söylediği sözler yenilik arayışı içinde olduğunu yansıtır ve piyasada farklı çalışmaların ses getirdiğine vurgu yapar.

Bir çıkmazdayız diye görüyorum. Farklı türlerde müzik yapan insanlar tutuyor. Göksel örneğin, nostaljik şarkılar söylüyor. Ben Göksel'in müziğini çok beğenirim. Bazı sanatçılarımız, İzel gibi Türk müziği şarkıları yapıyor. Geçenlerde internette gördüm, Şevval Sam'ın arabesk albümü çıkmış. Sonra Işın Karaca da çok iyi, bence dünya çapında bir ses, inanılmaz bir gırtlak. Demek ki böyle bir piyasa var burada. Bir kıvılcım, bir atılım lazım müzikte(Akdemir, 5 Temmuz 2010).

"12 Düet" projesinden önce ara albüm olarak Türk sanat müziği albümü çıkarmayı planladığını belirten Nilüfer'in son dönemde konserlerinde ve albümlerinde halkın beğenisine yönelik müzisyen stratejisini benimsediği dikkati çeker. Nilüfer, yorumculuğuna vurgu yapar ve altından kalkabileceği her şarkıyı söyleyebileceğini belirtir. Sahne aldığı Günay restorandaki programının repertuarına "Ankara'nın Bağları" türküsünü alan Nilüfer'in, elitistlerin kendisini eleştirmesi üzerine yaptığı açıklama, benimsediği müzisyen stratejisini yansıtır niteliktedir:

Bundan bir süre önce Ankara'ya çok seçkin konukların katıldığı elit bir geceye gittim. Oradaki her şey, herkes çok kaliteliydi. Programımı yaptım, sahneden indim. Bornozumu giydim, havlumu aldım, asansöre doğru yürüyorum. Az önce program yaptığım aşağıdaki o son derece kaliteli davette ne çalmaya başladı dersiniz? "Ankara'nın Bağları"... Herkes ayaktaydı...Yani durum budur. O halde benim söylememde de bir sakınca yok. Halk bunu seviyorsa, bununla eğlenmek istiyorsa söylerim, söyleyeceğim (Halk istiyorsa söylerim: 21 Nisan 2014).

Buna ek olarak, mahkeme kararıyla Kayahan'ın şarkılarını söylemesi yasaklanan Nilüfer'in "Ama artık öyle bir noktaya geldik ki barışır mısınız diye soranlara şunu diyorum; bu dakikadan sonra geri adım atarsam ben ben olmam ki, nasıl barışacağım yani..."(Akdemir, 5 Temmuz 2010) sözlerinden sonra, yine DMC müzik etiketiyle yayıma hazırlanmakta olan ve Ajda Pekkan, Sezen Aksu, Tarkan, Gülben Ergen gibi isimlerin de yer alacağı Kayahan için yapılacak saygı albümünde, Kayahan'ın "Bir Garip Serçe" adlı şarkısını söyleyecek olması Nilüfer'in benimsediği müzisyen stratejisinin bir uzantısı olarak değerlendirilebilir (Kayahan'a "hürmet" albümünde Tarkan da var. 2014: 25).

Nilüfer'in "12 düet" ve "13 Düet" albümlerinin postprodüksiyon aşaması kapsamında yer alan albüm promosyonu, Nilüfer'in yenilenen "rockçı" imajından, konser etkinliklerine, yardım projeleriyle ilişkisine kadar sosyal medyanın ilgisini çekecek şekilde tasarlanmıştır. "12 Düet" albüm kapağında Nilüfer'in elinde elektrogitarla duvara yaslanarak verdiği poz, "13 Düet" albümünde bu defa elindeki kırbaçla verdiği poz albümün tanıtımında önemli rol oynamıştır. 13 Eylül 2012'de verdiği Kuruçeşme Arena konserinde 34 kişilik bir orkestra ile sahneye çıkan Nilüfer, ilk bölümde 70'lerden bu güne hit şarkılarını, ikinci bölümde de "12 Düet" albümünde düet yaptığı sanatçılarla birlikte albüm şarkılarını seslendirmiştir. Ünlü isimler tarafından hazırlanan ışık gösterileri, barkovizyonlar, koreografiler, kostümler ile konser medyada ses getirmiştir. Kanser tedavisi süren Nilüfer, konsere peruksuz kısa saçlarıyla çıkmış, son şarkı olarak "Yaşamak ne güzel şey" şarkısını seslendirmiştir (Çapa, 6 Eylül 2012). Konserin geliriHürriyet Gazetesi'nin, 'Aile İçi Şiddete Son!' Kampanyası kapsamındaki Acil Yardım Hattı'na bağışlanmıştır.

Varolanürünlerin yeniden üretildiği bugünkü müzik piyasasındaki yenilik ve farklılık yarışı içinde postprodüksiyon anlayışla yapılmış ürünler, aranjörlerin sanatçılar kadar ön plana çıkmasına ve ünlü olmasına yol açmıştır. Bugün birçok aranjörün en büyük starları aynı projede bir araya getiren kendi albümleri bulunmaktadır. Farklı formatlarda birçok yeniden düzenlemeye ve hit besteye hayat veren ünlü aranjörlerartarda kendi albümlerini çıkararak piyasaya yön vermeye başlamışlar ve arka planda kalan konumlarını ön plana taşımışlardır. Aranjörler bugüne kadar hit olmuş bestelerini ya da düzenlemelerini en ünlü starlara yeni düzenlemeleriyle söylettikleri proje albümler yapmışlar ve alternatif bir tını arayışına girmişlerdir. Albüm yapımının ucuzlaması yoluyla birçok çalışmanın ortaya çıktığını ve kalitesizleştiğini dile getiren ünlü aranjörler, piyasada risk alacak ve yenilik getirecek çalışmalara olan ihtiyacı vurgularlar. Ortak düşünce, insanların artık albüm yerine şarkı dinledikleri, onu da kısa sürede tükettikleri üzerindedir. "12 Düet" albümünün süpervizörü Ozan Çolakoğlu, bugünkü popüler müziğin sorunları için"Bizim en büyük sorunumuz, çeşitlilik eksikliği ve sanatçılardaki cesaret eksikliği. Bu da monoton bir pop müzik piyasasına sebep oluyor. O yüzden alternatif projeler ya da algısı açık, risk almayı seven pop sanatçılarının projeleri beni daha çok heyecanlandırıyor" (Erdem, 2013: 85) der. Ünlü aranjör İskender Paydaş ise, "Türk müziğinin en büyük sorunu müzik kanalları ve radyolardır. Eğer para kazanmak, meşhur olmak, büyük sahnelerde konserler vermek istiyorsanız tek tip formatına uyacaksınız" sözlerini dile getirir (Bakır,11Ağustos 2012).

Ozan Çolakoğlu, *Marketing Magazine* dergisine verdiği röportajda, "Hala 80'ler, 90'lar döneminin müziklerini dinliyoruz. O döneme büyük bir özlem var. Siz ne düşünüyorsunuz, müzik kalitesinin düşmesinde mi kaynaklanıyor bu durum?" sorusuna verdiği cevapta bugünkü müzik piyasasının kendini tekrarlamasını ticari eğilimlere bağlar:

70'lerde yabancı şarkılara Türkçe söz yazıp, söyleniyordu. 80'lerle beraber asıl olarak besteyle beraber söz yazma olayı başladı. O dönemler bu yeni başladığı içinde en güzel işler o dönemde çıktı. Ondan sonrası artık aynı şeylerin döngüsü gibi karşımıza çıkıyor. 80'lerde 90'larda yapılan işler daha duygulu yapılan işlerdi. Şimdi daha ticari, vur-kaç durumunu aldı. Aslında buna da uyum sağlamak gerekiyor. Dediğim gibi çok fazla üretim var ve insanlar

artık bir şarkıyı 2 aydan fazla dinlemiyor. 2 ay dinlenen bir şey için yıllarca uğraşmak son derece anlamsız geliyor. Çünkü müzik o kadar hızlı değişiyor ki bugün başladığınız bir işi bir sonraki yıl yapsanız demode kalabiliyor. Üretim hızlı olunca tüketim de hızlanıyor. Böyle olunca da kalite haliyle düşüyor (Akbıyık Yıldız, 2013: 22-23).

Çolakoğlu, aranjörlerin müzik piyasasındaki kilit rolü hakkında şunları söyler:

Bir risk alıyorsunuz ve onu yaptığınız zaman karşılığında iyi bir tepki alırsa, diğer sanatçılar ve diğer aranjörler de o yolda gitme cesareti gösteriyor. Biraz daha kaliteli, değişik üretimler artıyor. Artık bu işler biraz kolaylaştığı için çok fazla şey üretiliyor. Büyük stüdyolara gerek yok, en kötü sesi bile bir şekle sokabiliyorsunuz. Bir yandan da internet sayesinde dinleyici her şeye rahatlıkla ulaşabiliyor... Bu da halkın kulağını geliştiren, dinleyiciyi dünyada olup bitenin farkına varmasına yardımcı olurken çok daha seçici olmasını sağlıyor. Bu nedenle çok daha dikkatli olmak gerekiyor bu kalabalığın içinden sıyrılmak için. Hem sanatçı hem aranjörler çok büyük emek harcamalı (Akbıyık Yıldız, 2013: 20- 22).

Bügün müzik piyasasında postprodüksiyon anlayışla yapılmış ürünlerin hayata geçmesindeünlü aranjörlerin ve yapımcıların kilit rolü bulunur. Ticari kaygıların ön plana çıkardığı remix şarkılar, cover şarkılar, proje albümler, düetler genel olarak en ünlü starların bilinen şarkılarının yeniden düzenlemelerine dayandırılır. Aranjörler değer görmeye başlayan konumları sayesinde daha özgür davranabildiklerini ve kendi müziklerini daha iyi ifade edebildiklerini dile getirirler. Aranjörlerin müzik tınısını belirleyici konumunun müzik piyasasında özellikle tıkanma yaşayan pop müziğe yenilik getirmesi açısından değerli olduğu görüşünü paylaşırlar. Aranjörler, gelip geçiciliğin hakim olduğu müzik piyasasında geçmiş malzeme içindeki şarkı ve starların yeni kimliklere büründürülerek yeniden sunulması yönünde ürün verirler. Bu yolla ürünü asıl oluşturan, bundan böyle sanatçının kendisi olmaktan çıkar. En ünlü starların dahi, orijinal ürün yaratma yerine kitle beğenisine yönelik çalışmalarda yer alma stratejisini benimsedikleri görülür.

Sonuç

Türkiye'de 1990'lı yıllardan başlayarak 2000'li yıllarda iyice gelişen kitle iletişim teknolojilerinin ve medyanın gelişimi müzik piyasasında yeni eğilimler yaratmıştır. Temel olarak geçmiş malzemenin yeni tekniklerle ve yeni bir tınıyla, ilgi çekici ve çarpıcı bir sunumla (promosyonla) yeniden üretildiği çalışmalar, müzik piyasasında yaygınlaşan ve kabul gören postprodüksiyon anlayışı yansıtmaktadır. Bugün müzik piyasasında postprodüksiyon anlayışla yapılmış ve sunulmuş ürünler toplum tarafından ilgi görmektedir. Bu üretim çokluğu içinde hit şarkı veya kalıcı star yaratmak zorlaşmış, şarkılar ve starlar kısa süreli dönemlerde dinlenip tüketilmeye başlanmıştır. Bu yapının sonucu olarak, Türk popüler müzik piyasasında eski hit şarkılar veya eski ünlü starlar yapım şirketleri ve prodüktörler tarafından yeniden gündeme getirilmeye başlamıştır. Piyasada ünlü starların bir arada paketlendiği proje albümler, saygı albümleri, single çalışmaları, cover şarkılar, remix şarkılar, düetler büyük bir pay edinmiştir. Ünlü starların hemen hemen hepsinin postprodüksiyon yapımlara dahil olduğu, bir yandan kendi saygı albümleri çıkarken bir yandan da başka saygı albümlerde veya birçok starın bir araya geldiği çeşitli yapım ve organizasyonlarda yer aldıkları, dolayısıyla bu sisteme dahil olmaya yönelik müzisyen stratejisini benimsedikleri görülür. Kitle kültürünün ve ticari kaygıların ön plana geçtiği bu ortamda albüm üretimi yerine şarkı üretimi, orijinal çalışma yerine yeniden üretim formları yaygınlaşmıştır. Bu ürünlerin eskiden 'görünmez', bugünün 'görünür' kahramanları da prodüktörlük, süpervizörlük, bestecilik, DJ'lik, aranjörlük yapan ünlü isimlerdir. Bir müzik ürününün özellikle yapım ve yapım sonrası (postprodüksiyon) aşamasında önemli rol oynayan bu isimler yeni yapı içinde kendilerini daha özgür ifade edebilmeye başladıklarından, daha fazla risk alabildiklerinden ve eski şarkılara yeni bir kimlik kazandırdıklarından söz ederler. Medyanın başat rol oynadığı, kitle beğenisine göre şekillenen bu yapı içinde sanatçı, sistemi döndüren son çark görevini görür. Birçok star, müzisyen stratejisini bu sistemin işleyişinin içinde kalacak şekilde belirlemektedir. Dinleyici ise artık sistemin hangi yöne döneceğini belirlemesi işleviyle sisteme dahil olmuştur. Bu durum, postmodern sanat anlayışınına yön veren kitle üretiminde dinleyicinin -izleyici ya da okuyucunun- üretime dahil olduğu ve üretimi yönlendirdiği kuramını destekler.

Bu bağlamda çalışmada incelenen ünlü pop star Nilüfer'in rock sanatçılarla düet yaptığı "12 Düet" ve "13 Düet" albümleri, Türkiye'de postprodüksiyon anlayışı yansıtan ve kendisinden sonra yapılan projelere zemin oluşturan yapımlar olması bakımından önemlidir. Nilüfer'in "12 Düet" ve "13 Düet" albümleri, Nilüfer'inhit şarkılarının yeniden üretim anlayışı içinde rock grup ve sanatçılarla düet yapıldığı cover şarkılardan oluşan saygı albümü (*tribute album*) niteliğinde hazırlanmış, Nilüfer'in büründüğü "rockçı" imajı ve düet yaptığı grup ve sanatçılar yoluyla geniş bir rock ve pop dinleyicisi hedeflenmiş, konser ve klip çalışmaları için büyük bütçeler kullanılmıştır. Bütün bu özellikleriyle "12 Düet" ve "13 Düet" albümleri ve ayrıca çalışmada sözü geçen diğer örnekler bağlamında, bugün Türkiye'deki müzik piyasasındaki ürünlerin Bourriaud'un (2004) "postprodüksiyon sanat" olarak tanımladığı ve teknolojik olanakların etkisiyle üretim- tüketim, yaratı- kopya, hazır nesne- orjinal iş arasındaki geleneksel ayrımın kaybolduğu anlayışı yansıttığını göstermektedir. Günümüz müzik piyasasındaki ürünlerde geçmişe başvuru,

orjinallik kaygısından uzaklaşılması, zaman-mekan duygusunun yitirilmesi, anlık etki arayışı, gelip geçicilik, yeniden üretim gibi özellikleriyle modernizmin seçkinciliğini reddeden ve popüler kültüre yakın duran postmodern sanat anlayışının izlerini görmek mümkündür.

KAYNAKLAR

AKBIYIK Yıldız, Pınar. (2013, Mart). Onay Beklemiyorum, *Marketing Magazine*, ss. 20- 24, Erişim Tarihi: 23-10-2014.

AKDEMİR, Gamze (2010, Temmuz 5). İçim hiç büyümedi, hep çocuk kaldı.*Cumhuriyet Kitap*,Erişim Tarihi: 23-10-2014

Andrew GOODWİN (1991). "Popular Music And Postmodern Theory", Cultural Studies, 5/2, ss. 174-190, DOI: 10.1080/09502389100490151

ARMUTÇU, Emel (2011, Mart 6). Tekrarlanmayacak Bir Konser Benden Söylemesi. *Hürriyet Pazar*, Erişim Tarihi: 22-10-2014, http://www.hurriyet.com.tr/pazar/17194477_p.asp.

BAKIR, Zeynep (2012, Ağustos 11). Müziği kanallar bitirdi. Erişim Tarihi: 23-10-2014, http://www.sacitaslan.com/iskender-paydas-muzigi-kanallar-bitirdi-haberi-78800

BOURRİAUD, Nicolas (2004). *Postprodüksiyon: Senaryo Olarak Kültür: Sanat Dünyayı Nasıl Yeniden Programlıyor*, Çev: Nermin Saybaşılı, İstanbul: Bağlam Yayınları Özgün Adı: Postproduction, Culture as Screenplay: How Art Reprograms the World (2002).

ÇAPA, İzzet (2012, Eylül 6). Hazır olun, Nilüfer'in çok sürprizi var!, Erişim Tarihi: 22-10-2014

DEBORD, Guy (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, Çev: Ayşen Ekmekçi, OkşanTaşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul: Özgün Adı: *La société du spectacle*, (1967).

FEATHERSTONE, Mike (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Çev: Mehmet Küçük, İstanbul: , Ayrıntı Yayınları, Özgün Adı: Consumer Culture and Postmodernism, Sage Publications, 1991.

HARVEY, David (2012). *Postmodernliğin Durumu*, David, The Condition of Postmodernity (1990), Çev: Sungur Savran, 6. basım, Metis Yayınları, İstanbul.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/159692/_icim_hic_buyumedi__hep_cocuk_kaldi_.html#

https://www.facebook.com/media/set/?set=a.604778966216431.1073741831.140744845953181&type=3

KAHRAMAN, Hasan Bülent (2002). *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*, İstanbul.

KRİEGER, Janet Meryl (2009 December). "Rough To The Board: Creating Performance İn American

MCROBBİE, Angela (1999). *Postmodernizm ve Popüler Kültür*, Çev: Almila Özdek, İstanbul: Everest Yayınları.

Recording Studios", Indiana University, Department of Folklore & Ethnomusicology, doctor of Philosophy,tez.

ŞAYLAN, Gencay (2009). *Postmodernizm*, İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları.

TOFFLER, Alvin (1970). Future Shock, Bantam Book, New York.

Yücel, DOĞU (2011, Nisan). "Nilüfer- Bu Bir Rock Albümüdür", *Blue Jean*, Sayı 4, ss. 36-40.

http://www.hthayat.com/kadinca-hayat/haber/1008706-hazir-olun-niluferin-cok-surprizi-var

Halk istiyorsa söylerim. (2014, Nisan 21), Erişim Tarihi: 23-10-214 http://sozcu.com.tr/2014/magazin/nilufer-491362/

Erdem, Cenk. Ozan Çolakoğlu. *Bold Dergisi*, Nisan 2013, ss. 84-87.
https://www.facebook.com/media/set/?set=a.620801791280815.1073741832.140744845953181&type=3

Kayahan'a 'hürmet' albümünde Tarkan da var. (2014, Haziran 19). Hafta Sonu Dergisi Online, s. 25, Erişim Tarihi: 25-10-2014, HTTP://HAFTASONU.COM.TR/İNDEX.PHP/YAZARLAR/ARZU-NUN-İNLEYEN-NAGMELERİ/İTEM/4387-KAYAHAN-A-HURMET-ALBUMUNDE-TARKAN-DA-VAR.HTML

ISNB 978-605-61584-1-4

