Tercih Edilen Müzik Türü ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki Hakkında Bir Araştırma

A Research on the Relationship between Preferred Music Type and Entrepreneurship Tendency

Prof. Dr. Feyzullah Eroğlu (Pamukkale University, Turkey)

Esvet Mert (Pamukkale University, Turkey)

Abstract

Cultural systems are grouped into high culture, folk culture and popular culture. High cultural, scientific, philosophical, aesthetic information, etc. Folk culture is based on folklore information from the past day. Popular culture represents the degraded and dissolved state of traditional cultures, various subculture areas, which have failed after modernization efforts. The aim of the study is to reveal the influence of young musical genres on the entrepreneurial tendencies. The first method used in the research is the questionnaire survey for senior students studying in the university business and economics. According to the survey data, questionnaires were distributed out of a total of 350 students, only to the evaluation of the survey of 311 eligible. The most important findings of the research can be summarized as follows. While 6,1% of the "youth of higher education" who participated in the survey preferred "high culture product" music; 10,6% were "folk culture products" music; and 83,3% preferred "popular culture product" music. The "entrepreneurship tendencies", which are the main aim of the subjects of "education for young people" receiving basic courses in economics and business administration, were found to be 131,5 (Min 36, Max.180). According to the research findings, in the direction of the basic assumption of the study, "entrepreneurial tendencies" of students who prefer music, which is a high cultural product, are higher than others. The sort of "entrepreneurial tendencies" is followed by popular genres and popular music genres.

1 Giriş: İnsan Kültürel Bir Varlıktır

Bütün canlı türlerinin doğuştan getirdikleri biyolojik özellik ve genetik yapıları, onların yaşamlarını sürdürme konusundaki davranış temellerinin esasını tayin eder. İnsan türü, diğer canlı türlerinden farklı olarak, yaşadıkları hayat içerisinde sadece biyolojik ve genetik yapılarının belirlediği davranışlarla sınırlı olmayıp, aynı zamanda doğumdan sonra öğrendikleri çok çeşitli davranış seçenekleri arasında tercih yapma serbestliğine ve imkânına da sahiptir (Özakpınar, 1999). İnsan türü, akıl sahibi olmasından dolayı biyolojik ve nörofizyolojik bir alt yapının oluşumuyla donanmıştır. Bu yüzden insanlar, kendi iç ve dış evrenlerinden bir şekilde ulaşılmış olan çeşitli uyarımlara karşı uygun reaksiyonları göstermek yanında, diğer canlı türlerinden farklı olarak ayrıca bu durumu bir belirsizlik olarak algırlar. Aslında, insanların, çeşitli olaylar ve olgular karşısındaki bu belirsizlik algılamaları, onların “merak duygusunu” harekete geçirmek suretiyle yeni bilgilenme süreçlerine katılmalarına imkân ve ortam hazırlar. İnsanların, yaşadıkları hayat içerisindeki her duygu, düşünce ve davranışları, doğuştan getirdikleri “içgüdüler” ile doğumdan sonra öğrendikleri çevresel ve kültürel “bilgilerin”, farklı bileşimlerinin yarattığı müşterek yönelimlerdir (Eroğlu, 2015).

İnsanların doğuştan getirdikleri içgüdülerin kaynaklık ettiği biyolojik kökenli duygu, düşünce ve davranışların, her bir kişiye farklı dışavurum ve tezahürleri olsa da, normal şartlarda bütün bunların varlığı her bir kişi için veri olduğu kabul edilir. Buna karşılık, insanların toplam duygu, düşünce ve davranışlarındaki türlerin kaynakları, çeşitliliği, yoğunluğu, geçici ya da sürekliliği, olumlu ya da olumsuzluğu, kalitesi ya da kalitesizliği gibi farklı dereceleri, büyük ölçüde insandan insana, gruptan gruba, toplumdan topluma değişiklikler gösterir. Başka bir deyişle, herhangi bir insan içinde doğduğu, büyüdüğü, yetiştiği ve etkileşim içerisinde bulunduğu kültürel sistemin kapsadığı bütün bilgi öğelerini ve kültürel özelliklerini “aynen” içselleştiremez. Her bir kişinin normal şartlarda sahip olduğu kültürleşme ve sosyalleşme düzeyi, içinde bulunduğu alt kültürler ile genel kültür sistemi içindeki farklı sosyal kurumların (aile, konu komşu, okul, dinî inanç, hukuk ve ahlak anlayışı, medya v.b.), kendisine edindirdiği bilgilenme ile ilgili kişinin kendi istek ve iradesi sonucunda bizzat öğrenebildiği bilgilenmeden ibarettir. Her bir kişinin normal şartlarda sahip olduğu öğrenme ve bilgilenme kalitesi ise yine içinde bulunduğu alt kültürler ile genel kültür sistemi içindeki farklı sosyal kurumların, nispeten hangi bilgi sistemi içerisine dâhil olması ile yine ilgili kişinin bilgilenme ve kültürleşme sürecindeki özel çabalarıyla yakından ilintilidir. Buna göre, kültürel sistemler içerisinde yaşayan ve yetişen kişilerin, içinde yer aldıkları kültürel alt sistemler ile genel kültür sisteminin bilgi türlerinin, nispeten “nitelikli bilgiler” (vahiy bilgisi, bilimsel bilgi, felsefe bilgisi, sanat bilgisi, hukuk ve ahlak bilgisi gibi) kategorisi içinde yer alıyor olması, o bireylerin yüksek derecede sosyalleşmiş ve kültürleşmiş olduklarının temel göstergelerinden biridir. Eğer, kültürel alt sistemler ile genel kültür sisteminin bilgi türlerinin, nispeten “niteliksiz bilgiler” (hayatta karşılığı olmayan gelenekler, hurafe inançlar, içi boş ve anlamsız spor yorumları, rasyonel düşünceyi temsil etmeyen siyasi polemikler, hiçbir yaratıcılığı olmayan medya ve sosyal

medya enformasyonları ile her türlü popüler bilgiler) kategorisi içinde yer alıyor olması, o kişilerin düşük derecede sosyalleşmiş ve kültürleşmiş olduklarının temel göstergelerinden biri olacaktır.

2 Yetkinlik Açısından Kültürel Öğeler Hiyerarşisi

İnsanların, teker teker kişisel hayatları ile içinde yer aldıkları toplumsal grupların şekillendirdiği temel duygu, düşünce ve davranışlarının belirleyici öğelerinin önemli bir kısmını, içerisinde yaşadıkları kültür ortamı tayin etmektedir. Bu durumda, içinde yaşanan alt kültür sistemleri ile genel kültür sistemi, kendilerine kaynaklık yapan bilgi türlerinin bileşimlerine göre, “yüksek kültür”, “halk kültürü” ve “popüler kültür” olmak üzere üç grupta kategorize edilmektedir.

“Yüksek Kültür”, geçmişten günümüze, günümüzden geleceğe uzanan üç boyutlu zaman sürecinde, nitelikli bilgilere (hayatta büyük ölçüde karşılığı olan, sorun çözme kapasitesini geliştiren, tabiata ve hayata yüksek katma değerler yaratabilen geleneksel ve çağdaş bilgi sistemlerine) dayanan yaşam biçimi örnekleridir. Söz gelimi, “bilimsel araştırma yöntem ve tekniklerinin kullanımıyla kazanılmış bilimsel bilgiler ile çeşitli “yaratıcı düşüncelerin” farklı bileşimleriyle elde edilmiş bilimsel teori ve yaklaşımlar, çeşitli felsefe-bilim açıklamaları, sorun çözme yetisi yüksek yönetim sistemleri, etkili ve verimli örgütler ve kurumlar, katma değeri yüksek teknolojik ürünler, hayata ve tabiata estetik değeri yüksek eserler yaratmak, “yüksek kültürün” önemli işlev ve sonuçları arasındadır. Bu çerçevede, yoğun rekabet ve hızlı değişimlerin yaşandığı günümüz dünyasında, geçmişin olumlu-olumsuz deneyimlerinin ışığı altında, günümüzün mevcut şartları ve imkânları arasında, geleceğin son derece belirsizlikler içerisinde olduğu bir ortamında, özü itibarıyla “bilgi-yoğun” ve karmaşık ilişkiler ağı olarak “girişimcilik” gibi etkinlikler de birer “yüksek kültür” eseri sayılmaktadır. Çok sayıda yerli ve yabancı araştırmacılar tarafından ortaya konulan girişimcilik etkinlikleri için insanların, sıra dışı ve önemli niteliklere sahip olmaları gerektiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda, nicel ve nitel araştırma bulgularına göre, girişimcilerin taşıması gereken nitelikler, başarı ihtiyacının yüksekliği, risk alma cesareti, belirsizlikler karşısında yüksek bir tolerans, karşılaşılan olaylar karşısında yüksek bir içsel odaklılık, yüksek bir öz güvenin varlığı, erişilebilir ya da makul ölçülerde yüksek bir amaçlar seti ile nispeten yüksek bir bağımsızlık duygusu, şeklinde ifade edilmektedir (İrmiş, vd, 2010). Bu insani niteliklere sahip olmak, asla bir tesadüf ya da rastgelelik içerisinde sahip olunacak davranışlar değildir. Bütün bunlar, ancak kişilerin yüksek kültür becerileri ile gerçekleşecek bir kazanımdır. Aynı şekilde, nitelikli bilgilerin önemli öğelerinden felsefe-bilim, yaratıcı estetik değerler ve sanat bilgisinin yarattığı “klasik müzik”, yine yüksek kültür eserleri arasında sayılır. Klasik müziğin, yüksek bir yetenek ve yüksek bir emek ile gerçekleşip, üzerinden yıllar ve asırlar geçmesine rağmen, sanat gücünden ve değerinden hiçbir şey kaybetmeyen, hatta giderek anlamı ve önemi artan eserler olması gerçeği, bu etkinliğin de hem üretim ve sunum aşamasında, hem de yararlanılması aşamasında ne kadar yüksek bir kültür gereği olduğunu ortaya koymaktadır.

“Halk Kültürü”, toplumların üç boyutlu zaman sürecinde, ağırlıklı olarak geçmişten günümüze geleneksel ve folklorik bilgilere dayalı olarak üretmiş oldukları, sosyal ve gündelik hayatın birçok alanında hâlâ geçerliliği ve yararı bulunan, bu anlamda toplumun çoğunluğu için yaşam kolaylığı ve rahatlığı sağlayan kültür öğeleri ve yaşam biçimleridir. Söz gelimi, konuk ağırlama, evlilik ve nişan törenleri, bayram kutlamaları gibi geçmişten günümüze kullanılagelmiş ve hali hazırda kullanım değerlerini de korumakta olan toplumsal davranış kalıplarıdır. Aynı şekilde, toplumsal geçmişin eğlenme ve dinlenme biçimi olarak doğmuş olmakla birlikte, yer yer çeşitli insani ve toplumsal sorunlar ile insan-tabiata-evren ilişkilerine dair göndermelerde bulunan halk türküleri, yine bu kapsamda kültürel öğeler olarak görülmektedir.

“Popüler Kültür” ise üç boyutlu zaman sürecinde, yaşanmakta olan “Âna” odaklanmış olup, geçmiş ile gelecek zaman boyutlarıyla duygusal ve zihinsel bağı pek bulunmayan bir yaşam biçimini temsil eden kültür kategorisidir. “Popüler Kültür”, modernleşme çabasında nispeten başarısız olan geleneksel kültürlerin, hemen her alt kültür alanlarındaki bozulmuş ve çözülmüş halini temsil eden bir kültür çeşididir. Popüler kültürün doğuşunda en etkili faktör, modernleşmenin kendinden önceki geleneksel kültür dokularını çözmüş olması gerçeği ve olgusudur. Böyle olunca da popüler kültür bileşenlerinde, “rasyonel düşünceye” dayalı “bireyselleşmiş” bir modernist tavır olmadığı gibi, bir kısım geleneklerin çözülmüş olması nedeniyle artık işlevlerini kaybetmiş olmasından ileri gelen geleneksel davranışların asli geçerlilikleri de yeterince görünme imkânı bulamaz. Bunların yerine, popüler kültür kapsamında, fazla bir işlevselliği, üretkenliği, yararı bulunmayan, böyle olduğu için hiçbir kalıcılığı da olmayan ve sıradan bilinçler tarafından ortaya çıkarılmış olup geniş bir kitle tarafından kolayca beğenilen türedi kültür öğeleri ve yaşam biçimleri yer almaktadır. Söz gelimi, popüler kültür kapsamında, özensiz ve uyumsuz kılık kıyafet, ahlaki içeriği boşaltılmış görüntü dindarlığı, gerçeği yaratılmadığı için sahtesi çıkarılmış magazin ve medya bilgileri, üretimden ve paylaşımdan koparılmış tüketim çılgınlığı, medeni ve geleneksel insan ilişkileri kurulamadığı için “yağcılık-yalakalık” ve “yıldırma-şiddet” davranışları gibi yaşam biçimleri örnekleri sayılabilir. Bu anlamda, popüler kültürün gerçekte en önemli ve simgesel kültür örneği ise hemen bütün kültür sistemlerinde, o toplumların “modernleşme” çabaları ile “geleneksel değerleri” arasındaki çatışma, dengesizlik ve düzensizlik ortamlarında ortaya çıkan “popüler müziklerdir”.

Her toplumun egemen kültür sistemi, içinde yer aldıkları genel medeniyet çerçevesi ve modernleşme düzeyleri ile kültürel geçmiş ve geleneksel yapılarının elverdiği ölçüde, bu üç kültür çeşidinin her üçünden kültürel öğeler

bileşiminden oluşmaktadır. Şu andaki dünya toplumları içerisinde, Batı medeniyet dairesinde yer alıp modernleşme düzeyleri de yüksek olan kültür sistemlerinde, nispeten yüksek oranda bilimsel bilgiye, felsefe-bilime, sanat bilgisine ve teknolojiye dayalı kültürel yaratmalardan dolayı “yüksek kültür” boyutu oldukça gelişmiştir. Bununla birlikte, genel kültür hiyerarşisinin, özellikle göçmen toplulukların gelişmiş kültür sistemine yeterince uyum sağlayamadığı ölçüde “popüler kültür” örnekleri de mevcuttur. Ayrıca, bu toplumların kendi kırsal bölgelerindeki yerli nüfus ile göçmen topluluklarının dar ve kapalı koloniler halinde yaşadıkları alt kültür alanlarında “halk kültürü” kapsamında kültürel öğeler de görülmektedir. Buna karşılık, Batı medeniyet dairesine girme ve modernleşme çabası içerisinde bulunup, beklenildiği ölçüde modernleşmeyi başaramayan, ayrıca önceki geleneksel yapısını da koruyamayarak sosyal dokusu çözülen Batı dışı toplumların hemen hepsindeki genel kültür hiyerarşisinde en yaygın kültür çeşidi, “popüler kültürdür”. Bu toplumlarda, kültür sistemlerinden geleneksel özelliklerini koruyabildikleri kadarıyla “halk kültürü”, çok ender olarak bazı kesimlerde “yüksek kültür” bileşenleri bulunmaktadır. Bu bağlamda, bu toplumlarda farklı kültürel melezleşmeden meydana gelen “popüler kültürün”, aşağıdan yukarıya doğru bütün sosyal sınıf ve grupların yaşam biçimini etkisi altına almış olması haline “kitle kültürü” denilmektedir.

3 Müzik Kültürünün İnsan ve Toplum Davranışlarındaki Yeri

Bütün kültür öğeleri içerisindeki sanatsal etkinlikler gibi, “müzik sanatı” da insan zihninin bir ürünüdür. İnsan zihni, biyolojik ve genetik yapısındaki potansiyel doğal güdü, duygu ve eğilimler yanında, doğduğu andan itibaren insani ve toplumsal çevresinden, kendinin edindiği ve kendine kazandırılmış olan çok sayıdaki sosyal güdü, duygu, bilgi ve düşüncelerle sürekli işleyen bir iletişim merkezidir. İnsanların, çeşitli durum ve şartlardaki uyarımlara ve sinyallere karşı geliştirdiği eylem ve davranışların esas kaynağı, bilinçaltı ve bilinç üstü oluşumlarıyla zihinde depolanmış olan bu güdü, duygu, eğilim, bilgi ve düşünce toplamıdır. İnsanlar, sahip oldukları zihinsel birikimlerin aracılığıyla dış dünyayı algılar, anlar ve tavır geliştirirler. Bu bağlamda, insan zihninin, tabiatta var olan belli sesleri, belirli ses bileşenleri şeklinde tasarlayarak, sonradan onları aktif olarak dışa vurmasına, böylece tabiatta ve hayatta daha önceden olmayıp, tabiat ve hayata yeni ses bileşenleri katmasına, kültür teorisi çerçevesinde “müzik sanatı” denilmektedir. Bu anlamda, müzik sanatını, insan zihninin, tabiatta var olan belli seslerin, sayısız denilecek kadar çok sayıda olan ses ilişkileri ve bileşenleri arasında, şunu ya da bunu bilgi-deneyim ve sezgi yoluyla yakalayıp ifade etmesidir. Bu ses ilişki ve bileşenlerinin ifadeleri, mümkün olan en güzel duygu ve düşünceleri çağırıştırıyor ise bu müziğin sanatsal gücünü temsil eden bir değerdir (Öner, 1999).

Genel kültür teorisine göre, insanların doğada hazır bulmadıkları ve doğuştan getirmedikleri, ama doğada hazır buldukları ve doğuştan getirdikleri varlık ve imkânlar ile çeşitli “hammadeler” üzerinden doğaya ve hayata kattıkları her şeye kültür denilmektedir. Bu anlamda, doğadaki ağaç ile insan beyni ve eli kültür değildir, ama insan beyninin tasarladığı ve insan elinin ağaçtan yaptığı “masa” bir kültürel yaratmadır. Ağaçlardan gelen bir yaprak hışırtısı ve kuş cıvıltısı, derenin akışından gelen bir çağıltı, denizin dalgasının kıyıya vuruş sesi duyulduğu zaman ne kadar hoşya giderse gitsin bir kültür değildir. İnsanlar, doğadan gelen bir sürü sese karşı duyarlıdır, ancak bu doğal sesler müziği akla getirse bile, bu doğal seslerin insan tarafından bir düzene sokulması sonrasında ortaya çıkan yeni ses bileşenlerine müzik denir. “Tonal öğeler”, ancak insani düzenlemeler sayesinde müziğe dönüşür ve böyle bir düzenleme, farklı düzeylerde olmak kaydıyla bir insan edimini varsayar. Doğadaki bütün sesler (yalın ve doğal haliyle insanın sesi de dâhil), müzik kültürünün hammaddesidir. İnsan zihninin, bu doğal sesler üzerinde tasarladığı ve yaptığı düzenleme, bu seslere doğal halinin ötesinde verdiği biçim ve tarz, hayat veren ve yaratan aklın çalışmasının bir sonucu ve ürünüdür. Bu anlamda, bir kuşun şakımasından üzerimize yağın hoşnutluk ve zevk duygusu kendi başına bir sanat ve kültür olmayıp, ama insan tarafından icra edilmiş en basit bir modülasyon bile sanat ve kültürdür (Stravinsky, 2011).

Bütün kültürel öğelerin esas çıkış kaynağı insan ihtiyaçlarıdır. İnsanlar, zihinlerindeki her türlü duygu ve düşüncelerini, sözlü iletişim ve beden dili ile yanı sıra, doğal seslerine veya çeşitli müzik aletlerinin seslerine, bir takım anlam ve çağrışımlar katmak suretiyle müzik kültürü üzerinden de dışa vurma eğilimlerine sahiptirler. Belirli duygu ve düşüncelerin, iletişim kültürü kapsamında ses düzenlemesi yapılarak dışa vurumu esnasında, genel olarak sesin iki ayrı yoldan birini izlediği görülmüştür. Ses ögesi, anlam bakımından ihmale değer olduğu halde, “kulağa yağmur gibi pıtır pıtır dökülerek” hoşnutluk ve zevk verebilir. Ses ögesi, bir duygu ve düşünce aracı, bir işaretler ya da simgeler sistemi haline gelerek, içindeki seda unutulup ihmal edilebilir. Başka bir deyişle, ses bir istek ya da ihtiyacı sözlü iletişim yoluyla anlatma aracı olursa “dil” olur. Müzik kültürü kapsamında, sadece ses ögesine bir dizi duygu ve anlam çağrışımları katmak suretiyle düzenleme yapmak mümkün olduğu gibi, belirli bir söz ögesine temsil ettiği anlamı duygusal anlamda güçlendirmek amacıyla düzenleme yapmak kabildir. Bazen müzik, mantıklı bir anlamdan yoksun olmakla birlikte, duygu ve estetik bakımdan büyük bir önem taşıyan bir sanattır. İnsanlar üzerinde, duygusal olarak müziğin çekiciliği de diğer sanatların çekiciliği gibi en soyut ve zihinsel etkiler bırakacak imkânlarla sahip olmasıdır (Edman, 1977).

Müzik kültürüne konu olan ses düzenlemelerinin çıkış kaynağı, insanların doğuştan getirdikleri biyolojik kökenli duygu ve eğilimleri ile doğumdan sonra kültürel çevrelerinin kazandırdığı çeşitli duygu ve düşünce birikimlerinin müşterek zihniyet dünyalarıdır. Aynı şekilde, başka insanların müzik kültürü öğelerine ilgi duyan ve dinleyen insanlar da, bu yöndeki tercih ve taleplerini, büyük ölçüde kendi biyolojik kökenli duygu ve eğilimleri ile

doğumdan sonra kültürel çevrelerinin kazandırdığı çeşitli duygu ve düşünce birikimlerinin ortaklaşa şekillendirdiği zihniyet çerçevesinde tayin ederler. Bu durumda, bütün kültürel öğelerin üretilmesi ve yaratılması nasıl bir zihniyet sonucu ve ürün ise müzik kültürü ile zihniyet olgusu arasında da birebir bir ilişki vardır. Müzik kültürü öğeleri üretenler, bu kültürel öğeleri, mevcut yetenek ve kapasiteleri ölçüsünde, zihniyet dünyalarını oluşturan duygu ve düşüncelerin ifadesi olarak dışa vururlar.

İnsanların, doğada hazır bulmadıkları ve doğuştan getirmedikleri, doğumdan sonra sosyalleşme ve kültürleşme süreçlerine bağlı olarak sonradan öğrendikleri her kültür öğesinin algılama ve kavrama merkezi insan zihnidir. İnsan zihnindeki, küçük yaşlardan itibaren öğretilmiş ve öğrenilmiş bilgi ve kültür bileşenleri, kişilerin hayatlarının her aşamasında üretecekleri bilgi ve kültür öğelerini idare etmektedir. Bu durumda, insanların duygu ve düşüncelerini ifade etme ile bilgi ve kültür üretme etkinlikleri ile daha önceden zihinlerinde oluşmuş kültür piramidi bileşenlerinin doğrudan ve ya dolaylı bir şekilde etkileşimi söz konusudur. Zihinlerinin “yüksek kültür” boyutu gelişmiş olanlar, büyük ölçüde “yüksek kültür” ürünü sayılan duygu ve düşünceler ile bilgi ve kültür öğeleri yaratırlar. Buna karşılık, zihinlerinde büyük ölçüde “popüler kültürün” baskın olarak içselleştirildiği “kitle toplumu” insanların, büyük ölçüde dışa vurdukları duygu ve düşünceleri ile ortaya koydukları bilgi ve kültür öğeleri de niteliksiz olmaktadır. Buna karşılık, insanların hayatlarını sürdürdükleri egemen kültür çevresinin etkisiyle yer yer kendi tercihlerinin sonucunda zihinlerinde yerleşmiş olan kültürel öğelerin bileşeni, onların bir taraftan yeni bilgi ve kültür öğelerine olan ihtiyaç derecelerini, bir taraftan da bunların niteliklerinin düzeyini tayin eder. Bu bağlamda, zihinlerinde “yüksek kültür” bileşenleri ağırlıklı bulunanlar, büyük bir ihtimalle “yüksek kültür” ürünü olan duygu ve düşünce ile bilgi ve kültür öğelerine duyarlılık gösterirler. Zihinlerinde “popüler kültür” bileşenleri baskın olanlar ise büyük bir ihtimalle “popüler kültür” ürünü olan duygu ve düşünceler ile bilgi ve kültür öğelerine eğilim gösterirler.

4 Müzik Türü Tercihinin Davranışsal Yansımaları

Bütün kültür sistemlerinin ve her kültür çeşidinin içerdiği çok sayıda kültür öğeleri bulunmaktadır. Bu kültür öğelerinin her biri, kültürel sistemlerin farklı işlev ve amaçlara sahip olan parçalarını temsil etmektedir. Genel olarak, kültür sistemleri içerisindeki “Müzik” öğesinin, hem kendisiyle ilgili işleve ve amaca hizmet ederken, aynı zamanda diğer bütün kültürel öğelerin oluşum ve işleyişi üzerinde de olumlu ya da olumsuz birçok etkilerinin olduğu varsayılmaktadır. Bu bağlamda, birçok filozof ve düşünür, müzik üzerinde düşünmüş ve bu konuda son derece özgün sözler söylemişlerdir. Karl Marks, müzik için “gerçeğin aynasıdır” derken, Friedrich Nietzsche ise müziği “hakikati söyleyen söz” olarak görmektedir. Sigmund Freud için müzik, “şifresi çözülecek bir metindir; Pierre Schaeffer için “insanın, insanı nesneler dilinde tanımlamasıdır”. Toplumsal kültürler, o toplumu meydana getiren kişilerin bütün eylem ve hareketlerinin yansıdığı bir ortak ayna gibidir; fakat müzik kültürü de insan toplumlarının kültürel değişim ve gelişimlerinin en etkili yansımasıdır. Müzik, toplumsal kültürün bir aynası, kristal küresi ve kişioğlunun yaptıklarının kayıt altına alındığı bir yüzey ve ortamdır. Müzik kültürüne dair tercihler, her dinleyicinin kendi duygu ve düşüncelerini kaydettiği özel bir bellek ve bir “anamnezdir”. Bu bakımdan, müzik sadece kendi başına yalın bir etkinlik olmadığı gibi, yalnızca ekonomik alt yapının ürünü de değildir. Müzik, bir dönemin estetiğinin yansıması olmaktan da öte, günceli aşarak kişilerin, sanatçıların, grupların, halkların gelecekleri hakkında da bildirimde bulunur (Attali, 2014).

Müzik kültürünün, felsefe-bilim bakışı açısından insanların genel kültür dokularının “aynası” olma tespitine ek olarak “müzik ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki” hakkında da çeşitli bilimsel araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırma sonuçlarının büyük bir kısmı, insanların tercih ettikleri müzik kültürünün veya türünün, onların sahip oldukları bütün kişilik özelliklerinin adeta psiko-sosyal bir özeti gibi bulgular ortaya koymaktadır. Sözgelimi, Adrian North tarafından 36.000 kişi üzerinde ve dünya çapında yapılan geniş katılımlı bir araştırmada, insanların müzik kültürlerinin ve bu yöndeki tercihlerinin, kişilik, siyasi kimlik ve çeşitli zihinsel becerileriyle yakından ilişkili olduğu bulunmuştur (Akt. Yağışan, 2013). Deneysel - duygusal müziksel ifade çalışmalarında kullanılan dört temel yöntem bulunmaktadır. Bunlar, Nöropsikoloji teknikleri, davranışların gözlemlenmesi, fizyolojik tepkilerin ölçülmesi ve test-anket çalışmalarıdır. Bunlardan nöropsikoloji çalışma olarak, Fırat Kutluk yönetiminde gerçekleştirilen araştırmada, kültürel geçmiş bağlamında beğenilen ve beğenilmeyen müziklerin beyinde yarattığı etkiler incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada bir grup katılımcıya, fMRI (Functional Magnetic Resonance Imaging) çekilirken dört farklı türde müzik örneği dinletilip aktif olan beyin bölgelerine odaklanılmıştır. Kültürel etkenlerin müzik beğenisine olan katkısının ve insan beyninde “müziği beğenme” bölgesinin belirlenmeye çalışıldığı tezde istatistiksel olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamasa da, kültürel olarak etkilenmenin kişinin söylemlerini değiştirdiği varsayımı doğrulanmıştır (Akt. Erdal, 2009).

Müzik kültürü ile insanların duygu ve davranışları arasında, doğrudan ya da dolaylı bir biçimde ilişki olduğu hakkındaki araştırma bulguları ve gözlemler, her bir kişinin ağırlıklı bir şekilde tercih ettiği müzik türünün, küçük yaşlardan itibaren zihninde birikmiş olmanın kültür bileşiminin bir sonucu olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda, en çok tercih edilen ve beğenilen müzik, özellikle sürekli dinleyicisi olan kişiler üzerinde, sürekli dalgalanan, çok çeşitli ve yoğun duygu ve düşüncelerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Canetti, 1998). Birey, “yüksek kültür” bileşeninin ağırlıklı olduğu bir kültür birikimine sahipse, muhtemelen “yüksek kültür” odaklı bir müzik kültürüne dair duygu ve düşünceler ile nitelikli hareket tarzlarına yönelik davranışlar bağlamında uyarılmış

olacaktır. Kişi, “halk kültürü” bileşeninin ağırlıklı olduğu bir kültür birikimine sahipse, muhtemelen “halk kültürü” odaklı bir müzik kültürüne dair duygu ve düşünceler ile ilintili davranış seçeneklerine yönelecektir. Aynı şekilde, kitle kültürü mensubu olan bir kişi, “popüler kültür” bileşeninin baskın olduğu bir kültür birikimine sahipse, muhtemelen “popüler kültür” odaklı bir müzik kültürüne dair duygu ve düşüncelerin dayattığı davranış kalıplarına doğru yönelecektir.

5 Araştırma Yöntemi ve Bulguları

5.1 Araştırmanın Konu Seçimi

Modernleşme projesinin yeterince tamamlanamadığı Türkiye’de, toplumsal hayatı şekillendiren kültürel sistemin, büyük ölçüde “popüler kültür” etkisi altında kalmış olması nedeniyle katma değeri düşük veya niteliksiz kitle davranışlarında belirgin bir artışın ortaya çıkması gibi, aynı paralelde sanat ve estetik değeri düşük müzik türleri de hızla çoğalmıştır. Bu bağlamda, modern toplumların yarattığı “yüksek kültür” odaklı medeniyetin en etkili ve önemli hareket tarzı olan “girişimcilik” kapsamındaki nitelikli insan davranışlarının, “popüler kültür” bileşeninin baskın olduğu kitle toplumlarında ortaya çıkma ihtimali oldukça düşük kalmaktadır. “Girişimcilik”, genel olarak belirli bir kişi ya da grubun, yeni bir ürün ve pazar yaratmak amacıyla çeşitli üretim faktörlerini bir araya getirmek suretiyle bütün kaynakların dengeli ve düzenli bileşimlerinden daha fazla katma değer yaratılması sürecidir. Günümüz şartlarında, girişimcilik gibi yüksek kültür ürünü olan insani hareket ve davranışların, sıradan bilinç ve eylemlerle gerçekleştirilmesi artık mümkün görünmemektedir. Girişimcilerin, yapmayı düşündükleri ve tasarladıkları iş ve faaliyetlere ilişkin kullanılacak teknoloji ve üretim süreçleri ile gelecek zaman içerisindeki talep, pazar ve rekabet durumları gibi konularda, son derece duyarlı, bilgili ve bilinçli olmaları gerekmektedir. Bütün bu konularda, çağdaş girişimcilerin, karşılaştıkları son derece karmaşık olaylar karşısında, telafisi mümkün olmadığından ya da bedelinin çok ağır olma ihtimalinden dolayı, isabetli ve uygun kararlar almaları gerekmektedir. Bazen, çeşitli karmaşık ve belirsizlik durumlarında, sahip olunan nesnel bilgiler yeterli olmadığı zamanlarda, ayrıca isabet derecesi yüksek sezgilerin de kullanılması söz konusudur.

5.2 Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmanın temel varsayımı, insan zihninin duygusal ve düşünsel arka planı ile yaptıkları tercihler ve davranışlar arasında doğrusal bir ilişki olduğu yönündedir. Buna göre, duygusal ve düşünsel bütünlüğü bulunmayan ve estetik değeri düşük müziklerle özdeşleşmiş olan kişilerin, “girişimcilik davranışları” gibi katma değeri yüksek ve nitelikli hareketler içerisinde bulunma ihtimalinin daha düşük olacağıdır.

Bu araştırmada, nicel yöntem tekniği olarak üniversitede işletme ve ekonomi alanında eğitim gören son sınıf öğrencilerine yönelik olarak anket uygulanmak suretiyle sevdikleri müzik türleriyle ilgili tercihleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olup olmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı, genç kuşakların dinledikleri müzik türlerinin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada kullanılan yöntem öğrencilere yönelik anket uygulamasıdır. Araştırmanın evrenini Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde İşletme, İngilizce İşletme, İktisat, İngilizce İktisat ve Maliye bölümlerinde öğrenim gören 3. ve 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Seçilen bölümlerin diğer bölümlere nazaran nispeten daha fazla girişimcilik eğilimi sergileyecekleri varsayılmıştır. Belirtilen örnekleme yer alan mevcut öğrenci sayısı toplamda 2890’dır. Toplamda 350 anket dağıtılmış, 315 anket geri dönmüş ancak çeşitli nedenlerden dolayı 311 tanesi değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Geri dönüş oranı %89’dur. Araştırmadan elde edilen veriler araştırma evrenini %95 ($\alpha=.05$) güven düzeyi seviyesinde temsil edebilecek niteliktedir.

Çalışmada kullanılan veri aracı Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini belirlemeye yönelik 36 maddelik “Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği”dir. Ölçekte yer alan her bir madde 5’li likert ölçek tipindedir. İfadeye verilebilecek yanıtlar, 1, "Hiçbir zaman"; 2, "Nadiren"; 3, "Bazen"; 4, "Sık sık"; 5, "Çok sık" şeklindedir. Ölçekteki maddeler 36 ile 180 arasında değişen puan değerine sahiptir. Araştırmaya katılan kişilerden alınan yanıtların puan değeri karşılıkları ile her bir kişinin genel girişimcilik düzeyine ilişkin puanları hesaplanmaktadır (Yılmaz ve Sünbül, 2009). Bahsi geçen aralıklar şu şekilde sınıflandırılmaktadır: 36-64, "Çok düşük girişimcilik"; 65-92, "Düşük girişimcilik"; 93-123, "Orta düzeyde girişimcilik"; 124-151, "Yüksek girişimcilik"; 152-180, "Çok yüksek girişimcilik". Ölçek ayrıca tek bir faktör ile değerlendirilmektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₁: Öğrencilerin bulundukları sınıf ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₂: Öğrencilerin cinsiyetleri ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₃: Öğrencilerin bölümleri ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₄: Öğrencilerin tercih ettikleri müzik türü ile girişimcilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

5.3 Araştırmaya İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığını ölçmek için yapılan güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır. Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği’nin güvenilirlik analizine ait sonuçları incelendiğinde çıkan ilk katsayı 0,868’dir. Ancak analiz sonuçları tablosunda yer alan "Cronbach's Alpha If Item Deleted" sütunu

sonuçlarına göre 21.madde ölçekten çıkarıldığında güvenilirlik katsayısının 0,893'e çıktığı görülmektedir. Bu sebeple ölçekteki 35 madde değerlendirilmeye alınarak; güvenilirlik katsayısı 0,893 olarak kabul edilmiştir. Bir ölçeğin güvenilir olduğunu söyleyebilmek için güvenilirlik katsayısının 0,70'den büyük olması gerekmektedir (Akbulut, 2010). Kullanılan ölçekler ve alt boyutlarına ait güvenilirlik katsayıları bu koşulu sağlamaktadır. Bu nedenle ölçeklerin oldukça güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Ölçeğin kullanıldığı benzer çalışmada da bulunan sonuca yakın sonuç tespit edilerek 0,90 bulunmuş. Sonucun literatür ile uyumlu olduğu söylenebilir (Yılmaz ve Sünbül, 2009).

	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha(α)
Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeği	35	0,893

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Bir sonraki analizde verilerin normal dağılıma uyup uymadıkları kontrol edilmek istenmiştir. Bunun için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri uygulanmıştır. Her iki ölçeğin de sonuçlarına göre dağılım normal dağılmamaktadır. Çünkü anlamlılık değerleri 0,05'ten küçük çıkmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerleri de bu sonuçları desteklemektedir. Sonuçlara göre veriler normal dağılım göstermemektedir. Bu sebeple kullanılacak analiz yöntemleri parametrik olmayan analiz yöntemleridir. Bu bağlamda verilen yanıtlar arasındaki farklılıkları ölçmek amacıyla iki değişkenliler için Mann-Whitney U Testi ve ikiden fazla değişkenliler için Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Ayrıca araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesi için tanımlayıcı istatistik yöntemlerinden sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanlara ilişkin veriler analiz edildiğinde çıkan sonuçlar Tablo 2'de görülmektedir. Sonuçlar yorumlandığında kadınların katılım oranı %53,7 ile dağılım gösterirken erkeklerin katılım oranı %46,3 olarak bulunmuştur. Çalışmaya katılanlar sadece 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencilerinden oluştuğundan yaş aralığı da onunla ilişkili olarak tespit edilmiştir. 3.sınıflar %55,63 çıkarken, 4.sınıflar %44,37 çıkmıştır. Yaş dağılımı da 20-22 aralığında %57,56 ile yoğunlaşırken, 23-25 aralığında %39,87 ve son olarak 26 ve üzeri yaş aralığında ise %2,57 bulunmuştur. Normal öğrenim süresince mezun olamayan öğrenciler sebebi ile aralığa uygun olmayan yaşlar da tespit edilmiştir. Bölüm dağılımı incelendiğinde ise %26,37 ile işletme ilk sırayı alırken, sırasıyla %22,5 ile maliye, %18,33 ile iktisat, %16,72 ile İngilizce iktisat ve son olarak %16,08 ile İngilizce işletme yer almaktadır.

	Sayı	Yüzde (%)		Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyet			Sınıf		
Kadın	167	53,70	3.sınıf	173	55,63
Erkek	144	46,30	4.sınıf	138	44,37
Yaş			Bölüm		
20-22	179	57,56	İşletme	82	26,37
23-25	124	39,87	İng. İşletme	50	16,08
26 ve üzeri	8	2,57	İktisat	57	18,33
			İng. İktisat	52	16,72
			Maliye	70	22,51
Toplam	311	100	Toplam	311	100

Tablo 2. Ankete Katılanlara İlişkin Demografik Veriler

Öğrencilere yöneltilen anket formunda 12 türde müzik bulunmaktaydı. Bu türler literatür ile bağlantılı olarak üç kültür düzeyi arasında dağılım göstermiştir. Ankete katılan yüksek öğrenim gençliğinin müzik tercihleri, yetkinlik ve işlevsellik ile kalite açısından kültürel öğelerin hiyerarşik sıralanması sonucunda, oluşan yüksek kültür, halk kültürü ve popüler kültür şeklindeki üç kültür hiyerarşisiyle bağlantılı olarak üç müzik hiyerarşisi tarzında gruplandırılmıştır. Yüksek kültüre ait müzik türleri: Klasik Türk Müziği ve Klasik Batı Müziği; Halk kültürüne ait müzik türleri: Türk Sanat Müziği, Tasavvuf Müziği ve Türk Halk Müziği; Popüler Kültüre ait müzik türleri ise şu şekilde sıralanmaktadır: Türk Pop Müziği, Arabesk/Fantezi, Yabancı Pop Müzik, Rock Müzik, Jazz/Blues, Rap/Hiphop ve Özgün Müzik. Araştırmaya katılanların verdikleri yanıtlara göre tercih edilen müzik türü en fazla popüler kültüre ait müzik türlerinde yoğunlaşarak %83,3 oranına sahiptir. Bu oranı %10,6 ile halk kültürüne ait müzik türleri ve son olarak %6,1 ile yüksek kültüre ait müzik türleri izlemektedir. Araştırmaya katılanlara müzik türünü tercih etme nedenleri sorulduğunda ise en yüksek yanıt oranı %47,9 ile hem müzikal faktörlerden hem de şarkı sözlerinden cevabına karşılık gelmiştir. Bu yanıtı müzikal faktörler, şarkı sözleri ve aldığım eğitim/tecrübe yanıtı izlemiştir. Tercih edilen müzik türünün işlevi sorusuna %69,1 rahatlatma ve dinlenme aracı, %13,5 kendini ifade etme ve sosyalleşme, %10,6 boş zaman etkinliği ve son olarak %6,8 eğitim ve kültürlenme yanıtı verilmiştir. Bu verilere ilişkin bilgiler Tablo 3'te gösterilmektedir.

	Sayı	Yüzde (%)
Tercih edilen müzik türü		
Yüksek kültüre ait türler	19	6,1
Halk kültürüne ait türler	33	10,6

Popüler kültüre ait türler	259	83,3
Müzik türünü tercih nedeni		
Müzikal faktörler (Ritm, ezgi, tempo vb.)	102	32,8
Şarkı sözleri	44	14,1
Hem müzikal faktörler hem şarkı sözleri	149	47,9
Aldığım eğitim / Geçmişten bugüne kadar elde ettiğim deneyim ve birikim	16	5,1
Müziğin işlevine ilişkin görüş		
Kendini ifade etme ve sosyalleşme aracı	42	13,5
Boş zaman etkinliği	33	10,6
Eğitim ve kültürlenme aracı	21	6,8
Rahatlama ve dinlenme aracı	215	69,1

Tablo 3. Tercih Edilen Müzik Türü ve İlgili Analizleri

Üniversite öğrencilerinin genel girişimcilik düzeyleri Tablo 4'te gösterilmektedir. Girişimcilik düzeyleri ortalaması 131,5 bulunduğundan sonuç yüksek girişimcilik düzeyine karşılık gelmektedir. Sonuçlar literatürde yer alan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Çatır, vd, 2015; Aksel ve Bağcı, 2016).

Genel girişimcilik düzeyi	Sayı	Ortalama*	Standart Sapma
	311	131,5	32,3

*min. 36, maks. 180.

Tablo 4. Genel Girişimcilik Düzeyi

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri ile cinsiyet, sınıf, bölüm ve tercih edilen müzik türleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek için Mann-Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Çıkan sonuçlar Tablo 5'te gösterilmektedir. Sonuçlar anlamlılık düzeyine göre ($p < 0,05$) incelendiğinde sadece sınıf ile tercih edilen müzik türüne göre anlamlı farklılık tespit edilebilmiştir (H_1 hipotezi kabul edilmiştir). Sınıf değişkenine göre 4.sınıflar girişimcilik düzeyine göre farklılık göstererek 165,02 sıralama ortalamasına sahip olmuşlardır. 3.sınıflar ise 142,36 sıralama ortalaması ile daha düşük düzeyde girişimcilik özelliği göstermişlerdir. Aynı zamanda girişimcilik düzeyi tercih edilen müzik türü ile anlamlı farklılık göstermektedir (H_4 kabul edilmiştir). En yüksek girişimcilik seviyesi 219,63 ile yüksek kültüre ait müzik türlerinde çıkarken; sıralamayı halk kültürüne ait müzik türleri ve popüler kültüre ait müzik türleri izlemektedir. Girişimcilik düzeyi ile cinsiyet ve bölüm değişkenleri arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p > 0,05$ olduğundan) (H_2 ve H_3 hipotezleri kabul edilememiştir). Alan yazında bu sonuçları destekleyen çalışmalara rastlamak mümkündür (Pan ve Akay, 2015).

	Sayı	Sıralama Ort.	p
Sınıf			
3.sınıf	173	142,36	0,025
4.sınıf	138	165,02	
Cinsiyet			
Kadın	167	155,01	0,834
Erkek	144	157,15	
Bölüm			
İşletme	82	165,60	0,153
İngilizce İşletme	50	152,66	
İktisat	57	157,73	
İngilizce İktisat	52	171,53	
Maliye	70	134,20	
Müzik türü			
Yüksek kültüre ait türler	19	219,63	0,002
Halk kültürüne ait türler	33	174,17	
Popüler kültüre ait türler	259	149,02	

Tablo 5. Değişkenler ve Farklılık Analizi Sonuçları

6 Sonuç

Toplumsal hayatı şekillendiren kültür sistemlerinin, farklı amaç ve işlevlere sahip çok sayıda öğeleri bulunmaktadır. Kültür sistemleri içerisindeki müzik öğesinin, kendisiyle ilgili işlev ve amaçlara hizmet ettiği gibi, diğer kültürel öğelerin işleyiş tarzları üzerinde de bir takım etkilerinin olduğu varsayılır. Kültür sisteminin, belirli ölçüde nitelikli bilgiler tarafından yaratıldığı yüksek kültür öğelerinin hâkim olduğu toplumlarda, bir yandan estetik ve sanat değeri yüksek kültür ürünü müzikler yaratılırken, diğer yandan da katma değeri yüksek nitelikli

insan davranışlarının oluşma ihtimali giderek yükselmektedir. Buna karşılık, popüler kültür ve hatta “kitle kültürü” etkisi altındaki toplumlarda ise sanat ve estetik değeri düşük müzik örnekleri çoğalırken, bu duruma paralel olarak hayatın diğer alanlarında da nispeten katma değeri düşük veya nitelsiz davranışlarda artış ortaya çıkmaktadır.

İnsanların, çeşitli durum ve şartlar karşısında nasıl karar alacaklarını ve tercihte bulunacaklarını, o zamana kadar zihinlerinde birikmiş olan kültürel birikim denilen bilgi sistemleri tayin etmektedir. Bu zihniyet dünyasının veya bilgi birikimlerin bileşiminin kapsamı ve nitelik derecesi, onların her türlü davranışlarının dışı vurumunda ortaya çıkan eylem ve hareketlerinin de niteliğini temsil etmektedir. Bu durumda, bütün insanlar, doğuştan edindikleri biyolojik kökenli her türlü dürtü, duygu ve eğilimlere ek olarak doğumdan sonraki zaman içerisinde tecrübelerden başlayarak çeşitli kültürlenme süreçleriyle öğrendikleri ve kazandıkları kültürel birikimin karışımı bir düzenek içerisinde davranışlarda bulunurlar. İnsan davranışlarının kalitesini tayin eden temel dinamik, özellikle doğumdan sonraki sosyalleşme ve kültürlenme sürecine bağlı olarak zihinlerinde oluşmuş ve birikmiş olan çeşitli bilgi bileşenlerinin niteliğidir. Eğer insanlar, imkân ve potansiyeli olup da yüksek kültür birikimine sahipse, büyük bir ihtimalle tavır ve davranışları hem daha özgür, hem de daha kaliteli hareketler olacaktır. Buna karşılık, kişilerin yaşam şartları ve imkânları ölçüsünde zihinlerinde halk kültürü birikimi söz konusu ise o zaman tavır ve davranışları da o kapsam ve çerçevedeki eylemlerden meydana gelecektir. Kişilerin içerisinde büyüdüğü ve sürekli etkileşim içerisinde bulunduğu kültür iklimi popüler ya da ağır bir kitle kültürü ortamı ise bu insanların direnme ahlakına bağlı olarak çok özel bir çabaları olmayacaksa, büyük bir ihtimalle sıradan, gündelik, zaman kavramı olarak geçmişten ve gelecekte kopuk ama “Ânı yaşamaya” odaklanmış, içi boş ve anlamsız, yaygın ve egemen kitle davranışlarına bağımlılaşmış kolektif davranışlardan meydana gelecektir.

Yüksek kültürün yaratılışında bilimsel bilgi, felsefe bilgisi, estetik bilgi, etik bilgisi gibi son derece nitelikli bilgiler etkili olmaktadır. İnsanların, bu bilgi türleriyle özel ve yalın bağlantıları olabileceği gibi, bu bilgilerin diğer nitelikli kültür öğeleriyle kurumsallaşmış bir kültür birikimi tarzında onların yaşam biçimi tarafından içselleştirilmiş de olabilir. Girişimcilik, çeşitli üretim faktörlerini bir araya getirip, yeni ürün ve pazar yaratarak bütün kaynakların değerlerinin toplamından daha fazla katma değer yaratılması sürecidir. Dolayısıyla, girişimcilik, başkalarının hazırladığı yapı ve faaliyet içerisinde yer almak yerine, insanların kendilerinin içinde yer alacakları davranış düzlemini yapılandırma ve kurgulamalarını ifade eden nitelikli davranış özelliği göstermektedir. Girişimcilik, her şeyden önce zihinsel planda somut düşünceden soyut düşünceye geçmeyi başarabilmiş, geleceğe dair kuvvetli tasavvurları olan, tümünden gelim ve tüme varım gibi akıl yürütme yöntemlerini kullanabilme becerisini gösteren kişiler tarafından tasarlanıp gerçekleştirilebilecek bir etkinliktir.

Yüksek kültürün hareket tarzlarında, kendini oluşturan bilgi bileşenlerinin mahiyeti gereği olarak rasyonel düşünceye dayalı bireysel irade ve kararların çok belirgin bir yeri ve önemi vardır. Bu bağlamda, “girişimcilik eğilimlerine” sahip olan “bireylerin”, yüksek başarı ihtiyacı, risk alma cesareti, belirsizliklere karşı toleranslı, iç kontrol odağı yüksek, bağımsız hareket edebilme ve kendine güven duyma gibi son derece kaliteli davranış nitelikleri taşıdıkları gözlenmiştir. Kültür sistemi teorisine göre, davranışsal bir patoloji ya da herhangi bir kişilik bozukluğu olmadığı sürece, yüksek kültür taşıyıcısı bireylerin çoğu tavır ve hareketlerinin holistik bir bütün içinde birbiriyle tutarlı olmaları gerekir. Bu durumda, yüksek kültür taşıyıcısı “bireyler”, müzik türleri konusunda büyük bir ihtimalle yüksek kültür ürünü müzikleri tercih ederler; başka bir yüksek kültür işlevi olduğu bilinen ve çalışmamızın konusunu oluşturan “girişimcilik eğilimleri” nispeten yüksek olur.

Araştırma bulgularımıza göre, araştırmaya katılan ekonomi ve işletmecilik eğitimi almakta olan 311 kişilik örneklem, ancak % 6,1’i “yüksek kültür ürünü” müzikleri tercih ederken; % 10,6’sı “halk kültürü ürünü” müzikleri; % 83,3’ü ise yerli ve yabancı “popüler kültür ürünü” müzikleri tercih ettiklerini beyan etmişlerdir. Temelde iktisadi ve idari bilimler alanında ekonomi ve işletmecilik dersleri alan “yüksek öğrenim gençliğinin”, eğitimini aldıkları konuların temel işlev ve amaçlarından biri olan “girişimcilik eğilimleri” ise ortalama 131,5 (Min.36; Max.180 aralığında) olarak tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan “Üniversite Öğrencileri Girişimcilik Ölçeğine” göre, araştırmaya katılan kişilerden alınan yanıtların puan değeri karşılıkları ile her bir kişinin genel girişimcilik düzeyine ilişkin puanları, şu şekilde hesaplanmaktadır (Yılmaz ve Sümbül, 2009). 36-64: "Çok düşük girişimcilik"; 65-92, "Düşük girişimcilik"; 93-123, "Orta düzeyde girişimcilik"; 124-151, "Yüksek girişimcilik"; 152-180, "Çok yüksek girişimcilik". Bu durumda, bu araştırmada çıkan 131,5 şeklindeki bir ortalama, “yüksek düzeyde girişimcilik” kategorisinde yer almaktadır. Toplumsal yapı içerisinde “girişimcilik eğilimlerinin”, özellikle günümüz şartlarında, temel ekonomi ve işletmecilik dersleri alan “yüksek öğrenim gençliğinin”, böyle bir anket çalışmasındaki yanıtlarının 152-180 aralığında yani, “çok yüksek girişimcilik” eğilimine sahip olmaları beklenirdi. Bu araştırmanın ortaya çıkardığı en önemli sonuçlardan birisi, yüksek katma değer yaratacak bir insani etkinlik olarak “girişimcilik eğiliminin” daha fazla yükselmesi ve güçlenmesi için sadece eğitim ve öğrenim faaliyetlerine ek olarak, uygun “psikolojik destek ve kültürel ortam” gibi psiko-sosyal motivasyonların gerektiği olmuştur. Bu bağlamda, girişimcilik eğilimi düzeyi, tercih edilen müzik türü ile anlamlı farklılık göstermektedir. En yüksek seviye 219,63 ile yüksek kültüre ait müzik türlerinde çıkarken; sıralamayı halk kültürüne ait müzik türleri ve popüler kültüre ait müzik türleri izlemektedir. Sonuç olarak bu çalışmada, ülkemizde egemen olan “kitle kültürünün” yaygın ve egemen bir kültür öğesi olarak “popüler müzik”, özellikle yüksek öğrenim gören genç kuşakların “girişimcilik” eğilimlerinin güçlenmesine ket vurmakta ya da zayıflamasına yol açmaktadır.

Türk toplumsal yapısındaki kaliteli bir eğitim sistemi ve fırsat eşitliğine dayalı bir eğitim tarzının gerçekleştirilememesi ile modernleşme çabalarının büyük ölçüde başarısız kalması sonucunda kaçınılmaz bir durum olarak yaşanmakta olan kitle kültürü, insanlardaki yaratıcı düşünce ve öz güven duygusunu eriterek, toplumsal düzlemde her türlü “nitelikli hareketin” doğuşunu engellemektedir. Toplumsal kalkınma ve gelişmenin, daha yüksek bir orana çekilebilmesi için yüksek öğrenim gençliğine yönelik “girişimcilik” eksenli “yüksek öğrenim” programlarına ek olarak, ayrıca “yüksek kültürün” önemli diğer ögesi “müzik türlerinin” tanıtım ve sevdirmesi şeklinde tamamlayıcı programlar uygulanmalıdır.

Kaynakça

- Akbulut, 2010. **Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları**. İdeal Yayıncılık, İstanbul.
- Aksel ve Bağcı, 2016. "Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesinin İİBF’inde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, **5**(7), s. 2128.
- Attali, 2014. **Gürültüden Müziğe, Müziğin Ekonomi-Politigi Üzerine**. İkinci Basım, (Çev. Gülüş Gülcügil Türkmen), Ayrıntı Yayınları:450, İstanbul.
- Batmaz, 1981. “Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar”, *AİTİA Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu İletişim Dergisi*, 1981/1, s.163-192.
- Bozkurt, 2014. **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm, Bilgi, Ekonomi, Kültür**. 3. Baskı, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Canetti, 1998. **Kitle ve İktidar**. (Çev. Gülşat Aygen), Ayrıntı Yayınları: 200, İstanbul.
- Çatır, Şimşek ve Ölekli, 2015. "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, **4**, s. 111.
- Edman, 1977. **Sanat ve İnsan, Estetiğe Giriş**. (Çev. Turhan Oğuzkan), İnkilap ve Aka, İstanbul.
- Erdal, 2009. "Müzik Türlerinin Tercih Edilmesinde Kişilik Özellikleri ve Beğeni İlişkisi", T.C Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Müzik Bilimleri Anabilim Dalı Doktora Tezi, İzmir.
- Eroğlu, 2015. **Davranış Bilimleri**. 14. Basım, Beta Yayınları, İstanbul.
- İrmış, Durak ve Özdemir, 2010. **Girişimcilik Kültürü, Anadolu Girişimciliğinden Örnekler**. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Özakpınar, 1999. **İnsan İnanan Bir Varlık**. Ötüken Yayınları: 426, İstanbul.
- Öner, 1999. **Felsefe Yolunda Düşünceler**. Akçağ Yayınları: 298, Ankara.
- Pan ve Akay, 2015. "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Education Sciences*, **9**(6), s. 131-132.
- Stravinsky, 2011. **Altı Derste Müziğin Politikası**. (Çev. Cem Taylan), Üçüncü Basım, Pan Yayıncılık:73, İstanbul.
- Yağışan, 2013. "Üniversite Öğrencilerinin Müzik Tercihleri Ve Saldırganlıkla İlişkisi", *Sanat Eğitimi Dergisi*, **1**(2), s. 98.
- Yılmaz ve Sünbül, 2009. "Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, **21**(2), s. 198.