



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 7 Sayı: 31 Volume: 7 Issue: 31

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

ALBÜM KAPAKLARI; BEN BUYUM DEMENİN EN KISA YOLU MUDUR?
ALBUM COVERS; IS IT THE BRIEFEST WAY OF EXPRESSING WHO I AM?

Tuğba AYDIN ÖZTÜRK*

Öz

Albüm kapakları, değişen yeni medya dinamikleri ile beraber günden güne daha nostaljik görülsede elde tutulan kaset ve ya CD üzerindeki önemi bakidir. Kullanılan fotoğraf, seçilen renkler, harflerin sayfa üzerindeki konumlanması gibi teknik detaylar dinleyiciye o albüm ile ilgili fikir vermeye devam edecektir.

Ele alınacak örneklerin ana konusu tasarım yerine kullanılan simgelerdir. "O" albümü satın almak için kısa süreli seçim şansı olan dinleyici bilinç altında nasıl ikna edilmektedir?

Grafik tasarımcılar bu konuyla haşır neşir olurken plak şirketleri ve ya şarkıcı/ grubun kendisi ne derece özgünlüğün peşindedir? Acaba, ben buradayım demek için özgün olmak mı önemlidir? Yoksa yaratıcı kişiler için mevcut kalıpları kullanmak yeterli midir?

Anahtar Kelimeler: Albüm Kapakları, Göstergibilim, Semiyoloji, Grafik Tasarım, Temsil.

Abstract

Although album covers may seem more nostalgic day by day as a result of evolving media dynamics, it's value for the physical form of music such as cassettes or CD's is abiding. Technical details such as the picture on the cover, or the colors that have been chosen, the position of the letters on the cover will continue to provide insight for the audience about the album.

The main topic of the samples chosen are not design but symbols used. How does the consumer who has short time is convinced to buy that album through subconscious?

As graphic designers are busy with that very concern, What is the level of originality that the artists or record companies desire? Is it mandatory to be original to say that "i am here" as an artist, or is it sufficient for creative artists to use known patterns?

Keywords: Album Covers, Semiotics, Graphic Design, Representation.

* İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Müzikoloji ve Müzik Teorisi.

Giriş

Bir alışveriş merkezinde kitap ve müzik market konseptli geniş bir mağazada yerli ve yabancı sinema filmlerinin hemen yanında yer alan yüzlerce müzik CD'si göze çarpar. Son birkaç yıldır kaset devri -en azından büyük şehirlerde- kapandığından bu yana fiziksel anlamda müziğin ele avuca gelecek şekilde satışının sağlandığı yegâne ürün CD olmuştur.

Ön tarafta en çok satılan 10 albüm arz-ı endam ederken diğer tarafta albümler türlerine göre sıralanmışlardır. Bilinçli bir müzik tüketicisi olan ve hala müzik arşivi yapmaktan keyif alan azınlık dışında, geriye kalan çoğul kitle için, etrafta dolanıp kitap ya da CD'lere göz atmak ta olan kişileri "O" CD ile buluşturan şey ne olabilir?

Günümüzde görselliğin önem kazandığı bilinmektedir. Müzik endüstrisi açısından ele alınacak olursa ticari kaygılarla yapılan onlarca ürün arasında sıyrılabilmenin tek yolu müzikalite olmayabilir. Özellikle kitle iletişim araçlarından televizyon ile kitlesel güce ulaşan *seyretme eylemi* internet ile bir sonraki basamağa taşınmıştır. Özellikle müzik videoları ve konumuz olan albüm kapakları için görselin önemi büyüktür. Türler arasında farklılık sağlayacak ön kabuller mevcuttur. Bu kabulleri sağlayan o müziğin temsil ettiği kültürel kimlik ve davranışlardır. Diğer yandan Baudrillard'ın ifadesiyle farklılaşma ya da kişiselleşme mantığı kodun kurallarına özgüdür.

Uygulamada bir klip için ortalama 4 dakika, albüm kapaklarını incelerken belki saniyeler tüketicie fikir vermeye yetmektedir. Müziğin performans dünyasında yerini almasıyla salt duyusal olana hizmet etmeyeceği aslında beklenen bir sonuç olmaktadır. Karşılaştırma yapılırsa bir konser performansı süresel açıdan video klip ya da albüm kapağı hakkında edinilen fikre göre daha şanslı konumdadır. Konser etkinliği yalnızca 1- 2 saatlik bir oldu-bitti durumu değil; salona girildiği andan itibaren içinde bulunulan bir atmosfer gibi düşünülmelidir. "Canlı" olmanın gücü dinleyiciye ulaşmakta, salona giriş, yerleşme, benzer müzik zevkine sahip kişilerin bir arada bulunduğu sosyal bir paylaşım durumu ve çıkış ile belli gizli ritüelleri de içinde barındıran bir ayindir adeta. Haliyle burada edinilen fikirler deneyimlere dayanan ve çoğu kez kalıcı olabilen öznel fikirler doğurmaktadır. Ancak müzik albüm kapakları fikirlerini performans temsilleri üzerinden dinleyiciye ulaştırmaya çalışmaktadır.

Grafik tasarımcılar bu konuyla haşır neşir olurken plak şirketleri ve ya şarkıcı/ grubun kendisi ne derece özgünlüğün peşindedir? Acaba *ben buradayım* demek için özgün olmak mı önemlidir? Yoksa *ben de buradayım* demek için bildik ezberlerden şaşmadan, ön kabullerin sağladığı konformist bakış açısı yeterli midir?

Konu aynı zamanda standartizasyon perspektifi açısından ele alınmalıdır.

Grafik Tasarım Meselesi;

Kara'ya göre; "Müzik kayıtlarının dinleyiciye ulaştığı ilk yıllarda plakların ambalajlarında ya da üzerlerinde ağırlıklı yazıların olmasının ve daha sonraları 45'lik plak kapaklarında yazı ile beraber sadece sanatçıların porte ve boy fotoğraflarının kullanılmaya başlamasındaki sebebin kayıt altına alınan müzik türlerinde çok çeşitliliğin olmaması ve ulaşılacak dinleyici kitlenin çok geniş olmamasından kaynaklanmasındır."

Çeşit çoğaldıkça ürünün pazar içinde yaşama şansı gitgide azalmaktadır. Dünyada müzik endüstrisi özellikle pop müzik türünde kendi yıldızlarını yaratmaya başladığında artık şarkıcının eserleri kadar giyimi, saç, duruşu, kullandığı otomobil, yaşadığı ev de dinleyici ya da daha uygun ifadeyle *izler kitle* tarafından önem kazanmaya başlamıştır. Türkiye'de ise durum çok da kolay açıklanamamaktadır. Tarihsel süreç içinde dönemin toplumsal olayları, filmleri, ekonomik- sosyal şartları vb. değiştikçe albüm kapakları da buna paralel olarak değişiklik göstermektedir. Örneğin 1970'lerde satışa sunulmuş ve hatta kimi başarılı olmuş bazı albümler bugün internet sitelerinde "komik/ilginç/absürt albüm kapakları" şeklinde anılabilmektedir. Bu durum biraz tarihin bir oyunu olarak bugünden dünü anlama çabasının beyhudeliğiyle açıklanabilir. Bugünün anlam dünyasıyla geçmişe farklı anlamlar atfediyor olmamız pek mümkün. Unutulmaması gereken diğer konu ise o dönemin *sattığı durumun* mizah olmasının katkısıdır. *Zamanın ruhu* denilen kavramdan albüm kapağı tasarımı da nasibini almıştır ve alacaktır. Plaklar ardından kaset ve CD'ler derken görsellik albümlerin ticari başarısına olumlu manada etki eden bir unsur olarak sahnedeki yerini almaya hazırlanmaktadır.

Tasarımın Elemanları ve İlkeleri

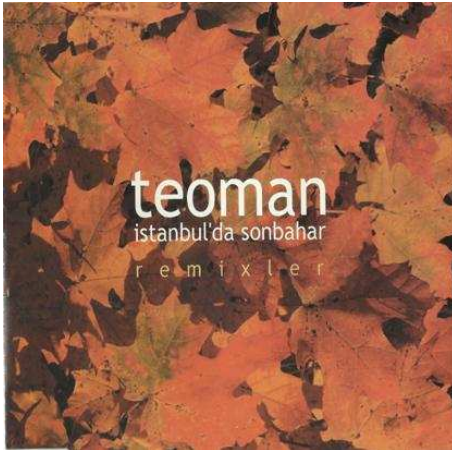
Becer'e göre grafik tasarımın teknik anlamda 7 adet elemanı mevcuttur. (Özdemir,2011;116) Bunlar: çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü ve yöndür. Konu bütünlüğünü korumak adına burada *renk* konusu ele alınacaktır. Bilindiği üzere her rengin psikolojik bir duygu içermesi konusu farklı bilim dallarının konusu olmaya devam etmektedir. Hemen her kaynakta bulunabilecek, renklerin hangi duygu ve hedeflere karşılık geldiği sorusu, temelini fizik, nöropsikoloji gibi farklı bilim dallarından alabilmekle beraber duygu ve düşünceler bu konudaki geçmiş deneyimlerle de sabitlenmektedir. Gümüştekin'in de belirttiği üzere; "simgeler ve simgesel anlatımlar, farklı kültürlerin iç yapılarını, dünya görüşlerini, inanç sistemlerini; biçim,

renk, düşünce ve hareket olarak dışı vurumu olarak ortaya çıkarır.”

Kitle iletişim araçları, görsel sanatlar ve reklamların etkisi ile renkler hakkında kabuller oluşmuş durumdadır. Örneğin çoğu kez kırmızı için hareket, enerji, iştah açan, atak, çekici gibi ifadeler kullanılmasının sebebi sinema başta olmak üzere görsel sanatların bu rengi kullanım şekli, şirket logoları ve alt metinde verdikleri mesajlar ya da kısaca “*Kodlar Dünyası*”dır. Barthes’ın da ifade ettiği üzere; “metin, estetik bir ürün değil, anlam aktarıcı bir kılıftır. Bir yapı değil, bir yapılanmadır; bir nesne değil, bir çalışma ve bir oyundur...”

Biraz daha kahverengi;

1990’lı yıllarda Türk pop müziğinin pazarın büyük kısmına sahip olmasıyla beraber gelişen video klip ve albüm kapak tasarımı meselesi *kendi anlatısını da doğurmuştur*. Sektör büyürken kendi dili de oluşmaktadır. Albümlerin yaz ve kış albümü olarak ikiye ayrılması, sonbahar klibi, yazın hiti(!) gibi ifadeler öyle kabuller haline gelmiştir ki tasarımcılar için yaz albümleri açık tonlarda, canlı renklerde, denizi, güneşi, enerjiyi yansıtımlıyken kış albümleri romantizmi, hüznü yansıtımlıdır gibi bir kabul oluşmuştur. Sonbahar albümü renkli ve hareketli yaz mevsimi sonrasında soğuyan havanın habercisi, kuruyan sarı yapraklar ve doğanın renginin verdiği çağrışımın müzik anlatımında kullanılması çağrışımıdır. Tıpkı doğa gibi şarkılarında temposu düşecek sözler daha lirik bir havaya bürünecektir. Tema ayrılık, acı, hasret ve daha kış olacaktır. Doğa; çağrışımın kendisi olacaktır.

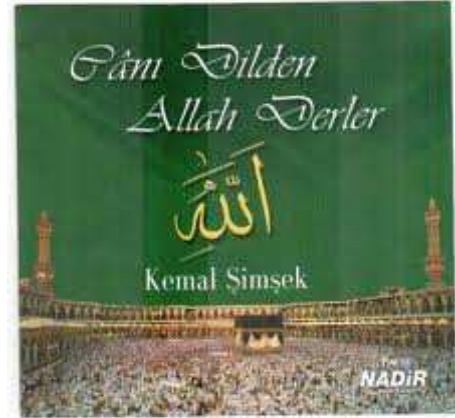


Şekil 1. Teoman- İstanbulda Sonbahar Remixler. Nr 1 Müzik, 2001

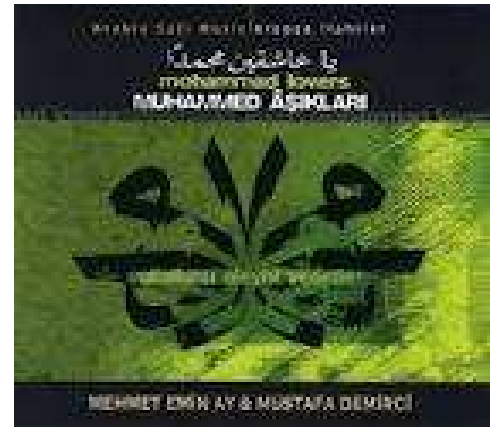
76. Sure, 21. Ayet;

“Üzerlerinde yeşil ipekten ince ve kalın elbiseler vardır; gümüş bilezikler takınmışlardır. Rableri onlara tertemiz bir içki içirir”, der İnsan Suresi. Yeşil’in dünyevi hayattan kopup daha ilahi olana tekabül etmesi –Yeşil Pop- adını taşıyan bir terimin ortaya çıkmasına

sebeptir. Ahmet Çakır, Yeşil Pop terimini kitle iletişim araçlarının çoğalması ve popüler kültürün etkisi karşısında *direnemeyen kitlenin* ortaya koyduğu müzik türü olarak yorumlamaktadır. Çakır’a göre bu kitle kendini popüler olanın dışında hissetmek istemez. Dini müzik içerikli albümlerin büyük çoğunluğunda “yeşil” rengi kullanılmaktadır, dışında kalanlar ise lale, gül bahçeleri vb. gibi benzer şekilde Kur’andaki cennet tasvirine yakışır biçimde tasarlanmaktadır. Denebilir ki albüm kapakları müzikal içerik ile uyum halinde olmaktadır.



Şekil 2: Kemal Şimşek- Canı Dilden Allah Derler. Nadir Müzik,2008



Şekil 3: Mehmet Emin Ay, Mustafa Demirci- Muhammed Aşıkları. Beyza Müzik, 2001



Şekil 3: Vesim Aras- Gönümün Sultanı.Hicaz, 2009

Karanlık ve Kan;

Siyah ve kırmızı gerek dünyada gerekse Türkiye’de metal/heavy metal türünde müzik yapan grupların sıkça kullandığı renklerdir. Müziğin doğasında var olan ölüm, karamsarlık, depresif ruh hali, öfke gibi konu başlıkları hem şarkı sözlerinde hem de müziğin icra edilmesinde, enstrüman ve vokalin kullanımında kendini göstermektedir. Sözel içeriği oluşturan temalar, ölüm, tanrı tanımazlık, şiddet, öküizm, mistizm ve sosyal eleştiridir (Çerezcioglu,2013;16). İçinde bu hissiyatı barındıran bir albüm, kapağıyla da karanlığı ve kanı temsil edecektir.



Şekil 4: Megadeth- Peace Sells. Capitol Catalog,2011



Şekil 5: Diken- İsyân. Raven Records, 2009



Şekil 6: Cenotaph- Reincarnation In Gorextasy. Atlantis, 2007

Temel Tasarım İlkeleri ve Müzik Albüm Kapaklarına Uygulanışı

İlkeler; denge, orantı ve görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, bütünlük ve vurgulamadır. Bilindiği üzere albüm ön, arka kapak ve iç sayfalardan oluşur. Ancak burada konusu edilen kısım yalnızca ön kısımdır. Bunun nedeni vitrinde görülen kısmın albüm kapağının ön tarafı olmasıdır. İnternet kullanımının bugün ki kadar yaygınlaşmadığı ve dolayısıyla verilerin bu denli hızlı paylaşılmadığı geçen on senelerde fiziki formatta bir albüm satın alındığında ön ve arka kapak incelenebilir fakat iç sayfalarla ilgili fikir sahibi olunamazdı. İç sayfalarda şarkıların sözleri, söz yazarı, besteci, aranjör, müzisyenler, menejer, vokalistler, yapımcı ve dağıtımçı firma, fotoğrafçı, saç ve makyajdan sorumlu olan herkesin isimleri yer almaktadır. Dolayısı ile yaratımdaki kolektif ruh bu sayede hissedilmektedir. Günümüzde ise albümlerin CD ya da kaset satışlarının çeşitli sebeplerle düşüş yaşadığı bilinmektedir. Bunun pek çok sebebi olmakla beraber internet üzerinden mp3 indirme öncelikli sırayı almaktadır. Bu yolla bir albüm indirildiğinde sıkıştırılmış dosyada albümdeki şarkılar ve ön kapak resmi yer almaktadır. Üretim aşamasında yer alan kimselerin isminin zikredilmesinin gereksizliği ortaya çıkmaktadır. Başta bahsedilen kolektif çalışma disiplini elemanları isimsiz kahramanlara dönüşmektedir. Ön kapağın indirilebilmesinin nedeni onlarca dosya arasından görsel ayırt edilebilmeyi sağlamasıdır.

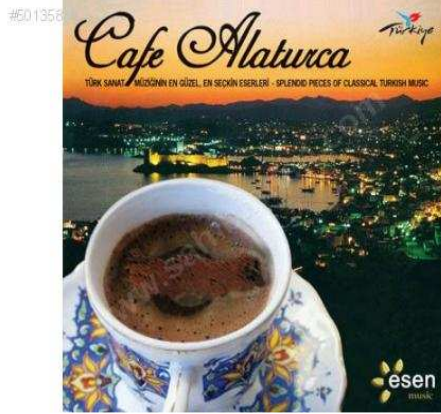
Teknik anlamda pek çok eleman ve ilkeye sahip olan tasarım konusu iş müzik albümüne geldiğinde tüm potansiyelini kullanmamaktadır. Çoğu kez sanatçının fotoğrafı, ismi ve albümün isminin kullanılması yeterli olabilmektedir. Hızlı üretim sebebiyle kendi içinde konu ve estetik bütünlüğü sağlayamayan albüm kapaklarının klasikleşmesi çok zor gözükmektedir. Bu bağlamda müzik plak kapaklarının tasarımında dikkat edilmesi gereken unsurlar şunlardır:

- Dinleyici kitlenin *görsel algı* durumu
- Albümün ve sanatçının *müzikal yapısına uygun* biçim ve renkler seçilmesi
- Tarz ve anlayışlara *özgün* fikirler
- Tipografik unsurların yapıyı desteklemesi
- Kompozisyon öğelerinin bir *kimlik* yansıtması (Kara,2008;28)

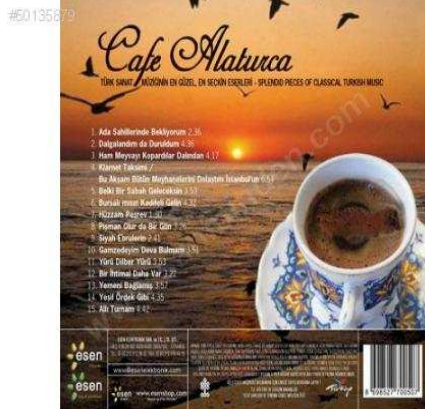
Örnek-1: Türk Sanat Müziği, Türk Kahvesi, "Alaturka ifadesi"

Dinleyicinin algı meselesi öznel bir konu olmakla beraber, kişilerin içinde yaşadığı toplumun kültürel alışkanlıklarına göre de şekillenmektedir. Kişinin gördüğü somut nesne ile ona yüklediği soyut anlam arasında *anlamlandırma dünyası* açısından farklılıklar olabilmektedir. Aşağıdaki örnekte "Cafe Alaturca" adını taşıyan Türk Sanat Müziği albümü kapağında çini

işlemesi bir Türk kahvesi fincanı ve fincanın içinde Türkiye haritası yer almaktadır. Arka kapakta gün batımı, deniz ve martılar vardır. Cafe Alaturca yazısının karakterleri el yazısı ile yazılmış ve bu şekilde estetik bir görünüm kazanmıştır. Albümde şarkıcının ismi yer almamaktadır. Dağıtım firmasının internet sitesinde online satış için hazırlanan albüm künyesine bakıldığında şarkıcının ismi görülmektedir. Albüm büyük ihtimalle sadece Türk dinleyicisi için değil, yabancı alıcılar için de hazırlanmıştır. Çünkü ön kapakta "Türk Sanat Müziğinin En Güzel En Seçkin Eserleri" ifadesi İngilizce olarak da eklenmiştir. Ayrıca albümün ismi Türkçe değildir. Ama yabancı dil bilmeyen Türkler için de anlaşılabilir.



Şekil 7: Cafe Alaturca. Esen Müzik,2008



Şekil 8: Cafe Alaturca. Esen Müzik,2008 (arka kapak)

Yukarıda sıralanan müzik albüm tasarımında dikkat edilmesi gereken unsurlar açısından kapak fotoğrafları tekrar incelendiğinde, dinleyici kitlenin bir şehirli alışkanlığı denebilecek Türk kahvesi içme kültürüne sahip olduğu ve bu sebeple kitlenin görsel algısına hitap ettiği söylenebilir. Kahve günlük hayatın bir parçasıdır ve ikram edilme özelliği ile birlikte sosyal bir statü göstergesi olarak eğlence, sohbet, misafirlik gibi sosyal kurumların içeceği olmuştur. (Açıkgöz'den Aktaran Ulusoy, 2011; 161) Geleneksel addedilen Türk Sanat müziği türü yine geleneksel bir içecek olan kahve ile temsil edilmiştir.

Yazı karakteri, biçim ve renkler müzik türü ile uygunluk içindedir. Ayrıca kompozisyon öğeleri tek tek ele alındığında bir kimlik meydana getirmektedir.

Albüm tanıtım yazısında; "Akşam yemeğinden sonra kahvenizi yudumlarken "Cafe Alaturca"yı dinlemenizi tavsiye ediyoruz." diyerek kimlik vurgulanmıştır.

Örnek-2: Müzik Türü ve Hissettirdiği Yaşam Stili

Alternatif ya da pop- rock türünde şarkılarla tanınan şarkıcı Nev'in iki farklı albümde büründüğü iki farklı ruh hali tezimizi desteklercesine "Ben buyum" demektedir. Aşağıdaki ilk örnekte kendi tarzında seslendirdiği şarkıların yer aldığı "Yokum" albümü diğerinde ise Türk Sanat Müziğinden seçme şarkıların olduğu "Bir Nev-i Alaturka" albümü yer almaktadır:



Şekil 9: Nev- Yokum. Pasaj Müzik, 2011



Şekil 10: Nev- Bir Nev-i Alaturka. Pasaj Film Müzik, 2010

İki albümde de şarkıcı beyaz fon üzerinde siyah renkte giysiler içinde görünmektedir. Ancak ilki söylediği şarkıların türüne yakışır şekilde daha spordur. İkincisinde ise Türk Sanat Müziği icracılarının bildik görüntüsü olan takım elbise, kravat ve yaka mendilinden oluşan müziğin türüne uygun düşecek şekilde daha klasiktir. İki fotoğrafta da şarkıcı başını aynı yöne çevirmiştir. İkisinde de gözleri kapalıdır. Özellikle şarkıcının ikinci albüm kapağında "Alaturka"

yorumculuğunun getirdiği huşu bulmuş ifade yüzünde belirlemektedir. Ayrıca ilk kapakta şarkıcının elinde gitar olması yaptığı müzik türü ile ilgili fikir vermektedir. Bu anlamda unsurlar dikkate alındığında dinleyici kitlenin görsel algısını doğru yöne çekebilecek bir görüntü elde edilmiştir denebilir. Görsellik arayışı dışında müzikal yapıya da uygunluk söz konusudur. Yazı karakteri bir önceki örnekte olduğu gibi Sanat Müziği albümünde daha kıvrımlı harflerin olduğu, el yazısı estetiği şeklindedir. Aslında bu iki albüm kapağında arka fon, giysi renk seçimi, albüm ve şarkıcı isminin yazıldığı renk birbirleriyle neredeyse aynıdır.

Aradaki temel fark, duruş farkıdır. İki farklı yorum, iki farklı yorumcudur karşımızdaki. Şarkıcının müziğine yaklaşımı ve onu anlatış şeklidir farklı olan ve doğal olarak değişen yaşam stildir. "Ben buyum ve içeride böyle bir şey olduğunu vaat ediyorum", demektedir.

Konuya başka bir pencereden bakıldığında ise kapakta şarkıcının fotoğrafının, isminin ve albüm isminin yer aldığı ve neredeyse tek tipleşmiş bir düzenleme ortaya çıktığı görülür. Türk müzik sektörü içinde yer alan albüm kapaklarının çok büyük çoğunluğunun bu şekilde kurgulandığı ilk gözlemde hatıra gelen bir gerçektir. Ancak istatistikî nesnel gerçekliği bulmak adına çok daha detaylı bir araştırma yürütülmesi gerektiğinin altı önemle çizilmelidir.

Örnek-3: Farklı Türler, Farklı Kimlikler

Müzik türlerinin hem dinleyici hem icracı için belirli kalıplarda davranış şekilleri gerektirdiği ve kodlara sahip olduğu ortadadır. Dinlediğimiz türe uygun bir görsel görmek isteriz karşımızda, çünkü ezberlerimizin şaşmaması gerekir. Eğer illaki şaşacaksa da sistem farklı olanı öncelikle reddedecek sonra zaman içinde içselleştirecektir.

Şarkıcı Gülay 1990'lı yıllarda müzikal kariyerine bir pop müzik şarkıcısı olarak başlamış ve "Cesaretin Var mı Aşka" isimli şarkısı ile beğeni kazanmıştır. Aradan yıllar geçmekte ve Gülay bir Türk Halk Müziği yorumcusu olarak müzikal kariyerine devam etmektedir. 2000'li yıllardan itibaren Halk Müziği alanında programlar yapmaya, konserler vermeye devam etmiştir. Aşağıda şarkıcının iki farklı türde yayınlanmış albümleri yer almaktadır:



Şekil 11: Gülay- Cesaretin Var mı. Kalan Ses,2004



Şekil 12: Gülay- Dalgalar. Seyhan Müzik, 2006

İki albüm kapağı incelendiğinde pek çok açıdan farklılıklar göze çarpmaktadır. Biçimsel olarak renk, ton, yazı karakterlerinde farklılıklar vardır.

Ancak en büyük değişimi müzik türü ve dolayısıyla kimlik yaşamıştır. Başında yazması, yanağında dövmesi ile Gülay daha 'halk müziğine özgü biçimsellikte' gözükmemektedir. Duman'ın da ifade ettiği üzere; "giyim ve giyim unsurları Türk milletinin günlük hayatının bir parçasıdır ve kültürün bir göstergesi olarak duygu, düşünce, hayal ve tecrübelerini dile getirirken kullandığı araçlardan biridir". Bu durumda müzik türü ile albüm kapağı özdeşleşmekte ve sürprizsiz bir biçimde uyuşmaktadır. Şarkıcı, hitap etmek istediği halk müziği dinleyicisinin ezberinde olan bir görsel yakalamaktadır. Aynı yorumcu farklı zamanlarda farklı kodlarla farklı bir söz söylemektedir. Ancak bu farklılık izleyici açısından kabul görür çünkü Benjamin'in deyişiyle; "Sahne sanatçısının sanatsal edimi, izleyiciye doğrudan sanatçı tarafından, kendi kişiliği aracılığıyla sergilenir."

Göstergeler Dünyası



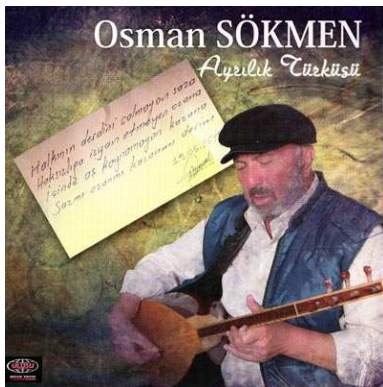
Şekil 13: Erdal Erzincan -Girdab-ı Mihnet. Kalan Ses, 2011



Şekil 14: Saffet Şimşek- Dört Mevsim Türküler. Anadolu Tur Reklam, 2012



Şekil 15: Ozan Garip Ünlü- Çulsuz. Özdiyar Müzik Yapım Plak, 2011



Şekil 16: Osman Sökmen- Ayrılık Türküsü. Ulusu Müzik Yapım, 2011

2011 yılı Aralık ayı itibariyle son 6 ayda satışa sunulan Türk Halk Müziği albümlerinden rastgele seçilen albümler arasında kapağında bağlama olmayan bir kapağa rastlamak oldukça zor. Özellikle erkek yorumcular için anlamlı bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Bayan şarkıcıların albüm kapaklarında, yetişkin yorumcular için daha mahalli, etnik görüntüler yer alırken genç şarkıcılar için durum daha belirsiz. Bir tür türsüzlük, melezlik, karışımın söz konusu olduğu popüler bir söylem söz konusudur.

Bağlama sazı Halk müziğinde dini, sosyal ve kültürel bağlamıyla büyük önem taşıyan bir enstrüman olarak karşımıza çıkmaktadır.

Görsel örnek teşkil etmesi açısından yalnızca yukarıdaki örnekler ele alındığında bile bu çalgının sembolik açıdan da önemli bir yeri olduğu hatta halk müziği ile özdeş hale geldiği görülmektedir. Neredeyse Halk müziği bağlama ya da bağlama çalmak demektir. Dinleyici kitlenin görsel algısı da bu şekilde işlemektedir. Bir müzik markette bu kapakları gören biri, şarkıcıyı tanımıyor olsa bile bu albümün türünü bilmektedir. Buradaki kapaklar diğer örneklerden farklı olarak; giyim, duruş, mimik, doğa gibi yan belirteçlerden ayrılarak müziğin kendisinin müziğe referans olduğu kapaklardır. Bağlama varsa bu albüm zaten halk müziği albümüdür. Benzer durum bir konser afişi için de geçerli olmaktadır. Sanatçı tanınmıyor olsa bile afişte bağlama çalarken çekilmiş bir fotoğraf varsa özellikle Halk müziği dinleyicisinin dikkatini çekmeyi başarmaktadır. Örneklerden hareketle denilebilir ki tasarım unsurlarında gözetilen 'albümün ve sanatçının müzikal yapısına uygun biçim ve renk kullanılması' konusu kendiliğinden çözüme kavuşmaktadır. Tarz ve anlayışlara göre özgün fikirler üretilmesi konusunda sorgulanması gereken noktalar olduğu açıktır.

Tasarım Yerine Temsili Simgeler

Görülen o ki yüzlerce CD arasından fark edilmeye çalışan bir albümün dayanağı özgünlükten ziyade var olan kabullerden şaşmamak, sınırları iyi belirlenmiş konumlarda ikamet etmektir. Çoğu kez gelenekten beslenen albüm kapakları için bildik dinleyici kitle ile kurulan diyalog önemlidir. Örneğin kına gecesi albümleri her zaman satabilir. Çünkü bu gelenek belli bir zamana bağlı olmayan bir etkinliktir. İnsanlar bu gibi törenlerde dans etmek isterler, kına gecesi albümünün hangi plak şirketinden çıktığı, hangi müzisyenlerin çalgıları çaldığı değil sadece müziğin "o" müzik olması önemlidir. Burada farklılık değil benzeşim aranmaktadır. Bu tür albümlerin düzenli olarak satışının olması gücünü burada almasından kaynaklanmaktadır.

Popüler müzik albüm kapaklarına bakıldığında bu durumdan çok da ayrı bir tablo çıkmamaktadır karşımıza. Müzik türleri de belli geleneksel değerlere sahip olarak gününü inşa etmektedir. *Yaratılan kimlikler ve bu kimliklere hayat veren aktörler.* Örneklerden de görüldüğü üzere Sanat Müziği icra eden biri takım

elbise giymeyi; Halk müziği yorumcusu bir başka kimse başına yazma takmayı uygun görmektedir. Biçim, müziğin kendisine eklenmiştir.

Sonuç olarak; amaç iyi bir tasarım yapmak mıdır sorusu akıllara düşmektedir. Türler arasındaki stil, hayat tarzı, kimlik, hedef kitle farklılığından ödünç alınan ana temsiller ve bu temsillerin simgeleri işi kotarmaya yetmektedir. Burada stil, sosyal grupların değer ve kimliklerin ifadesi olarak anlaşılmalıdır (Edgar,Sedgwick, 2007;358) Bu durum da Adorno'nun 1940'lı yıllarda endişe ederek üzerinde durduğu "standartlaşma" sorunsalını tekrar gündeme getirmektedir. Türler arası farklılıklar çok keskin gibi gözükmesine rağmen, türlerin kendi içinde yarattığı standart söylemler mevcuttur.

Son yıllarda ise bu durum bir boyut daha atlamakta ve türler arası standartlaşmaya doğru gidiş kendini göstermektedir. Ki bu durum tüm müzik ürünlerini tek havuzda toplamak anlamına gelmektedir. Bir sahne sanatçısının programlarında "her tür şarkıyı söylemesi" gibi her tür müzik türüne hitap eden bir semboller evrenini mi oluşacaktır? Durum böyle olunca "Ben buyum" demenin en kısa yolu olan albüm kapakları kendi kod dünyasında dinleyicisini yanıltmamaya devam edecek gibi gözükmektedir.

KAYNAKÇA

- ADORNO, Theodor W. (2012). Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BARTHES, Roland (2005). Göstergibilimsel Serüven, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean (2013). Tüketim Toplumu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BECER, Emre (2011). İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara : Dost Kitabevi.
- BENJAMİN, Walter (2013). Pasajlar, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ÇAKIR, Ahmet (2010). "1980 Sonrası Türk Din Musikisinde Çağdaş İslam Algıları", Çağdaş İslam Algıları Sempozyumu Bildirisi, s. 417-422.
- ÇEREZCİOĞLU, Aykut Barış (2013). "Benzerlik ve Farklılığın Müzik Yoluyla Eşzamanlı İnşası: Anatolian Death Metal", Yedi, S.9, s.11-21.
- DUMAN, Asiye (2009). "Sözlü Kültür Ürünlerimizde Giyim Motifi", Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, S. 49, s.225- 236.
- EDGAR, Andrew ve SEDGWICK, Peter (2007). Kültürel Kuramda Anahtar Kavramlar Sözlüğü, İstanbul: Açılım Kitap.
- GÜMÜŞTEKİN, Nuray (2011). "Meaning In Signs And Symbols In Anatolian And Other Cultures", Research and Development in the Social Sciences and Humanities, Vol. 14, p.103-117.
- KARA, Özgür (2008). 1950 ve 1980 Yılları Arasındaki Görsel Sanat ve Tasarım Akımlarının Müzik Albüm Plak Kapaklarına Yansımaları ve Grafik Eğitiminde Yeri, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- ÖZDEMİR, Fatih (2011). "Popüler Müzik Albüm Kapaklarının Tasarım Sorunları", İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, S.1, s.115-123.
- YAZIR, Elmalı Muhammed Hamdi (2013). Kuran-ı Kerim ve Satır Arası Kelime Meali, İstanbul: Haktan Yayınları.
- ULUSOY, Kadir, (2011). "Türk toplum hayatında yaşatılan kahve ve kahvehane kültürü", Milli Folklor, S.89, s.159- 169.
- www.ttnetmuzik.com.tr (20.02.2014)
- www.esenshop.com (20.02.2014)
- www.seyhanmuzik.com (20.02.2014)