



# Ritüelleşme ve Kültür(el)leşme Bağlamında Müzikal Hac Kavramı : “Notalı Rotalar” Örneği

The Concept of Musical Pilgrimage In The Context of  
Ritualization and Acculturation: Example of “Notalı Rotalar”

**Ekrem Erdem Tekbasan\***

## Öz

Tarih boyunca gerçekleştirilen seyahatler, her zaman belli bir motivasyona dayanmıştır. Bu seyahatler farklı kültürlerle temas kurmayı, karşılaşmayı ve deneyimi içerisinde barındırması nedeniyle önemli tespitlere imkân sağlamaktadır. Seyahatlerin motivasyonlarından biri ise müzik maksatlı gerçekleştirilenleridir. Öyle ki müzik motivasyonu ile seyahati merkeze almak bugünün festivallerini, müzik müzelerini, şehirlerin ikon haline gelen canlı müzik mekânlarını, dünya çapında tanınan türlere ev sahipliği yapmış salonları anlamak için önemlidir. Bu amaçlarla düzenlenen geziler ise kültür turizmi, müzik turizmi, eğlence turizmi gibi tanımlamalarla karşımıza çıkmaktadır. Bu gezi süreçleri içerisinde bazı gezi mekânları, ritüelistik denebilecek derecede kutsallaşmakta; aynı zamanda kültürel tüketim olgusu haline dönüşmektedirler. Ritüelleşme ve kültür(el)leşme süreçleri literatürde “müzikal hac” kavramı ile karşılanmaktadır. Bu çalışmada çok disiplinli bir kavramsal çerçeve izlenerek Fest Travel adlı şirketin “Notalı Rotalar” adlı müzik

Geliş tarihi (Received):30.10.2023 Kabul tarihi (Accepted):10.04.2024

\* Arş. Gör., Sinop Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Müzikoloji Bölümü. Sinop-Türkiye/ Research Assist. At Sinop University Faculty of Fine Arts And Design Department of Musicology. Sinop-Türkiye. erdemtekbasan@sinop.edu.tr. ORCID ID: 0009 0005 7003 0568

merkezli tur paketlerini inceledim. İncelemede müzik motivasyonu ile seyahat, ritüelleşme, kültür(el)leşme ve müzikal hac kavramlarını açıklayarak söz konusu şirketin düzenlediği turları içerik analizi yöntemini kullanarak müzikal haclilik kavramı üzerinden yorumladım. Müzikoloji açısından da turizm pratiklerinin alan içerisinde edinebileceği yer üzerinde durdum.

**Anahtar sözcükler:** *ritüelleşme, kültürelleşme, müzikal hac, turizm, Notalı Rotalar*

### **Abstract**

Throughout history, travel has consistently been driven by various motivations, each yielding significant discoveries through the development of cross-cultural contacts, encounters, and experiences. Among these motivations, one notable impetus for travel is the pursuit of musical experiences. Delving into the musical dimension of travel is crucial for comprehending contemporary phenomena such as music festivals, music museums, live music venues-now emblematic features of urban landscapes-and concert halls hosting diverse global music genres. These musical journeys are categorized under various labels, including cultural tourism, leisure tourism, and music tourism. During these excursions, certain destinations acquire a sacred significance, evolving into sites of ritualistic pilgrimage while simultaneously serving as arenas for cultural consumption. This process of ritualization and acculturation is commonly referred to as “musical pilgrimage” within the domain of musicology studies. This paper investigates the “Notalı Rotalar” music-centered tour packages offered by the company “Fest Travel” through a multidisciplinary conceptual framework. Music-motivated travel is elucidated through the lenses of ritualization, acculturation, and musical pilgrimage. In conclusion, the significance of tourism practices within the realm of musicology is underscored, highlighting the pivotal role that such endeavors play in shaping our understanding of musical cultures and experiences.

**Keywords:** *ritualization, acculturation, musical pilgrimage, tourism, Notalı Rotalar*

### **Extended summary**

Travel and music are two significant elements in the history of humanity that date back to ancient ages. Since these ages, people have been in geographical mobility. Travelling to somewhere, changing locations and witnessing people’s life as “foreigner, others” can create cultural encounters and experiences. Meanwhile, people in geographical mobility have interpreted what they encounter or experience based on their own cultural background. Moreover, the differences that emerge as a result of these encounters and experiences have created cultural diversity. To give an example, A commissioned imperial envoy, a conspicuous European aristocrat, a missionary, curious diplomats in foreign countries, and today’s “tourist” have been the subject of cultural encounters.

Also music, as a cultural product, has become the subject of these encounters and experiences time to time. Motivation for travels in the Grand Tours of Europe’s elite, in the

Bayreuth trips of premodern period intellectuals, or in the Ibiza holidays of EDM enthusiasts is the music itself. Its diversity as a cultural product around the world is often an interesting area. This interest provide the emergence of nostalgia concept, exoticism, representational system such as orientalism, symbolic violence as a tool of cultural capital, “sanctified” touristic places, “frozen” heritage, “displayable” traditional daily life, leisure activity and event vacations.

Music is both a cultural and touristic product in today’s world. Thus, it distinguished with its profitability and economic benefit. For this reason, while industry gets acculturated, music becomes industrialized by turning into an object of symbolic exchange and consumption; and it goes beyond its known cultural and ritualistic meaning. This can be named music tourism. Music tourism includes festivals, music events, music venues, artist museums or monuments. Moreover, its touristic characteristics of music are found on in both cultural and heritage tourism and events tourism such as music festivals live events or music-oriented tours. By means of all these events, music and tourism acquires ritualistic features. Behind this transformation, there are undoubtedly processes such as cultural and ethnic identities of class, sense of belonging and place attachment. Moreover, the transformation of this phenomenon into an analogy as “pilgrimage” is possible by examining today’s cultural production and consumption relations and their relevance to tourism.

With the light of the information mentioned above, in this article, the concept of musical pilgrimage, ritualization and acculturation will be examined. After the method section, “Notalı Rotalar” tours organized by “Fest Travel” company will be studied.

In the first title of the study, historical examples of travel for music purposes are included. This examples consist of early *Grand Tours* of European aristocrats, early holiday tourism at Brighton, Salzburg trips of Novello’s, Bayreuth festivals of *Wagnerians* etc. At the same time, these examples prove us a connection between music and tourism fields, both academically and historically.

The concepts of ritualization, acculturation and musical pilgrimage are included in the methods section of the study. Ritualization is discussed at a different point from the ritual phenomenon studied ethnographic fields, with its changing meaning in today’s tourism field. Especially MacCannell (2013) focused on the concept and examples of ritualization within the sociology of tourism.

Similarly, the blurring of the boundaries of the cultural field, which post-modern thinkers focus on mostly, has been tried to be explained through the concept of acculturation through the study. At this point, the views of important thinkers such as Jameson (2011), Baudrillard (2008), Gottdiener (2005), Goffman (2019), Bourdieu (2023) has been included.

At the last heading of methods section, the concept of musical pilgrimage has been explained with its background, and the concept has been tried to be grounded with the examples from the literature in the field of music and tourism. The symbolic meanings of participating in a musical event have been emphasized.

Fest Travel company's "Notalı Rotalar" tour has been tried to be evaluated through the context given above. The company can be considered as one of the first private attempts to organize travels in the field of cultural tourism in Turkey. As well as tours focused on music, it also organizes tours focused on contemporary art, gastronomy, experience and history. It can be said that the target audience of these tours in Turkey are individuals who have the financial possibility to participate them and the ones who are especially interested in symbolic meaning tag of "being there" and can turn this tag into an object of representation. Therefore, it can be claimed that those who "consume" these tours are the ones who are subjectively or objectively subordinate to these semiotic values.

From this point of view, in this study, the marketing style of the "Notalı Rotalar" tours, their target audience, the language they use in promotion, the way how these tours are turned into index, and the reality they represent have been discussed. In the conclusion, the place that tourism practices can have within musicology has been emphasized. It has been tried to explain the musicological perspective of the relationship between music and tourism.

## Giriş

Tarih boyunca gerçekleştirilen seyahatler, her zaman bir motivasyona dayanmıştır. Söz gelimi, yeni bir coğrafyayı tanıma merakı ya da çalışma zamanının dışında bir zamanı farklı bir coğrafyada değerlendirme isteği de bu motivasyonlara dâhilken; misyonerlik faaliyetleri veya elçilik gibi görevler de yine bir seyahat motivasyonu olarak nitelendirilebilmektedir.

Duruma örnek vermek gerekirse, D. Nash ve V. Smith (1991: 13) yazılarında antropologların turisti fatih, yönetici veya misyoner gibi kültürler arasındaki temasın aracısı ve özellikle dünyanın az gelişmiş bölgelerinde doğrudan veya dolaylı olarak değişimin nedeni olarak görmeye başladıklarını dile getirmektedirler.

Günümüzde ise seyahat, motivasyonu ne olursa olsun -tıpkı bütün tüketim toplumu tespiti, tenkiti ve analizlerinde olduğu gibi- bir tüketim, ekonomi hatta endüstri halini almıştır. Turizm endüstrisi, ulaşım endüstrisi, eğlence endüstrisi, kültür-sanat endüstrisi, yeme-içme endüstrisi ile seyahat birçok noktada kesişmektedir. Çeşitli operasyonel tur ve organizasyonlar, eğlence mekânları, ikonik sanat ortamları, egzotik lokasyonlardaki kompleksler bu endüstrilerdeki belli başlı çalışma alanlarıdır.

Seyahat, bir coğrafi değişiklik ve buna sebep olacak bir motivasyon olmakla beraber günümüzde daha geniş bir anlamı karşılamaktadır. Seyahat motivasyonlarında irdelenen unsurlardan biri de müziktir. Bir kültür ürünü olarak müzik, farklı kültürlerden alıcılarıyla karşılaştığı noktada "deneyime" ve bu karşılaşmanın doğurduğu yeni "temsillere" yol açmaktadır. Anlamsal ve bağlamsal müzik unsurlarının merkeze alınarak gerçekleştirildiği her türlü seyahat için bu durumdan söz edilebilmektedir.

Müzik maksatlı gezinin "müzikal hac" kavramıyla ilişkilenebilmesi ise konuyu genişletmektedir. Bu noktada hacılık, dinî bir vecibeyi yerine getirmenin seküler anlamdaki analogisidir.

Bu nedenle de İng. *pilgrimage* kelimesi (hem hac hem de seküler anlamda bir yere düzenlenen gezi anlamını taşımasından ötürü) ya da Fr. *Consécration/consacrer* (seküler anlamda da kutsanmak, adamak ve kutsal anlamında kullanılabilirdiğinden) bu analogiyi daha doğru karşılamaktadır. Müzikal hac, seküler anlamda dünyanın belli merkezlerine düzenlenen müzik maksatlı seyahatleri, bir müzik grubunu dinlemek için yollara düşen *fandom* kitlesinin motivasyonunu veya geleneksel bir müziği deneyimlemek için ülke değiştiren insanların deneyim tutkusunu açıklamada kullanılmaktadır. Ancak kavramın tanımlanmasında öne çıkan müzik maksatlı gezilerin, sınıfsal temsil ve sınırsal alanlarla ilişki kurması, sembolik sermayede göstergesel tüketim halini alması, kimlik ve aidiyetle ilgili sosyal ve psikolojik kodları taşıması itibarıyla müzikal hac çok boyutlu bir kavram dünyasını zorunlu kılmaktadır.

Bu bağlamda çalışmada müzikal hac kavramının kullanımı ve literatürüne değinilecektir. Müzikal hacin anlaşılması adına ritüelleşme ve kültürelleşme ele alınacak, bununla beraber çalışmada, örnekleme “Notalı Rotalar” adlı gezi turları yerleştirilecektir. Müzikal hac kavramı bu örneklemeden aktarılmaya çalışılacaktır. Örnekleme alınan gezilerin tanımlarının ve paket kapsamında beraberinde hangi kültürel ürünlerle ortaklı olarak ele alındığına değinilecek, müzik maksatlı bu geziler müzikal hac bağlamında dolayısıyla da ritüelleşme ve kültürelleşme bağlamında içerik analizine tabii tutulacaktır. Böylelikle müzikolojinin çok disiplinli bakış açısı turizm, sosyal bilimler ve müzik bağlamında irdelenmiş olacaktır.

## 1. Müzik motivasyonu ile seyahatin kısa tarihçesi

Toplum içerisinde farklı işlevselliklerle tanımlanabilen müzik aynı zamanda farklı toplumların kültürel karşılaşmalarında da rol oynayabilmektedir. Örneğin din ya da devlet görevlilerinin ya da soylu kesimin gerçekleştirdiği seyahatlerde ya da günümüzdeki turizm maksatlı gerçekleştirilen seyahatlerde müzik karşımıza çıkabilmektedir. Bu türden seyahatler günümüzde ağırlıklı olarak kültür turizmi çalışmaları kapsamında ele alınmaktadır.

Örneğin 16. ve 19. yüzyıllar arasında Avrupa’da *Grand Tour* adı verilen ve Avrupa’nın zengin/soylu kesiminin kendilerince ritüelistik-kültürel Avrupa merkezlerine gerçekleştirdiği geziler buna örnek verilebilir. Gibson ve Cohnell (2006: 4), *Grand Tour*’ları Avrupa’daki elitlerin 3 yılda bir düzenlenen Avrupa’nın çeşitli antik ve kültürel yerlerine gerçekleştirdikleri geziler olduğunu belirtmektedirler.

Daniel Kilbride ise *Grand Tour*’ların kültürel işlevselliğine dikkat çeker:

Hem istisnai, son derece anlamlı bir olay hem de gelenekselleşmiş uygulama olan Avrupa’da seyahat, aynı anda yetiştiricilerin kendilerini “kibar” Grand Tour geleneği içinde konumlandırmalarına yarıyordu. Batı kültürünün yarı kutsal bölgelerine seküler bir hac yolculuğuna çıkılırdı. (Kilbride, 2003: 550)

O halde, Avrupa’daki bu seyahat geleneği bir soylu sınıfı temsil etmektedir. Zira o dönemde bu geziyi gerçekleştirebilmek gerçekten de ancak soylu kesim için mümkündür. Öte yandan bu turlar, bu sınıfa eklenmek isteyenler için de bir ikon niteliğindedir.

Bu geziler içerisinde dikkat çekici olanı, Novello ailesinin 1829 yılında gerçekleştirdiği, Londra'dan Salzburg'a olan gezidir. Gibson ve Cohnell geziyi şöyle özetlemektedirler:

*Grand Tour'un küçük bir parçası olsa da müzik de edebi, arkeolojik, mimari ve artistik kültür gezileri içerisinde yer aldı... ...Nadir durumlarda müzik bu gezilerin temel motivasyonunu oluşturdu. Örneğin, Vincent ve Mary Novello'nun Londra'dan Salzburg'a 1829'da yaptıkları gezi. Günlüklerinde detaylıca kayıt bıraktılar. Batı Avrupa'nın farklı bölgelerinden tiyatrolar, kiliseler ve kasaba meydanlarındaki konserlere gittiler. (Gibson & Cohnell, 2006: 4)*

Novello ailesinin gezisi, aslında onlar için önemli bir müzikal rol model olan Mozart'ın hayatını daha yakından tanımak için gerçekleştirilmiştir. Salzburg'da Mozart'ın halen yaşayan kız kardeşi ve eşi ile çeşitli görüşmeler gerçekleştirmiş ve bunları günlüklerine kaydetmişlerdir. Öyle ki bu günlükteki yazılar daha sonradan Rosemary Hughes tarafından “*A Mozart Pilgrimage*” başlığıyla önsöz, ek aydınlatmalar ve açıklamalar eklenerek yayımlanmıştır (Girdlestone, 1956: 239).

Benzer şekilde 18.yy'da Goethe de gerçekleştirdiği İtalya seyahatlerinde müzik ile ilgili bilgilere yer vermektedir. Goethe, 17 Eylül 1786'da gittiği Verona şehrindeki gündelik müzik yaşamını şöyle özetlemektedir:

*...Şarkı ve gürültü, geceleri büsbütün artıyor. Marlborough şarkısı bütün sokakları çınlatıyor, derken bir çembalo ve keman başlıyor. Her yandan garip sadalar iştiliyor. (Goethe, 1990: 66)*

Goethe'nin İtalya seyahatinden günceleri, 18. yüzyıl İtalya'sının “ses/müzik manzarasını” sunmaktadır. Novello'ların gezisi gibi bize birçok gündelik bilgiyi aktarmaktadır.

19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde ise deniz tatili, kaplıca tatili, otel tatili gibi turizm alanlarında hizmet veren kuruluş ve işletmelerin ortaya çıktığı tipik tatil turizmi görülmektedir. 19.yy'da Brighton'un *Bedford Hotel* isimli otelde bir yaylı çalgılar dördlüsünün ve tatil dönemlerinde çeşitli orkestraların mevcudiyetinden bahsetmektedir (Gilbert, 1954: 184-186, akt. Gibson & Cohnell, 2006: 5). Benzer şekilde kültür sanat etkinliklerine yönelik mekânlar da 19. yüzyılda turist çekmeye başlamıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru Richard Wagner'in opera performansı için Bavyera kralı tarafından inşa edilen tiyatro sahnesi, dönemde bile uzak coğrafyalardan turist getirmiştir (Gibson & Cohnell, 2006: 6).

Erken örneklerin yanı sıra 20. yüzyıla gelindiğinde modernitenin etkileriyle beraber küreselleşme, endüstriyelleşme, orta sınıfın ekonomik gücünün yükselmesi, insanlığın yaşam dünyasında değişikliklere neden olmuştur. Üretimin bollaşması, tüketimin artmasına yol açmıştır. Öte yandan bu bolluğu elinde tutanların yaşamlarında da boş zamanın oluşmasını tetiklemiştir. Nispeten gelir dağılımı artmış ve orta sınıfta bu boş zamandan yararlanmaya başlamıştır. Ancak yüzyılın ilerleyen süreçlerinde gelir dağılımının eşitsizliği yine belli sınıfsallıklar ve sınırsallıklar oluşturmuştur.

Müzik ve turizm alanları da bu değişimlerden etkilenmiştir. Bu doğrultuda gösteri ekonomisi, eğlence ve seyahat sektörü önemli istihdam ve gelirlere sahip olan alanlar olarak

ortaya çıkmışlardır. Üstelik sektörlerin karşılıklı ilişkisi dolayısıyla bugünün dünyasında kültür, sanat ve turizm bir arada kullanılan kavramlar olagelmiştir.

20.yy'nin başlarında dünyada görülen bu değişikliklerle beraber modernite, kendi anlam dünyasını yaratmış, kendi kültürel pratikleri ortaya çıkmıştır. Elinizdeki çalışma ve müzikal hac söyleminin de ortaya çıkış noktası burasıdır. Müzik motivasyonu ile düzenlenen geziler, 20 ve 21.yy'de gündeme gelen ancak tarihi eskiye dayanan olgulardır. Öyle ki bir müzik için coğrafi olarak yer değiştirmek, onun aidiyet ve kimlik gücünü hem ortaya çıkarmakta hem de ona tutkulu bir anlam yüklemektedir. Durum, müzikal olarak "hacı" olmakla eşdeğerdir. Bu noktada altı boş bir hacılıktan söz etmek çalışmayı geçersiz kılacaktır. Zira 20. ve 21. yüzyılın seyahat pratikleri ritüelistik ve kültürel yeni değişimleri doğurmuştur. Sınıflı toplumun "aylak sınıfının" "turiste" dönüşmesi, yeni toplumsal pratiklerin kendi ritüelistik özelliklerini inşa etmesi buna verilebilecek en genel örnektir. Konunun daha detaylı ele alınabilmesi adına ritüelleşme ve kültür(el)leşme kavramları incelenecek ve beraberinde müzikal hac kavramına değinilecektir.

## 2. Çalışmanın yöntemi

Çalışmada önce müzikal hacılığı tanımlamakta yararlanılacak farklı kavramlara yer verilmiştir. Literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Böylelikle çalışmanın kavramsal çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Örneklem üzerinden ise nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizine yer verilmiş, "Notalı Rotalar" gezilerinin şirketin web sayfasındaki tanıtım metinlerinden yararlanılmıştır. Bulgular daha sonra ele alınan yöntemle beraber kavramsal çerçeve sınırında yorumlanarak değerlendirilmiştir.

## 3. Ritüelleşme

Ritüel, birçok bilimsel çalışmada ortak olarak karşılaşılan bir olgudur. Ritüel kelimesi dini ya da seküler belli nedenlerle tekrar edilen ancak sınırları kesin olarak çizilmemiş, değişebilen, evrilebilen birtakım pratikleri kastetmek için kullanılmaktadır. Bir dini ibadet biçimi de ritüel olarak ele alınabilirken, gündelik yaşam içerisinde sabitleşmiş tekrar eden hareketlerimiz de ritüel olarak nitelendirilebilmektedir.

Ritüel, uygun zamanlarda yerine getirilen ve sembollerin de kullanılabilirdiği, sık sık tekrarlanan bir davranış modelidir. Ritüellerin etkili olduğu başlıca toplumsal alanlardan birisi dindir. Ancak ritüelin etki alanı seküler ve gündelik yaşama kadar uzanmaktadır (Marshall, 1999, s. 623). Ritüeller yaşamın her alanında, dini ritüellerden, yaşam rolleri ritüellerine, mesleki ritüellerden işe veya ev yaşamı ritüellerine kadar fark edilmeden gerçekleştirilir veya yaşanır. Sporda, sanatta, günlük yaşamdaki performanslar, ritüelleşmiş tavırlardan ve seslerden oluşur (Schechner, 2006: 52, akt. Küçükaksoy, 2017: 1734).

Catherine Bell, *Ritual Theory, Ritual Practice* adlı çalışmasında, ritüel kavramının 19.yy'da evrensel bir insan deneyim kategorisi olduğuna inanılan şeyi tanımlamak için resmi bir analiz terimi olarak ifade etmektedir (Bell, 2009, akt. Köse, 2021: 60).



Goffman (2019: 9), insanların “başkalarıyla bir arada olduğu esnada ve bir arada olması vesilesiyle meydana gelen olaylar bütünü” olarak tanımladığı günlük hayattaki etkileşim çalışmalarını incelerken, bu tarz etkileşimlerin ritüelistik boyutlarından yani kullanılan jest, mimik, takınılan tavır ve yüz ifadesi gibi durumlardan söz ederek etkileşimin ritüellerini ortaya koymaktadır

Müzik özelinde ise çalışmalar ağırlıklı olarak etnomüzikoloji disiplininde şekillense de müzikolojinin çeşitli çalışma alanlarında da ritüel kavramı ile karşılaşılmaktadır. Söz gelimi Adorno, kültür endüstrisi kavramını müzik boyutuyla ele alırken popüler müzik ve *kitsch* pratiklerinin -yani konserlerinin- “boş bir ritüel” olduğunu dile getirir (Berger, 2014: 54). Burada, Adorno’nun müziği hiyerarşi içerisinde tasnif etmesinden ziyade, çağdaş kültürel üretimlerin ve ürünlerin ritüelistik özelliklerine yer vermesi önemlidir.

Öte yandan, müzikteki ritüel çalışmalarında ritüellerin çeşitli özellikleri ve zaman ile bağlam içerisindeki değişimlerinin tespitinde “eşiksellik” kavramıyla karşılaşılmaktadır. Schechner’in ve Turner’ın başı çektiği performans çalışmalarında iki temel kavram ritüeli şekillendirmektedir: “*liminal*” ve “*liminoid*”.

Victor Turner, ritüelde “eşik” kavramını dile getirmiş ve bu anlamda “*liminal*” ve “*liminoid*” olmak üzere kutsal ve seküler ritüel eşik durumlarını sınıflamıştır. Eşiksellik kavramı dönüşüme gebedir ve performansta dönüşümün gerçekleşeceği alanı işaret etmektedir. Eşik olarak görülen bölge eşik öncesini ve eşik sonrasını birbirinden farklılaştırmaktadır (Güngör, 2021: 164-165). Eşiksellik böylelikle performans ve ritüeldeki değişim noktasını “kırılma anını” özetlemektedir. Buna göre, *endüstrileşme ve iş bölümü ile birlikte geleneksel yapılarıdaki ritüellerin çoğu işlevini sanatsal aktiviteler, eğlence ve boş zaman aktiviteleri üstlenmeye başlamıştır* (Schechner, 2006: 67, akt. Küçükaksoy, 2017: 1735).

O halde, müzik merkezli düşünülecek olursa günümüz kültür, sanat ve eğlence aktiviteleri ritüelistik özelliklerle yeniden bağlanmaktadır. Bu anlamda da birçok etkinlik ritüelleşmektedir. Bu etkinliklere festivaller, konserler, turlar, bienaller vb. birçok kültür-sanat alanından etkinlikler örnek olarak verilebilir.

Bununla beraber, etkinliklere dâhil olmak, alımlayacak kültürel kodları taşımak ve bunu kimlikel ve aidiyetsel unsurlar haline getirmek belli bir ekonomik bolluğu, boş zamanı ve ister istemez bir sınırsallığı beraberinde getirmektedir. Veblen tam bu noktada, erken endüstrileşme süreçlerinde aylak sınıfın teorisini ortaya atmış, boş zamana ve ekonomik refaha sahip olan ve tarihsel konjonktürde dönüşen sınıfın özelliklerini açıklama yoluna gitmiştir. Bunu gerçekleştirirken gösterişçi tüketim, cemaate ve sınıfsallığa dolayısıyla da aylaklığa yer vermiştir. Veblen’e göre;

Aylaklığın geçmişteki performans kriteri, dolayısıyla, çoğunlukla “maddi olmayan” mallar biçimini alır. Geçmişteki aylaklığın bu maddi olmayan bulguları yarı bilimsel veya yarı sanatsal becerilerdir ve insan yaşamının ilerlemesine doğrudan vesile olmayan süreç ve vak’aların bilgisidir. (Veblen, 2022: 46-47)

Yine Veblen, yarı bilimsel ve yarı sanatsal becerileri kapsayarak şekillendirdiği gösterişçi tüketimini destekleyen biçimde eklemeler yapar;



Yüksek derecede organize olmuş herhangi bir cemaatteki saygınlık, nihayetinde maddi güce dayanır ve maddi gücü sergilemenin ve nam kazanmanın ya da namı sürdürmenin araçları da, aylaklık ve malların gösterişçi tüketimidir. (Veblen, 2022: 79)

Buradan yola çıkarak sanatsal ve bilimsel faaliyetlerin günümüze gelen süreçte gösterişçi tüketimle dolayısıyla da aylak sınıfla ilişkilendiğini görmek mümkündür. Üstelik bu sınıfsal pratikler ritüelleşmektedirler. Dean MacCannell, *The Tourist: A New Theory of Leisure Class* adlı kitabında modern toplumu turizm sosyolojisi üzerinden okuma yoluna gitmektedir (Maccannell, 2013). MacCannell, modernliğin yapısal analizini yapmak, modernliğin toplumsal yapısını açıklamak, modernliğin bir yapısal antropolojisini geliştirmek gibi amaçları olduğunu, turisti ve turizmi de bu amaçlar açısından araştırmaya değer bulunduğunu dile getirmektedir (Başdaner, 2018: 35).

MacCannell, modeniteyle birlikte turizm alanında eski olanın marjinalleştirildiğini ve nesneleştirildiğini böylelikle turizmin otantik-egzotik bir bağlamda gerçekleştiğini dile getirmektedir. Haliyle üretilen kültürel ürünler de bu bağlamda hem marjinalleştirilmekte hem de egzotikleştirilmektedir. Bu ürünlerin tüketimi ise MacCannell'a göre kültürel deneyimdir. Turistik deneyim bu deneyim tarzının bir alt türüdür ve bu sembolleri tüketen gruplar da “yeni aylak sınıf” yani turistlerdir (Maccannell, 2013: 19-23, akt. Başdaner, 2018: 38).

Bu deneyimin turistler için kentin hangi mekânında olacağı ise çeşitli göstergelerle görünür kılınmaktadır. Turistler için bütün turizm planlamalarında şehirlerin belli etkinlikleri veya mekânları turistik cazibe merkezi haline getirilmekte, markalaştırılmakta ve marjinalleştirilmektedir. Bu düzenlemeler manzaraları turistler için “kutsal” hale getirirken diğer yandan turist davranışlarının “ritüelleşmesine” yol açmaktadır (Maccannell, 2013: 41-42 , akt. Başdaner, 2018: 40).

O halde turizmin mekânları, otantiklik ya da gösterişçilikle görünür hale gelmektedir. mekânı, mekândaki turizme yönelik faaliyetleri tüketmek ise ritüelistik özelliklerle ilişkilendirilmektedir. 21. yüzyılda sosyal yaşama dair yaratılan “olmazsa olmaz” standartlar giderek dini işlevselliklere benzer konumlara evrilmektedir. Avrupa'ya gidilen bir seyahatte Avrupa'nın kültürel ve tarihi yerleri kutsal nitelikteymişcesine ziyaretçi akınına maruz kalmaktadır. Londra'ya yılda ortalama 19,83 milyon; Paris'e ise yılda ortalama 17.44 milyon turist gelmektedir.<sup>1</sup> Üstelik bu bölgeler değişimden kaçınılarak neredeyse “dondurulmuş” bir zaman ve mekânsallık deneyimini sunmaktadır. Bu da MacCannell'in kutsallık ve ritüel ilişkilendirmesini hatta turistin bu bölgelere giderek “hacı” olduğu anolojisini doğrular niteliktedir.

Müzik açısından da benzer özellikler görülmektedir. Söz gelimi, 1969 yılında Amerika'da gerçekleştirilen Woodstock festivali dönemin gençlik konjonktüründe önemli bir “marka yüzü” olmuştur. Dönemin ünlü sanatçılarının ve gruplarının katıldığı üç günlük Woodstock festivali, bir barış ve toplumsal muhalefet manifestosu olarak dünya müzik tarihinde olduğu kadar, barış ve özgürlük tarihinde de yerini almıştır (Makal, 2018: 591). O halde bir müzik festivali olmaktan öte belli bir politik görüş ve kültüre dair kodları

taşıyanlar için kimlikel bir yapı, aidiyetsel bir mekânsallık söz konusudur. Öyle ki bugün Woodstock festivalinin gerçekleştirildiği alanda arkeolojik kazılar gerçekleştirilmektedir.<sup>2</sup> Buradan yola çıkarak popüler müziğin gerçekleştiği bir mekânın korunmuş bir arkeolojik çalışma alanına çevrilmesi festivali kutsallaştırmanın ve ritüelleştirmenin iyi örneklerinden biri olacaktır.

Bir başka örnek olarak, Wagner'in yalnızca Bayreuth'da gerçekleştirebildiği idea-sı *gesamtkunstwerk*'in durumu incelenebilir. Bayreuth, *Wagneryen* birisi için mekânsal olarak yine kutsaldır niteliktedir, bir "mabettir." Bayreuth müzik festivali ise bu mabette moderniteyle şekillenen bir ritüelleşmedir. Nietzsche, festivale katılanları şöyle özetlemektedir:

Bayreuth Festivali'ne katılanların tümü, kendilerini çağa aykırı insanlar olarak hissedeceklerdir: Bu insanların vatani başka bir yerdedir, başka bir zamanda yaşarlar ve hem söylemlerini hem de haklıklarının kanıtını başka yerlerde bulurlar. (Nietzsche, 2012: 8)

Bayreuth Festivali, kültürel kodlarla, kimlikle ve aidiyetle örülü bir kanon oluşturmaktadır. Bu kanon, mekânın kutsallık anolojisiyle bir değere kavuşmasıyla ritüelleşmektedir.

#### 4. Kültür(el)leşme

Ritüelleşme kavramı ile beraber 21.yy'nin kültürel değişim, dönüşüm ve inşa süreçlerinde kültürelleşme de son derece etkilidir. Ali Artun, "*toplumsal hayattaki her şeyin -ekonomik değerden ve devlet gücünden toplumsal ve politik pratiklere, hatta bizzat psişenin yapısına kadar her şey- kültürelleştiğini*" dile getirmektedir (Artun, 2014: 17).

Kültürelleşme süreci sembolik üretim, gösterge tüketimi gibi kavramlarla da ilişkilenebilir. Kültürel süreçler ile endüstriyel süreçlerin iç içe geçmesi, sınırlarının muğlaklaşması, kültürel ürünlerin bağlamından koparılmış biçimde yeniden üretilebilir bir hal alması kültürelleşme sürecinde önemli rol oynamaktadır. Bu sürece bir kültür-sanat ürünü olarak müzik de dahildir.

Ortaya konulan kültür-sanat ürünleri sanayi süreçlerinin ürünleri ile giderek aynı anlamda ortaklaşmaktadır. Artun, Andy Warhol'un *Pop-Art* ekolünü ve atölyesine "fabrika" demesine vurgu yaparak, tarih boyu süren tasarım ve sanat rekabetinin nihayetinde "sanayinin sanatsallaştığını" dile getirmektedir (Artun, 2014: 19). Endüstriyel ürünün sanatla iç içe geçmesi, sanata özgü biriciklik, özgünlük gibi kavramları bünyesinde barındırması ise kültürelleşme sürecine verilebilecek bir örnektir.

Birinci Dünya'nın mali finansal yapısını belirlediği kültürleşme olgusu, kültürün özerk bir düzey olmaktan çok, malileşme niteliği içinde değerlendirilmektedir (Yağcı, 2015: 63). Frederic Jameson, geç kapitalizmin başat düşünce biçimi olarak postmodernizmi ele alırken "kültürün ürünleşmesi ve sermayenin de kültürleşmesi" süreçlerini dile getirmektedir. Jameson, postmodernizmi kültürel bir başatlık olarak ele almaktadır (Jameson, 2011: 233).

Baudrillard benzer süreci “farklılığın sanayileşmesi” ve “göstergelerin değiş-tokuşu” üzerinden okumaktadır. Ona göre, farklılığın sanayileşmesi ve ticarileşmesi değiş-tokuşu mümkün kılmakta, önceden soya, sınıfa, soyluluğa özgü farklar değişmezken bugün ise geniş bir tüketim ortaklığı içerisinde bu farklılıklar sanayileşmiş ve ticarileşmiş olarak tüketilmektedir (Baudrillard, 2008: 110-111). Bu da tüketim süreçlerinin de farklı kültürleşme süreçlerine eklenildiğini göstermektedir.

Gottdiener, ideolojilerin, modern mobilya biçimleri gibi, maddi biçimler içerisinde yapılandığını dile getirmektedir (Gottdiener, 2005: 79). İdeaların maddi biçimler içerisinde yapılanması, somut kültürel ürünlerin tüketiminin birer gösterge tüketimine dönüşmesine yol açmıştır. Veblen’in gösterişçi tüketimi, Baudrillard’ın simgesel değiş-tokuşu, Jameson’un geç kapitalizmin kültürel mantığı aslında bu anlam dünyası üzerine getirilen farklı perspektiflerden saptamaları içermektedir. Asıl olan örneklem, insan yaşamının sürdürülmesine doğrudan katkısı olmayan ürünlerin -konu özelinde kültürel ürünlerin- niçin tüketildiği nasıl kültürelleştiğidir. Bu da konuyu gösterge tüketimine götürmektedir. Kültürel üretimlerin tüketimi, gösterge tüketimi üzerinden şekillenmektedir. Söz gelimi, spesifik bir konudaki ürün - nadir eserin satın alınması, müzayedeye sunulması, onun mülkiyetine sahip olmak vb.- kültürel kodlarla bezenmiş kimlikler, temsiller, aidiyetler ilişkisi içerisinde bir kültürel tüketimi sembolize etmektedir. Bu bir gösterge tüketimidir.

Öte yandan Bourdieu, sembolik mallar piyasası olarak adlandırdığı sembolik sermaye ve ürünleri tanımlarken bu ekonominin işleyişi için muhakkak bir inanç benzeri bir kutsallığa ihtiyaç duyulduğunu dile getirmektedir (Bourdieu, 2023).

Müziğin de kültürelleşme süreçlerine eklenmesi buradandır. Müzik, sembolik tüketime dahil olmaktadır. Bu tüketime endüstrileşme, marjinalleşme ve markalaşma yoluyla eklenmiştir. Böylelikle müzik sadece bir sanat, kültürel pratik olmaktan ziyade kültürel -ve haliyle göstergesel- bir ürün halini de almıştır. Müziğin bu durumu onun kültürelleşmesinin önünü açmıştır.

Turistik ve ritüelistik nitelikte var olan bir etkinliğin merkezinde müzik var ise yine aynı etkinliğin gerçekleştirildiği alanda müziğin bir kültürel ürün olarak satıldığı/pazarlandığı gözlemlenebilir. Müziğin marka yüzü haline geldiği bir şehirde, müzikle ilgili görsel tasarımlarla şehrin donatılması, konudan bağımsız ticari bir malın sanatçı ya da müzik ikonuyla ilişkilendirilmesi müziğin de kültürelleştiğini gözler önüne sermektedir.

Söz gelimi, Avusturyalı bir alkol üreticisi, Mozart’ın silüetini ve ismini kullanarak *Mozart Chocolate Liqueur* üretmektedir. Ambalajında kültürel bir mirasa -bir besteciye- yer vermektedir. *Austin, Nashville, Houston* gibi şehirler, kendi canlı müzik piyasası ve amatör-profesyonel müzik etkinliklerini reklam yüzü olarak kullanmakta, şehrin ekonomik karlılığını ve değerini arttırmaktadırlar. *Graceland, Beatles House, Rock ‘n’ Roll Hall of Fame, Pop-Art Museum* gibi mekânlar müzik adına “ritüelistik derecede dondurulmuş” anıt yapılar sunmakta, müziğin sembolik tüketim işlevselliğine işaret ederek hem kutsallaşma, ritüelleşme ve hac ile ilişki kurmakta hem de kültürelleşmeye birer örneklerdir.

## 5. Müzikal hac

O halde kültürelleşme ve ritüelleşmenin, müzik ve seyahat bağlamındaki kesişim kümesinde müzikal hac ile karşılaştığı söylenebilir. Müzikal anlamda hacı olmak, müzik merkezli bir geziye çıkmak, konser salonunda bulunmak, etkinliği ya da festivali deneyimlemek, kütleleşmiş sanatçıların müzelerini ya da sanat mekânlarını ziyaret etmektir. Böylelikle seküler anlamda bir “hac” gezisi gerçekleştirilmektedir. Bu davranışlar bütünü, söz konusu müzik, sanatçı ya da sanat ekinliğinin tutkunu olmayı, sınıfsal ya da sınırsal olarak o kültürel kodlara sahip olmayı ve haliyle aidiyeti ve kimliği gerektirmektedir. Bu da gerçekleştirilen davranışın ritüelistik derecede önemli olarak anlaşılmasına ve aynı zamanda günümüzde bu tarz etkinlikler birer endüstriyel nitelik kazandığından kültürel bir endüstri ürünü olmasına yol açmaktadır.

Buradaki hacılığın dinî analogiye dayanması, ritüel yönünün vurgulanmasıyla ilişkilidir. Dinî veya seküler anlamda bir yere gitme, bir nesneyi/özneyi görme ve deneyimleme hadisesi “hac” analogisini anlamlı kılmaktadır. Bu nedenle de literatürde İng. *pilgrimage* kelimesi hac anlamıyla beraber tarihi ya da manevi bir yere yapılan gezi anlamını taşıması itibarıyla kavramsallaştırılmaktadır.

O halde müzikal hac, dinî olmaktan çok tutkulu bir aidiyetle ilişkilidir. Aidiyet, bir müzik türünün/grubunun/sanatçısının hayran kitlesi olmada önemli rol oynamaktadır. Bu *fandom*’luk kitlelerin müzik deneyimini yaşamak için yer değiştirmesine neden olabilmektedir. “Aidiyet; bir kişiye, eşyaya, coğrafyaya, ideolojiye, dine, bir gruba veya varlığa bağlanma, ilişki yumağı geliştirme durumudur” (Ayhan, 2021: 48)Geliştirilen ilişki yumağı durumu, kitleleri bir anlamda hacı olmaya itebilmektedir.

Stokes *music, travel and tourism* başlıklı yazısının bir bölümünde müzikal hac kavramının değerlendirmesine yer vermiştir. Burada kutsallık durumunun, performans anında geleneksel olarak temsil edilen terimlerden çok daha fazlasını ifade eder hale geldiğini söylemekte ve eklemektedir: *Festival etkinliklerinde turizmin “kutsallığı”, bazı yorumculara göre, karmaşık ve istikrarsız bir benlik ve ötekilik göstergebilimi, toplumsal dönüşümün “Turner benzeri(Turnerian)” bir draması meselesidir* (Stokes, 1999: 148). Elbette burada Stokes, Turner’ın eşiksellik kavramına gönderme yapmakta ve eşik sonrasında pratikteki ritüellerin anlamlandırılmasının değiştiğine dikkat çekmektedir. Böylelikle turizm etkinliklerinde kutsallığı tanımlama yoluna gitmektedir.

Küba’daki müzik turizmi ve kültürler arası müzikal öğrenme biçimlerini araştıran Windress, müzikal hacin, mutlaka dini bir arayışla ilgili olmadığını, ancak dünyevi haclarda olduğu gibi, daha geniş anlam ve deneyimin özgünlüğü arayışını ima edebileceğini dile getirmektedir (Windress, 2016: 135).

Lashua, Spracklen ve Long, geleneksel dansın turistik gösterimlerinden bestecilerin ve şarkıcıların evleri ile mezarlarına yapılan “hac” ziyaretlerine, anlık sokak eğlencelerine, konser turlarına, festivallere katılmaya, *IPod*’larla seyahat etmeye ve otel asansörlerindeki “muzak”lara kadar müziğin seyahatleri harekete geçirebilir, şekillendirebilir ve pasif olarak seyahat süresince yayılabilir olduğunu dile getirmektedir (Lashua, Spracklen, & Long, 2014: 3).

*Dave Matthews Band*'in hayran kitlesi üzerine yapılan araştırmada Erdely ve Breede de grubun canlı performansının hayran kitlesi tarafından deneyimlenmesinin bir tür hac pratiği olduğunu dile getirmektedir (Erdely & Breede, 2017: 50).

Gibson ve Cohnell ise müziğin seyahat içerisindeki çok yönlü var oluşunun yanı sıra müzik motivasyonu ile gerçekleştirilen seyahatlere dikkat çekerek müzikal hac kavramını ele almaktadır:

Müzik turizmi, “retro” hayallerin yaşanmasının bir parçası olabilir, “tekrar genç olma” düşüncesini kutlayarak müziğin eskimişliğini korurken kültürel anlamlarını da canlı tutabilir. Aynı zamanda, tüketim “fetişizminin” bir sürecinin son aşamasını oluşturabilir ve mekânsal fetişe dönüşebilir. Böylelikle bazı müzik turizmi türlerinde hac fikri yer almaktadır. (Cohnell & Gibson, 2003: 223)

Yine Gibson ve Cohnell, Jim Morrison'un mezarı olan *Père Lachaise* Mezarlığı; John Lennon'un *Strawberry Fields*'daki *Imagine* anıtı ve öldüğü apartman bloğu; Jimi Hendrix'in *Greenwood Memorial Park*'taki ebedi istirahat yeri; Curt Cobain'in 1994'teki intiharını gerçekleştirdiği yer (hâlâ orada yaşayan ailesinin hoşnutsuzluğuna rağmen); ancak hepsinden önemlisi, Elvis Presley'nin Memphis'teki *Graceland* 'ı gibi ölü sanatçılarla ilişkilendirilen mekânlara “hac” ziyaretlerinin düzenlendiğini dile getirmektedir. Özellikle Amerika'daki Elvis Presley'nin anıtsal mekânı olan *Graceland*'a dikkat çekerek, mekânın içeriğini hayranlık ve bir yıldız sanatçının başarı ve aşırılıkları ya da sadece “hac” veya basit ticarileşme olarak değil, popüler-ulusal mitolojiye dönüştüğünü dile getirmektedirler (Cohnell & Gibson, 2003: 225).

Stokes, Sara Cohen'in Liverpool'daki *Beatles House* ile ilgili turistik verilerin istatistiğini tuttuğu çalışmaya atıfta bulunarak burada da elbette hayran kitlelerin -öyle ki- “hacıların” istatistiğinin tutulduğunu dile getirmektedir. Bunun üzerine medyaya dikkat çekmekte ve eklemektedir:

Müzik basınının “fandomu” bir tür manevi görev teşkil etmede oynayacağı kendi rolü vardır. Bu maneviyat dilini, hayran olarak görevlerini yerine getirmek için daha fazla insanı daha fazla para harcamaya teşvik ederek kazanmaya hazır olan insanların alaycı manipülasyonu olarak yorumlamak kolay olacaktır. (Stokes, 1999: 151)

Ayrıca Gibson, Cohnell ve Stokes'un yorumları bütüncül olarak göz önünde bulundurulursa, kültürelleşme ve ritüelleşme süreçlerinde müziğin mekânsallığı, aidiyeti ve bütüncüleştirici kimliğinin önemli rol oynadığı gözlemlenebilmektedir. Bu durumda da antropolojik perspektiften ritüelleşmenin ve sosyolojik perspektiften ekonomi ve tasarım alanlarının iç içe geçerek ticari olanın kültürelleşmesi gözlenebilmektedir.

Keza müzikal hac olarak kavramlaştırılan pratikler aidiyet, mekân ve kimlik olgusunun kuvveti nedeniyle ritüelleşmiş; ekonomi-politik açıdan turizm endüstrisi, müzik endüstrisi ve gösteri ekonomisi gibi parametrelerle ilişkilenebilir. Örneğin -bu nedenle- 21.yy'nin kültürel mantığı Elvis Presley'i bir ikon olarak *Graceland*'da “dondurmuş” ve böylelikle onu gösterge ekonomisine, turizm ekonomisine dâhil etmiş, şehrin marka yüzü hâline getirmiş; “fandom”ları için ise ziyaretleri ile ritüelleştirebilece-

ği bir anıtsal mekân yaratmıştır. Bu kavramlar ve örnekler ışığında bakıldığında müzikal hacin ve müzikal anlamda hacı olmanın pratiği, ritüelleşme ve kültürelleşme kavramları çerçevesinden geçmektedir.

## 6. Bulgular

### 6.1. “Notalı Rotalar” gezileri

Kendi sitelerinde verilen bilgiye göre *Fest Travel*, 13 Ağustos 1985’te kurulan ve günümüzde hâlen faaliyetlerine devam eden özel bir turizm acentesidir. Gezilerini ise “kültür turizmi” ve “sürdürülebilir turizm” bağlamında gerçekleştirmektedir. Şirket bünyesinde tur rehberi olarak birçok farklı alandan entelektüel ve uzmanlar çalışmakta, kültür gezileri düzenlemektedir. Şirketin kurucusu Faruk Pekin, kültür turizmini, “GDK (güneş, deniz, kum)” olarak adlandırdığı endüstriyel yönüyle ön plana çıkmış turizm pratiklerinden ayırmakta ve kültür turizmi alanına ehemmiyet gösterdiklerini dile getirmektedir.

Aynı zamanda Pekin, turizm tanımlamaları arasında festival, müzik ve opera turizmine örnekler vermektedir. Ona göre kültür turizmi, somut ve soyut olmayan bütün kültürel mirasları kapsamaktadır; müzeler, ören yerleri, kırsal ve kentsel sivil mimarı, bahçeler, temalı parklar, her türlü güncel sanat eseri ve etkinliği, zanaat, etnografya, botanik, flora ve fauna, folklor, geleneksel ve güncel yaşam biçimleri, mutfak, içki, bazı sosyo-ekonomik olgular (dinsel motifler, gecekondu vb.), tüm doğal ve kültürel miras, her türlü kültür ürünü bu tanımlamanın içindedir (Pekin, 2011: 151).

Öte yandan *Fest Travel*, internet sayfasında kültür turizmi ve şirkette düzenlenen turlarla ilgili olarak çeşitli günlük makaleler de yayınlamaktadır. Bu yazıların birinde Pekin, kültür turizminin tanımlamasını yaparken turizm pazarında yerini alan kültürel ürünlerin nadir olmasının vurgusunu yapmakta -ki bu kullanım ağırlıklı olarak miras kültürü turizmi üzerinde şekillenmektedir- ve ekonomideki “mukayeseli üstünlük” niteliğine sahip olduğunu, bu tarz gezilerin arz açısından nadir olduğunu, gezgin için “olmazsa olmaz” turlar olduğunu, turların özel olarak düzenlenebileceğini ve bu tür gezilere katılanların toplumsal statüsünün ortalama turistlere nazaran yüksek olduğunu dile getirmektedir (Pekin, t.y.). Yine Pekin, benzerlerinin de düzenlendiği “Notalı Rotalar” adlı müzik merkezli seyahatleri “tematik geziler” olarak adlandırmaktadır. Bu bağlamda şirket 2023 yaz aylarından itibaren planlanmış gözükten beş adet geziye yer vermektedir.

Bunlardan ilki, Andrea Bocelli’nin doğduğu şehir *Lajatico*’da *Teatro del Silenzio*’da 27 Temmuz 2023’te gerçekleştireceği konser için şirket hem konseri hem de *Toscana* bölgesini kapsayacak şekilde 4 günlük bir gezi planlaması gerçekleştirmiştir. Şirketin gezi tanıtım yazısında “*merakla beklenen bu özel konser için Toskana bölgesinin en özel otellerinden biri olan, kendine ait termal mağarası bulunan*” bir lüks otelde konaklama ile konserin kombine edildiği dile getirilmektedir.<sup>3</sup> Öte yandan ise konserin özel bir önemi olduğu şirketin tanıtım yazısında belirtilmektedir. Hem Bocelli’nin doğduğu topraklara hem de eko-mimari alanında önemli çalışmalara imza atmış Alberto Bartolini’nin Bocelliyle beraber ortaklaşa projesini geliştirip ortaya çıkardığı *Teatro del Silenzio*’da konser gerçekleştirilecektir.



Etkinlik alanı olan tiyatro, *Lajatico*'ya bir buçuk kilometre uzaklıkta bir tepenin üzerinde yer alan doğal bir amfi-tiyatrodur. Merkezde çağdaş bir sanatçının anıtsal heykelinin bulunduğu, bir zamanlar hayvanlar için sulama istasyonu olan küçük bir gölden oluşan tamamen doğal bir alandır. Heykel ise her yıl değiştirilmekte ve o yılki görsel-işitsel sanat etkinliğinin temasına göre güncellenmektedir. Her şey, eski kültürleri ve neolitik çağın megalitlerini anımsatan Toskana traverten bloklarıyla çevrilidir (Teatro Del Silenzio - The History, 2006).

İkinci gezi ise Avusturya'nın *Bregenz* şehrinde her yıl temmuz-ağustos aylarında düzenlenen Bregenz Müzik Festivali *Bregenzer Festspiel*'e düzenlenmektedir. Şirketin geziyi tanıtım metninde “*UNESCO Dünya Mirası Listesi'ndeki St.Gallen/Avusturya, Almanya ve İsviçre'nin sınır olduğu Konstanz Gölü'nde sıradışı sanat etkinliği, her yıl yenilenen dekorlarla akılda kalan opera sahnesi, yüzer bir sahnede Madame Butterfly Operası, Bregenz ormanları içerisinde sanat, müzik ve doğa*” şeklinde gezi tanıtılmaktadır.<sup>4</sup>

Bununla beraber etkinlik alanı, tanıtım sitelerinde 1946'dan bu yana gerçekleşmesi sebebiyle Bregenz'in festivalsiz hiçbir anlama gelmeyeceği, bölgenin bugünkü hâlini tamamıyla bu tarz kültür-sanat etkinliklerine borçlu olduğu ve eşsiz doğasıyla bütünleştiği dile getirilmektedir.<sup>5</sup> Yine tanıtım sitelerinde, ağırlıklı olarak göle kurulan sahnesi ve mimari açıdan sürekli yenilenmesi hem görsel olarak hem de pazarlama yönünden vurgulanmaktadır. Görsel-işitsel dünyanın bu bütünlüğünün ön plana çıkarılmasının yanı sıra festivalde önemli Batı Sanat Müziği eserleri icra edilmekte ve bu alanda profesyonel icracılar ve orkestralar yer almaktadır.

Üçüncü gezi diğer gezilere nazaran daha çok alandan kültürel ürünleri içermektedir. Şirket, “*Verona'da opera ve bağ rotaları*” başlıklı gezisini *Verona, Vicenza ve Padova* şehirlerinde düzenlenen opera etkinliklerini, opera ve tiyatro temsillerini, şehrin mimari yönünden gezisini, üzüm bağlarını kapsayacak şekilde düzenlemiştir. “*Bir müzik, şarap kültürü ve lezzet gezisi*” olarak tur tanımlanmaktadır.<sup>6</sup> Gezide merkeze *La Scala* tiyatrosu ve *Madame Butterfly* operasının temsilleri yerleştirilmiş olsa da beş günlük olarak planlanan gezide bölgenin gastronomik kültürel ürünlerinin tadımı ve mimari anlamda kültürel miraslarının ziyareti de planlanarak geliştirilmiştir. Böylelikle gezi sadece müzik tutkunları olarak sınırlanabilecek bir kimlikten, o “kültür manzarasının” bütünüyle içinde olmak isteyenlere genişletilebilecek noktaya getirilmiştir.

Bir diğer gezi ise İsviçre'nin Almanya'ya yakın kuzey şehri olan *Luzern*'de gerçekleştirilen *Luzern Piyano Festivali*'ne yönelik bir gezidir. Şirketin tanıtım ve içerik yazısında *Luzern KKL* salonunun deneyimlenmesi, piyanist Igor Levit'in ve şef Jakub Hrusa'nın konser performansları, Viyana Filarmoni Orkestrası'nı dinleme imkanı, Luzern şehrinde bir gezi, şehrin tarihi yapılarını ziyaret, Wagner'in müzeye çevrilen villasını ziyaret planlanmaktadır: “*saatler, çikolatalar, masalsı şehirler, doğa, tarih, kültür ve müzik*”.<sup>7</sup> Festival “yaz festivali” olarak Luzern'de daha geniş tarihlerde yer alsa da, şirket turu 3 gün ile ve Batı Sanat Müziği çerçevesinde sınırlamıştır.



Şirket bunlarla beraber güncel olarak Salzburg Kış Müzik Festivali için de bir tur planlama aşamasında olduğunu belirtmektedir. İlgili sayfada 2024 yılında gerçekleşecek etkinliğin “MozartWoche (Mozart Haftası)” olarak adlandırıldığı görülmektedir. Gezi ile ilgili henüz planlama aşamasında olduğundan içerik detaylandırılmamış olsa da şirket bu geziyi on sekiz yıldır gerçekleştirdiğini beyan etmektedir.<sup>8</sup>

## 6.2.“Notalı Rotalar”ın müzikal hac bağlamında değerlendirilmesi

Şirketin ele aldığı perspektiften kültür turizmine bakıldığında, kültür endüstrisi ve çalışmanın bir üst başlığında ele alınan kültürelleşme ve ritüelleşme süreçleri ile belli noktalarda örtüştüğü görülmektedir. Gezilerin niteliğinin görmek değil algılamak olduğu slogan olarak vurgulanmaktadır. Buradan yola çıkarak şirketin gezi kültürünü değiştirme ve kültürlenme adına bir misyon güttüğü anlaşılmaktadır. Medya ve vakıf kuruluşları ile gerçekleştirilen iş birlikleri de bunu destekler niteliktedir.

Bununla beraber düzenlenen gezilere katılan turistlerin diğer gezi türlerine -örneğin G.D.K. (güneş, deniz, kum) olarak adlandırılan tatil turizmine dahil olanlara- nazaran toplumsal ve kültürel anlamda daha “üstün” olduğuna dair vurgulama yapılmıştır. Çalışmada daha önce de belirtildiği gibi endüstrinin kültür-sanatla iç içe geçmesi onun biriciklik, özgünlük gibi sıfatlar kazanmasına yol açmıştır. Özel turların, ya da kültürel ürünler için gerçekleştirilen “farklı, daha nitelikli” turların mahiyeti de bu açıklamayla örtüşmektedir.

Baudrillard’ın “farklılığın sanayileşmesi” açıklamasıyla ortaya koyduğu göstergelerin tüketimi tam da bu durumla örtüşmektedir. Örnekleme bakıldığında farklılık, müzik maksatlı, tutkulu bir gezi vaadi ve daha önce deneyimlenmeyen biçimde bir kültür turizmidir. Turların niteliği, turizm endüstrisi içerisinde farklılıkla ve deneyimle ön plana çıkarılmaktadır. Etkinliğe dahil olmak ise farklı olma göstergesinin tüketilmesidir.

Tematik olarak sunulan “notalı rotalar” gezilerinin reklam sloganlarında müzik gezisi temel motivasyonu oluştururken beraberinde bölgeye dair diğer kültürel ürünlerin de deneyimleneceği, birkaç açıdan bütünlük bir gezi programı olduğu belirtilmektedir. Bölgenin gastronomik ürünleri ya da endüstriyel yönüyle markalaşmış göstergeleri pakete dâhil edilmektedir. Bu anlamda geziyi deneyimleyecek olan gezgine/turiste bir “kültür manzarası” sunulmaktadır. Haliyle gezi, bütün bir şekilde göstergesel bir hâl almaktadır. Yani müzik, beraberindeki çikolata, saat ya da şarap gibi bir ürün haline gelmekte, endüstriyel ve kültürel alanlar -ve hatta *champ* demek yerinde olacaktır- birbirine geçmektedir.

Ali Artun, Andy Warhol’un atölyesinin “fabrika” olmasını işaret ederek, sanayi ile sanatın iç içe geçmesi durumunu özetlemektedir. Müzik ve turizm özelinde irdelendiğinde belki de “bacasız fabrika” benzetmesi başka bir anlam kazanacaktır. Zira kültür turizminde de ürün kültürdür.

Öte yandan gezi mekânlarına bakıldığında, Lajatico’nun yaşam akışında *Teatre Del Silenzio* yoktur, görsel dünyaya ait sanatsal enstalasyonlar da yoktur. Kurgulanmış bir gerçek-

likle turizm endüstrisine bu alanlar sunulmuştur. Bregenz dünya çapındaki ününü, 1946'dan beri gerçekleştirilen festivale borçludur. Bugünün dünyasının sanat ve müzik merkezi hâline gelmesindeki olay ise kültür turizmi endüstrisinin kültürel ürün olarak bu festivaldeki yapı taşlarını kullanmasından kaynaklanmaktadır.

“Notalı Rotalar”ın notaları Batı Sanat Müziği çerçevesinde şekillenmektedir. Gezilerin merkezindeki müzik etkinliklerinin repertuarları ise Batı Sanat Müziği'nin eserlerinden oluşmaktadır. Batı Sanat Müziği kanonunda tarihsel, ancak günümüzde ise popüler olan repertuarlar geziyi deneyimleyecek olan kitleye sunulmaktadır. La Scala ve Madame Butterfly buna örnek verilebilecek temsillerdir. Kısacası, bir zamanların “dondurulmuş” kültür manzarası sahnede sunulmaktadır. “Notalı Rotalar”, Batı Sanat Müziği'ni Türkiye çevresinde alımlayan sanat severler içindir, aynı sanat çevresine ilgi duyan kitle içindir, Batı Sanat Müziği mekânlarını, sanat ortamlarını ve müzik etkinliklerini ritüelistik derecede deneyimlemek isteyenler içindir. Bu motivasyonla yolculuk edilmektedir. Bu etkinlikleri alımlayanlar tarafından orada bulunmak, MacCannel'in analogisini doğru kılmakta, modern hacı olmaktadır.

Bir başka perspektiften, Gottdiener'in değindiği ideaların maddi biçimler şeklinde yapılanması durumu da örnekleme kendine yer bulmaktadır. Opera temsillerini dinledikten sonra, *Grappa* tadımını deneyimlemek ve üzüm bağlarını gezmek birincil olarak gezme zevkini ve kültürlenme işlevini akla getirmektedir. Ancak durum kendiliğinden sınırsaldır. Bu sınır, bu imkanlara erişebilmek, erişebilse bile bu imkânı gezi için değerlendirmeye gerek duymak ve boş zamanı yaratabilmek ile oluşmaktadır. Bu nedenle maddi biçimde kültürel ürün sadece maddi biçime bir ürün değil, idea dünyasında da kimlik, sınıf veya sınır inşası için kullanılan bir göstergedir.

## Sonuç

“Notalı Rotalar” gezilerinin Türkiye'deki kültürel bir hac pratiği olduğu gözlemlenmektedir. Gezilerin ritüelistik birtakım özellikler kazanması, turların düzenlendiği otantik ve egzotikleşmiş konular, belli bir kanon içerisinde bütünsel olması, benzer gramerleri kullanılması ve turların sunum şekliyle anlaşılabilirliği. Bununla beraber malzemeler kültürelleşmiş hâle gelmektedir. Bu da düzenlenen turlardaki etkinlik mekânlarının sadece etkinlik özelinde dizayn edilmesinden, turizmin bu yerlere ekonomik canlılık getirmesinden, müziğin markalaşması, ikonlaşması ve gösterge tüketimine ya da sembolik tüketim-üretim ilişkilerine dâhil olmasından yorumlanabilmektedir.

Örnekleme, Baudrillard'ın simgesel değiş tokuşuyla, Jameson'un kültürel mantığıyla ve MacCannel'in yeni aylak sınıfıyla, Bourdieu'nun sembolik ürünleriyle açıklanabilmektedir. Bu perspektiften bakıldığında ise bir turizm pratiğinin öznesinin müzik olması müzikal haciliğin açıklanmasında yetersiz kalacaktır. Bu nedenle konunun hem turizm hem de müzikoloji perspektifinden ele alınması zorunlu hâle gelmektedir. Böylelikle müzikoloji alanının çalışma sahasına eklenilebilecek örneklerin turizmde de var olduğu ancak çok disiplinli çerçeveye ortaya konulduğu gözlemlenmektedir.

Ağırlıklı olarak gündelik hayatın, boş zamanın ve kültürel ürünlerin üretim-tüketim ilişkileri etrafında şekillenen kavramsal çerçeve müzikoloji disiplini dışındaki disiplinlerle ilişkilendirilse de örnekleme bu kavramlarla ele alınan müzikoloji alanına da katkı sağlayacağı söylenebilir.

## Notlar

1. İlgili veriler için bkz: (Nasöz, Oymak , Kaya, & Kızılırmak, 2020: 1167)
2. *Victoria Times Colonist* gazetesinin 26 Haziran 2018 yılında yayınladığı habere göre, gerçekleştirilen çalışma da sahnenin yeri, mekânın kullanımı ve dönemden kalma birkaç parça nesne bulmak hedeflenmiştir (Hill, 2018).
3. Bkz: <https://www.festtravel.com/andrea-bocelli-konseri-toskana-gezisi>. 12.07.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.
4. Bkz: <https://www.festtravel.com/bregenz-festivali>. 12.07.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.
5. Bkz:<https://visitbregenz.com/en/experience-bregenz/arts-culture/concerts-festivals/bregenz-festival>. 12.07.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.
6. Bkz: <https://www.festtravel.com/veronada-opera-ve-bag-rotalari>. 12.07.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.
7. Bkz: <https://www.festtravel.com/luzern-piyano-festivali>. 13.07.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.
8. Bkz: <https://www.festtravel.com/salzburg-kis-muzik-festivali-mozartwoche>. 14.07.2023 tarihinde erişim sağlanmıştır.

**Araştırma ve yayın etiği beyanı:** Bu makale tamamıyla özgün bir araştırma olarak planlanmış, yürütülmüş ve sonuçları ile raporlaştırıldıktan sonra ilgili dergiye gönderilmiştir. Araştırma herhangi bir sempozyum, kongre vb. sunulmamış ya da başka bir dergiye değerlendirilmek üzere gönderilmemiştir.

### Research and Publication Ethics Statement:

This is a research article, containing original data, and it has not been previously published or submitted to any other outlet for publication. The author followed ethical principles and rules during the research process. In the study, informed consent was obtained from volunteer participants and the privacy of the participants was protected.

**Yazarların katkı düzeyleri:** Makale tek yazarlıdır.

**Contribution Rates of Authors to the Article:** The article is single-authored.

**Etik komite onayı:** Çalışmada etik kurul iznine gerek yoktur.

**Ethics committee approval:** Ethics committee approval is not required for the study.

**Finansal destek:** Çalışmada finansal destek alınmamıştır.

**Support Statement (Optional):** No financial support was received for the study.

**Çıkar çatışması:** Çalışmada potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Conflict of Interest:** There is no conflict of interest between the authors of this article.

## Kaynakça

- Artun, A. (2014). *Sanat emeği: Kültür işçileri ve prekarite*. İletişim.
- Ayhan, D. (2021). *Mekânsal aidiyet : Mekânın aidiyet oluşturma niteliği*. Selçuk Üniversitesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Başdaner, O. (2018). *Turizm Alanının Sosyolojik ve Kuramsal İnşası İçin Bir Taslak*. [Yüksek lisan tezi] Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim toplumu* (H. Deliceçaylı, & F. Keskin, Çev.) Ayrıntı.
- Bell, C. (2009). *Ritual theory ritual practice*. Oxford University Press.
- Berger, A. A. (2014). *Kültür eleştirisi* (Ö. Emir, Çev.) Pinhan.
- Bourdieu, P. (2023). *Kültür üretimi* (S. Yardımcı, & E. Gen, Çev.) İletişim.
- Cohnell, J., & Gibson, C. (2003). *Sound tracks : Popular music identity and place*. Routledge.
- Erdely, J. L., & Breede, D. C. (2017). Tales from the tailgate: The influence of fandom, musical tourism and pilgrimage on identity transformations. *Journal of Fandom Studies*, 5(1), 43-62.
- Gibson, C., & Cohnell, J. (2006). *Music and tourism : On the road again*. Clevedon: Channel View.
- Girdlestone, C. (1956, Mayıs). Review of A Mozart Pilgrimage, By N. Medici & R. Hughes. *Blackfriars*, 37(434), 237-240.
- Goethe, J. W. (1990). *İtalya seyahati* (S. Göknil, Çev.) Milli Eğitim Bakanlığı.
- Goffman, E. (2019). *Etkileşim ritüelleri* (A. Bölükbaşı, Çev.)Heretik.
- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern göstergeler* (E. Cengiz, & H. Gür, Çev.) İmge.
- Güngör, İ. (2021, Yaz). Richard Schechner ve bir eşiksellik paradigması : Performans. *Yedi : Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, (26), 161-171.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da geç kapitalizmin kültürel mantığı*. Nirengi.
- Kilbride, D. (2003, Ağustos). Travel, ritual and national identity : Planters on the European tour, 1820-1860. *The Journal of Southern History*, 69 (3), 549-584.
- Köse, S. (2021, Şubat). Ritüel bellek. *Motif Akademi Halk Bilim Dergisi*, 14(33), 57-70.
- Küçükaksoy, M. E. (2017). Müziğin performans sürecindeki sihirli birliktelik : Müzikal komunitas. *Rast Müzikoloji Dergisi*, 5(3), 1732-1744.
- Lashua, B., Spracklen, K., & Long, P. (2014). Introduction to special issue: Music and tourism. *Leeds Beckett University Tourist Studies*, 14 (1), 3-9.
- Maccannell, D. (2013). *The Tourist : A new theory of leisure class*. Univercity Of California Press.
- Makal, A. (2018). İnsan hakları/ sosyal insan hakları, sosyal mücadeleler ve müzik. *Çalışma ve Toplum : Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, (57), 579-615.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü* (O. Akinhay, & D. Kömürcü, Çev.) Bilim ve Sanat Yayınları.
- Nash, D., & Smith, V. L. (1991). Anthropology and tourism. *Annals Of Tourism Research*, (18) 12-25.
- Nasöz, P., Oymak, M., Kaya, F., & Kızıllırmak, İ. (2020). Dünya'da en çok turist çeken 10 şehrin websitelerinin elektronik pazarlama açısından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1161-1178.
- Nietzsche, F. (2012). *Richard Wagner Bayreuth'da* (M. O. Toklu, Çev.) Say.

- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür turizmi*. İletişim.
- Schechner, R. (2006). *Performance studies : An introduction*. Routledge.
- Stokes, M. (1999). Music, travel and tourism : An afterword. *The World of Music Dergisi*, 41(3), 141-155.
- Veblen, T. B. (2022). *Aylak sınıfın teorisi* (E. Kırmızıaltın, & H. Bilir, Çev.) Heretik.
- Windress, K. (2016). Musica Pilgrimages to Cuba: Negotiating tourism and musical learning in cuban bata drumming. *MUSICultures Dergisi*, 43(1), 132-152.
- Yağcı, M. O. (2015). *Fredric Jameson'un Bütünleyici Eleştirel Teorisi : Meta Teoriye Dönüş*. [Yüksek lisan tezi] Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

### **Elektronik Kaynakça**

- Hill, M. (2018, Haziran 26). *Woodstock 69: Archeologists dig it*. Times Colonist Gazetesi Web Sitesi. Erişim Adresi: <https://www.timescolonist.com/life/woodstock-69-archeologists-dig-it-4663460>
- Pekin, F. (t.y.). *Kültür Turizmi Üzerine*. Fest Travel. Erişim Adresi: <https://www.festtravel.com/kultur-turizmi-uzerine>.
- Teatro Del Silenzio - The History*. (2006). Teater Del Silenzio Resmi Web Sitesi. Erişim Adresi: <https://www.teatrodelsilenzio.it/en/the-history/>.



Bu eser Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.  
(This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License).