İSTANBUL UNIVERSITY PRESS

Konservatoryum
Conservatorium,
CONS 2025, 12 (1): 275–297

https://doi.org/10.26650/CONS2025-1660073

Başvuru | Submitted 17.03.2025
Revizyon Talebi | Revision Requested 18.04.2025
Son Revizyon | Last Revision Received 25.04.2025
Kabul | Accepted 01.05.2025
Online Yayın | Published Online 07.05.2025

Konservatoryum
Conservatorium

Araştırma Makalesi | Research Article

Açık Erişim | Open Access

Medyatizasyon Süreci Bağlamında Müziğin Teknolojisi, Teknolojinin Müziği

The Technology of Music, the Music of Technology From the Perspective of Mediatization

Serkan Karatay [1]

[1] İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye

Öz

Yeni medya ortamlarının yapısı, toplumsal, kültürel ve kişisel birçok uygulamaya, medyada temsil edilebilecek bir değer kazandırmıştır. Bu uygulamalardan biri olan müzik, geleneksel medyadan aldığı referansla yeni medya ortamlarında sıklıkla görünür hale gelmekte; bu görünürlük, müziğin kendisinden başlayarak müzisyene, türlere, alt türlere ve tarzlara kadar genişleyebilmektedir. Müzik, medya teknolojilerindeki gelişmelerin yanı sıra elektronik ve bilgisayar teknolojilerindeki ilerlemelere de duyarlıdır; temsili, biçimi, üretimi, dağıtımı ve tüketimi bu değişimler doğrultusunda dönüşmektedir. Müziğin karakteristiğine de etki etmekte olan teknolojik gelişmelerin sonuncusu yapay zekâ ile müzik üretiminin mümkün hale gelmesidir. Müziğin teknoloji ile etkileşiminin somut bir göstergesi olan bu gelişme, yapay zekâ ile müzik üretimini mümkün kılan uygulamaların medya araçlarıyla tanıtılmasıyla, medyatizasyon bağlamında da ele alınabilmektedir. Bu araştırma, müziğin teknoloji ve medya ile giderek sıkılaşan bağını kavramsal düzeyde tartışmayı ve yapay zekâ uygulamaları ile müzisyen iş birliklerini içeren haberlerde bu bağın nasıl sunulduğunu analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada tümevarımsal çerçeveleme analizi tekniği kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, nitel ve nicel olarak ortaya konmuş, yapay zekâ ve müzisyen iş birliğini konu edinen haberlerde tanımlama, müzikal unsurlar ve insan etkisi çerçevelerinin yoğun bir biçimde işlendiği görülmüştür.

Abstract

The structure of new media environments has endowed numerous social, cultural, and personal practices with a representational value in the media. One such practice, music, frequently gains visibility in new media environments by drawing on references from traditional media. This visibility can extend from music itself to musicians, genres, subgenres, and styles. Music is not only responsive to advancements in media technologies but also to developments in electronic and computer technologies; its representation, form, production, distribution, and consumption are transformed in line with these changes. The latest technological advancement influencing the characteristics of music is the emergence of artificial intelligence, which has made music production possible through AI-driven processes. This development, which serves as a concrete indicator of music's interaction with technology, can also be examined within the context of mediatization, as artificial intelligence-driven music production applications are promoted through media channels. This study aims to discuss the increasingly intertwined relationship between music, technology, and media at a conceptual level and to analyze how this relationship is presented in news articles covering collaborations between artificial intelligence applications and musicians. The research employs an inductive framing analysis technique. The findings derived from the analysis are presented both qualitatively and quantitatively, revealing that news articles focusing on AI-musician collaborations heavily emphasize frames related to definition, musical elements, and human influence.

Atıf | Citation: Karatay, S. (2025). The technology of music, the music of technology from the perspective of mediatization. *Konservatoryum–Conservatorium*, 12(1), 275-297. https://doi.org/10.26650/CONS2025-1660073

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

© 2025. Karatay, S.

Sorumlu Yazar | Corresponding author: Serkan Karatay serkan.karatay@yeniyuzyil.edu.tr

Anahtar Kelimeler Yapay zekâ · medyatizasyon · müzik

Keywords Artificial intelligence · mediatization · music

Extended Summary

Advancing digital technologies and new media environments have led to a significant transformation by enabling the representation of social, cultural, and individual practices in the media. One of the domains most affected by these transformations is music. While traditionally represented in specific forms within conventional media, music has gained visibility in diverse ways within the new media ecosystem, with this visibility extending across various dimensions, from music production to consumption. Shaped by technological advancements, shifts in media environments, and algorithm-driven processes, music consumption also influences music production. In this context, AI-driven music production can be regarded as a tangible manifestation of the evolving relationship between music and technology.

Music production processes have historically been closely intertwined with technology. Innovations ranging from instrument design to sound recording technologies have transformed musical practices and facilitated the emergence of new genres. In this context, AI-assisted music production represents one of the most recent and notable examples of technological advancement shaping musical practices. The use of artificial intelligence in composition, arrangement, and sound manipulation not only redefines creativity but also prompts a reevaluation of the artist's role. Additionally, musicians who integrate AI applications into their production processes engage in collaborative interactions between artificial intelligence and human creativity.

The concept of mediatization provides a critical theoretical framework for understanding these transformations. Mediatization theory, when applied to the relationship between music and media, reveals how music production and consumption are integrated into media systems. Mediatization reshapes both the ways in which musical content is disseminated and the perception of music itself. Within this transformation, the increasing role of artificial intelligence redefines both the traditional artist identity and the significance of the human element in music production.

This study examines news articles covering collaborations between AI-assisted music applications and artists to understand the impact of AI-assisted music production on the media. The research sample includes news reports on collaborations such as Timbaland-Suno, Grimes-Endel, and Imogen Heap-Mogen, as well as articles discussing Taryn Southern's AI-generated album *I AM AI* and *Yacht*'s AI-assisted album *Chain Tripping*. By analyzing the framing strategies employed in these news articles, the study explores how media narratives surrounding AI-assisted music are constructed. The research employs an inductive framing analysis, identifying key terms during the analysis process, establishing general framing codes based on the quantitative and qualitative aspects of these terms, and presenting framing examples.

The analysis results indicate that news articles covering AI-musician collaborations are predominantly framed in a positive manner. AI-assisted music production is largely presented as an innovative, creative, and transformative tool, with the human element remaining central and technology being positioned as a supportive component in the artistic process. Furthermore, critical frames related to issues such as copyright and ethical concerns appear to be less emphasized.

The study's findings suggest that media content on AI and music collaborations contributes to the mediatization process of technology-assisted music. These news articles not only highlight AI applications but also focus on the musicians involved in these collaborations. The key thematic emphases in the coverage are categorized under three main aspects: AI applications, platform features, and collaborating musicians.

These collaborations, which leverage musicians' popularity to enhance the visibility and recognition of AI music applications, frame the production processes as easy, innovative, creative, productive, and exciting. The news articles emphasize that AI-assisted music production is not limited to amateur or hobbyist users; instead, they highlight the satisfaction of professional and semi-professional musicians with these applications. By doing so, they present AI-assisted music production as a potential career-enhancing opportunity for artists who are open to innovation.

Additionally, the frequent emphasis on the *human* element in the context of these collaborations underscores that AI-assisted music is not a fully autonomous process and that the human factor remains indispensable. The news articles highlight the critical role of the user's knowledge and experience in guiding AI, reinforcing the significance of human contribution in the creative process.

In conclusion, AI-assisted music production is predominantly framed in a positive light through media representations, reinforcing the impact of technology on the music industry and artistic practice. Future research could provide a broader perspective by conducting in-depth analyses of these transformations across different media platforms and their societal implications.

Medyatizasyon Süreci Bağlamında Müziğin Teknolojisi, Teknolojinin Müziği

Müziğin ne olduğuna dair kapsayıcı tanımlar, müzik ve medya teknolojilerindeki gelişmelerle giderek aşınmaktadır. Bu bağlamda, müziğin doğasının sorgulanabilir oluşu hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir. Teknoloji, ekonomi ve medya tarafından şekillendirilen müzik, ancak dinlenebildiği, satılabildiği ve hem üretim hem de tüketim süreçlerinde teknolojiyle bütünleşebildiği ölçüde varlığını sürdürebilmektedir. Bu süreçte müziğin tanımlayıcı unsurlarından olan enstrümanların müzikle olan doğrudan bağı da dolaylı hale gelmektedir. Bununla ilgili gelişmelerin sonuncusu -şimdilik- bir araç olarak yapay zekânın müzik yapabilmesidir. Müzik yapmak için üretilmeyen ama müzik de yapabilen yapay zekâ, teknolojinin müzikte bir paradigma halini almasındaki nihai katkı olarak görülebilir.

Günümüzde herhangi bir şey hakkında düşünme, görüş oluşturma, benimseme ya da reddetme süreçlerinin medyadan bağımsız gerçekleşemediği dikkate alındığında müzisyenlere, akımlara, müzik türlerine ve alt türlerine dönük algının da medya tarafından şekillendirildiğini söylemek mümkündür. Başta pop müzik ve pop yıldızları olmak üzere *rap, rock, punk, metal* gibi müzik türlerinin medyada görünür oldukça ilgi çektiği, ilgi çektikçe tüketildiği ve tüketildikçe de "popüler" hale geldiği ifade edilebilir. Kullanıcı katılımı, etkileşim, profil oluşturma ve erişilebilirlikle bezenmiş "yeni" medyatizasyon süreçleri, müzisyenleri endüstriden azade kılabilecek kadar güçlü bir görünürlük yaratabilmektedir. Medyatizasyon, milyonlarca kez dinlenen tek kullanımlık içeriklerin yanı sıra, istikrarlı bir şöhret de sağlayabilmekte; yalnızca müzisyenlerle sınırlı kalmayıp başta tür, alt tür, tarz ve teknik olmak üzere çeşitli biçimlerde müziğin kendisini medyatize etmektedir.

Bu araştırma, teknoloji, müzik ve medyatizasyon ilişkisini, yapay zekâ ile üretilen müzikler bağlamında teorik olarak görünür kılmayı ve bu ilişkinin, yapay zekâ uygulamaları ile müzisyen iş birliklerini konu alan haberlerde nasıl sunulduğunu analiz etmeyi amaçlamaktadır. Yapay zekâ müziğini 'teknoloji müziği' kapsamında ele alan ve bu müzik türünün medyatizasyon süreçlerine odaklanan çalışmanın teorik arka planında, müziği 'teknolojik' kılan unsurlar tarihsel bağlamda ele alınmış ve medyatizasyon süreçleriyle olan ilişkisi analiz edilmiştir. Araştırma kısmında ise internet haber sitelerinde yapay zekâ müzik uygulamaları ile müzisyen iş birliklerini konu edinen haberler tümevarımsal çerçeve analizine tabi tutulmuştur.

Teknoloji Müziği

Müzik, genel olarak sesin perde, tını, armoni, melodi ve ritim gibi yönleri aracılığıyla duyguların ve düşüncelerin aktarıldığı bir sanat şeklinde tanımlanmaktadır (Weisberg, 2019, s. 261; Varış, 2021, s. 98; Parker, 2023, s. 191; Papatzikis ve Rishony, 2022, s. 160). Müziğin bu nesnel tanımına karşılık Bohlman (1999), müziğin ne olduğunun, düşünceler, duygular ve fiziksel hislerle bağlantılarının her zaman ve her yerde sorgulanmaya açık olduğunu ifade etmektedir. Hem bir kavram hem de bir pratik olarak müziğin, gerekliliklerden muaf, öznel ve kültürel olarak farklılaşabilen bir şey olarak görülmesi, müzik ile müzik olmayan arasındaki ayrımın

sosyal ve kültürel varsayımlarla şekillenmesiyle bağlantılı olarak düşünülebilir (Roy ve Dowd, 2010, s. 184). Bu düşünce biçimi, müzik-teknoloji ilişkisi ile bu ilişkiden doğan müzik enstrümanları ve araçları açısından da uygulanabilir. Müziğin hangi enstrümanlarla, nasıl yapıldığı, enstrümanların kullanılış biçimi ve bunlardan etkilenen müzik tarzı, sosyal ve kültürel etkilere açıktır. Bu etkiler geleneksel ve yerel müzikte olduğu gibi farklılaştırıcı ve ayrıştırıcı sonuçlara neden olabilirken modern ve küresel müzikte olduğu gibi birleştirici, benzer hale getirici sonuçlara yol açabilmektedir.

Enstrümanlar müziğin varlığı için bir önkoşul gibi görünse de müzik, enstrümanlara tamamen bağımlı değildir. Akapella (*a cappella*) olarak adlandırılan ve hiçbir enstrümanın kullanılmadığı müzik türü, insan sesinin müziğin önemli bir parçasını oluşturduğu ve notasyonun arkasındaki itici güç olduğunu göstermektedir (Sharon ve Bell, 2012, s. 5). Vokal olarak insanın sesinin müzik türlerini en çok tanımlayan özellikler arasında yer alması da (Brene, 2014, s. 36) "insan sesi" ögesinin müziğin belirleyici unsurlarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. Müzik ile enstrümanın, kavramsal olarak bağımsız olduğu gibi özsel olarak da bağımsız olduğunu ve müzik enstrümanlarının icadının, müziğin varlık nedeni olmadığını söylemek mümkündür. Buna rağmen ilkel müzik enstrümanlarından günümüz müzik teknolojilerine kadar sayısız müzik aleti, müziği büyük oranda cihaz aracılı bir faaliyete dönüştürmüştür.

Müzik teknolojisi, mikrofonlardan flüte, saksafonlardan müzik mikserlerine kadar birçok şeyi kapsayan geniş bir terimdir ve teknolojiden etkilenmeyen müzik etkinliği bulmak zordur (Hosken, 2015, s. 1). Müzik yapmak için kullanılan araçları kapsayan müzik teknolojilerinin izlerini, en eskisi 50.000-60.000 yıl arasında tarihlenen flüt başta olmak üzere (Turk vd., 2020, s. 1) binlerce yıllık trompetler, litofonlar ve çeşitli müzik aletlerine kadar sürmek mümkündür. Müziğin bir alet kullanılarak yapılması ya da müziğe bir aletin eşlik etmesi, teknolojik gelişmelere bağlı olarak müziğe etki etmiştir. Yaylı, üflemeli ve vurmalı çalgılar zaman içerisinde geliştirilmiş, çan, davul, lir ve arp gibi antik müzik aletlerinden gitar, akordeon, piyano, keman ve saksafon gibi modern müzik aletlerine uzanan bir çeşitlilik ortaya çıkmıştır. Söz konusu çeşitlilik başta müzik aletlerine ve bu aletlerin kullanılma biçimlerine göre ortaya çıkan müzik türlerine de yansımış, klasik müzik, oda müziği, folk, *jazz, blues* ve *rock* gibi müzik türlerinin gelişimine etki etmiştir.

20. yüzyılın başlarında hız kazanan elektronik aletlerin gelişimi, müzik enstrümanlarına da etki etmiştir. 1759 yılında icat edilen ve ilk elektrikli enstrüman olan *Clavecin Electrique* ile 1898 yılında icat edilen *Telharmonium* enstrümanını takiben 1928'de *theremin* icat edilmiştir. Ses kaydında çığır açan elektromanyetik kayıt teknolojisi, analog ve dijital sentezleyiciler (*synthesizer*), *MIDI* teknolojisi ile ardından gelen çeşitli donanımlar ve yazılımlar, müziğin üretim ve icra süreçlerinde elektronik teknolojilerin kullanım biçimlerini çeşitlendirmiştir. Bununla birlikte müzikte sık kullanılan enstrümanların ağırlığını elektronik ve dijital aletlere doğru kaydıran teknoloji kullanımı, müziğin kitlelerle temasında kayıtların rolünü artırmıştır (Collins, Schedel, vd., 2013, s. 1). Nitekim kayıt teknolojilerinin gelişmesi ve başta internetle olmak üzere kayıtlara erişim olanaklarının artmasıyla birlikte müzik dinlemek, kayıt dinlemek ile eş anlamlı bir hale gelmiştir. Artan kayıt kalitesi ve kayıtta yapılan düzenlemeler, müziğin canlı performansı ile kaydı arasında önemli farklar yaratmıştır. Bu farkların önüne geçmek amacıyla canlı performans esnasında müziği kayıttan oynatmak anlamına gelen *playback* yöntemi kullanılabilmekte, birincil ereği daha iyi bir duyum elde etmek olan ve kökeni kayıt teknolojilerinden öncesine dayanan salonların akustik yapısının düzenlenmesinden faydalanılabilmektedir. Bu bağlamda, *reverb* gibi akustik etkilerle sesin mekânsal özellikler aracılığıyla uzatılması veya süreklilik hissi yaratılması tercih edilebilmektedir. Ancak müzikte zamansal süreklilik yalnızca akustik düzenlemelerle değil; miksaj ya da dijital işleme teknikleri yoluyla da performans mekânından bağımsız olarak sağlanabilmektedir. Tüm bu gelişmeler, müzik kayıtlarının işlenmesi ve canlı performansların iyileştirilmesi süreçlerinde; akustik, bilgisayar teknolojileri, elektronik ve müzik gibi farklı disiplinleri bir araya getiren ses mühendisliği alanının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Müzik kaydında düzenlemeler yapmayı olanaklı kılan ses araçları, müzik enstrümanları gibi müziğin karakteristiğine etki ederek müzik türlerinin oluşumuna, gelişimine ve farklı türlerle karışımına katkı sağlamıştır. Teknolojik gelişim, üretilen müziğe yansımakta, müzik üretim biçimlerinde ve tarzlarında hızlı değişimler ortaya çıkarmaktadır. (Collins, Schedel, vd., 2013, s. 192-193). Elektrik sinyalleri aracılığıyla ses üreten sentezleyici *(synthesizer*) cihazların elektronik müziği karakterize etmesi gibi elektronik gitarın *rock* müzik ve alt türlerinde kullanılması, *jazz* müzikte ise saksafonun belirleyici enstrümanlardan biri olması bu durumun örnekleri arasındadır. Perdeli çalgıların, vokallerle birlikte müzik türlerini en çok tanımlayan özellikler arasında yer alıyor olması da (Brene, 2014, s. 36) müzik tarzı ile kullanılan enstrümanlar arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Görüldüğü üzere müzik yapmak için kullanılan çeşitli araçları kapsayan müzik teknolojileri, beste, icra, yayın ve canlı performans gibi müziğin üretim ve tüketim süreçleri ile yoğun bir etkileşim içindedir. Bu teknolojiler, müziğin ifade biçimlerini genişletmekle birlikte müzikteki paradigmaların çoğunun temelini oluşturmuştur (Kaniža, 2023, s. 139). Kaniža'nın yorumunu biraz daha ileriye götürerek günümüzde teknolojinin, müziğe dair temel uygulamaları ve anlayışları birçok açıdan değişime uğratan ayrı bir paradigma haline geldiği söylenebilir. Bu paradigma, müzik üretimindeki en somut karşılığını ise "elektronik kullanan müzikten ziyade elektronik kullanımı nedeniyle var olan" (Holmes, 2002, s. 2) teknoloji müziğinde bulmaktadır.

Teknoloji müziğinin ilk örneği olarak somut müzik anlamına gelen *musique concrète*'i göstermek mümkündür. "Kaydedilmiş sesleri hammadde olarak kullanan deneysel bir müzik kompozisyonu tekniği" (Britannica, 2018) olan *musique concrète*, her sesin doğru koşullar altında somut olarak algılanabileceğini, ses kaynağının kendisinin değil, dinlemeye yönelik tutumun ve kompozisyona yaklaşımın bir ifadesidir (Emmerson, 2018, s. 2). Pierre Schaeffer tarafından 1940'lı yıllarda geliştirilen, kayıt ve ses işleme teknolojilerinin müzikal yaratıcılıkla birleştirildiği bu deneysel müzik tekniği, "ses malzemesinin somut olarak dinlenmesi yoluyla bestecinin müzikal yapıyı inşa ettiği durumu tanımlamıştır" (Teruggi, 2017, s. xvi). *Musique concrète,* müzikte kullanılan sesler ve bu seslerin algılanma biçimleri itibariyle yeni bir müzikal yapı inşa ederken bu seslerden bir kompozisyon oluşturmak için teknolojiden yararlanması, teknoloji müziğinde kullanılan tekniklerin genel bir ifadesi olan elektro-akustik ile mümkün olmuştur. Her türlü kaynaktan alınan seslerle eserler bestelemeyi amaçlamış olan *musique concrète,* bunun için kayıtları düzenleme ve miksleme gibi elektro-akustik tekniklerden yararlanmıştır (Schaffer, 2017, s. 2). Elektro-akustik, teknolojiden yararlanılan bir teknikler bütünü olmasının yanı sıra "ses materyallerine erişmek, üretmek, keşfetmek ve yapılandırmak için elektronik teknolojinin kullanıldığı" (Emmerson ve Smalley, 2001: 1) müziği de ifade etmektedir. Bu müzikte teknoloji, müziğin ortaya çıkışında ve icrasında çeşitli araçlar aracılığıyla önemli bir rol oynamaktadır. Teknolojik aracılığa olan bağımlılıklarına göre çeşitlilik gösteren elektro-akustik müziklerde genel olarak ses sentezleri, kayıtlı sesler ve amplifikasyon teknolojileri kullanılmaktadır (Windsor, 2000, s. 7). İlk kez *musique concrète* ile deneysel bir biçimde müzikte temsil edilen elektro-akustik, bilgisayar müziği, elektronik müzik, dijital müzik ve bunlara bağlı birçok alt tür ile müziğe katkı sunmaya devam etmektedir. Teknolojik bu katkıların teknik olduğu kadar algısal değişimlere de yol açtığını göz önünde bulundurmak, müziğin "medya ile ilişkisini" kavramak adına önem arz etmektedir.

Sesle ve o sesi duyan, sesi sistemli bir şekilde düzenleyerek bir kompozisyon oluşturan müzisyen aracılığıyla var olan müzik, sese dair algıya bağımlıdır. İşitildiği için üretilen, üretildiği için işitilen müzik, elektronik teknolojilerin zaman ve uzam üzerindeki etkisinden muaf olmamıştır. İşitilmeye ek olarak kaydedilmek de müziğin varlığı için neredeyse bir zorunluluk haline gelmiş, görünmeyenden gelen sesin gizemi, teknoloji aracılığıyla "bozularak" aşina olunan bir duruma dönüşmüştür. "Kökeni görünmeyen ses" anlamına gelen akusmatik, kulağa tüm sorumluluğu vererek ve bütün elektro-akustik dönüşüm biçimlerini kullanarak genellikle diğer duyusal kanıtlarla desteklenen bir algı modunu tek başına sunmaktadır (Schaffer, 2017, s. 64). *Musique concrète*'in dinlemeye yönelik bir tutum olması gibi akusmatiğin de her sesin, gerekli

şartlar sağlandığı takdirde kaynağı görülmeden işitilebilmesine yönelik bir tutum oluşturduğu söylenebilir. Radyo teknolojisi, plaklar, kasetler ve CD'ler ile beslenen söz konusu tutum, internet teknolojisinin yalnızca kaynak farklılığı olarak görülmesini sağlayacak kadar içselleştirilmiştir.

Teknoloji müziği, yeni araçlar, teknikler ve müzik türleriyle varlığını devam ettirmekte hem müziğin üretim süreçlerini hem de müziğe dair algıyı şekillendirmektedir. Kaniža'nın da sorguladığı gibi "teknolojik bir sanat eserinin -görsel olduğu kadar işitsel de- meşru bir şekilde var olabileceği varsayımı" (Kaniža, 2023, s.139) günümüzde kabul edilmiş görünmektedir. Elektronik müzik üretiminin yaygınlaşması ile bu müziğin popülerleşmesi, elektronik müzik alt türlerinin çoğalması ve enstrümanlarının birçok farklı müzik türünde tercih edilmesi de bunu gösterir niteliktedir. Bu durumun ortaya çıkmasında teknoloji kullanımının kolaylaştırıcı ve popülerleştirici etkisini de göz ardı etmemek gerekir. Nitekim müziğin profesyonelliğinden bağımsız olarak üretim, dağıtım ve icra aşamalarında müzik teknolojilerinden yararlanmak neredeyse bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu zorunluluk, teknolojiden yararlanılan her müziği ontolojik olarak "teknoloji müziği" yapmasa da teknolojiyi müziğin başat bir unsuru haline getirmiştir. Bunların yanında müzik, artık yalnızca üretildiği enstrümanların geliştirilmesi açısından değil düzenlenmesi, kitlelerle temas kurulması ve icrasına ilişkin süreçlerde de teknolojiye bağımlı hale gelmiştir.

Bu bilgiler ışığında ve sınırlandırmalara sadık kalınarak ifade edilecek olursa günümüzdeki müzik ve teknoloji ilişkisi, elektronik müzik ve alt türleri gibi müziklerde "teknoloji müziği" olarak görünür olmakta, diğer müzik türlerinde ise üretim, icra, kayıt ve performans gibi aşamalarda değişen seviyelerde teknolojiden yararlanıldığı için "teknoloji etkileşimli" bir görünüm kazanmaktadır. Her iki görünümde de teknoloji, müziği henüz tamamen mekanik bir eyleme dönüştürmemiş, müziğin her sürecinde insan yaratıcılığına aracılık eden ve belki de onun gelişimine katkı sağlayan araçları çoğaltmıştır. Bu araçlar arasında yer alan sosyal medya ise bünyesinde barındırdığı teknolojiler, uygulamalar ve yapılar aracılığıyla müziğin medyatizasyonu artırmaktadır.[1]

Müziğin Medyatizasyonu

Medyatizasyon, medya ve iletişimdeki değişimler ile kültür ve toplumdaki dönüşümler arasındaki ilişkiyi eleştirel bir biçimde analiz etmek için kullanılan bir kavramdır (Couldry ve Hepp, 2013, s. 197). Medyatizasyonun, medya, kültür ve toplum arasındaki karşılıklı ilişkiyi ele alan ve bunlar arasındaki etkileşimler ile ortaya çıkan bir süreç olduğunu söylemek mümkündür. İletişim medyalarının gelişimine ve dönüşüme işaret eden medyatizasyonun temel varsayımı, medyanın özelliklerinin bağımlılıklara, kısıtlamalara ve abartılara yol açtığıdır (Schulz, 2004, s. 87). Medya teknolojilerinin gelişimi ve bunun sonuçları itibariyle bu varsayımlar arasına dezenformasyonu, manipülasyonu ve tüketim kültürünün körüklenmesini de eklemek mümkündür. Medyatizasyon, daha çok siyaset ve medya ilişkisi açısından ele alınsa da kültür, toplum ve medya üçgeni içerisinde yer alan din, aşk, moda, spor, sanat ve kurumsal dönüşüm gibi konularla da ilişkilendirilmiştir (Hjarvard, 2013; Hepp, 2013; Sa Martino, 2013; Knoblauch, 2014; Deuze, 2014; Storey ve McDonald, 2014; Miller, 2017; Kristensen ve Christensen, 2017; Pontara ve Volgsten, 2017; Michelsen ve Krogh; 2017). Medya aracılığıyla toplumda gerçekleşen dönüşüm süreçlerini ve bu değişimlerin hem bireyleri hem de etkileşimleri nasıl koşullandırdığını inceleyen medyatizasyon (Hjarvard, 2017, s. 4) iletişim araçlarının günlük yaşamdaki hakimiyetini artırması anlamında teknolojik, bu teknolojilerin günlük pratiklerde giderek daha fazla kullanılması açısından sosyal, medya kuruluşlarının büyüklüğü ve etkisi ile de kurumsal boyutlar taşımaktadır (Fornäs, 2014, s. 44). Bunlar, yeni medyanın teknolojik, toplumsal ve kurumsal altyapısıyla değerlendirildiğinde medyatizasyonun televizyon çağına ilişkin bir kavram olduğu düşüncesini savunulamaz

[1] Medyatizasyon kavramı, Türkçeye medyalaşma ya da medyatikleşme olarak çevrilebilse de dilimizde daha dar bir anlamda kullanılan ve medyatizasyon kavramı tarafından kapsanan medyatik ile karıştırılmaması adına İngilizce ifadesine sadık kalınarak kullanılmıştır.

hale getirmektedir. Nitekim geleneksel iletişim biçimlerinin genişleten, medya tüketimini, eğlence içeriğini artıran yeni medya ortamlarında "yeni" medyalaşma biçimlerinin doğduğundan söz etmek mümkündür (Schulz, 2004, s. 95-96-97). "Yeni" medyalaşma biçimlerinde teknolojik gelişmelerin geleneksel iletişim biçimlerini tamamlayıcı nitelikte de olabilen yeni iletişim biçimleri doğurması, bunların toplumsal ve kültürel işlevler barındırması ile geleneksel medya kuruluşlarının yönetim mantığından farklı olmayan dijital medya kurumlaşması söz konusudur. Medya içerikleri açısından değerlendirildiğinde de durum farklı değildir. Haber, siyaset ve eğlence içerikleri açısından geleneksel ve yeni medya karşılıklı olarak birbirlerini beslemektedir. Yeni medyanın ifade olanaklarını genişletmesi ve kullanıcı odaklı bir medya ortamı yaratması, izleyici kitlelerinin küçülüp parçalanmasına ve daha çok bireysel ilgilere hitap etmesine neden olduğu gibi (Jenkins, 2017, s. 40) içerikler açısından da parçalı bir durum ve çeşitlilik doğurmuştur. Buna rağmen yeni medyada öne çıkan egemen medya kanallarının içerikleri standardize etmesi devam etmekte, kullanıcıların içerik katkıları da yeni standardizasyonlara neden olabilmektedir. Var olan standartlara, kriterlere ve akımlara ek olarak kullanıcı odaklı medya ortamında geliştirilen ya da ortaya çıkan yeni standartlar, kriterler ve akımlar yeni medyada medyatizasyonu karma biçimde beslemektedir. Bu doğrultuda "eski medyanın medyalaştırma etkilerinin yeni medya ortamında da varlığını sürdürmekte" olduğunu (Schulz, 2004, s. 98) ve bu etkilerin de "yeni" medyalaştırma süreçleriyle desteklendiği söylenebilir.

Müzik teknolojileri ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, müziğin medyatizasyon sürecini başlatmıştır. Müzik kaydı ve bu kayıtların mobilizasyonunun yanı sıra gazete ve dergi gibi basılı yayınlar ile radyo ve televizyon, müziklerin ve icracılarının sanatın tüm diğer dallarına kıyasla daha medyatik kişiler haline gelmesini sağlamıştır. Bu medyatiklik hem bir sanat olarak hem de bir meta olarak müziğin kendisinin medyatizasyonuna katkı sunarak onu eğlencenin yanı sıra bir habere ve magazine dönüştürmüştür. Medyada, özellikle de radyo ve televizyonda yaygın bir biçimde yer alan müzik, ekonomisiyle bir endüstri, farklı türleriyle yaşam tarzı ve çoğunlukla da popüler bir meta konumundadır.

Krämer'e göre müzik (2011, s. 471) evrensel bir duygu dili ve özgün bir ifadenin sonucu olmaktan çok toplumsal bir inşa, medya ise yalnızca teknik bir iletim aracı değildir. Toplumlar için anlam üretimi işlevi gören müzik ve medya yakınsaması, müziğin tüketimi ile pazarlanmasına, medyanın ise işlev alanını genişletmesine katkı sunmaktadır. Müziğin medyatizasyonu olarak adlandırılan bu süreç "müziği kavrama ve müzikle ilgilenme biçimlerinin değişimi" anlamına da gelmektedir (2011, s. 473). Kültür endüstrisi aracılığıyla ve medya desteğiyle bir meta konumuna indirgenen müzik, medyatizasyona maruz kaldıkça popülerleşmekte, moda ile etkileşime girmekte, müzik türleri ve müzisyenler çoğunlukla dönemsel olan bir "akım" halini almaktadır. Pazar için ve pazarın hassasiyetlerine uygun olarak üretilen müziğin medyatizasyon sürecinde ideolojik, ekonomik ya da politik olarak farklı çıkarlar taşıyabilen aktörler, sembolik kazanç ya da kültürel statü elde etmeye de çalışmaktadırlar (Krämer, 2011, s. 473). Bu da müziği gerek kültür endüstrisi için gerekse de müzik aracılığıyla medyatiklik kazanmaya çalışan aktörler için bir araç haline getirebilmektedir.

Müziğin medyatizasyonunun Fornäs'ın vurguladığı gibi (2014, s. 44) teknolojik, sosyal ve kurumsal boyutları bulunmaktadır. Müzik metası bu boyutlar açısından değerlendirildiğinde erişim ve tüketim açısından teknolojik araçlara bağımlılığı nedeniyle teknolojik, bu araçların sağladığı etkileşim olanağı ile müziğin sosyal boyutunun artması nedeniyle sosyal, kültür endüstrisi ile platformlaşma açısından ise kurumsal nitelikler taşımaktadır. Tarihsel süreçte değerlendirildiğinde müziğin üretimini ve tüketimini genişletici bir etkide bulunan teknolojilerin ortaya çıkması, onu daha üretilebilir kılmakla beraber erişilebilirliğini, görünürlüğünü ve gündelik hayattaki yerini artırdığını ifade etmek mümkündür. Bu doğrultuda müziğin medyatizasyon süreçlerinde teknolojinin başat bir rol oynadığı söylenebilir. Başta sanat ve eğlence amacıyla sosyal-kültürel alanlarda olmak üzere propaganda, reklam ve tanıtım faaliyetlerinde de kullanılan müzik, bireysel olduğu kadar toplumsal anlam inşasına da katkı sunmaktadır. Müziğin medyatizasyonun kurumsal boyutunda yer alan müzik endüstrisi, dijital platformlar ve müzik medyası ise müziği kendilerine bağımlı

kılarak müziğin varlık nedenine dönüşmüşlerdir. Nitekim müziğin üretimi, tanıtımı ve tüketimi medya aracılığıyla gerçekleşmekte, bir meslek olarak müzisyenlik ve bir meta olarak müzik ancak bu sınırlar içerisinde varlık gösterebilmektedir.

Müziğin medyatizasyonunu müziğin ne olduğuna dair açıklamanın bir parçası olarak yorumlayan Pontara ve Volgsten'e göre (2017, s. 252); müziğin işitsel ve söylemsel açıdan toplumda sürekli varlığını artırması toplumun ve kültürün müzikalizasyonuna neden olmakta ve müziği medya metinlerine ve kültürel mesajlara dair önemli bir kaynak haline gelmektedir. Müziğin medyatizasyonundan bağımsız olmayan müzikalizasyon, "medyatizasyon tarafından koşullandırılmış, medyatizasyonun bir parçası ve ondan görece özerk bir olgu olarak" (Pontara ve Volgsten, 2017, s. 257) değerlendirilmektedir. Müzik, medyatizasyon sürecine maruz kaldıkça bir meta olarak sahip olduğu eğlence ve serbest zaman faaliyetine ek olarak gündelik yaşam aracılığıyla kültürün ve toplumun diğer alanları ile etkileşime girmektedir. Bu etkileşim sonucunda müzik, yaşamın anlarından oluşan ve duyguların, zamanın, mekânın eşlik edebildiği 'sahne'lerin arka planında yer alabilmektedir. Kültür ve toplumun müzikalizasyonu, müziği her türden duygunun aracısı kılmasının yanı sıra onu amaçlı ya da amaçsız bir şekilde medya ve yaşam dünyasının içerisindeki bir unsur olarak varsayar. Böylelikle müzik, kendisine dikkat edilsin ya da edilmesin hep oradaymışçasına bir aşinalıkla bireylerin düşünce dünyasına ve topluma nüfuz ederek sessizliği, yani yokluğunu bile anlamlı kılar.

Müzikalizasyon, müziğin medyatizasyonun önemli bir parçası olmakla birlikte yeni teknolojiler ve uygulamalar gerek yapısal düzenlemelerle gerekse de pratikler açısından bu sürece katkı sunmaktadır. Dijital platformlar ise yararlandıkları teknolojiler ve kullanıcı pratikleri ile bunun en önemli örneklerini oluşturmaktadır. İçerik üretiminin, içeriği yaymanın ve içeriğe erişimin medyada var olmanın koşulları haline geldiği günümüzde, algoritmalar ve yapay zekâ uygulamaları barındırdıkları tehditkâr ve besleyici unsurlarla medya içeriklerine çeşitli biçimlerde yön vermektedir. Kullanıcı verileri gibi girdilerden yola çıkarak yalnızca bilgiye ya da içeriğe erişimi sağlamakla kalmayan bu teknolojiler, bilginin ve içeriğin anlamını, değerini ve doğruluğunu da yönetmektedir.

Belirli hesaplamalara dayalı olarak girdi verilerini istenen çıktılara dönüştüren kodlanmış prosedürler olarak tanımlanan algoritmalar, yalnızca bilginin bulunmasına yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda neyin bilinebilir olduğunu ve nasıl bilineceğini de şekillendirir (Gillespie, 2014, s.167). Bu ise algoritmaların gerçekleştirebildikleri önceliklendirme, sınıflandırma, ilişkilendirme ve filtreleme (Fry, 2018, s. 7-8) gibi görevler yoluyla sağlanmaktadır. Arama motorlarının yaptığı sıralamalar, kullanıcı verilerinden yola çıkılarak sunulan özelleştirilmiş içerikler, reklamlar, öneriler ve ileri kişiselleştirme, algoritmaların en popüler sonuçları olarak görülmektedir. İnsanlar tarafından yapılan muhakeme, karar verme, yaratma vb. karmaşık görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemlerini ifade eden (NASA, t.y.) yapay zekâ ise derin öğrenme ve makine öğrenimi aracılığıyla algoritmaların öğrenebilmesini, tahmin edebilmesini sağlamaktadır. Bu işlemler, internetin 'sosyal' odaklı platformlarında kullanıcı deneyimini, platform ekonomisini ve içerik tüketimini etkilemektedir.

Sosyal medyadaki içerik olarak müzik, meta niteliğinin yanı sıra platformlar aracılığıyla, üreticiler ve kullanıcılar tarafından medyatize edilmiş müziktir. Çevrimiçi müzik platformları, müzik dinleme pratiklerini dönüştürmekle ve müziğin tüketimine aracı olmakla kalmamakta, diğer platformlarla yakınsayarak, reklam ve pazarlama stratejileri geliştirerek müziğin medyatizasyonuna katkı sunmaktadır. Bu sayede daha fazla tüketilmesi ve daha fazla görünür olması sağlanan müziğin, sosyal ağlardaki profil oluşturma süreçlerinde de kendisine yer bulması, çeşitli aktörlerin medyatizasyona doğrudan katkı sunabilmesini sağlamaktadır. Profesyonel ya da amatör müzisyenler, yapımcılar, *DJ*'ler, sosyal medya yayıncıları ve diğer kullanıcılar gibi geniş bir yelpazede yer alabilen bu aktörler, müziğin görünürlüğünü reklam, tanıtım, kazanç, statü vb. çıkarlarla ya da hayran kültürü gibi üreten tüketici faaliyetlerle artırmaktadır. Bunların yanında müzik platformlarının

sosyal platformlarla yakınsamasıyla 'sosyal aracı' rolü üstlenen müzik, dinlenen bir şey olmasının yanı sıra paylaşılabilir ve yorumlanabilir bir biçim kazanmıştır. Müzisyenleri kendi kendisinin reklamcısı konumuna getiren sosyal ağlar, kullanıcılar için ise müzik tercihlerinin taşıdığı anlamların ve imajların aktarıcısı olmaktadır. Bu, doğrudan müzik paylaşımının yanı sıra gönderilere müzik kesitleri eklenmesi, konser gibi etkinlik paylaşımları biçiminde de gerçekleşebilmektedir. Nitekim *Instagram* ve *TikTok* gibi platformlar, çevrimiçi müzik platformları ve müzik şirketleri aracılığıyla müzik kütüphanesi oluşturmakta, böylelikle paylaşımlardaki müzikal unsuru teşvik etmektedir.

Bu bilgiler ışığında dijital platformların müziğin medyatizasyonunun teknolojik, sosyal ve kurumsal boyutlarını karşıladığını söylemek mümkündür. Teknolojik boyut, genel teknolojik yeniliklerin yanı sıra platformlar arasındaki yakınsama ve paylaşım çeşitliliğini artıran olanakları kapsarken kurumsal boyut, dijital medya platformlarının platform kapitalizmi bağlamında işleyişi açısından değerlendirilebilmektedir. Sosyal boyut ise 'ilgi alanı' ve bir içerik olarak müziğin, dijital medya platformlarının iletişim ve etkileşim olanaklarıyla beraber sosyalliğe aracı olurken aynı zamanda medyatizasyona uğraması olarak düşünülebilir.

Müzik, medya ve iletişim teknolojileri aracılığıyla medyatize olurken müzik teknolojileri aracılığıyla da teknolojik ya da teknoloji etkileşimli bir biçim kazanmaktadır. Bu noktada medya teknolojileri, müzikteki değişimi ve dönüşümü, bu doğrultuda ortaya çıkan yeni müzik metalarının da medyatizasyonunu sağlamaktadır. Müziğin hiç olmadığı kadar medyatize bir hal aldığı günümüzde, müzik endüstrisinin en önemli ayağını dijital medya ortamları oluşturmaktadır. Müziğin üretim ve tüketim sürecindeki başarısı, bu medya ortamlarının müzisyenler, yapımcılar, organizatörler ve hatta hayranlar tarafından nasıl kullanıldığı ile ilişkili hale gelmiştir. Genel anlamıyla müziğin medyatizasyonu, her müzik metasının 'medyatik' hale geleceğinin bir garantisi olmaktan çok bunun için kullanılacak araçların ve yöntemlerin güncel medya teknolojileriyle uyumlu hale getirilmesini gerektirmektedir. Son yıllarda özellikle dijital medya platformları aracılığıyla yaygınlaşan ve popülerleşen *k-pop, hyperpop, lo-fi, dubstep, edm, trap* ve *afrobeats* gibi müzik türleri ve tarzları bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Çevrimiçi müzik ve video platformları ile sosyal medya mecraları aracılığıyla medyatize olan müzik türleri, tarzları ve akımları[2] arasında müzik teknolojileri ile yeni medya teknolojilerinin yakınsamasının sonucu olarak teknoloji müziğini görmek mümkündür.

Teknoloji müziğinin üretim, dağıtım ve tanıtım süreçlerinde internetin oynadığı rol, onu post-internet sanatı kavramı çerçevesinde değerlendirmeyi de gerektirmektedir. Yeni medyayı kapsayan ve aşan, bir durum, özellik ve nitelik olarak tanımlanan (Olson, 2014, s. 63) post-internet, internetin sanatı, yaratıcılık süreçlerini, estetiği ve kültürel etkilerini tanımlamaktadır. Post-internet müziğinin ise internetin medyalar arası doğasının işitsel ve görsel sınırları ortadan kaldırmasıyla müziğin çoklu modal unsurlar barındıran bir yapı taşıdığı, çok boyutlu yapısıyla sesin ötesine geçtiği söylenebilir (Waugh, 2017, s. 247). Post-hümanizmden beslenen kimliklerle şekillenen hem sanatçıyı hem de sanat ürününü yansıtan çevrimiçi öz temsil, dijital sanat görselleştirmeleri ve sosyal medya etkisi gibi unsurlar, teknoloji müziğinin post-internet sanatından izler taşıdığını da göstermektedir.[3]

Medya teknolojileri ve müzik teknolojileri ile 'sentezlenmiş' teknoloji müziği, teknolojilerin gelişim hızına neredeyse paralel olarak yeni biçimler kazanmaktadır. Yapay zekâ, derin öğrenme, *deep fake* destekli ses sentezleme ve görselleştirme teknolojileriyle oluşturulan sanal şarkıcılar ile müzik üretiminin tamamen yapay zekâ ile gerçekleştirilebildiği *AIVA, Suno, Boomy* gibi araçlar teknoloji müziğinin yeni biçimlerine örnek oluşturmaktadır. Bu araçlardan *Hatsune Miku* gibi sanal şarkıcıların yanı sıra *Taryn Southern* ve *Yacht*

[2]Teknik ayrımlara dayalı genel bir tanımlama olan "müzik türü", türler içerisinde gelişen "müzik tarzları" ve dönemsel bir vurgusu bulunan, türleri ve tarzları etkileyebilen "müzik akımları" ifadeleri, müziğin medyatizasyonu kapsamında müzikteki yenilikleri vurgulayacak bir anlamda kullanılmıştır.

[3]Fütüristik ve distopik dijital görselleştirmeleriyle Anyma ve Eric Prydz, deneysel ve tematik müzik yapısıyla Holly Herndon, James Ferraro ve Yaeji örnek olarak gösterilebilir.

gibi 'gerçek' sanatçılar da yararlanmaktadır. Nitekim *Yacht* grubunun kurucusu *Jona Bechtolt*, yapay zekâ destekli albümü *Chain Tripping* ile en etkileyici albüm dalında *Grammy* Müzik Ödülü'ne aday gösterilmiştir (Grammy, 2020). Müziğin yaratıcı süreçlerinde kısmen ya da tamamen kullanılan yapay zekâ destekli teknoloji müziğinin dağıtımını ve tanıtımını kapsayan, içeriğin kitlelere ulaşmasını sağlayan etkileşim, görselleştirme ve viralleşme gibi uygulamaları barındıran medyatizasyon sürecinde ise internet önemli bir rol oynamaktadır. İnternetin bu rolü, medyatize olmamış müziğin varlığının yokluğuyla eşdeğer olarak görülebildiği günümüzde teknoloji müziğinin barındırdığı yeniliklerin medyatizasyonu açısından da devam etmektedir.

Yapay Zekâ ve Müzisyen İş Birliği Haberlerine Yönelik Çerçeveleme Araştırması

Krotz ve Hepp (2011) medyatizasyon araştırmalarına yönelik olarak "medyalaşmış dünyalar" kavramını önermiştir. Bu kavram, medyalaşma sürecinin ve medya kültürlerinin somutlaştığı ve analiz edilebileceği bir düzeyi temsil etmektedir (2011, s. 146). Bu düzey, müzik, edebiyat, spor ya da siyaset dünyalarının medyatizasyonunu araştırılabilir kılmakla birlikte toplumun ve kültürün medyatizasyonunu da somut bir hale getirmektedir. Medyalaşmış dünyalar, bölgeselin ötesinde iletişim ağında yer alan, mekândan geniş coğrafyalara kadar çeşitli ölçeklerde var olan ve birbirleriyle iç içe geçmiş, alt gruplara ayrılabilen bir yapıya sahiptir (2011, s. 147). Bu doğrultuda küresel bir iletişim ağında yer alan, birçok farklı ölçekte varlık gösteren ve alt gruplara ayrılan müzik, medyalaşmış bir dünyaya karşılık gelmektedir.

Araştırma kapsamında medyalaşmış müzik dünyasının alt gruplarından olan teknoloji müziğine odaklanılmış ve teknoloji müziğinin en güncel örneklerinden olan yapay zekâ müziği konu edinilmiştir. Bu araştırma, yapay zekâ uygulamaları ile müzisyenler arasındaki iş birliklerinin haberlerde nasıl sunulduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, araştırmanın örneklemi, *Timbaland-Suno, Grimes-Endel* ve *Imogen Heap-Mogen* iş birliklerinin yanı sıra, *Taryn Southern*'in yapay zekâ kullanarak oluşturduğu *I AM AI* albümü ile *Yacht* grubunun yapay zekâdan yararlandığı *Chain Tripping* albümüne ilişkin haberlerden oluşmaktadır. Haberlere, ilgili konunun anahtar kelimelerinin kullanılmasıyla yapılan arama motoru sorgusuyla erişilmiştir. Söz konusu anahtar kelimeler, her bir sanatçının ve iş birliğinin isimleri ile "artificial intelligence" ifadesinin birleşiminden oluşmaktadır. Erişilen haberlerde yer alan sanatçı, iş birliği ve haber sayısı Tablo 1'de bulunmaktadır.

Tablo 1

Araştırma kapsamında ele alınan sanatçılar, iş birlikleri ve haber sayıları

Yıl	Sanatçı	İş birliği	Haber sayısı
2024	Timbaland	Suno	10
2023	Imogen Heap	Mogen	9
2020	Grimes	Endel	11
2019	Yacht	Yapay zekâ desteği	6
2018	Taryn Southern	Amper	16

Arama sonuçları, Google'ın "Haberler" kategorisindeki sonuçlarla sınırlandırılmış olup doğrudan sanatçı, iş birliği ya da albümü konu alan haberler seçilmiştir. Araştırma kapsamında genel haber sitelerinden 34, müzik sitelerinden 9, teknoloji sitelerinden 6, diğer sitelerden ise 3 olmak üzere toplam 52 habere erişilmiştir. Erişilen haberlerin yer aldığı internet siteleri Tablo 2'de aktarılmıştır.

Tablo 2
Haberlerin yer aldığı internet siteleri ve kategorileri

Genel haber siteleri	Black Enterprise, PR News Wire, Vibe, What's Trending, AV Club, The Conversation, The Guardian, Dazed, i-D, MSN, New York Times, Papermag, Trend Hunter, Arstechnica, Smithsonianmag, The Skinny, BBC, Big Think, Catch News, CBS, Dailymail, Digital Journal, Digital Trends, Forbes, FOX5, The Jakarta Post, LA Weekly, The Verge, The Wrap, Tubefilter
Müzik siteleri	Digital Music News, Music Business, Music Radar, Rolling Stones, Consequence, Pitch Fork, The Fader, Billboard, KCRW, Musically
Teknoloji siteleri	Musictech, People of Color in Tech, Decrypt, Digwatch, Engadget, Techcrunch
Diğer	Amazon, Vogue, World Economic Forum

Araştırmaya dahil edilen haberler çerçeveleme analizine tabi tutulmuştur. Çerçeveleme, iletişim araştırmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır (D'Angelo & Kuypers, 2009, s. 1) ve algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçmek, bunları iletişim metninde daha belirgin hale getirmek anlamına gelmektedir (Entman, 1993, s. 52). Medya çerçevelemesi, toplumsal ya da siyasal içerikli konular bağlamında kamuoyunu değiştirip şekillendirmede etkili olabilmektedir (Nisan, 2022, s. 51). Haber çerçeveleri de kişilere çeşitli konularda düşünsel referanslar ve şablonlar sunarak algıları ve beklentileri şekillendirebilmektedir (Şimşek, 2014, s. 592). Haber çerçevelerini belirlemede tümdengelim ve tümevarım yöntemleri kullanılabilmektedir. Bu araştırmada tümevarım yaklaşımı tercih edilmiştir. Tümevarımsal yaklaşım, olası çerçevelerin dizisini ortaya çıkarmak için açık bir bakış açısıyla bir haber öyküsünü analiz etmeyi içerir ve bir konunun çerçevelenebileceği birçok olası yolu tespit edebilir (Semetko ve Valkenburg, 2000, s. 94). Bu doğrultuda Van Gorp'un (2007) çerçeveleme araçları olarak tanımladığı ipuçları, terimler, metaforlar, örnekler ve açıklamalar haber analizinde göz önünde bulundurulmuştur. Nitekim "aynı temel fikre işaret eden tüm düşünülebilir çerçeveleme aygıtları, bir çerçeve paketinin belirgin kısmını oluşturmakta ve merkezi bir düzenleyici temanın başlığı altında bir arada tutulmaktadır" (Van Gorp, 2007: 64). Başka bir deyişle çerçeveler oluşturulurken "çerçevenin içeriği, sözcükler ve görüntüler gibi metinsel öğeleri çerçeveleme cihazlarından aldıkları bağlamsal muamele ile birleştirilmektedir" (Nisan, 2022: 61). Tümevarım yaklaşımının tercih edildiği çerçeveleme araştırmalarında da (Van Grop ve Vercruysse, 2012; Van Gorp, 2005; Yıldız ve Saylam, 2013; Aksoy ve Nisan, 2017; Nisan ve Şeker, 2017; Uzun ve Nisan, 2018; van Dooremalen ve Uitermark, 2020; Nisan, 2022; Bunz ve Braghieri, 2022) analiz örneğine açık bir yaklaşım kullanılmış, tematik birimler belirlenmiş ve haber öyküsü analiz edilerek anahtar kelimeler ve çerçeveler oluşturulmuştur.

Bu bilgiler ışığında araştırmaya dahil edilen haberler, çerçeve tanımına olanak tanıyacak nitelikte ve sıklıkta yer alan kelimeler de göz önünde bulundurularak detaylı bir biçimde analiz edilmiştir. Analiz sürecinde anahtar kelimeler belirlenmiş, bu kelimelerin niceliklerinden ve niteliklerinden yola çıkılarak genel çerçeveleme kodları oluşturulmuş ve çerçeve örnekleri ortaya konmuştur.

Yapay zekâ ve müzisyen iş birlikleriyle ilgili 52 haberde yer alan anahtar kelimeler, genel çerçeveler ve çerçeve örnekleri Tablo 3'de yer almaktadır. Haberlerde en çok kullanılan beş anahtar kelimenin, 195 kez kullanılan "yaratıcı, yaratmak", 138 kez kullanılan "insan, insani", 98 kez kullanılan "üretim, üretken", 96 kez kullanılan "sanatçı, müzisyen" ve 86 kez kullanılan "yeni, yenilik" olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3

Yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerindeki haber çerçeveleme kodları

Çerçeve Örneği	Genel Çerçeveler	Anahtar Kelimeler
Niteleme	Tanımlama İşlev/Faaliyet	Yaratıcı, yaratmak, üretim, üretken, yeni, yenilik, deneyim, deney, etkileyici, etkili, keşif, keşfetmek, güçlü, güçlendirmek, gelişim, ilerleme, devrim, fırsat, ihtiyaç, yardımcı, asistan, dijital ikiz, kolaylaştırmak, kolay, rehber, faydalı, zor, zorlu, karmaşık, yarar, özgün, özgürleştirici, demokratik, kullanıcı dostu, hiper gerçek, tehdit, girişim, gelecek, umut, sanat, radikal sanat, sanatsal ifade, dönüştürme, değiştirme, iyileştirme, oluşturma, özelleştirme, yönlendirme, kişiselleştirme, sınırları zorlama, harmanlama, destekleme, araç
Müzik	Müzikal unsurlar Müzik türü	Beste, şarkı sözü, şarkı yazımı, ses manzaraları, melodi, enstrümantasyon, ritm, akor, prodüksiyon, stem, tempo, ton, canlı performans, nota, piyano, riff, ses modelleri, davul, BPM, bas, armoni, kompozisyon, nakarat, harmoni, perküsyon, trampet, orkestra, hayalet nota, senfonik, vokal, gitar, tını, marş, pop, hip-hop, rock, klasik müzik, techno, lofi, post punk, elektronik, ambient, elektronik punk, dubstep, new wave, parti müziği, reggae, edm, rap, folk
İnsan Unsuru	İnsan Etkisi Duygular/Hisler	İnsan, insani, insanlık, sanatçı, müzisyen, şarkıcı, prodüktör, girişimci, heyecan, korku, tuhaflık, rahatlamak, merak, eğlence, endişe, duygusal, büyüleyici, yatıştırıcı, garip, hoş, sinir bozucu, kaygı, heves, kararlılık, hayranlık, gurur, nefret, huzur, rahatsızlık, inanç, his, mutluluk, şüphe, sakinlik, zevk, coşku, cesaret, tutku, hayal kırıklığı, keyif, stres, iyimserlik, şaşırtıcı, ilham, danışman
Teknoloji Unsuru	Yazılım Donanım	Teknoloji, veri, algoritma, makine öğrenimi, bilgisayar, açık kaynak, yazılım, program, komut, kod, kodlama, blockchain, robot, robotik, sentezleyici, notebook, hoparlör, biyometrik, nöroteknoloji, analog, kriptografi, nörografi, nöral sentezleyici, deep fake, hack, artırılmış gerçeklik, desen tanıma, otomasyon, radyo, vlog, kulaklık, klon, beyin bilgisayar arayüzü, ses maskeleme
Sorunlar	Hukuki Etik	Telif, etik, yasa, dava, adil kullanım, ihlal, izin, hukuk, çalmak, hırsızlık, yasal, lisans, mahkeme, mülkiyet, suçlama, hile

Timbaland ve yapay zekâ müzik uygulaması *Suno* iş birliğine ilişkin haberlerde en çok görülen anahtar kelimeler Şekil 1'de bulunmaktadır. "Yeni, yenilik" ve "yaratıcı, yaratıcılık" kelimeleri, *Timbaland-Suno* iş birliği haberlerinde en çok kullanılan anahtar kelimeler olduğu görülmüştür.

Şekil 1

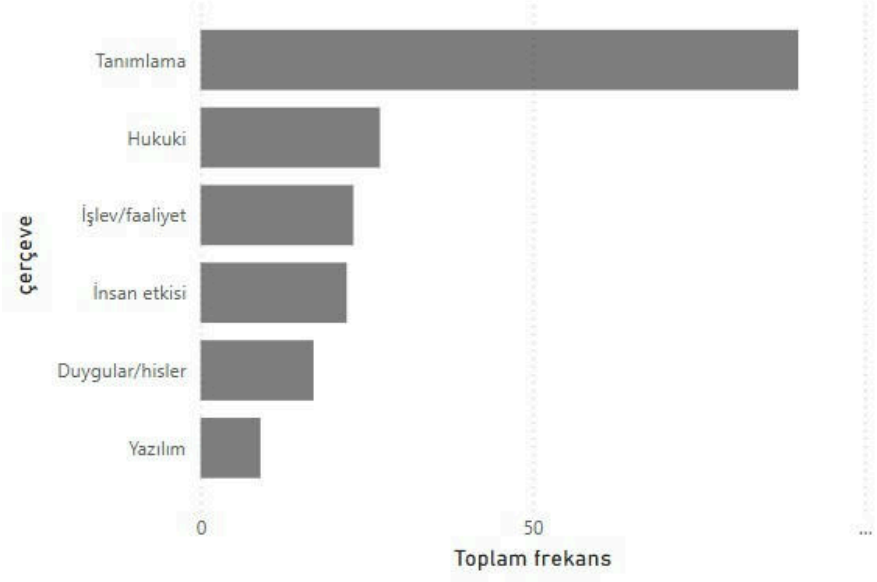
Timbaland ve Suno iş birliği haberlerinde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı



Anahtar kelimelere karşılık gelen çerçevelerdeki yoğunluğun ise 90 kez kullanılan "tanımlama" çerçevesinde, 27 kez kullanılan "hukuki" çerçevede ve 23 kez kullanılan "işlev/faaliyet" çerçevesinde oluştuğu belirlenmiştir. Timbaland ve Suno iş birliği haberlerinde yer alan diğer çerçeveler Şekil 2'de bulunmaktadır.

Şekil 2

Timbaland ve Suno iş birliği haberlerinde kullanılan çerçevelerin dağılımı



Imogen Heap ile *Mogen* iş birliğini konu alan haberlerde en çok görülen anahtar kelimeler Şekil 3'de bulunmaktadır. "Yaratıcı, yaratıcılık", "yeni, yenilik, "veri" ve "etik" kelimelerinin ilgili haberlerde en çok kullanılan anahtar kelimeler olduğu görülmüştür.

Şekil 3

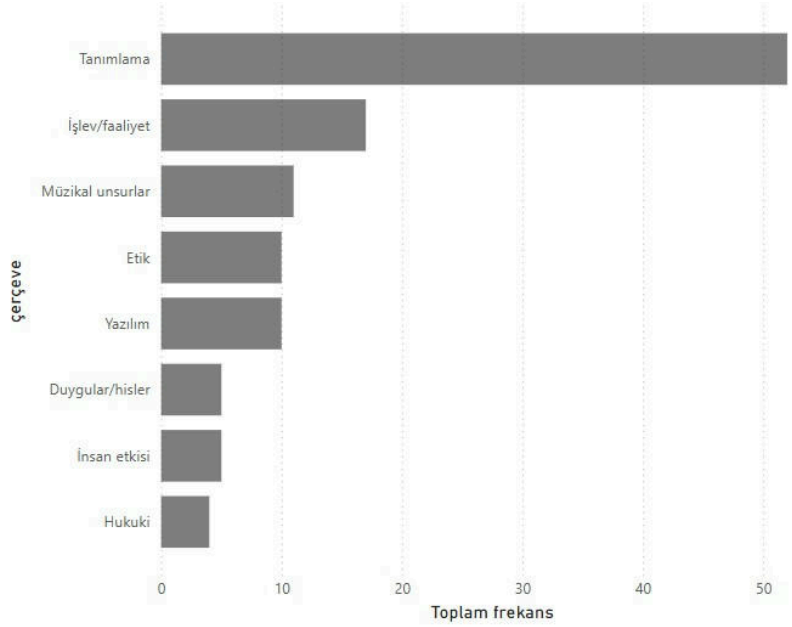
Imogen Heap ve Mogen iş birliği haberlerinde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı



Şekil 4'te görülebileceği gibi anahtar kelimelere karşılık gelen çerçevelerde 52 kez kullanılan "tanımlama" çerçevesi öne çıkmıştır. 17 kez kullanılan "işlev/faaliyet" çerçevesinin ve 11 kez kullanılan "müzikal unsurlar" çerçevesinin ilgili haberlerde en çok kullanılan diğer çerçeveler olduğu belirlenmiştir.

Şekil 4

Imogen Heap ve Mogen iş birliği haberlerinde kullanılan çerçevelerin dağılımı



Grimes ve *Endel* iş birliğinin konu alındığı haberlerde en çok görülen anahtar kelimeler Şekil 5'de aktartılmıştır. "Ses manzaraları", "destek", ve "deneyim" kelimelerinin ilgili haberlerde en çok kullanılan anahtar kelimeler olduğu görülmüştür.

Şekil 5

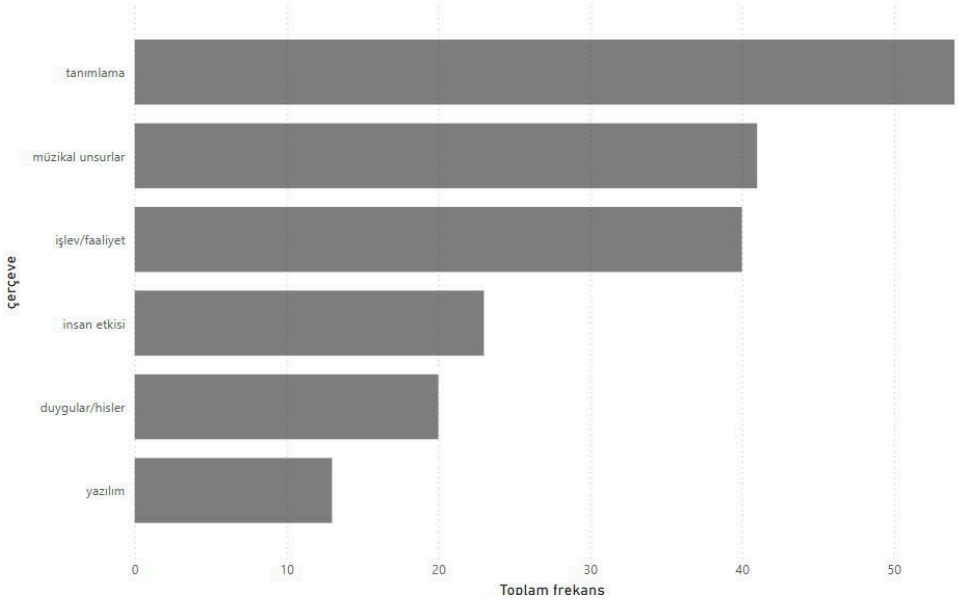
Grimes ve Endel iş birliği haberlerinde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı



Grimes ve *Endel* iş birliği haberlerinin çerçeve dağılımları Şekil 6'da verilmiştir. Buna göre; 54 kez kullanılan "tanımlama" çerçevesi, 41 kez kullanılan "müzikal unsurlar" çerçevesi ve 40 kez kullanılan "işlev/faaliyet" çerçevesi öne çıkmıştır.

Şekil 6

Grimes ve Endel iş birliği haberlerinde kullanılan çerçevelerin dağılımı



Yacht ve yapay zekâ iş birliğine yönelik haberlerde en çok görülen anahtar kelimeler Şekil 7'de bulunmaktadır. "Veri", "makine öğrenimi" ve "şarkı sözü" kelimelerinin ilgili haberlerde en çok kullanılan anahtar kelimeler olduğu görülmüştür.

Şekil 7

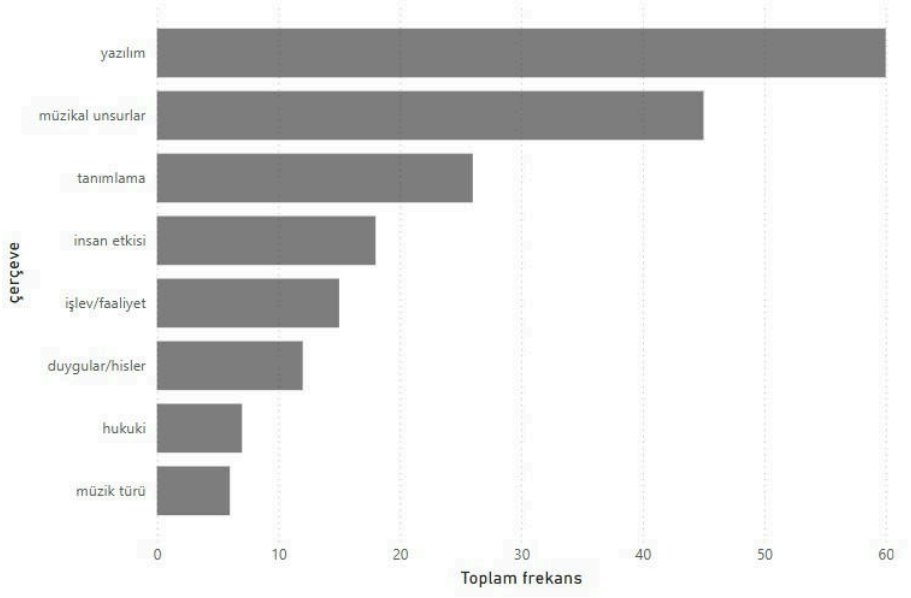
Yacht ve yapay zekâ iş birliği haberlerinde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı



Anahtar kelimelere karşılık gelen çerçevelerde ise 60 kez kullanılan "yazılım" çerçevesi öne çıkmıştır. 45 kez kullanılan "müzikal unsurlar" çerçevesinin ve 26 kez kullanılan "tanımlama" çerçevesinin ilgili haberlerde en çok kullanılan diğer çerçeveler olduğu belirlenmiştir. Şekil 8'de haberlerde bulunan diğer çerçeveler görülebilmektedir.

Şekil 8

Yacht ve yapay zekâ iş birliği haberlerinde kullanılan çerçevelerin dağılımı



Taryn Southern ile *Amper* iş birliğini konu alan haberlerde en çok görülen anahtar kelimeler Şekil 9'da verilmiştir. "Yaratıcı, yaratıcılık", "beste, besteci" ve "insan, insani" kelimelerinin ilgili haberlerde en çok kullanılan anahtar kelimeler olduğu görülmüştür.

Şekil 9

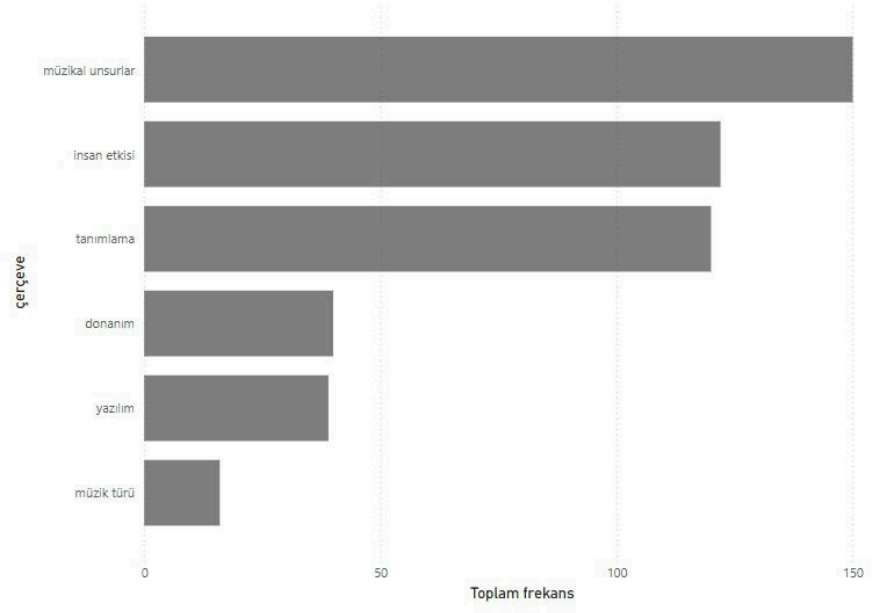
Taryn Southern ve Amper iş birliği haberlerinde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı



Taryn Southern ve *Amper* iş birliği haberlerinin çerçeve dağılımları Şekil 10'da verilmiştir. Buna göre; 150 kez kullanılan "müzikal unsurlar" çerçevesi, 122 kez kullanılan "insan etkisi" çerçevesi ve 120 kez kullanılan "tanımlama" çerçevesi öne çıkmıştır.

Şekil 10

Taryn Southern ve Amper iş birliği haberlerinde kullanılan çerçevelerin dağılımı



Analiz edilen haberlerdeki toplam anahtar kelime dağılımı Şekil 11'de gösterilmiştir. Haber metinlerinde 195 kez kullanılan "yaratıcı, yaratmak" anahtar kelimesi en çok kullanılan anahtar kelime olurken 138 kez kullanılan "insan, insani" anahtar kelimesi onu takip etmiştir. "Üretim, üretken", "sanatçı, müzisyen" ve "yeni, yenilik" kelimeleri en fazla kullanılan beş anahtar kelime arasında yer almaktadır.

Şekil 11

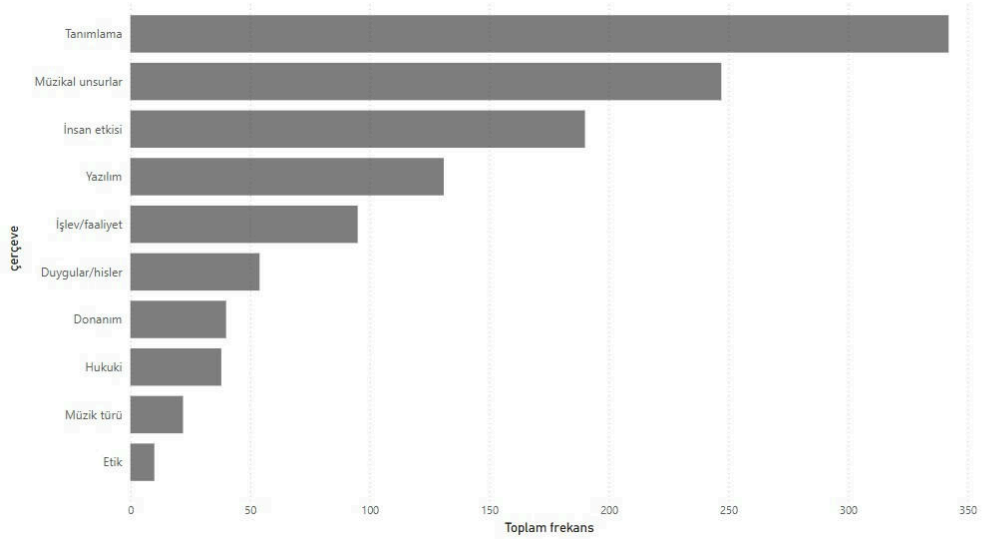
Yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerinde kullanılan anahtar kelimelerin dağılımı



Şekil 12'de yer alan genel çerçeve dağılımına bakıldığında 342 kez kullanılan "tanımlama" çerçevesinin haberlerde en çok kullanılan çerçeve olduğu görülmüştür. 247 kez kullanılan "müzikal unsurlar" çerçevesi, 190 kez kullanılan "insan etkisi" çerçevesi öne çıkan diğer çerçeveler arasındadır.

Şekil 12

Yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerinde kullanılan çerçevelerin dağılımı



Niteleme çerçeve örneği altında yer alan tanımlama çerçevesi, yapay zekâ ve müzisyen iş birliklerini içeren haberlerde yapay zekâ uygulamalarının ve iş birliğinin nasıl tanımlandığını kapsamaktadır. Çerçeve kapsamında "yaratıcılık", "üretim", "yenilik", "araç", "destek", "gelecek", "sanat", "deneyim" ve "etki" anahtar kelimeleri öne çıkmaktadır. Bunlara ek olarak "değişim", "dönüşüm", "girişim", "devrim", "fırsat" ve "ihtiyaç" anahtar kelimeleri dikkat çekici niteliktedir. Bu çerçeve içerisinde yapay zekâ uygulamalarının niteliğinin yaratıcı, üretici, yenilikçi bir araç olarak ifade edildiği görülmüştür. Aynı zamanda "destek veren" konumunda olan yapay zekânın ortaya çıkardığı işler sanat ve etkileyici olarak tanımlanmıştır. İş birlikleri genellikle bir deneyim ve fırsat olarak tanımlanmış, müzik yapımının geleceği ile ilgili önemli bir fırsat olduğuna dikkat çekilmiştir.

Müzik çerçeve örneği altında yer alan müzikal unsurlar çerçevesi, müzik faaliyetlerine, terimlerine ve enstrümanlara karşılık gelmektedir. Teknolojik bir faaliyet olan yapay zekâ müzik üretiminde geleneksel müzikal unsurların temsilini ortaya koymaktadır. Bu çerçeve içerisinde "beste", "şarkı sözü", "ses manzaraları", "melodi", "enstrüman", "ritim", "akor", "prodüksiyon", "*stem*", "tempo", "ton" anahtar kelimeleri öne çıkmıştır. Yapay zekânın müzik üretim sürecinin geleneksel müzikal ifadelerle karşılandığı, bu doğrultuda "araç" niteliğinin desteklendiği görülmüştür. Çerçevedeki anahtar kelimeler içerisinde enstrümanlar çok öne çıkmasa da "piyano", "davul" ve "gitar" kelimelerinin haberlerde yer aldığı tespit edilmiştir.

İnsan unsuru çerçeve örneği altında bulunan insan etkisi çerçevesi, yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerindeki insan temsilini kapsamaktadır. Çerçeve içerisindeki "insan" ve "insani" anahtar kelimeleri, haberlerde genellikle "insan yapımı", "insan unsuru", "insani teknoloji", "insan etkeni", "insan potansiyeli" gibi biçimlerde kullanılmıştır. Müzikteki insan unsurunun devamını vurgulayan bu çerçeve içerisinde insanları niteleyen "sanatçı", "müzisyen", "prodüktör", "girişimci", "danışman", "mühendis" gibi anahtar kelimeler de yer almaktadır.

Teknoloji unsuru çerçeve örneği içinde yer alan yazılımın çerçevesi, doğrudan yazılımın kendisini ve yazılımla ilgili olan terimleri kapsamaktadır. "Veri", "algoritma", "makine öğrenimi", "açık kaynak", "komut", "kod" ve "*blockchain*" gibi anahtar kelimeleri barındıran çerçeve, yapay zekâ ve müzisyen iş birliklerinde yazılım teknolojilerinin ve bu teknolojilere dair bilginin önemini vurgulamaktadır.

Niteleme çerçeve örneği altında yer alan işlev/faaliyet çerçevesi, yapay zekâ ve müzisyen iş birliklerini içeren haberlerde tanımlama çerçevesinden farklı olarak yapay zekâ uygulamalarının işlevlerinin nasıl

nitelendiğini kapsamaktadır. Çerçeve içerisinde "deney", "keşif", "faydalı", "kişiselleştirme", "iyileştirme", "demokratikleştirme", "özgürleştirme" ve "kolaylaştırma", "ilerleme" ve "gelişme" anahtar kelimeleri öne çıkmaktadır. Çerçeve, aynı zamanda yapay zekâ uygulamalarının mevcut ve gelecek potansiyelinin, ortaya koyduğu ürünlerin değerlendirilmesini içermektedir.

İnsan unsuru çerçeve örneği içerisinde yer alan duygular/hisler çerçevesi, yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerinde hangi tür duygusal ifadelerin öne çıktığını göstermektedir. Çerçeve kapsamında "heyecan", "ilham", "korku", "tuhaflık", "rahatlık", "merak", "eğlence" ve "endişe" anahtar kelimelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Söz konusu anahtar kelimeler, yapay zekâ uygulamalarının varlığına, bu uygulamaları deneyimlemeye, ürettiği ürünlere ve yapay zekânın geleceğine yönelik olarak kullanılmaktadır.

Teknoloji unsuru çerçeve örneği içinde yer alan donanım çerçevesi, yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerinde hangi donanımsal unsurların öne çıktığını göstermektedir. "Bilgisayar", "notebook", "hoparlör" ve "kulaklık" anahtar kelimeleri, çerçeve içerisinde yer almaktadır.

Sorunlar çerçeve örneği içerisinde yer alan hukuki çerçeve, "telif hakkı", "müzik endüstrisi", "plak şirketleri", "yasa" ve "dava" gibi anahtar kelimeleri içermektedir. Yapay zekâ ve müzisyen iş birliği haberlerinde hangi hukuksal sorunların yer aldığını vurgulayan hukuk çerçevesi, en az başvurulan çerçevelerden biri olarak dikkat çekmektedir.

Müzik çerçeve örneği altında yer alan müzik türü çerçevesi, analiz edilen haberlerde müzik türlerinin ve alt türlerinin temsilini içermektedir. "Pop", "hiphop", "rock", "senfonik", "post punk", "dubstep" ve "new wave" anahtar kelimelerini kapsayan çerçeve içerisinde pop türünün en çok öne çıkan anahtar kelime olduğu görülmüştür.

Sorunlar çerçeve örneği içerisinde yer alan etik çerçeve içerisinde, "etik", "adil kullanım", "çalmak", "hile" ve "hırsızlık" anahtar kelimeleri yer almaktadır. Analiz edilen haberlerde yapay zekâ ve müzisyen iş birliklerindeki etik sorunları kapsayan çerçevenin, en az başvurulan çerçeve olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç

Sosyal medyanın gündem akışlarından, haber sitelerinden ve çevrim içi müzik platformlarından beslenen (aynı zamanda her biri birbirinden de beslenmektedir) müzik, medya ve teknoloji aracılı bir hale gelmiştir. Teknoloji ve medya dünyasının popüler gündem maddesi olan yapay zekâ ise müzik dünyasına adım atarak çeşitli uygulamalarla müzik üretim sürecine dahil olmuştur. "Öncüler" denilebilecek müzisyenler, tamamen ya da kısmen yapay zekâdan yararlanarak ürettikleri müziklerle ön plana çıkmaya başlamıştır. Teknoloji müziğinin medyatizasyonu kapsamında önem arz eden bu gelişmeler, "Yeniliklerin Yayılması Kuramı"nda (Rogers, 1983) yer alan bilgilendirme ve ikna aşamalarına karşılık gelecek şekilde yapay zekâ uygulamalarını tanıtmakta, müziği ve müzisyenleri olduğu kadar teknolojiyi de medyatize etmektedir.

Yapay zekâ ve müzisyen iş birliklerini içeren haberlerde yapay zekâ üretimi müziklerin nasıl ve hangi perspektiflerde sunulduğunu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada analiz edilen haberlerin içerikleri şu şekildedir; *Timbaland* ve *Suno* iş birliğinde *Timbaland*, yeniliğin büyük destekçisi bir danışman konumundadır ve uygulama ile adeta büyülenmiştir. *Imogen Heap*, teknoloji meraklısı bir müzisyen olarak kendi dijital ses ikizini yaratmıştır ve bunu telif haklarına duyarlı bir biçimde geliştirmektedir. *Grimes*, kişisel ihtiyaçlarından yola çıkarak yapay zekâ ile üretilmiş müzikten bir dinleyici olarak yararlanmış ve sonrasında kendisi de bu teknoloji ile müzik üretmeye başlamıştır. *Yacht* grubu ise farklı kişilerden aldıkları teknolojik destekleri kendi çabalarıyla harmanlayarak kısa sayılamayacak bir sürede yapay zekâ ile albüm yapmıştır. Albümün hikâyesi "kendin yap (do it yourself)" pratiğini ön plana çıkarmaktadır. Diğer müzisyenlere nazaran daha bağımsız sayılabilecek *Taryn Southern* ise "kendi başına" müzik yapmanın en kolay yolunu keşfeden, teknik bilginin gerekliliğinin azaldığı bir müzik üretim sürecini vurgulamıştır.

Haberlerde tanımlama, müzikal unsurlar ve insan etkisinin ön plana çıktığı bulgulanmıştır. Yeni sayılabilecek bir pratik olan yapay zekâ ile müzik üretiminin tanımlanma gerekliliğinin "yaratıcılık, üretkenlik, yenilik" gibi olumlu tanımlamalarla karşılandığı görülmüştür. "Beste, şarkı sözü, ses manzaraları, melodi, enstrüman, ritm, akor" gibi geleneksel müzik yapımında da yer alan müzikal unsurlar, yapay zekâ ve müzisyen iş birliklerinde de sıklıkla yer almıştır. Bu durum, geçerli müzikal unsurların yapay zekâ ile müzik üretimine uyarlandığını, teknik anlamda müzikte yer almayan herhangi bir unsurun henüz konu edilmediğini göstermektedir. İnsan etkisi çerçevesi, haberlerde öne çıkmış olan bir diğer önemli çerçevedir. Teknoloji ve onun işlevlerini "insani" bir açıdan ele alan, insan unsurunun öneminin ve etkisinin doğrudan ya da dolaylı olarak konu edinildiğini gösteren bu çerçevenin kullanımı, "sanatçı, müzisyen, prodüktör, girişimci, danışman" gibi ifadelerle pekiştirilmiştir. İnsan etkisi ile aynı çerçeve örneği altında yer alan duygular/hisler çerçevesinde, heyecan, ilham, merak, rahatlık ve eğlence gibi olumlu duygular öne çıkmıştır. Haberlerde korku, tuhaflık ve endişe gibi duyguların yer alması dikkat çekici olsa da bunlara olumlu duygulara kıyasla daha az rastlanmaktadır.

Analiz edilen haberlerde yazılım çerçevesinin de önemli ölçüde kullanıldığı görülmüştür. Çerçeve, yapay zekâ ile müzik üretiminde "veri, algoritma, makine öğrenimi" gibi teknolojilerin öneminin vurgulanmasının yanında "komut, kodlama" gibi ifadeler ile teknoloji okuryazarlığına gönderme yapılmaktadır. Donanım çerçevesi, yazılım çerçevesine kıyasla daha az işlenmiş olup bilgisayar ve notebook kelimelerinin akıllı telefona kıyasla daha fazla kullanılması, yapay zekâ ile müzik üretiminin donanımsal sınırlılığını işaret etmesi açısından önemlidir.

Yapay zekâ ve müzik iş birliklerinin olumlu niteliğini destekleyen önemli çerçevelerden biri "işlev/faaliyet" çerçevesi olmuştur. Çoğunlukla bir "deney" olarak nitelenen yapay zekâ-müzisyen iş birliği, aynı zamanda keşif, faydalı, demokratikleştirici, özgürleştirici ve kolaylaştırıcı olarak sunulmuştur. Somut ürünlerin bir ilerleme ve gelişme olarak görülmesi de çerçevenin haberlere olumlu bir bakış açısı katmasının göstergelerinden biri olarak görülebilir.

Müzik türü, hukuki ve etik çerçeveleri haberlerde en az yararlanılan çerçeveler olmuştur. Müzik türü çerçevesi, yapay zekâ ile üretilen müziğin haberlerde genellikle hangi türlerle bağdaştırıldığı yönünde ipuçları barındırmaktadır. Analiz edilen haberlerde açık ara "pop" türünden bahsedilmiştir. Bu doğrultuda yapay zekâ ile müzisyen iş birliklerinin büyük oranda pop sanatçıları tarafından gerçekleştiğini ve ortaya çıkan müziğin de popüler müzik olarak sınıflandırılabileceği söylenebilir. Hukuki çerçeve ve etik çerçeve, yapay zekâ ile müzik üretiminin yol açtığı ve açabileceği sorunların genişliğine rağmen haberlerde sınırlı bir biçimde işlenmiştir. Bu çerçeveler, telif hakları, müzik endüstrisi ve yasalar ile bağlantılı olarak kısıtlı bir biçimde kullanılmıştır. Bunlarla beraber yapay zekâ ile üretilen müziğin ekonomik etkilerine çok daha az bir biçimde değinilmiş, o nedenle de ekonomi ile ilgili konular haber çerçevelerine yansımamıştır.

Çalışma sonucu bütün olarak değerlendirildiğinde yapay zekâ ve müzik iş birliklerine dair haber içeriklerinin teknoloji müziğinin medyatizasyonuna katkı sunduğu ifade edilebilir. Söz konusu haberler, iş birliğinin doğası gereği yalnızca yapay zekâya değil, müzisyenlere de odaklanmaktadır. Haberlerdeki odak noktalarını "yapay zekâ uygulaması", "platform özellikleri" ve "iş birliği yapan müzisyen" şeklinde üçe ayırmak mümkündür. Müzisyenlerin popülerliği aracılığıyla yapay zekâ müzik uygulamalarının bilinirliğini ve görünürlüğünü artırmayı amaçlayan iş birliklerine dair haberler; üretim süreçlerinin kolay -en azından zor değil-, heyecan verici, yaratıcı, üretken ve yenilikçi olduğunu vurgulamaktadır. İş birliklerinin profesyonel ya da yarı profesyonel müzisyenlerle yapılması ve onların bu uygulamadan memnuniyeti, yapay zekâ ile müzik üretiminin yalnızca hevesliler ya da amatör müzisyenler için olmadığını, yeniliğe açık müzisyenlerin kariyerlerine katkı sunabileceğini göstermektedir. Bunlarla beraber iş birlikleriyle de vurgulanmış olan "insani"

unsurun yapay zekâ müziğindeki önemi, insan etkisinin ve etkeninin yok sayılamayacağını, komut verenin bilgisinin ve tecrübesinin değerini öne çıkarmaktadır.

Teknoloji, müzik ve medyatizasyon ilişkisinin somut bir biçimde ortaya konulabilmesi adına başka araştırmalara da kaynaklık edebilecek bu çalışmada ulaşılan sonuçlar, yapay zekâ müzik iş birliklerinin haberlerdeki temsilinin büyük ölçüde olumlu, tanımlayıcı, müzikal unsurları ve insan etkisini ön planda tutan bir şekilde yapılandığını göstermektedir. Teknoloji müziğinin medyatizasyon süreçlerinin başta sosyal medyada olmak üzere başka ortamlar özelinde de araştırılması, giderek çeşitlenmekte olan müzik, medya ve teknoloji ilişkisinin somutlaşması adına önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması Yazar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.
Finansal Destek Yazar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Peer Review Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest The author have no conflict of interest to declare.
Grant Support The author declared that this study has received no financial support.

Yazar Bilgileri / Author Details
Serkan Karatay
[1] İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye
0000-0002-8637-1915 serkan.karatay@yeniyuzyil.edu.tr

Kaynakça | References

Aksoy, G. P. & Nisan, F. (2017). Türkiye'deki terör olayları çerçevesinde Ankara patlamaları üzerine bir içerik analizi çalışması. *TRT Akademi*, 2(3), 134-158.

Brene, S. & Carl, T. (2014). *How musical instrumentation affects perceptual identification of musical genres*. Thesis, KTH, Skolan för datavetenskap och kommunikation (CSC), http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kth:diva-157339.

Bohlman PV. (1999). *Ontologies of music*. In N. Cook & M. Everist (Eds.), Rethinking Music, (pp. 17–34). Chicago Press

Bunz, M. & Braghieri, M. (2022). The AI doctor will see you now: assessing the framing of AI in news coverage. *AI & Soc* 37, 9–22. https://doi.org/10.1007/s00146-021-01145-9

Collins, N., Schedel, M. & Wilson, S. (2013). *Electronic music*. Cambridge University Press.

Couldry, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191–202.

D'Angelo, P. & Kuypers, J. A. (2009). *Introduction: doing news framing analysis*. In P. D'Angelo & J.A. Kuypers (Eds.), Doing News Framing Analysis Empirical and Theoretical Perspectives, (pp. 1-13). Routledge.

Deuze, M. (2014). *Media life and the mediatization of the lifeworld*. In Hepp, A. & Krotz, F. (Eds.), Mediatized Worlds, (pp. 207-220). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137300355_12

Ekström, M., Fornäs, J., Jansson, A., & Jerslev, A. (2016). Three tasks for mediatization research: contributions to an open agenda. *Media, Culture & Society*, 38(7), 1090-1108. https://doi.org/10.1177/0163443716664857

Emmerson, S. (2018). *Introduction*. In S. Emmerson (Eds.), The Routledge research companion to electronic music, (pp.1-17). Routledge.

Emmerson, S., & Smalley, D. (2001). Electro-acoustic music. *Grove Music Online.*

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Fry, H. (2018). *Hello world being human in the age of algorithms*. W. W. Norton & Company.

Fornäs, J. (2014). *Culturalizing mediatization*. In Hepp, A. & Krotz, F. (Eds.), Mediatized Worlds. Palgrave Macmillan, (pp.38-53). London. https://doi.org/10.1057/9781137300355_3

Gillespie, T. (2014). *The relevance of algorithms.* In T. Gillesipe, P. Boczkowski, K. A. Foot (Eds.), Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society, (pp. 167-193). The MIT Press.

Grammy. (2024, Kasım 27). Jona Bechtolt, https://www.grammy.com/artists/jona-bechtolt/251649

Govindarajan, M. (2021). *Challenges in big data analysis*. In M. Khosrow-Pour D.B.A. (Eds.), Encyclopedia of Information Science and Technology, Fifth Edition (pp. 577-585). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3479-3.ch041

Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media + Society*, *1*(2), 1-11. https://doi.org/10.1177/2056305115603080

Hjarvard, S. (2017). *Mediatization: critical theory approaches to media effects*. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. V. Zoonen (Eds.), The International Encyclopedia of Media Effects (Vol. 3, pp. 1221-1241). Wiley-Blackwell. https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0107

Hepp, A. (2013). *Cultures of mediatization*. Wiley.

Holmes, T. (2002). *Electronic and experimental music*. Routledge.

Hosken, D. (2015). *An introduction to music technology*. Routledge.

IFPI. (2024, Kasım 21). Engaging with Music 2023. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf

IFPI (2024, Kasım 21). Global Music Report 2024. https://globalmusicreport.ifpi.org/

Jenkins, H. (2017). *Medya yöndeşmesinin kültürel mantığı*, (E. Çizmeci, Çev.), Aydoğan F. (Ed.), Yeni Medya Kuramları içinde (s.33-45). Der Yayınları.

Kaniža, R. (2023). Reshaping the musical experience: a critical examination of musique concrète and the notion of 'music of technology, *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, 10, 136–156. https://doi.org/10.51191/issn.2637-1898.2023.6.10.136

Knoblauch, H. (2013) Communicative constructivism and mediatization. *Communication Theory*, 23(3), 297-315.

Kristensen, N. N., & Christensen, C. L. (2017). *The mediatization of fashion: The case of fashion blogs*. In O. Driessens, G. Bolin, & S. Hjarvard (Eds.), Dynamics of mediatization. Institutional change and everyday transformations in a digital age (pp. 225–246). Palgrave Macmillan.

Krotz, F., & Hepp, A. (2011). A concretization of mediatization: How "mediatization works" and why mediatized worlds are a helpful concept for empirical mediatization research. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 3(2), 137–152. doi:10.1386/ejpc.3.2.137_1

Kvifte, T. (2008). What is a musical instrument?. *Svensk Tidskrift för Musikforskning Swedish Journal of Music Research*, *90*, 45–56. Hämtad från https://publicera.kb.se/stm-sjm/article/view/34186

Michelsen, M. & Krogh, M. (2017). Music, radio, and mediatization. *Media, Culture & Society*, *39*(4), 520-535. https://doi.org/10.1177/0163443716648494

Miller, J. (2017). *Mediatization of the automobile*. In O. Driessens, G. Bolin, & S. Hjarvard (Eds.), Dynamics of mediatization. Institutional change and everyday transformations in a digital age (pp. 203–223). Palgrave Macmillan.

Musique concrète. (2018, Nisan 27). Britannica, T. Editors of Encyclopaedia içinde. https://www.britannica.com/art/musique-concrete

NASA, (2024, Aralık 05). What is artificial intelligence? https://www.nasa.gov/what-is-artificial-intelligence/

Nieborg, D. B. & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275-4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

Nisan, F. & Şeker, N. T. (2017). Demokrasiyi sekteye uğratan darbe haberlerinin çerçevelenmesi: 15 Temmuz 2016 darbe girişimi örneği. *TRT Akademi*, 2(3), 68-96.

Nisan, F. (2022). *Haberdeki çerçeve*. Çizgi Kitabevi Yayınları.

Olson, M. (2014). Postinernet: art after the internet. *Art and the Internet*. Black Dog Publishing. P:60

Papatzikis, E. & Rishony, H. (2022). *What is music for neuroplasticity? Combined value on ınfant development and inclusion*. In M. Efstratopoulou (Eds.), Rethinking Inclusion and Transformation in Special Education (pp. 160-177). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4680-5.ch010

Parker III, F. R. (2023). *The aesthetic domain as a means for developing sel in the college classroom*. In R. Rahimi & D. Liston (Eds.), Exploring Social Emotional Learning in Diverse Academic Settings (pp. 191-204). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7227-9.ch010

Poell, T., Nieborg, D. B. & Duffy, B. E. (2021). *Platforms and cultural production*. Cambridge: Polity.

Pontara, T. &Volgsten, U. (2017). *Musicalization and mediatization*. In Driessens, O., Bolin, G., Hepp, A., Hjarvard, S. (eds) Dynamics Of Mediatization. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62983-4_12

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations*. The Free Press.

Roy, W. G. & Dowd, T. J. (2010). What is sociological about music? *Annual Review of Sociology*, 36(1), 183–203. doi:10.1146/annurev.soc.012809.102618

Sa Martino, L. M. (2013). *The mediatization of religion*. Routledge.

Schaffer, P. (2017). *In treatise on musical objects*. Unıversity of California Press.

Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87–101 SAGE Publications.

Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing european politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*. 50, 93-109. 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x.

Sharon, D. & Bell, D. (2012). *A cappella arranging*. Rowman & Littlefield.

Storey, J. & McDonald, K. (2014). Media love: intimacy in mediatized worlds. In Hepp, A., Krotz, F. (Eds.), Mediatized worlds. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137300355_13

Şimşek İ. F. (2014). Fotoğraf ve ideolojik çerçeveleme: '1 Mayıs' haberlerinin fotoğraflarına yönelik bir odak grup çalışması, *ASOS Journal The Journal of Academic Social Science*, (2)5, 592-608.

Teruggi, D. (2017). The treatise on musical objects and the GRM. *In Treatise on Musical Objects* (pp. xv-xix). Unıversity of California Press.

Tullberg, M. (2020). An exploration of musician/musical instrument relationships. Curated/produced exhibition/event, https://www.mhm.lu.se/en/markus-tullberg/publication/74a4232e-79bb-48d6-a47a-dcd8f8a9b0a5

Turk, M., Turk, I., & Otte, M. (2020). The neanderthal musical instrument from Divje Babe I Cave (Slovenia): A critical review of the discussion. *Applied Sciences*, *10*(4), 1226. https://doi.org/10.3390/app10041226

Uzun, Y. & Nisan, F. (2018). 16 Nisan 2017 anayasa değişikliği referandum sürecinin ulusal basındaki haber çerçevelenmesi üzerine bir çalışma. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi),* 3(1), 159-176.

Van Dooremalen, T. & Uitermark, J. (2020). The framing of 9/11 in American, French, and Dutch national newspapers (2001–2015): An inductive approach to studying events. *International Sociology*, 36(3), 464-488. https://doi.org/10.1177/0268580920966829

Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? victims and İntruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507. https://doi.org/10.1177/0267323105058253

Van Gorp, B. (2007), The constructionist approach to framing: bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57, 60-78. https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x

Van Gorp B & Vercruysse T. (2012). Frames and counter-frames giving meaning to dementia: a framing analysis of media content. *Soc Sci Med*. 74(8):1274-81. doi: 10.1016/j.socscimed.2011.12.045.

Varış, Y. A. (2021). *Reflections of violence in Music*. In M. Erdem, N. Kocabay-Sener, & T. Demir (Eds.), Handbook of Research on Aestheticization of Violence, Horror, and Power (pp. 98-118). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4655-0.ch006

Waugh, M. (2017). My laptop is an extension of my memory and self: Post-Internet identity, virtual intimacy and digital queering in online popular music. *Popular Music,* 36(02), 233–251. doi:10.1017/s0261143017000083

Weisberg, D. J. (2019). The utility of interdisciplinary case study: research and education in the arts and sciences. In A. Baron & K. McNeal (Eds.), Case Study Methodology in Higher Education (pp. 261-279). IGI Global. https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9429-1.ch012

Windsor, L. (2000). *Through and around the acousmatic: the interpretation of electroacoustic sounds.* In S. Emmerson (Ed.), Music, Electronic Media and Culture (pp.7-35). Ashgate.

Yıldız, M. & Saylam, A. (2013). E-government discourses: An inductive analysis. *Government Information Quarterly*, 30(2), 141–153. doi: 10.1016/j.giq.2012.10.007