



**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI**

KAYSERİ'DE CANLI MÜZİK KÜLTÜRÜ

**Hazırlayan
Eren Batur MERAL**

**Danışman
Prof. Dr. Kasım KARAMAN**

Yüksek Lisans Tezi

Ağustos 2022, KAYSERİ

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI**

**KAYSERİ'DE CANLI MÜZİK KÜLTÜRÜ
(Yüksek Lisans Tezi)**

**Hazırlayan
Eren Batur MERAL**

**Danışman
Prof. Dr. Kasım KARAMAN**

Ağustos 2022, KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Eren Batur MERAL



T.C.

ERCİYES ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Anabilim Dalı : Kültürel Çalışmalar

Program Adı : Yüksek Lisans

Tez Başlığı : Kayseri’de Canlı Müzik Kültürü

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Önsöz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 85 sayfalık kısmına ilişkin 14/09/2022 tarihinde *Turnitin* intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı: % 1’ dır.

Filtrelemeye **alıntılar dahil** edilmiştir. Filtrelemede **yedi (7) kelimedenden daha az** örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 14/09/2022

Danışman: Prof. Dr. Kasım KARAMAN

Öğrenci: Eren Batur MERAL

KILAVUZA UYGUNLUK

“Kayseri’de Canlı Müzik Kültürü” başlıklı Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

Eren Batur MERAL

Danışman

Prof. Dr. Kasım KARAMAN

Kültürel Çalışmalar ABD Başkanı

Prof. Dr. Ali SELÇUK

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Prof. Dr. Kasım KARAMAN danışmanlığında **Eren Batur MERAL** tarafından hazırlanan “**Kayseri’de Canlı Müzik Kültürü**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Kültürel Çalışmalar** Anabilim Dalı’nda **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

29/08/2022

(Tez Savunma Sınav Tarihi yazılacak)

JÜRİ:

Danışman	: Prof. Dr. Kasım KARAMAN	İmza
Üye	: Unvan Adı SOYADI	İmza
Üye	: Unvan Adı SOYADI	İmza

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun /.../..... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

..... /...../

Prof. Dr. Atabey KILIÇ

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca ve tez çalışmamın tüm süreçlerinde yardımlarını, bilgilerini ve değerli zamanını esirgemeyen ayrıca her zaman samimiyeti, güler yüzlülüğü ve sabrı ile tezin kusurlarında bana yardımcı olan kıymetli tez danışmanım Prof. Dr. Kasım Karaman'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Akademik bilgilerini ve deneyimlerini paylaşarak ufkumu genişleten, tezin çıkmaza girdiğini düşündüğüm süreçlerde de değerli vaktini bana ayırarak yol gösteren değerli hocam Prof. Dr. İlkay Şahin'e teşekkürlerimi borç bilirim.

Araştırmanın ortaya çıkmasına yardımcı olan ve benimle canlı müzik hakkında görüşlerini paylaşan kafe işletmecilerine, müzisyenlere ve müşterilere teşekkürlerimi borç bilirim. Bu görüşmelere aracı olan kafe işletmecisi Yunus Emre'ye ve müzisyen Okan Türk'e ayrıca teşekkür ederim.

Hayatımın tüm aşamalarında yanımda olan, aldığım kararları ve eğitim sürecimi destekleyen, bana ait olan özgürlük, düşünce ve fikir alanıma her zaman saygı duyan, değerli annem Semra Meral ve değerli babam Yaşar Meral'e müteşekkirim ve her zaman müteşekkiri kalacağım. Tez dönemi sürecinin yanı sıra tüm hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen birlikte büyüdüğüm kardeşim Utku Aytar'a ve küçük kardeşim Süha Perit'e teşekkür ederim.

Tez dönemi boyunca her zaman yanımda olan, beni motive eden Emine Yıldırım'a, desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen Koray Yıldız ve Gül Yıldız'a ve teze yaptığı teknik katkılar için Mustafa Şahin'e ve Mustafa Tutucu'ya çok teşekkür ederim.

Eren Batur MERAL, KAYSERİ, 2022

KAYSERİ'DE CANLI MÜZİK KÜLTÜRÜ

Eren Batur MERAL

Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi, Ağustos 2022
Danışman: Prof. Dr. Kasım KARAMAN

ÖZET

Bu çalışma Kayseri'de kafelerde icra edilen canlı müziği müzisyen, müşteri ve işletmeci çerçevesinden ele alarak, kafelerdeki canlı müziğin özelliklerini ve canlı müzik kültürünü anlama amacı taşımaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Kayseri'deki canlı müzik icra edilen kafelerde katılımcı gözlemler ve canlı müziğin aktörleri olan müzisyen, müşteri ve işletmecilerle görüşmeler yapılmıştır. Canlı müzik icra edilen kafelerde müzik kültürü kafenin bulunduğu sosyal çevreyle belirlenmektedir. Canlı müzik işletmeciler için gelir artırıcı bir araç, müşteriler için ise günün stresini ve yorgunluğunun atıldığı bir aktivite olarak değerlendirilmektedir. Müzisyenler kafelerdeki canlı müzik icrasını bir gelir kapısı, kendini sergileme ve beğeni toplama alanı olarak görmektedirler. Kafelerde icra edilen müziklerin repertuarını çoğunlukla sosyal medyada popüler olan ve müzik uygulamalarında en çok dinlenen müziklerden oluştuğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müzik, Canlı Müzik, Popüler Kültür, Popüler Müzik

LIVE MUSIC CULTURE IN KAYSERI

Eren Batur MERAL

Erciyes University, Graduate School of Social Sciences

Master's Thesis, August 2022

Supervisor: Prof. Dr. Kasım KARAMAN

ABSTRACT

This study aims to understand the features of live music and the live music culture performed in cafes in Kayseri from the perspective of musicians, customers, and the business owners. The qualitative research method is used in the study. Participant observations and interviews with musicians, customers and the business owners who are the actors of live music were conducted in cafes where live music is performed in Kayseri. The music culture of cafes is determined by the social environment in which the cafe is located. Live music is considered as a revenue-raising means for the business owners, and as for the customers, it has become an activity which relieves them from the stress and fatigue of the day-to-day life. Musicians consider live music performance in cafes as a source of income, as well as an area where they showcase their talents and receive appreciation of the people. It has been determined that the repertoire of the music performed in cafes mostly consists of the music that is popular on social media and listened to the most in music applications.

Keywords: Music, Live Music, Popular Culture, Popular Music

İÇİNDEKİLER

KAYSERİ'DE CANLI MÜZİK KÜLTÜRÜ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI	ii
KILAVUZA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY TUTANAĞI	iv
ÖN SÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kültür.....	8
1.2. Popüler Kültür	9
1.3. Kültür Endüstrisi ve Frankfurt Okulu.....	14
1.4. Müzik.....	18
1.5. Popüler Müzik	21
1.5.1. Popüler Müzik ve Adorno	24
1.5.2. Popüler Müzik ve Otantisite	28
1.6. Canlı Müzik	31

İKİNCİ BÖLÜM

KAYSERİ'DE CANLI MÜZİK KÜLTÜRÜ

2.1. Kayseri'de Canlı Müzik İcra Edilen Kafeler	35
2.1.1. Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Yasal İzin Süreci	41

2.1.2. Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Sahne Düzeni ve Tasarımı	43
2.1.3. Para Kazanma Stratejisi Olarak Mola.....	47
2.1.4. Mp3 Çalar Olarak Müzisyenler: İstek Kültürü.....	48
2.2. Kafe Müzisyenleri ve Canlı Müzik Anlayışı	51
2.2.1. Müzisyenlerin Otantisitesi: Müzisyenlerle Özdeşleşmiş Şarkılar	57
2.2.2. Müzisyenlerin Müşterilerle İlgili Genel Algıları: “Teneke Bile Çalsa Dinleyebilecek İnsanlar” ve “Ortama Gelen İnsanlar”.....	59
2.3. Mekân Sahipleri/İşletmeciler ve Canlı Müzik Anlayışı	62
2.3.1. Mekân Sahibi/İşletmecilerin Müzisyen/Grup Seçimi: “Masası” Olan Müzisyenler	64
2.4. Müşteriler ve Canlı Müzik Anlayışı	68
2.5. Canlı Müzikte Arkadaşlık, Flört ve Evlilik	72
2.6. Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Müzik Repertuarı: Piyasa Müziği	74
2.7. Kafelerde İcra Edilen Müzik Tarzının Yerleşim Yerlerine Göre Farklılaşması: “Aile Müziği” ve “Öğrenci Müziği ”	78
SONUÇ	83
KAYNAKÇA.....	86
EKLER	89
ETİK KURUL ONAYI	92

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Bulunduğu Bölgelerin Harita Üzerinde Görünümü	37
Şekil 2.2: Kafeler Caddesinde Canlı Müzik İcra Edilen Sıralı Dört Kafe	39
Şekil 2.3: Sahne Düzenine Ait Bir Görsel	44
Şekil 2.4: Oturma Düzeni ve Sahne Düzenine Ait Bir Görsel.....	45
Şekil 2.5: Bir Müzisyen Topluluğu.....	52
Şekil 2.6: Popüler Müzik Sisteminin Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerdeki Oluşumu	75
Şekil 2.7: Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Müzik Tarzı Şeması.....	80

GİRİŞ

Müzik, genel anlamda seslerden ve sesler arasındaki ilişkilerden oluşmaktadır. Sesler arasındaki doğal ilişkiler müziğin hammaddesini oluşturur. Her kültür sesler arasındaki doğal ilişkilerden, kendisine özgü makamlar, diziler, armonik düzenler meydana getirir (Ayas, 2019, s.89). Müzik, bireylerin ve toplumların yaşamında önemli bir yer tutar ve toplumların gelenek-göreneklerine, dini inançlarına, sosyal yaşantılarına göre şekillenir. Müzik, aynı zamanda, toplumların ve bireylerin duygularını ifade etme yollarından biridir (Angı, 2013, ss.61-62).

İnsanlığın varoluşundan günümüze bir kültürel olgu olarak varlığını devam ettiren müzik, teknolojinin gelişmesiyle farklı bir boyuta taşınmıştır. Dijital formlar aracılığıyla zaman ve mekândan bağımsız bir kültür unsuru olarak çoklu bir etki alanına sahip olmuştur. Diğer taraftan, son yıllarda, müziğin geleneksel formlarına bir dönüş olarak değerlendirilebileceğimiz aracı ve doğrudan sunumunu ifade eden canlı müzik anlayışı önem kazanmaya başlamıştır. Canlı olarak müzik deneyimi, kaydedilen ve bireyselleşen müzik deneyiminin aksine kolektif bir müzik deneyimi sunmakta ve otantik bir konumda durmaktadır.

Auslander'a göre "canlı" deneyimine atfedilen değer, aracı teknolojilerinin (mediatization) varlığıyla ilgilidir. Aracı teknolojiler (kayıt teknolojisi) sayesinde, canlı olarak müzik deneyimi değerli hale gelmektedir. Bu yüzden canlı performans söylemi ve değeri, kayıtlı olan biçimlerin karşıtlığıyla var olmaktadır. Günümüzde ise aracı teknolojiler, canlı deneyimlerle ayrılmaz hale gelmiştir. Sadece canlı ve kayıtlı olanın sunuş şekline değil aynı zamanda birbirleri arasındaki ilişkilenebilirliğe de bakmak gerekmektedir. İlişkilenebilirlikteki canlı ve kayıtlı müziğin değeri ise kültürel bağlamda belirlenmektedir (Auslander, 2006, s.86).

Canlı müzik, kaydedilmiş müziklerin canlı icrasını ya da çeşitli müzik performanslarının uygulamasıyla bağdaştırılmakta ve günümüzde de kendini çeşitli formlarda göstermektedir. Geleneksel ya da modern festivallerin ayrılmaz bir parçası, müzik festivallerinin asıl unsuru ve bununla beraber günümüzde daha küçük alanları ve mekânları (bar, konser salonu, metro, kafe vb.) çekici kılan bir kavram olarak varlığını sürdürmektedir. Müziğin canlı olarak çeşitli alanlardaki performanslarını gündelik hayatın içinde görmek ise başlı başına yeni bir etkileşim ağı ve deneyim alanını oluşturmaktadır. Canlı müzik artık gündelik hayatın içinde farklı bir popüler kültür nesnesine dönüşmüş ve yeni bir anlam ve boyut kazanmıştır.

Günümüz serbest zaman değerlendirme etkinliği ve eğlence anlayışlarının mekânları haline gelen kafelerin çoğalması ve böylelikle rekabet ortamının oluşması, kafe işletmecilerini çeşitli stratejilere yöneltmiştir. Bu stratejilerden biri de canlı müzik icrasıdır. Kendine özgü çekiciliği ve otantikliğiyle, kafelerin bu durumu lehine çevirip pazarlamasıyla, canlı müzik yeni bir boyuta taşınmıştır. Bu boyut, Dünya’da ve Türkiye’de olduğu gibi, Kayseri’de de kendine has özellikleriyle yeni bir popüler kültür alanı haline gelerek kafelerde yerini almıştır. Son yıllarda Kayseri’de canlı müzik icra edilen kafelere talep artmaya başlamış ve talepler doğrultusunda da farklı sunumlar oluşmaya başlamıştır. Ancak artan bu ilgiye ve toplumsal işlevine karşılık, müziğin bu boyutuna ilişkin akademik çalışmalar sınırlıdır.

Bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünü kavramsal ve kuramsal çerçeve oluşturmaktadır. Bu bağlamda kültür, popüler kültür, kültür endüstrisi kavramları ile müzik arasındaki ilişkiler tartışılmıştır. Özellikle popüler müzikle ilişkilendirilen ve popüler müziğin anlamlandırılmasında kullanılan “otantisite” kavramına değinilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde, Kayseri’deki kafelerde icra edilen canlı müziğin özellikleri ve müzik kültürü müzisyen, müşteri ve işletmeci açısından çeşitli boyutlarıyla ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusunu, Kayseri’de kafelerde icra edilen canlı müzik kültürü oluşturmaktadır. Araştırmada cevabı aranacak odak araştırması sorusu, “Kayseri’de

kafelerde icra edilen canlı müzik kültürünün özellikleri nelerdir ve nasıl bir canlı müzik anlayışı bulunmaktadır?” olarak belirlenmiştir.

Araştırmada cevabı aranacak diğer sorular ise şunlardır:

1. Kafelerde icra edilen canlı müziğin özellikleri nelerdir?
2. İcra edilen müzik, müzisyen, dinleyici, işletmeci açısından ne anlam ifade etmektedir?
3. Canlı müzik ortamının sosyalleşme açısından rolü nedir?

Bu çalışmada kafelerde icra edilen müziğin müzisyenler açısından ne derece sevildiği, müzisyenlerin müzik zevki ile icra ettiği müziğin ne derecede uyumlu olduğu, dinleyici ve işletmeciye karşı beklentileri ya da rahatsızlıkları dile getirme ve de yaptıkları müziği adlandırmaya dair konular ele alınmıştır. Dinleyicilerin ise canlı müzik icra edilen mekânı kasıtlı mı yoksa rastlantısal olarak mı tercih ettiği, dinleyicinin müzik zevki ile ne kadar uyumlu olduğu ve özellikle tercih ettiği bir canlı müzik mekânı veya dinlemek istediği bir müzisyenin olup olmadığına dair görüşler ele alınmıştır. İşletmeciler için ise neden kafelerde canlı müzik yapma tercihinde bulunduğunu ve canlı müzikte müzisyen tercihini ve müzik tercihini neye göre belirlediğine yönelik görüşler ele alınmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma Kayseri’deki kafelerde icra edilen canlı müziğin özelliklerini, şehrin sosyo-ekonomik ve kültürel yapısıyla icra edilen canlı müzik arasındaki ilişkiyi müzisyen, müşteri ve işletmeci bakış açısıyla açıklamayı amaçlamaktadır.

Kentleşmeye bağlı gelişen hizmet sektörü, beraberinde tüketiciden kaynaklı talepleri gidermeye dönük hizmet sunumları geliştirirken, diğer taraftan, yeni tüketim alanları oluşturarak bir ihtiyaç alanı yaratmaktadır. Kafeler, geleneksel çay-kahve içilen, sohbet edilen kahvehane-kıraathane vasfından sıyrılarak küresel markaların bayileri (franchise) ya da yerelin yeni formlarıyla kendine özgü biçimler oluşturmaktadır. Yerel ve küreselin bir arada olduğu bu biçimler, günümüzde oldukça dikkat çekici hale gelmekte ve serbest zaman etkinliğinin ve sosyalleşme alanlarının yeni yüzleri olmaktadır. Türkiye’deki bu tarz mekânlar bir taraftan popüler kültürün taşıyıcısı diğer taraftan otantik söylemler ve oluşumların birer yansıması olarak şekillenmektedir.

Kayseri’de yiyecek-içecek sunan işletmelerin artışı beraberinde rekabeti de getirmiş, mekân sahiplerini/işletmecileri, müşterileri kendi mekânlarına çekecek alternatif arayışlara yöneltmiştir. Bazı kafelerin canlı müzik sunumu bu arayışın bir tezahürü olarak değerlendirilebilir. Kendisine özgü mekânlarıyla ve kendi içinde oluşturduğu anlamlarla birlikte, yeni bir popüler kültür alanına dönüşen kafeler çeşitli deneyimleri, örüntüleri, yapıları da beraberinde getirmiştir. Bu alışma, Kayseri rneğinde canlı müzik icra edilen kafeler bağlamında şekillenen müzik kültürünü araştırması bakımından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Modeli ve Deseni

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Kayseri’de canlı müziğin yapısında rol alan aktörlerin bakış açılarıyla oluşan canlı müzik kültürünü anlamayı ve betimlemeyi amaçlamaktadır. Böylece icra edilen canlı müziğin, canlı müzik aktörleri tarafından ne ifade ettiği, müzik algısı, deneyim ve görüşleri ele alınıp tartışılmıştır.

Nitel araştırmada amaç bireylerin ya da grupların oluşturduğu anlamlar bütününü araştırmanın yanında, araştıran kişinin de araştırma sorusuna yönelik kuramsal ve de yorumlayıcı çerçeveler sunmasıdır. Nitel araştırma, araştırılan grupların, sınıfların veya bireylerin bakış açısıyla, araştıran kişinin, araştırma soruları ve problemleriyle birleştirmesiyle ortaya çıkmaktadır. Ortaya atılan varsayımları araştırmak için çalışmanın yapıldığı alandaki birey ve grupların doğal ortamı gözlemlenip, çeşitli veri toplama teknikleri kullanılmasıyla birlikte konu başlıkları, örüntüler ve temalar ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Creswell, s.44). Nitel araştırma yönteminin araştırma alanı sosyal olgular ve insanların oluşturduğu ve de sürekli değişkenlik gösterdiği anlamlar, anlayışlar, bireylerin bakış açılarının incelenmesi üzerinedir. Doğa veya fen bilimlerinde olduğu gibi kesin ve net evrensel olguları bulunmamaktadır. Bu yüzden nitel araştırmada kullanılan teknikler önemlidir. Sosyal olguların sürekli değişken bir yapıda olduğu düşünüldüğünde gözlem ve görüşme gibi teknikler önemli hale gelmektedir. Bu teknikler sayesinde hem araştırılan bireylerin, grupların araştırılan konuya göre anlayışlarını hem de kurdukları sosyal ağları, süreçleri anlamamıza yardımcı olmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2021, ss.36-37).

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın sahasını Kayseri'deki canlı müzik yapılan kafeler oluşturmaktadır. Çalışmada amaçlı örnekleme ile araştırmanın problemine cevap alabileceğimiz ve en iyi verileri elde edebileceğimizi kişiler, gruplar ve mekânlar tercih edilmiştir. Amaçlı örneklemede amaç araştırılacak durumun derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir. Buna göre amaçlı örneklemede kullanılan kartopu veya zincir örneklemelemlerle, araştırma problemine en doğru, verimli ve zengin bilgiye ulaşabileceğimiz bireyleri ve grupları bulmaktır. Böylelikle canlı müziğin aktörleri olan müzisyen, dinleyiciler/müşteriler ve işletmecilerin yani canlı müziği oluşturan bireylerin etkileşim ağına dahil olunmuş ve konunun amacına uygun en zengin, verimli ve doğru bilgilerin alınabileceği kişilerle, alan çalışması süreci içinde görüşülmüştür (Yıldırım ve Şimşek, 2021, s.120).

Kayseri'de canlı müzik bazı otellerde, birkaç türkü bar ve kayak turizmi sezonunda yapılsa da daha çok kafelerde ön plana çıkmaktadır. Kafeler haricinde bulunan canlı müzik mekânları sınırlı ve kısıtlı bir alan olmasıyla birlikte hem dinleyici kitlesi olarak hem de mekân olarak genele hitap eden ortamlar oluşturmamaktadır. Böylece Kayseri'de canlı müziğin sürekli olduğu ve sıradan herhangi bir insanın gidebildiği mekânlar olan kafeler, bu araştırmanın sahasını oluşturmuştur.

Araştırma örneklemi Kayseri merkez ilçeleri olan Melikgazi, Kocasinan ve Talas ilçelerindeki canlı müzik icra edilen kafelerdir. Gözlemlerimize göre Talas'ta 15'den fazla kafe, Belsin semtinde (Melikgazi ilçesi) 2 kafe, Kayseri merkezde (Melikgazi ilçesi ve Kocasinan İlçesi) 4 kafede canlı müzik icra edilmektedir. Kayseri'de dört üniversiteden ikisinin (Erciyes Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi) Talas ilçesinde bulunması, gözle görülür bir biçimde öğrencilere yönelik hizmet (kafe/restoran) sektörünü de beraberinde getirmiştir. Bu sayede kendini diğer ilçelerden farklı kılmıştır. Bununla birlikte üniversite öğrencilerinin Talas ilçesinde ikamet etmesi ve genelde şehir dışından çalışmaya gelenlerin Talas ilçesini tercih etmesi, ilçeye heterojen bir kimlik kazandırmıştır. Ayrıca Talas ilçesindeki tarihi Osmanlı Sokağı'nın (Ali Saip Paşa Sokağı) turizme kazandırılmasıyla bu tarihi alanda da canlı müziğin görülmesi ve Talas'ta canlı müzik icra edilen kafelerin diğer ilçelere göre daha fazla olması önemlidir. Bu sayede araştırmanın örneklemini öncelikli olarak Talas ilçesindeki canlı müzik icra edilen kafeler

oluşturmuştur. Talas ilçesinin araştırma örnekleminde öncelikli olmasının diğer nedeni ise, kafelerde canlı müzik icra edilen müzisyenlerin çoğunun aynı zamanda Belsin semtinde ve Kayseri merkezde de sahne alıyor olmasıdır.

Görüşme yaptığımız müzisyenler ya da müşteriler, bizim örneklem içerisinde ele aldığımız kafeler dışındaki mekânlar ve kafelerde de buldukları için, bu alanlardaki deneyimlerini de bize aktararak bilgi sağlamışlardır.

Bu çalışmanın ön araştırma safhası 2020 yılının ocak ayı olarak planlansa da ilerleyen aylarda Covid-19 pandemisi nedeniyle toplu mekânların ve canlı müzik icra edilen kafelerin kapanması zorunluluğu, çalışmamızın kesintiye uğramasına neden olmuştur. 2020 yılında Covid-19 pandemisinden dolayı getirilen kısıtlamalarla canlı müzik icra edilen kafelerde ön araştırma ve gözlem yapmak zorlaşmıştır. Bu süreçte canlı müzik icra edilen kafelerin aktörleri olan müzisyenler ve işletmeciler daha öncesinde tespit edildiği için kafeler dışında görüşme yapma olanağı sağlanmış ve çalışmanın altyapısı oluşturulmuştur. Covid-19'un belirsizliği düşünüldüğünde hızlı bir şekilde 2021 yılının haziran ayında kafe/restoran işletmelerinin tekrar açılması ile saha araştırması başlamıştır. Görüşmeler 2021 yılının haziran-ekim ayları arasında yapılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Görüşme (mülakat) tekniği sosyal bilimler alanında önemli ve anlamlı bir veri toplama tekniğidir. Görüşmenin temel amacı araştırılan konunun amacına yönelik birebir bilgi toplamada, araştırılan konunun doğasını ve bireylerini anlayabilmede ve de birey ve gruplarla etkileşim sağlamak adına önemli bir araçtır. Bu çalışmada araştırma problemine yönelik daha kapsamlı ve olabildiğince problemin tüm boyutlarını ele alabilmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu araştırmanın problemine ve araştırılacak konuya göre hazırlanmış soruları sormaya yöneliktir. Araştırılan konunun sorununa yönelik daha ayrıntılı bilgiye ulaşılması gerektiğinde ise ek sorular eklenebilir, bazı sorular sorulmayabilir ya da görüşme forumunda süreç içinde değişiklik yapılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021, ss.127 - 130). Canlı müziğin aktörleri ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerde Kayseri'de yapılan canlı müziğin özelliklerine yönelik yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

Araştırmacının zaman zaman kafelerde sahne alması, mensubu olduğu müzisyen grubunun içinde daha rahat hareket etmesini sağlamış ve böylece sohbet tarzı görüşmeler sıkça yaşanmıştır. Müzisyenliğin getirdiği avantaj ile kafe işletmecileri ve müşterilerle temasa geçme ve görüşme yapabilmesi araştırmayı kolaylaşmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme formlarının yanında bir diğer veri aracı ise katılımcı gözlemdir. Alan çalışmalarında görüşülen bireylerin, grupların sorulara samimi ve doğru yanıt vermemesi, cevap verilen sorularla yapılan davranışın zıtlığı, cevabı verilen sorunun cevabının eksik olması gibi durumlarda gözlem önemli bir hâl almaktadır. Gözlem ayrıca araştırılan ortama dair doğal, ayrıntılı ve kapsamlı görüş sağlamaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2021, ss.173 - 174). Araştırmacı, araştırma süresi boyunca araştırılan konuya içeriden bir bakış açısı sağlamakla birlikte öznel veriler de elde edilebilmektedir. Katılımcı gözlemci, araştırılan konuya ayrıntılı bir betimleme yapma ve tanımlama getirmeye de fayda sağlamaktadır (Creswell, s.165).

Saha araştırması sırasında veriler tekrar etmeye başladığında, verilerin belirli bir doygunluğa ulaştığı tespit edilmiş ve saha çalışması sonlandırılmıştır. Yapılan görüşmeler süresince, görüşülen kişilerden izin alınarak ses kaydı alınmış ve ses kayıtları çözümlenerek bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Yine izin alınarak görüşme ve gözlem yapılan yerlerde çalışmaya uygun fotoğraflar çekilmiştir. Hem görüşmelerin ses kayıtları hem de katılımcı gözlem rolüyle not alınan veriler çalışmanın amacına uygun şekilde yorumlanıp sınıflandırılmıştır. Ses kayıtlarını belirli bir başlık ya da tema içinde alıntı olarak kullanırken, işletmeciler ve müzisyenlerin isim-soy isimlerinin baş harfleri, müşteriler için ise kod isim kullanılmıştır. Müşterilerin çoğu, kafelere canlı müzik başlarken ya da başladıktan sonra gelmekte ve canlı müzik biter bitmez gitmektedir. Bu yüzden canlı müzik başlamadan önce gelen ve canlı müzik bittikten sonra kafelerde oturmaya devam eden müşterilerin yanında, kafelerin ve müzisyenlerin müdavimleriyle de görüşme yapılmıştır. Görüşmeler ortalama otuz dakika – bir saat arasında sürmüştür. Görüşmelerden ve ses kaydından yapılan alıntılar doğrudan aktarılmış, sadece anlam akışını bozmayacak şekilde düzeltmeler yapılmıştır. 12 kafede gözlem yapılmış; 13 müşteri, 16 müzisyen ve 10 işletmeci ile görüşülmüştür. Bunlar: “Afitap”, “Agora”,

“Aliğa”, Asma Altı”, “Godfather”, “Harman”, “Kaleiçi Kayseri Mutfağı”, “Jimmy Joker”, “Leman Kùltür”, “Neşve”, “No:87”, “Sokak Kahvecisi” adlı işletmelerdir.¹



¹ İsmi yazılan kafelerin “Bistro – Kafe”, “ Kafe – Restoran” gibi unvanları bulunmaktadır. Ancak aynı hizmetleri sunduğu için tezde genel olarak “Kafe” ifadesi kullanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Kültür

Kültür tanımı sosyal bilimlerde çeşitli biçimlerde dile getirilmiştir. Bireyleri ve toplumu anlamaya yönelik araştırmalarda bu kavram antropoloji ve sosyoloji için büyük bir yer tutmaktadır. Kültür, tanımlamalara maruz kalmayıp durumların, olayların ve değerlerin açıklamasında da kilit rol oynamaktadır.

Kültürün tanımının fazlasıyla üstünde duran klasik Antropologlar, ilkin betimleyici ve sınıfçı yaklaşıma yönelmiştir. Bunlardan en bilineni E.B. Taylor'dır. Taylor, kültürü tanımlanırken toplumların gelenekleri, görenekleri, kullandığı araçları, dinsel pratikleri ve sanat ürünlerini ele alarak daha nesnel ve bilimsel bir kültür tanımı ortaya koymuştur. Daha sonraki antropolojik tanımlamalarsa sembolleri, olguları ve sanatsal faaliyetleri yorumlamaya yönelik bir analize başvurmuştur (Alemdar & Erdoğan, 2005, s.21). Kuzey Amerikalı A.L. Kroeber ve Clyde Kluckhohn tarafından 1950'lerde yapılan kaynak taraması çalışmalarında neredeyse yüze yakın kültür tanımlaması yapıldığına ulaşılmıştır. Tylor'dan bu yana kültür tanımlamaları artmış ve kültürü farklı bakış açılarıyla değerlendirmişlerdir. Gözlemlenebilir bir olgu olmaktan çıkıp daha derinlere inilmesi gerektiğini dile getirmişlerdir. Yapılan gerçek davranışlara, beraberinde ise bu davranışların altındaki soyut anlama, değerlere, inançlara ve de algılara bakılması yönündedir. Bu durumda kültür, toplumların ortaklaşa sahip olduğu değerlerin, algıların, davranışların bireylere yaydığı ve değer, algı, davranışların hem yorumlamada kullanıldığı hem de davranışa yansıdığı alandır (Haviland vd., 2008, s. 103).

Antropologların kültür tanımlamasına gönderme yapan Berger, kültürün antropologlar için merkezi bir düzenleyici kavram olduğunu söylemektedir.

Antropologlara göre kültür nesilden nesile aktarılan ve insanlar tarafından gerçekleştirilen eserlere, nesnelere, kurumlara şekil veren inanç ve değer kalıplarına göndermedir (Berger, 2014, s.141). Geertz'e göre kültür çözümlemesi yapmak, insanların oluşturduğu yapıları aramakla ilgilidir. Sınırları, kanunları olan bir bilim değildir. İnsanların kendi ürettiği ve ortaya koyduğu anlamları incelemek ve yorumlamak gerekmektedir (Geertz, 2010, s.19).

Raymond Williams'a göre, kültür kelimesi en karmaşık sözcüklerden biridir. Karmaşık olmasının sebebiyse birkaç entelektüel disiplindeki ayrı, bağdaşmayan düşünce sistemindeki önemli kavramları açıklamada kullandıklarından dolayıdır. Aynı zamanda Williams, kültürü üç açıdan kullanımını ele almaktadır: İlki on sekizinci yüzyıldan itibaren zihinsel, manevi, estetik gelişime ilişkin geniş bir sürecin bağımsız ve soyut adı. İkincisi bir halkın, dönemin, grubun genel adı ya da insanlığın yaşam biçimini anlatan bağımsız ad ve son olarak entelektüel etkinlikte birlikte sanat dalları ürünlerinin bütünüdür (Williams, 2012, ss.105-109).

Sosyolojinin klasik kuramcılarında Simmel, kültürün evrimini açıklarken insanın biyolojik, fiziksel formlarını aşır tinsel bir gelişmeden geçtiğini söylemektedir. Tinin kültür düzeyine yükseldiğinde ise bir iç çatışmayla karşılaştığını ve bunu çözümleyerek yeniden bir çatışmanın ortaya çıkmasıyla kültürün içkin mantığını sunmaktadır. Simmel, felsefi bir bakış açısıyla kültürün evrimini yukarıdaki dinamiklerle açıkladıktan sonra hayattaki pratiklerin ifade edilmesini sunan ve formlaştıran yapıtlara kültür demektedir. Hukuk, sanat, din gibi oluşumlar Simmel'in kültür formlarına örnektir (Simmel, 2015, s.55).

Şerif Mardin, kültürün simgesel bir bütünlükte olduğunu ve ülkelerin, milletlerin kendine özgü simgesel kavramların toplamıyla simgesel bütünlük anlamı verebileceğini söylemektedir. Dünya görüşlerinin farklılığı ile kültürlerinde değişeceğinden dolayı kültürü “simgeler sistemi” olarak ele almaktadır. Kültürü tanımlarken ise: “Bir toplumun mevcut örüntüsünü devam ettirmeye yarayan, kısmen esnek fakat normal olarak nispeten yavaş değişen simgeler sistemi” tanımlaması yapmaktadır (Mardin, 1992, ss.101-106).

1.2. Popüler Kültür

Popüler kelimesi, Latince “popularis” ten gelmekte ve “halka ait olan” anlamı taşımaktadır. Bu kelime başta politika ve hukukla ilgiliyken 16.yy'da “aşağı ve alt”

anlamına da gelmeye başlamıştır. 18.yüzyılın sonlarında “çok tutulan” anlamı kullanırken, 19.yy’da “çok beğenilen” anlamında kullanılmıştır. Modern dönemde ise “çok beğenilen” anlamla beraber kasten popülerleşme “hesaplama” anlamı ile popüler olanı beğenilme çabasına gidilmiştir. Williams, popüler kelimesini yüzyıllara göre değişkenliğini gösterirken bu değişimlerin halkın kendisi tarafından değil halka bakılan bakış açısıyla kaleme alındığına dikkat çekmektedir. Halkın kendisinin tanımladığı anlamlar değil, başkaları tarafından tanımlanmış anlamlardır (Williams, 2012, ss.285-286).

Ayas’a göre (2019) “popüler” kelimesi sosyolojik anlamda en basit şekillerde ifade edebilse de, oldukça belirsiz bir konumda durmaktadır. Örneğin popüler müziği “alt sınıflarla” bağdaştırmak doğru görünmemektedir. Köylüler, işçiler ya da orta sınıf gibi kategori edebileceğimiz, toplumsal bir uzlaşım sağlanmış “popülerlik” sözcüğü bulunmamaktadır. Bu yüzden popülerlik durumu kültürel ürünlerin tüketilme süreçlerinde ortaya çıkmaktadır. Tüketenlerin, dinleyicilerin ve kültürel nesnelere bir özelliği değildir (Ayas, 2019, s.206).

Tarihi yüzyıllardır devam eden popüler kültür, dünya uygarlıklarındaki gizli ve genel dinsel törenler arasındaki farklarda, Roma ve Yunan dönemindeki tragedya ile komedi arasındaki farklarda görülmektedir. Löwenthal modern çağa kadar popüler kültürün entelektüel (sanat) ve ahlaki açıdan herhangi bir sorunla çakışmadığını, bu iki alanın anlaşmazlığı ve popüler sanat sorununun, orta sınıfın yükselmesi ve teknolojinin gelişmesiyle başladığını dile getirmektedir. Sanatçılar artık sadece tüketicisi olan yüksek ve zengin sınıfı mutlu etmek zorunluluğunda kalmayıp, genişleyen “popüler” sınıfın taleplerini de yerine getirmeye başlamaktadır (Löwenthal, 2017, s.16).

Löwenthal, popüler kültür teorisi üretmemesine karşın popüler kültürün nerede araştırılıp, dikkat edilebileceğine dair birkaç görüş sunmaktadır. İlki, kitle iletişim araçlarının artması, gelişmesi buna takiben ürünlere yönelik taleplerin artmasıyla, çoğu insanın üretmeye başladığını söylemektedir. Bu üretim anlayışı sanatsal tatminden ziyade, alıcıların ne istediğine ve beraberinde üretkenlerin rekabet halinde olması ya da boş alanları doldurmaya yönelik olmasındadır. İkinci olarak boş alanlar ve rekabete bakmaktan ziyade içeriğe bakmaktır. Dönemden döneme değişebilecek siyasi, toplumsal, teknolojik koşullarla bağlantılı olarak etik ve ahlak ölçütlerinden bağımsız, vasat olana,

doyum alanına ve kaçış alanına eğilmektir. Son olarak ise sanatçıların ve eleştirmenlerin belirli zamanlarda çizdikleri çerçevelerin belirleyiciliği varken, alıcılarında aynı şekilde belli bir standart güdüsü olup olmadığına bakmak gerektiğini söylemektedir (Löwenthal, 2017, ss.21-22).

Hall'a göre popüler kelimesinin birçok anlamı olsa da en yaygını, geniş halk kitlelerinin satın aldığı, dinlediği, tükettiği, okuduğu ve bunları yaparken tamamıyla eğlendiği yerdir. Bu tanımlamayı tamamen bir ticari tanımlama olarak kabul etmektedir. Bu anlamdan tamamen vazgeçmemekle beraber tamamen doğru olmadığını da söylemektedir. Bir yandan halkın birçoğunun kültür endüstrinin bütün ürünlerini tüketip ve zevk aldığından bahsetmek büyük bir kitlenin manipülatif ve alçalmış olduğunu söylemekten geçerken, diğer yandan tamamıyla popüler kültürden, alternatif kültürü ayırt edebilmek cesurca bir harekettir. Bu yüzden popüler kültürü anlamak, kültüre özgü olan kültürel iktidarın “tahakküm ve itaat etme” alanında yatmaktadır (Hall, 2019, ss.352-353).

İkincil olarak Hall popüler kültürü anlamak adına antropolojik tanıma başvurmaktadır. Bu tanıma betimleyici bir tanım olarak nitelendirmektedir. “İnsanların yaptığı ve yapmış olduğu tüm şeylerdir.” Bu tanım halkın gelenekleri, adetleri, töreleri ve kültürleriyle ilgili olsa da insanların şu ana kadar yapılan tüm şeyleri kapsadığı için fazla açıklayıcı bulmaktadır. Sürekli sonsuz genişlemekte olan envantere dayanmaktadır. İnsanların yaptığı her etkinlik bu tanımlamaya girmektedir. Pul koleksiyonculuğundan, güvercin seviciliğe ya da bahçe duvarına çizilmiş uçan ördeklere kadar değişebilmektedir. Bu yüzden bu tanım açıklayıcı olsa da popüler olanı olmayanla nasıl ayırt edebileceğimizi sormaktadır. Bu yüzden popüler ilkesi, seçkin (egemen) kültürün merkeziyle, çevre (periferi)'nin kültürüne ait alan arasındaki karşıtlıklar ve gerilimler arasında yapılmaktadır. Popüler olan ile olmayan kültür alanını bu karşıtlıklar oluşturmaktadır. Dönemden döneme kategorilerin içeriği değişebilmektedir. Bazı popüler formlar kültürel değerler açısından zenginleşir, değeri artabilir, yüksek kültürel alanda kendini bulabilirken bazı şeyler yüksek kültürel değerden çıkabilir ve dönüşerek popüler hale gelebilmektedir. Hall, yukarıda ki “popüler” tanımlar hakkında eksiklikleri dile getirdikten sonra son olarak kendisi üçüncü bir tanıma giderek, ikinci tanımın betimleyici tarafının değerli olanını alıp kendi yaptığı bu üçüncü tanımla yetinmekle kalmaktadır. Bu tanım, toplumsal ve maddi koşulların biçimlerinin özel bir dönemde kökleri belirli olan

sınıflara ait formlara, etkinliklere bakmaktadır. Popüler geleneklerde ve uygulamalarda şekillendiğini söylemektedir. Böylece popüler kültürün, egemen kültür ile “ilişki, etki ve çatışma” halinde olmasıyla “popüler kültür” alanı oluşmaktadır (Hall, 2019, ss.354-356).

Popüler kültür, kitle kültüründe kendini göstermektedir. Kitle kültürü, kapitalizmin imajlarını ve mallarını satan, uluslararası pazarın ihtiyaçlarına göre değişen ve önceden belirlenmiş sunulmuş bir kültürdür. Bu manada popüler kültür, kitle kültüründe daha önce sağlanmış, pazara sunulmuş en popüler olan ürünler ve tüketimlerdir. Popüler kültür, siyasi ve ekonomi alanlarında kalıcılık ve devamlılık sağlayarak popülerliğini sürdürürken; müzik, yeme, içme ve giyim alanında ise sürekli değişen bir devamlılıkla varlığını sürdürmektedir. Örneğin giyim alanında popülerlik her mevsime göre ve modayla yönlendirilebilen bir kültür yaşamıyken, müzikte ise her hafta belirlenen “*Top 40 listesi*” popülerlik alanıdır (Erdoğan, 1999, s.22).

Popüler kültür çok geniş bir alana ve çeşitliliğe sahip olmakla beraber belirli bir paradigma içinde ele alınıp sınırlamalara ve tanımlamalara da gidilmiştir. Erdoğan, popüler kültür tanımlamalarını birkaç başlıca grupta ele alarak genel bir çerçeve sunmaktadır. İlk grubun çerçevesi popüler kültürü aşağı kültür olarak görmektedir. Popüler kültürü, kitle kültürü ile aynı konumda tutmaktadır. Popüler kültür, batının aristokrat üst sınıfı ile karşılaştırılmaktadır. Böylece popüler kültür alt ve aşağı bir konumda olmasıyla beraber medeniyetlerin kendine ait saf kültürünü tehlikeye sokmaktadır. İkinci grubun çerçevesinde popüler kültür, bireysel özgürlükler ve demokratikleşmeyle ilgilidir. Popüler kültür bu durumda eleştirilmemektedir. Tam tersine demokratik çoğunluğunun bir ürünü halinde övülmektedir. Popüler kültürün “*direnış ve mücadeleye*” alanına bakmakta, medya metinlerindeki anlamlandırmaların üstünde durmaktadır. Popüler kültüre dair yapılan üçüncü yaklaşımda ise kültürün inşasında ve mülkiyet ilişkileri bağlamında tanımlamalar getirilmektedir. Üçüncü yaklaşımda kültürün siyasal ekonomi çerçevesinde incelendiği çalışmaların yanı sıra özellikle Frankfurt Okulu’nun başı çektiği kültürel yapı ve biçimsel anlamlandırmaya yönelik yorumlar üzerinde durulmaktadır. 1920’de Frankfurt Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Enstitüsü olarak Almanya’da kurulan okul kitle kültürünü, popüler kültürü, kültürün ticarileşmesi ve standartlaşmasını, popüler kültürün toplum üzerindeki tahakküm etkisi ve alanına yönelik akademik çalışmalar yürütmüşlerdir. Enstitü başkanı Horkheimer tarafından 1937 yılında kaleme alınan “*Geleneksel ve Eleştirel Teori*”

makalesinde modern bilimin 19.yy'da daha özgür gerçekleştirilirken; 20.yy'da bu karakterin değiştiğini ve kapitalizm etkisinde kaldığı ifade edilmektedir. Kapitalizmin toplum üzerindeki etkisini yoksulluk, sömürü ve ekonomi bağlamından çok meta fetişizmi, yabancılaşma gibi kapitalist üretim ürünlerinin karakterine yönelik konular üzerinden ele almaktadır. Tekelci kapitalizm etkisinde bilimin de toplumsal davranışların da özgür olduğu düşünülürken ve bireyler kendi kararları ile hareket ettiklerini zannederken, aslında davranışları ve yaklaşımları sosyal mekânizmalar tarafından manipüle edilerek şekillendirilmektedir. Horkheimer' a göre bu durum postmodern toplumun eksikliği değil, kâr odaklı üretime bağlı yapısının bir sonucudur (Erdoğan, 1999, ss.44-49).

Hayatı anlamlandırmaya dair getirilen tanımların kültürel kalıplarla ifade edilmesi kültür sosyolojisinin çalışma kapsamına girmektedir. Teknik terim olarak popüler kültür de bu kapsamda kültür sosyolojisi çalışmaları ile ele alınmaktadır. Popüler kültür konusundaki çalışmaların önemli kuramcılarında Benjamin "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı" çalışmasında toplumsal yapıyı ve sanat yapıtını teknolojik etkilerin yarattığı değişimler üzerinden okumaktadır. Benjamin'e göre artık özgünlükten söz edilemez. Benjamin kitle kültürüne indirgenen sanat içeriğini "*bayağılaşma*" olarak değil demokratikleşme olarak görmektedir (Köse, 2001, ss.328-330).

Fiske için popüler kültür, endüstrinin bir parçası haline gelip kâr amaçlı metaları oluşturup pazarlarken bir taraftan halk tam anlamıyla endüstri tarafından üretilen ve pazarlanan popüler kültür ürünlerinin hepsini kabul edip tüketmemektedir. Popüler kültüre uydurulan bir ürünün halk tarafından karşılığı her zaman yoktur. Bu yüzden endüstrinin kâr amaçlı mantığı ile halkın çıkarı aynı paralellikte olmayabilmektedir. Endüstri tarafından üretilen metalar halk tarafından da onaylanması gerekmektedir. Bu durumda popüler kültür bir tüketim olgusu değil, toplum tarafından işlenen, şekillenen, sürekli dolaşım içinde olan bir süreçtir. Popüler kültür, edilgen bir biçimde sadece endüstri tarafından belirlenen ürünleri kabul edip kullanıma sokmamaktadır. Halk tarafından üretilmekte ve endüstride halkın ürettiği pratiklerden yararlı ve yararlı olmayı ayırıp, halkın ürettiği popüler oluşumlar kadar sınırlıdır (Fiske, 1999, ss.35-36).

1.3. Kültür Endüstrisi ve Frankfurt Okulu

Günümüzdeki endüstriler altta yatan “tüketim toplumu” oluŐturma çabası altında Şekillenmektedir. Yaşam tarzını “tüketim”e endeksleyen bireyler dikkatsizce tüketim yapmakta ve serbest piyasa ekonomisinin devam etmesine katkıda bulunmaktadır (Kuyucu, 2016, s.204). Sosyal faaliyetlerin sürekli olarak artan ürün ve deneyim yelpazesinin birikimi ve tüketimi etrafında Őekillenmesine yol açan toplumsal tüketimin günlük yaşam üzerindeki etkisi kitlesel kültür çerçevesinde incelenmektedir. Toplumsal yaşamın dokusu, bireyler arası etkileşim bu yeni kültürel temsil biçimleri ile kurulmaktadır. Tüketim, gündelik sıradan hayatları, boş zamanı ve hatta çocukların ve gençlerin gelişme çağlarındaki eylemleri ticarileŐirmiŐtir. Featherstone (1983), 18.yy. Britanya’ında dahi tüketim toplumunun bu ticari temel özelliklerinin var olduğunu ancak günümüzdeki kadar kitlesel bir etki göstermediğini belirtmektedir. 19.yy’da gerçekleşen birtakım deėiŐikliklerle yeni tüketim alanları ile yalnızca seri üretim mallarının miktarı ve eŐitleri artmakla kalmamış, aynı zamanda tüketme deneyimi önem kazanmaya ve dönüŐmeye başlamıştır. Kitlesel tüketimin en önemli kurumlarından biri olarak vurgulanan büyük mağazalar bu yüzyılda ortaya çıkmaktadır (Featherstone, 1983, ss.4-5).

Kapitalist kültürün toplum üzerindeki etkisini anlama, açıklama ve kapitalist kültüre karşı verilen mücadelede Frankfurt Okulu ve temsilcilerinin uzun yıllar verdikleri çaba ve akademik platformda yaptıkları çalışmalar önem arz etmektedir. Okul kapitalist üretim biçimlerinin etkisini Marksist bir çerçevede değerlendirmektedir (Erdoğan, 1999, s.48). Kitle kültürünün toplum üstündeki etkisinin kökeninin tartıŐılmaya baŐlandıėı ilk dönem 17.yy’ a Montaigne ve Pascal’ın çalıŐmalarına kadar uzanmaktadır. Montaigne, bireyin artan toplumsal baskılara karşı uyum geliŐtirmesi adına eğlenceli eylemlerin olumlu bir etkisi olduğunu iddia etmiştir. Pascal ise bu görüŐe ters Şekilde, eğlenceyi bireyin karakterine uymayan aşağı eylemler olarak ifade etmiştir (Löwenthal, 2017, ss.43-50). Popüler kültür veya kitle kültürü araŐtırmalarında temel sorun, toplum dinamiklerinin ayrıŐtırılmasından ziyade toplumun kitlesel bir atomizasyonuna dönüŐtürülmüŐ olmasıdır. Aydınlanmanın Diyalektiği’nde ortaya koyulan “kültür endüstrisi” kuramı ile analizdeki bu temel toplumsal yanlıŐlık çözümlenmeye çalışılmaktadır (Jay, 2001, ss.126-127). Bu konsept Adorno ve Horkheimer ‘a göre kapitalist sistemin merkezindedir. Değişim değerine sahip olan kültür kapitalist sistemin

merkezinde alınıp satılabilen bir kâr aracına dönüşmektedir. Bu metalaştırma Frankfurt Okulu düşünürlerine göre kültürün üretiminin ve üretilen kültürün gündelik pratiklere yansımalarının zamanla artmasına ve yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Kuyucu, 2016, s.191).

İlk metinlerinde kitle kültürü terimini tercih eden Adorno ve Horkheimer (2014), daha sonra kitle kültürü yerine kültür endüstrisini kullanmayı ideolojik nedenlerle gerekli görmüşlerdir. Aydınlanmanın Diyalektiği kitabında kitle kültürü yerine kültür endüstrisi ifadesini tercih nedenleri açıklanmaktadır. Kitle kültürü, kitlenin kendi oluşturduğu halka ait sanat ve kültürün ifadesi olarak yorumlanması ihtimaline karşılık olarak, endüstriyel dayatmayı ifade etmek için kültür endüstrisi ifadesi kullanılmaktadır. Adorno bu durumu:

...endüstri" teriminin ilk anlamında alınmaması yerinde olur. Bu terim doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel malın standardizasyonunu... ..ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesini anlatmak amacıyla kullanılmaktadır. Kültür endüstrisindeki teknik kavramı, sanat eserlerindeki teknikle sadece ad bakımından benzerdir. Sanat eserlerinde teknik, bizzat nesnenin iç örgütlenmesi, özgün içsel mantığıyla örgütlenmesiyle ilgilidir. Kültür endüstrisindeki teknik ise tam aksine, başlangıçtan itibaren dağıtım ve mekanik yeniden üretimle ilgilidir ve bu yüzden daima nesnesine dışsal kalır (Adorno, 2003, ss.78-79).

ifadeleriyle açıklamaktadır. Kitle kültürü terimi yerine kültür endüstrisi terimini gerekli gören Adorno ve Horkheimer için asıl vurgulamak istedikleri nokta endüstri kavramıdır. Onlara göre kültür endüstrisi ile üretim bandı endüstrisinin seri üretimi amaçlayan nitelikleri açısından farkları bulunmamaktadır. Sanayi Devrimi'yle birlikte yeni endüstri toplumu oluşmuştur (Akkol, 2018, s.118). Oluşan endüstri toplumunda neredeyse her şey endüstriyel sürecin bir parçasına eklenmektedir. Bu eklenme toplumsal kurum ve olguları da şekillendirmektedir (Featherstone, 1996, s.144).

Frankfurt Okulu'nun başlıca eserlerinden biri olan, Adorno ve Horkheimer (2014) tarafından kaleme alınan Aydınlanmanın Diyalektiği eserinin önemli bölümlerinden biri Kültür Endüstrisi – Kitlelerin Aldanışı Olarak Aydınlanma bölümüdür. Burada Adorno ve Horkheimer günümüzde kültürün her şeyi aynılaştırdığını söylemektedirler. Bu aynılaşmayı “benzerlik bulaştırma” olarak tabir etmektedirler. Onlara göre iletişim araçları bir sistem oluşturur. Bu sistem içerisinde karşıtlıklar bile benzer ritimle ilan edilirler. Bu yalnızca bulaşan benzerlik değil, kentsel planlama projelerinin bile artık

bireyi sermaye erkinin boyunduruğuna sokacak şekilde yalıtıldığını belirtmektedirler. Kültürün makro ve mikro düzeyde aynışması, özdeşleşmesi tekel tarafından üretilen koşullar içerisinde belirlemektedir. Adorno ve Horkheimer (2014)'a göre koşulları elinde tutanlar bu tekelleşmeyi gizleme kaygısı taşımamaktadır. Hakikat, üretilen anlamsızlığın meşrulaştırılmasında kullanılan bir ideolojiye dönüşmüştür. Endüstrinin gelirleri ya da büyüklüğü ile gerekliliğinin sorgulanmasının önü kesilir, kuşku yok edilmektedir. Standartlaşmanın nedenini tüketici gereksinimi olarak sunulmakta ve bu neden toplum tarafından kabul görmektedir. Bu kabul görmeyi ise toplumun kendisine yabancılaşmasının bir sonucu olarak ifade etmektedirler. Kapitalizm-sonrasının mekânîk kültür üretimi, kapitalizm-öncesini “organik” olarak nitelendirilmektedir (Adorno & Horkheimer, 2014, ss.162-165). Bahsedilen endüstriyel aygıtların kontrolü toplumun büyük kısmını edilgen hale getirmekte ve yönetimini kolaylaştırmaktadır. İnsanlar kendi tercihlerini yaptıklarını düşünürken aslında kültür endüstrisi tarafından sunulan ürünler ve düşüncelerle, yaşam tarzı ile yapay bir mutluluk içindedirler (Kuyucu, 2016, s.195).

Planlı biçimde üretilen ürünler yüksek sanat ve düşük sanatın sistematik şekilde birleşimine neden olmaktadır. Yüksek sanatın metalaşım dolaşıma sokulması ile ciddiyeti ortadan kaldırılmaktadır; düşük sanatın ise yapısındaki direniş sistematize edilerek uygarlaştırıcı dizginleme yoluyla yok edilmektedir. Müşteri konumundaki tüketici her ne kadar endüstri tarafından birincil özne imajı verilse de ikincil durumdaki nesne konumuna indirgenmektedir (Adorno, 2003, ss. 76-77). Günümüzün kapitalist toplumları, kültür biçimleri her biri birer emtia olacak şekilde kültür endüstrisi tarafından üretilmektedir. Pazar tüketimi ve para getirisi için üretilen kültür, bir takas değerine sahiptir. Üretilme nedeni şirketlerin kâr getirisini sağlamaktır. Bu biçimde bir metalaşım toplumun her yerine yansımakta ve gün geçtikçe de etkisini yaygın şekilde artırmaktadır. Bu durum kültürel ürünleri standartlaştırmakta ve bu standartlaşmanın bir etkisi olarak da ürünü tüketen bireylerin edilgenleşmesine neden olmaktadır (Kuyucu, 2016, s.191).

Gündelik kaygı ve uğraşlarının arasında sanat artık insanların hayatlarını anlamlandırmasından, sorunsallaştırmaktan çok tüm bunların yükünden kurtarmaktadır. Üretim teknolojisi ile sanat yapıtı gelenek katmanından ayrılmakta ve eşsiz varlığı yerine kitlesel standart bir varlık koyulmaktadır. Bu yeniden üretilen kültür tüketicinin elinin altında olmakta ve dolaşıma sokulmaktadır (Benjamin, 2015, s.16). Adorno'da aynı şekilde en önemli eleştirilerinden birisini kültür endüstrisinin gerçekliğinin

içini bile isteye boşaltıyor oluşuna yapmaktadır. Bu eleştirisini Marx'ın meta-fetişizmi ile ilgili analiziyle bir zemine oturtmaktadır (Adorno, 1985, s.278). Adorno'ya göre sanat da bu metalaşmadan, piyasaya dair üretimden nasibini almaktadır. Sanat ürünleri üretim sürecinin en başında piyasa için üretilmekte olan uydurma şeyler olarak ifade edilmektedir. Sanatın reklamdaki farkı kalmamakta, pazarda para getirisi için üretilmektedir (Jay, 2001, ss.166-167).

Köse (2001)'ye göre kitle kültürü var olan gerçeklik içerisinde konumlanmakta ve bu durum hayal gücünü yok etmektedir. Zayıflatılmış hatta yok edilmiş hayal gücü tüketiciyi pasifize eder ve iktidarsızlaştırır. Adorno'nun popüler kültür üretimine dair geliştirdiği taslak "standartlaştırma" öngörüsüyle başlar. Yani teknik dağıtım kanalları, sürekli reklamlar ile gerçek olmayan bireycilik oluşturulmaktadır. Kültürel ve sanatsal ürünlerin kendi tarihsel bağlamından koparılıp yeniden sunulması işlemi, söz konusu ürünlerin metalaşmasıyla sonuçlanmıştır. İstenen özgünlük ve yaratıcılığın gelişmesi önünde büyük bir engel oluşturmuştur. Özetle Frankfurt Okulu düşünürlerinin kültürel ve sanatsal ürünlerin kitlesel üretimine yönelttikleri eleştirilerin kaynağında, özgünlük ve yaratıcılık kavramlarının baltalanması ve bireysel düzlemde yeterince gelişme olanağı bulamayan bir farklılık talebinin sektöre uğraması yatmaktadır. Frankfurt Okulu düşünürleri, kitle iletişim araçları ile sunulan kültürel içeriklerin (örneğin müzik), toplumsal düzeyde yarattığı standartlaştırıcı etkinin yanı sıra politik bir amaca hizmet eden hâkim ideolojinin kitle iletişim araçlarını kültürü belirlemede kullandıklarına dikkat çekmektedir (Köse, 2001, ss.330-334).

Benjamin sanat endüstrisi ve toplulukların algılarının değişiminden de bahsetmektedir. Kitlelerin gerçeklikle kurduğu ilişki onların düşünsel ve algısal edimlerini etkilemekte, önem arz etmektedir. Benjamin (2015)'e göre kültür nesnesinin benzersizliği geleneksel bağlamla kurduğu ilişki kaynaklıdır. Geleneksel olarak tapınma amacı ile üretilen resim ve heykellerden sonra fotoğraf teknolojisi ve yol açtığı kültür ile "sergi değeri ilk kez tapınma değerine karşı üstün gelmektedir." (Benjamin, 2015, s.26). Sanatçılar işlerinde estetik uzmanı olarak görülmeye başlamıştır. Bu durum sanatçıya ve üretim sürecine zarar vermektedir (Adorno & Horkheimer, 2014, s.178).

Frankfurt Okulu'nun kitle kültürüne yönelik tutumu, en iyi, önce sanat ve kültürün toplumda yerine getirdiği düşünülen işleve bakıldığında anlaşılabilir. Geleneksel

olarak Marksistler, sanatı üst yapının, mevcut ekonomik koşulların ürünü olan entelektüel yapının bir parçası olarak görmektedir. Eleştirel Teori, popüler kültürü esasen bir pazara yönelik metalar üreten bir endüstri olarak ele almaktadır. Herhangi bir endüstri gibi, ekonomik temelin bir parçası haline gelmektedir. Popüler kültür, entelektüel bir sonuç olarak değil, üretim sürecinin bir parçası olarak endüstriyel kapitalist toplumun tüm çelişkileriyle yüklenmektedir (Schuetz, 1989, s.4).

Araçlar kültürel pratikleri etkilemektedir. Örnek olarak telefon ve radyonun kültür üstündeki rolünü vermektedirler. Telefon “liberal” biçimde insanları özne konumuna getirirken, radyonun toplumla ilişkisi ise daha demokratik yollardan, her dinleyicinin kendi tercihi gibi benzer programları farklı kanallar ile sunmaktadır. Örneğin çeşitli dergilerde yer verilen konular birbirinden çok da farklılık içermez, aksine farklı içerik sunmaktan çok tüketicilerin sınıflandırılmasını sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları gerçeklik duygumuzu sarsmanın yanında bireyleri bilgi bombardımanına tutmaktadır. Endüstri kültürü, oluşturan normları daha toplumla buluşmadan filtrelemiş, biçimlendirmiş, soğurmuş ve yönlendirmiştir (Adorno, 2014, ss.164-165).

1.4. Müzik

Müziğin kesin bir tanımı olmasa da, kavrayabilme ve anlamlandırma açısından birçok kez farklı tanımlamalar getirilmiştir. Bu tanımlamaları en basit şekilde “Nasıl oluşur?” ve “Nedir?” olarak ikiye ayırmak mümkündür. “Nasıl oluşur?” sorusu birbirine yakınlık gösterse de müziğin “Ne?” olduğuna dair tanımlamalar değişebilmektedir.

Terim olarak müzik, yunanca “musike” kelimesinden gelmektedir. Müziğin varlığı ise, insanlar tarafından sesi anlatım şekline dönüştürmesiyle başlamıştır (Say, 1997, s.17). Müziğe dair ilk düşünceler ise Pythagoras ve Konfüçyüs tarafından söylenmiştir. Müziğin insanlarda nasıl bir izlenim, etkileşim, duygu bıraktığını anlamaya çalışıp ve bu yolu izleyip müziğin doğasını kavramak istemişlerdir. Daha sonra Klasik Yunan felsefesinde günümüze kadar müzik, farklı biçimlerde inceleme alanımıza girmiştir. Bazı düşünürler, eğitim alanını, toplumsal yanını, işlevini açıklamaya çalışarak müziği tanımlarken, diğerleri de üretim, yaratı süreçlerini, müziğin kendi özgün yapısını ve eserlerin gücünü temel alarak açıklamaya çalışmıştır. Böylece müzik, bilim ve sanatın içinde yer etmiş ve bu anlayışlar üzerinden tanımlamalar ortaya çıkmıştır (Kaplan, 2008, ss.17-18).

Müziğin tanımı çağlara göre değişmekte, toplumlarda farklı anlamlara gelmekte ve kültürlere göre farklılık göstermektedir. Ortak paydada ise fiziksel bir hadise olan seslerden oluşmaktadır. Seslerin müzik olarak tanımlanabilmesiyle toplumsal anlaşmaya bağlıdır. Böylece müzik hakkında oluşan tanımlar müzik severlerden müzik icracılarına, müzik eğitimcilerinden bestecilere ve müzik bilimcilerine kadar farklılık gösterebilmektedir (Erol, 2018, ss.11-12).

Finkelstein'e göre müzik, teknik anlamda ses tınılarının ve ritmin birleşmesiyle ortaya çıkan seslerin tümüdür. Aynı zamanda müzik, insan sesinin, kulağının ve diğer seslerin daha zengin ve karmaşık bir şekilde düzenlenmesine izin veren, böylece insanların müzik çalgıları yapımlarıyla, insan seslerinin ve duyularının gelişmesini sağlayan bir bütündür. Bu tanım müziğin nasıl oluştuğuna cevap verse de müziğin sadece bir merak değil bir coşku ile toplumlar tarafından anlamlandırıldığını da söylemektedir. Bu yüzden müzik insanidir. Ortaklaşa yapılır, insanların kazanımlarıyla, ilişkileriyle ilgilidir. Tonlamalar ve vurgularla her zaman kendi döneminde coşkuyla anlam kazanmaktadır (Finkelstein, 1986, ss.15-16).

Soykan'a göre, müzik en gerçek sanattır. Tonlardan ve tınılardan oluşmakla birlikte bir algılama sanatıdır. Beraberinde müziğin yapısını üç kategoride ele alır. Bu kategoriler: Ritmik, ezgisel ve armoniktir. Müziği ise “aşağı müzik” ve “yüksek müzik” olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Eğer müzik sadece ritmikse, ezgi ve armoniden yoksunsa aşağı müziktir. Ritmikle beraber ezgisel ya da yukarıda bahsettiğimiz üç kategori beraber ise yüksek müziktir. Soykan için ritmik müzik, sadece bedene hitap etmekte ve aşağı müzik konumunda durmaktadır. Hatta müziğin sadece yüksek müzikten oluştuğunu böyle bir ayrıma gerek olmadığını, ruha da hitap etmesi gerektiğini dile getirmektedir. Böylece müzik; ritmik, ezgisel veya ritmik, ezgisel ve armoniklerden oluşması gerekmektedir. Aşağı müziğin, müzik beğenileri düşük toplumlarda bulunduğunu söylemektedir. Yüksek müzik için ise, sadece algılamak ve hoşlanmak yeterli değildir. Bunlara ek olarak estetik beğeninde olması gerektiğini söylemektedir. Soykan, “aşağı”, “yukarı” ayrımını yaparken sanatsal açıdan değil, müziğin olgusal olarak yukarıda bahsedilen biçimde olması gerektiğinden dolayı bu ayrımlara gitmiştir (Soykan, 2012, ss.30-32).

Müziği tanımlamak ya da ne olduğunu söylemek, kültürel bir durumdur. Dinleyenler, araştıranlar ve icra edenler için müzik tanımı bu yüzden farklılık, çeşitlilik

göstermektedir. Batılı sanat anlayışını benimseyenler için müzik; bir ses sanatıyken ve melodi, ritim, armoniyle ilişkili olmasının yanında duygu, düşünceleri yansıtmalıyken, farklı toplumlarda müziğin tanımı değişebilmektedir. Örneğin Fildişi sahillerinde yaşayan Yakubalar için müzik dendiğinde içine dans ve şiir kategorisi de girmektedir. Yakubalar, batılı toplumlar ve bizim toplumumuzdaki gibi dans ve şiiri ayrı bir kategoriye koymamaktadırlar (Erol, 2017, ss.72-74). Müzik teriminin tamamen batılı anlamdaki gibi ayırt edici özelliği olmadığı, müzik denilince akla dansların, törenlerin ve diğer kültür pratiklerinin beraber yapıldığı Afrika toplulukları bu açıdan önemlidir. Bu tarz topluluklarda müzik, kültür pratikleri ile iç içedir. Toplumsal ve kültürel etkinliklerden ayrı düşünülmemektedir (Erol, 2018, ss.19-20). Görüldüğü üzere müziğin ne olduğu, algılanış ve anlama biçimi kültürden kültüre değişebilmekte ve net bir evrensel müzik tanımı yapmak mümkün görünmemektedir.

Müzik, toplumların içinde bireyler tarafından, toplumun dili ve yapısına göre üretilip anlam kazanmaktadır. Bu yapılar sosyal örüntülerde veya ritüellerin içinde görünmekle beraber bireysel hazzın, estetiğin alanında da var olmaktadır (Şahin, 2008, s.274). Müzik, varoluşumuzla özdeşleşmiş ve bizler tarafından tarzımıza, yaşantımıza göre değiştirilmiştir. Herhangi bir iletişim biçimiyle özdeşleşmeyen, kendine özgü olan, insanlara bütün duyguları farklı zamanlarda farklı anlarda yaşatabilecek bir güce sahip olmuştur. İcra edenine, dinleyicisine, yaratıcısına farklı deneyimler yaşatabilmektedir (Lull, 2000, s.11).

Attali, dünya yaşamını yüzyıllardır bilimsel açıdan görmek ya da incelemek yerine duymak gerektiğini söylemektedir. Hayat gürültülerle doludur. Müzikte bu gürültüler içinde bir yerdedir. Her şeyden önce dil kadar eski ve ilk başta dini ritüellerin bir parçasıdır. Daha sonra müziğin kendisi başlı başlına soyutlanmıştır. Sanatın içine dahil olmuş ve soyutlanmış haliyle müziğe özgü mekânlar yapılmıştır. Ürün haline gelip kazanç elde edilmiş ve gerçek anlamda müziği dinlemeyip, duymadan gösteriş alanına çevirmişlerdir. Böylece müzik üzerine açıklamalar yapmak zorlaşmıştır. Bu söylemler üzerinden Attali, müziğe dışarıdan bir gözle düşünmeyi seçmeyip, müzikle beraber düşünmeyi seçerek, müziği açıklamaya çalışmıştır (Attali, 2014, ss.13-15). “Müzik hem saf bir teori, sosyal bir ifade biçimi ve süre, hem de kendini aşma ve oyalanma, dua ve ticarettir. (Anlaşılmaz) bilgi, (değiş tokuş edilebilir) madde ve (gizemli) zamandır.” (2014, s.19). Attali bu tanımı yaparken bilimsel, sanatsal, kültürel ve dinsel açıdan

değerlendirip dile getirir. Müziğe yapılmış tanımın bütünü bunun bir göstergesidir. Müzik artık kendisiyle ve her şeyle ilgili hale gelmiştir.

1.5. Popüler Müzik

Popüler müzik en genel anlamda popüler olan müziktir. Wall, Raymond Williams'ın "Anahtar Sözcükler" kitabındaki "Popular" kelimesinin genel yaygın üç kullanımından esinlenerek üç farklı popüler müzik tanımlamasına gitmiştir. Wall'a göre popüler müzik en çok dinlenen, en çok izlenen, hayran kitleleri fazla olanlarla ilgilidir. Karmaşık müzikten zevk almayan, hoşlanmayan, eleştiri veya yorum yapmayan kişiler tarafından dinlenmektedir. Son olarak ise olumlayıcı anlamda belirli bir kimliğe özgü sahnelerin, müzik türlerinin yapıldığı ve beğenildiği aynı zamanda kendilerini ayırttığı anlamlarla açıklanmaktadır. Popüler müzik tanımı ise onu nasıl tanımladığımızla ilgili olmakla beraber süreçlerle ifade edilmesi gerekmektedir. Bu süreçler dinlediğimiz, eğlendiğimiz, konserlere gittiğimiz mekânlarda, müzik üreticileri, dağıtıcıları ve medya kuruluşlarında ya da kendi kültürümüzün kurumlarında gerçekleşmektedir. Süreçlerin çeşitliliği, tanımında değişmesine neden olmaktadır. Bu yüzden popüler müzik tanımı neyi ele alarak inceleyeceğimize göre değişebilmektedir. Bu sebeple Wall, yukarıda bahsedilen süreçlerle birlikte net bir tanım yapmaktan çekinmektedir. Tekno müzikten, dünya müziğine kadar çeşitli müzik tarzlarının popüler müzik sınıflandırmasına girebileceğini söylemektedir (Wall, 2003, s.2).

Popüler müziğin sağlıklı bir tanımı için hem müzikal süreçlere hem de sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özelliklere bakmak gerekmektedir. Popüler müziklerin, çalma ve söyleme üslubundan, tarz oluşturmaya ve etkilemeye aynı zamanda politik bir duruştan ya da endüstri tarafından yatırım yapılan ticari bir ürüne kadar çeşitli dinamikleri bulunmaktadır. Bu yüzden popüler müzikte, müzik yapma yaratıcılığı ve müziğin ticarileşmesi arasında bir çatışma bulunmaktadır. Bu durum müziğin popüler olup olmaması çelişmesini göstermektedir. Örneğin rock müzik ve pop müzik ayrımındaki bazı dinamikler buna örnektir. Her ne kadar iki müzik türü de popüler müziğin içinde yer alsada, rock müzik daha bireysel, estetikdir. Ticari anlayışa karşı bir görüşten dolayı kendini pop müzikten ayırmaktadır. Pop müziğin ise ana akım olmasında herhangi bir sorun bulunmamaktadır. Bununla birlikte rock müzik her ne kadar kültürel sermaye içinde ideolojik olarak kendini ayrı bir konumda tutsa da aynı zamanda ticari bir pazarın içinde

yer almaktadır. Bu sebeple müzikte neyin popüler olup neyin olmadığı ayrımı ve tanımı yetersiz hale gelmektedir (Shuker, 2001, ss.7-8).

Popüler müziği bir iletişim biçimi olarak gören Lull (2000), müziğin kültürel, sosyal ve teknolojik etkinlikler içinde yaşadığını dile getirmektedir. Müziğin yapısı ya da içinde taşıdığı anlamdan ziyade insan ilişkilerinin içinde ötekileştirilebilir, benimsenebilir ve yönlendirilebilir. Müzik endüstrisinin, tüketicilerin müzik seçimlerinin veya toplumların sosyal, sivil yapılarına özgü ayırt edici özelliklerini anlamamızda rol oynayabilir (Lull, 2000, ss.12-13).

Popüler müziğin iç yapıları sosyolojik, ekonomik ve teknolojik bağlamda değişmektedir. Popüler müziği anlamak için bu üç unsurdan yararlanılması gerekmektedir. Herhangi unsurun eksik olması popüler müziğin iç ve karmaşık yapısını anlamada yetersiz kalabilmektedir. Teknolojik gelişmeler bu açıdan önemlidir. Teknoloji, popüler müziği üretmek, dağıtmak ve tüketmek üzerine gelişmelerini sürdürürken, aynı zamanda dönemin yapısına ve kültürüne göre kendisini kurumsal hale getirmektedir. Teknolojik gelişmeler şirketlere para kazandırırken, sosyal ilişkilerden yararlanan bir etkileme biçimi yaratarak bütün bu süreçlerin içinde rol oynamaktadır (Lull, 2000, s.12). Ekonomik durum, nesil farklılıkları, etnik kökenler ve cinsiyet rolleri yeni müzik kültürleri inşa etmiş, müziğin popüler hale gelmesinde önemli rol oynamıştır. Beraberinde teknolojik gelişmelerde paralel şekilde aynı dönemde gelişmiş ve kendini sosyolojik, ekonomik değişimlere uyum sağlayıp popüler müziğin üretiminde, dağıtımında, tüketiminde rol oynamıştır. Böylece popüler müziğin alanının oluşmasında belirleyici rol oynayan teknolojik gelişmelerden kitle iletişim araçları, popüler müziğin oluşmasında, üretiminde ve dağıtımının yanında, popüler müzikleri canlı müzik dinleyicilerden çok daha fazla kitleye ulaştırmıştır (Wall, 2003, s.38-49).

Shuker (2001), popüler müziğe kültürel bir analizle eğilerek altı farklı temel yaklaşım belirlemiştir: İlki yüksek müzik ve popüler müzik ayrımıdır. Yüksek kültürde tek gerçek kültür sanattır. Kitle kültürünün karşısında seçkin bir azınlıktır. Yüksek kültürün kendisi, Rönesans sanatının ve on dokuzuncu yüzyıl romanlarının içinde yatmaktadır. Popüler kültür ve popüler müzik, yüksek kültür içinde bir estetik anlayışa sahip değildir. Popüler müzik ve popüler kültürün içinde estetik anlayışı aransa da

genellikle bir genelleme söz konusudur. Yüksek kültür gibi karmaşık konular, özgüllük ve öznel varoluşlar gibi durumlar söz konusu değildir.

İkincisi Frankfurt okulunun popüler müziğe yaklaşımıdır. Genel manada Frankfurt Okulu yüksek kültürle ortak noktaları olsa da kapitalist üretimle ilgilenmektedir. Kapitalist üretim, kültürü eleştirel düşünceden ve karşıtlıktan yoksun bırakmaktadır. Müzik üzerinden gidecek olursak ise kapitalist üretim, müzikleri standart hale getirmektedir. Standartlaşma ise kültür endüstrisi tarafından belirlenmektedir.

Üçüncü yaklaşım ise politik bir ekonomi olarak müziktir. Politik ekonomi yaklaşımında asıl olan kitle iletişim araçları üreticilerinin, kapitalizmin mantığıyla yönlendirilen, maksimum kâr amacı güden endüstriyel kurumları oluşturmalarıdır. Bu kurumların az sayıda insanın elinde olması ve birçoğunun Amerika Birleşik Devletlerinde olması ideolojik bir güç sorununu da beraberinde getirmektedir. Yönetme, gütmeye ve sansürleme gibi eylemlerle müziği kendi çıkarları için kullanmaktadırlar. Buna karşın alt kültürlerde, sembolik isyanların ortaya çıkışı gibi durumlarla karşılık vermektedir. Bu karşıt alt kültürlerin oluşmasıysa radikal bir politik ekonomik kapitalizmin düşünülmemeyeceği yönündedir.

Dördüncü yaklaşım, popüler kültür ve medyayla ilgili yapısalcı yaklaşımlardır. Bu yaklaşım sözlü, görsel ve işitsel dillerin yapısının nasıl ideolojik anlamlar ürettiğine eğilmektedir. Bu tarz çalışmalar öncelikle göstergebilimle ilgili olmasıyla birlikte müzikoloji içinde de değerlendirmek mümkündür. Müzikolojiden kastedilen ise melodi, ritim, armoni gibi müziğin biçimsel özellikleridir. Popüler müzik eleştirmenleri ise müziği, biçimden ziyade sosyal bir olgu olarak ele almaktadır. Bu yüzden klasik müzikologlar müziği bir sosyal bir olgudan bağımsız incelemekle beraber popüler müziğin beden, duygu müziğiyle ilgili olduğunu atlayıp çalışmalarını biçim üzerinden devam ettirmektedir. Sonuç olarak popüler müzik incelemelerine hem müziğin kendine özgün biçimiyle hem de çeşitli sosyolojik yaklaşımlarla bakmak gerekmektedir. Bu gereklilikte yapısalcı yaklaşımla mümkün hale gelmektedir.

Beşinci yaklaşım popüler müziğin pasif bir alımlama yerine aktif bir süreç içinde olduğudur. Bu durum popüler müziğin, muhalif siyasetin içinde olanlar ve müzik endüstrisinin çelişkileri ve gerilimleri vurgulayanlar tarafından oluşmaktadır. Bu tarz bir yaklaşımın kaynağı popüler kültüre inceleyen “kültürcü” bakış açısıyla ilgilidir. Kültürcü

bakış açısı Gramsci'nin "ideolojik hegemonya" fikrinden yola çıkarak oluşmuştur. Yönetici sınıf, farklı kurumlar (kültür, popüler kültür, okullar, din, kitle iletişim araçları, hukuk) aracılığıyla popülerlik alanında bir anlaşma sağlamakta ve böylece egemenliklerini devam ettirmektedir. Hegemonya bu durumda mevcut olan güç ilişkilerini ve toplumsal düzenlemeleri gizlemektedir. Belirli görüşler, kurallar doğal ve evrenselmiş gibi inşa edilmektedir. Popüler medya bu konumda önemli rol oynamaktadır. Popüler müzikte böylece plak şirketleri sahipleri, kitle iletişim araçları tarafından sürekli ve yeniden oluşmaktadır.

Altıncı ve son yaklaşım ise postmodernizmle ilgilidir. Postmodernizm, sanat ile piyasayı, yüksek kültür ile düşük kültürü ya da estetik olan ile ticari olanı bulanıklaştırmaktadır. Beraberinde postmodernizm net bir doğası olmamasının yanında "postmodern" teriminin net bir tanımı ve tutarlılığı da bulunmamaktadır. Postmodernizmin ise popüler müziğe uygulanmasını iki yönelimle açıklamak mümkündür: İlki pastiş, eklektizmle ilgili verilerin artmasıyla, ikinci ise kültürel kaynaşmalarının artması ve rock müzikteki yüksek ve düşük kültür tipinin çökmesiyle açıklanmaktadır.

Sonuç olarak popüler müziği anlamak için eleştirel medya, mevcut durumdaki politik ekonomi ve kültürelci alana bakmak gerekmektedir. Kültürel Çalışmalar okulunun izinden giden Shuker'e göre, kültürler "tahakküm ve itaat etme" koşulları altında yeniden ve sürekli olarak nasıl düzenleniyorsa, popüler müzik de müzik endüstrisi, teknolojik gelişmeler, müzik üreticileri ve müzikal metinlerin doğası tarafından düzenlenmektedir. Müzik dinleyicilerini ve onların tüketim tarzlarını etkilemektedir (Shuker, 2001, ss.17-25).

1.5.1. Popüler Müzik ve Adorno

Müzik, tarihsel sürecinde geldiği noktada bugün yalnızca eğlence sektörünün endüstriyel araçlarından biri değil, tüketim toplumunun toplumu domine etmede yararlandığı en önemli unsurlarından biri haline dönüşmektedir (Kuyucu, 2016, s.205). Adorno, müziği felsefi bir çerçeveden ele almış ve toplumla olan ilişkisini sosyolojik bir zeminde açıklamaya çalışmıştır. Sosyolojik literatüre kazandırdığı kültür endüstrisi ve negatif diyalektik gibi kavramlara ek olarak yüksek ve basit (vulgar) sanat gibi kavramları da müzik sosyolojisine kazandırmıştır. Bireyin algısı ve beğenisi yaşadığı toplum

içerisinde şekillenmektedir (Akkol, 2018, ss. 113-114). Bu toplumsal etki müziğin oluşum şartlarını da belirlemektedir. Standartlaşan ve niteliğini kaybeden müziği tartışma zeminine taşıyan ilk isim Frankfurt Okulu'nun önemli temsilcilerinden Adorno'dur. Bu standartlaşmayı iki başlıkta inceler; standartlaşmış müzik "popüler müzik" olarak ele alınırken, standartlaşmaya karşı direnen müziği ise "ciddi müzik" olarak nitelemektedir. Theodor W. Adorno'nun popüler müzik analizi temelde bu ayrımın karşılaştırılmasına dayanmaktadır (Kuyucu, 2016, s.190).

Ciddi müziğin anlaşılması müziğe bütünsel yaklaşmayı gerektirmektedir. Müziğin bütününe deneyimlenmesi büyük bir çaba ve odak gerektirmektedir. Popüler müzikte ise bütünden ziyade parçalar vurgulanmaktadır. Müzik bütünsel olarak dinlenmeye, algılanmaya ihtiyaç duyulmamakta ve standardizasyonu sonucu az bir çaba ile bile kavranabilmektedir. Ciddi müzik bilinç üzerinde ne kadar anımsatıcı etkiler oluşturuyorsa, popüler müzik de aksine sosyal bilince uyutucu etki yapmaktadır (Kızılcılık, 2008, ss.335-336). Ciddi müzikte de popüler müzikte olduğu gibi birbirinin yerini alabilen ve basmakalıp yapılar bulunmaktadır. Bu durum müziğin anlaşılabilmesini sağlamaktadır. Müzik üretiminde ise dinleyiciye bir bütün olarak anlaşılması olanaksız birbiri ile ilişkisiz kopuk, birbirini taklit eden besteler üretilmektedir (Jay, 2001, s.168).

Popüler müzikteki standartlaşma hali hazırda standart tepki verilmesini amaçlamaktadır. Şematik yapı dinleyiciye dinleme nesnesine dair direktifler vermektedir. Adorno, popüler müziğin piyasaya sunulduğunda endüstriyel bir yöntem kullanıldığını söylese de tam olarak endüstrileşmemiş olduğunu belirtmektedir. Müziğin standartlaşması, üretim bandında üretilen ürünlerin standartlaşmasından daha farklı bir "yapısal standardizasyon" ile gerçekleşmektedir. Popüler müzik üretiminde standartlaşma, üretilen bir parçanın başarıyı yakalaması sonucu onun en başarılı bölümlerinin taklidiyle gerçekleşen bir standardizasyondur ve sonuç olarak bu standartlaşmayı mükemmelleştirmektedir. Adorno belirli standart bir örnek teşkil eden müziğin ardından üretilen ürünlerin (popüler müzikleri) kendine ait bir yapısı olmadığını belirtmektedir. Popüler müziğin, dinleyici dikkatini kendisine çekebilme ve yapısının "doğal" olduğu yönünde dinleyiciyi ikna etmek olarak ifade edilebilecek bu iki temel özelliği bulunmaktadır (Adorno, 1998, ss.201-202).

Adorno, “Müziğin Sosyal Durumu Üzerine” yazısında, kitle kültürünün formlarıyla popüler müziği eleştirmektedir. Müziğin ve icrasının fetişleştirildiği; müziğin üretimi ve alımlanmasında değişim değerinin (exchange value) kullanım değerinden (use value) daha baskın olduğu yollarını analiz etmekte ve işaret etmektedir. Değişim değerinin kullanım değerinden daha baskın olması, kapitalizmin bir zamanlar ticari kaygılara dirençli olan yaşam unsurlarını kontrol altına aldığını göstermektedir (Kellner, 1989, ss.124-126). Phonograph ile müzik kaydedilebilir olmaya başlamıştır. Kaydedilmesi ve tekrar oynatılabilmesi müziğin metalaşmasına neden olmuştur (Taylor, 2007). Fetiş hale getirilen ses, enstrüman vb. müzik öğeleri anlam kazanabilecekleri her türlü işlevden koparılmaktadırlar. Bu kopmalar popüler müzik ve tüketicisinin birbirine tamamen yabancılaşmasına neden olmaktadır. Makalenin ilerleyen kısmında Adorno, yabancılaşmaya ve meta fetişizmine dair konser için alınan bilet örneğini vermektedir. Kişi konseri beğenerek değil, yalnızca konsere bilet alarak kendisini tanımadan meta fetişizmi içerisinde nesneleştirmektedir (Adorno, 1985, ss.278-279).

Popüler müzik tüketimi sırasında endüstri birtakım zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Tüketicinin dikkatini çekebilmek bunlardan biri olarak belirtilmektedir. Pop müzik endüstrisi buna karşın çok da bilindik olmayan melodiler ve sözler ile ancak standart kalıptan fazla uzaklaşmayarak dinleyicinin kendini rahat hissetmesine yönelik eserler üretmektedir (Adorno, 1998, s.206).

Popüler müzik üretiminin bireysel zanaat unsurlarından henüz tamamen kopmayı müzik üretimi ve tüketiminin standardizasyonunun gizlenmesi için yapay bir çözüm üretilmesine yönelik ihtiyacı ortadan kaldırmaktadır. Adorno (1998) müziğin metalaşma sürecinde önemli unsurlardan birini sahte-bireyselleşme olarak belirtmektedir. Sahte-bireyselleşmede özgür seçim yanılıgısına sokulan bireyler farklı beğeni ve bireysel iradeye dayalı yanılıgılara sokulmaktadırlar. Özne konumundaki metalar, bireylerin kendilerini meşgul edip eğlendirmesi için özgür seçim yanılıgısı ile seçtikleri bir ortamda ortaya çıkarlar (Adorno, 1998, ss. 203-205). Seri üretim ilkeleri yalnızca mal ve araçlar için değil, kültürün üretiminde de benzer ilkeler geçerlidir. Frankfurt Okulu tarafından ortaya atılan bu iddiaya göre popüler müzik üretimi de endüstriyel şekilde gerçekleşmektedir. Kuyucu (2016)’ya göre, Adorno endüstrileşmiş popüler müzik tüketicisinin popüler müziğin bu standart yapısı içinde aldığı haz gerçekçi değildir. Dinleyici popüler müziği tüketirken özensiz davranmaktadır. Adorno, popüler müzikten

haz alan kişilerin yozlaştırıcı kapitalist endüstrinin hakimiyetine karşı savunmasız olduklarını belirtmektedir. Popüler müziğe Marx kaynaklı bir yorum getiren Adorno, popüler müziğin içsel yapısını, ortaya çıkışını ve tüketimini bu yolla eleştirmektedir. Bunun sonucu olarak teori kapsamlı bir alanı etkilemektedir. Popüler müzik ve kültürün kapitalizm etkisi altındaki sınıfa baskı ve sömürü aracına dönüşmesi eleştirilmektedir (Kuyucu, 2016, ss.193-195). Şarkıyı beğenmemek artık öznel beğenin bir ifadesi değil, toplumsal bir uzlaşmazlık ve bireysel bir isyan gibi görülmektedir (Schuetz, 1989, s.7).

Müziğin toplumsal süreçteki rolü bir metadır. Değeri piyasa tarafından belirlenmektedir. Müzik artık doğrudan ihtiyaçlara hizmet etmemekte, bunun yerine soyut birimlerin değiş tokuşunun baskılarına uyum sağlamaktadır. Değeri ise kendisini değişim sürecine tabi kılması ile birlikte kullanım değeri olarak belirlenmektedir. Güçlü tekellerin elinde ve kapitalist propaganda üzerinde kontrolü olan radyo vb. araçlarla da müzik pratiklerinin yapısına işlenmektedir. Kültür endüstrisi, kültürün ticarileşmesi anlamına gelmekte ve kapitalizm ile müzik yapısal olarak metaya dönüşmektedir (Adorno, 1978, ss. 128-129). Müzik, kullanım değerinden çok, değişim değeri tarafından yönlendirilmektedir. Gerçek ayırım ise hafif ve popüler müzik arasında olmayıp, “Pazar-yönelimli müzik” ile “Pazar-yönelimli olmayan müzik” arasında olmaktadır. Adorno, ciddi ve hafif müziği, piyasanın buyruğuna uymayan müzik (ciddi) ve piyasa buyruğuna uyumlanan müzik (hafif) olarak sınıflandırmayı önerir (Schuetz, 1989, ss.1-14). Fransa’da 1850’de devrim sonrası müzik pazar özgürlüğüne kavuşmuş ve halk konserleri verilmesine de olanak sağlanmıştır. Aristokrat dinleyici kitlesinden kopan yüksek müzik serbest piyasaya girmiştir. Özgürleştiği düşünülen müzik aristokratların tekelinden sonra şirketlerin büyük bir güç haline gelmesi ile amatör müzisyenlerin basitçe icra edebilecekleri biçimlerde pazar için üretilen metaya dönüşmüşlerdir (Finkelstein, 1986, s.90). Müziğin kaydedilmesi ve metalaşması ile müzisyenler yaratıcı üretim sürecinin parçası olmaktan ziyade endüstriye içerik sağlayıcı olarak yeniden tanımlanmaktadır. İletişim ve ulaşım araç ve tekniklerinin değişmesi ve gelişmesi ile birlikte metalaşan müzik canlı performansta ulaşacağı kitleye çok daha kısa sürelerde ulaşabilmektedir (Negus, 2019, s.4).

Kapitalist süreçle birlikte müzik nesneleşmiş, rasyonelleşmiş ve birey ile arasındaki yabancılaşma da gerçekleşmiştir. Müziğin yapısında gerçekleşen gerçeklikten ve tarihten uzaklaşmaya ek olarak estetik olarak hiçbir iddiada bulunmaması müziği

oyalama aracına dönüştürmektedir (Adorno, 1978, s.158). Birey, endüstriyel üretim benzeri yapay ve standart etkiler tarafından gerçekliğinden kopartılmaktadır. Kendi varlığına yabancılaşan bireyler arasındaki insani ilişkiler çözülmeye başlamakta ve yapaylaşmaktadır. Gerçekliğinden kopan toplumun ürettiği müzik de kapitalist sistemin etkileri nedeniyle doğallığından (gerçekliğinden) kopmuş, yabancılaşmış ve araçsallaşmıştır (Akkol, 2018, s.117).

Popüler kültürün oluşum dinamiklerinden biri de *hız ve anlık tüketimin* dinleyicinin müzik tercihinde ön plana geçmesiyle müziğin standartlaştırılmasıdır. Müziğin standartlaşması, onu tüketim nesnesine dönüştürmektedir (Kuyucu, 2016, s. 190). Müziğin standartlaştırılması, teknik olduğu kadar sosyolojik olarak da yorumlanmalıdır. Pop müziğin duyulma şeklinin manipülasyonu müziğin kendisinin içkin karakteridir. Sanat olarak ifade edilen müzikteki her ayrıntı, en basit bölümü dahi sanatçının bireysel dışı vurumu olmaktadır. Bu şekilde oluşan müziğin hiçbir bölümü keyfi biçimde değiştirilememektedir. Adorno (1976)'nun belirttiği üzere popüler müzik zahmetsizce dinlemelidir. Buna göre popüler müzik oluşturulurken sanat olarak ifade edilen müziklerin aksine, müziğin içkin karakterinin otomatik olarak dinleyicinin bilinçsizce kavrayabileceği modellere dönüşmesi üzerine kurgulanmaktadır. Popüler müzik yapımcısının kolay hatırlanabilecek kadar basit ve akılda kalıcı müzikler yazması gerekmektedir. Geleneksel sanat olarak ifade edilen müziğin 200 yıllık tarihi değişmez mutlak geçerlilik iddiasında bulunan kurucu unsurları, popüler müzik ile bu unsurların eleştirisine dönüşmektedir. Popüler müziğin kitle ürününe dönüşme süreci endüstriyel üretim biçimiyle ilgili olduğu kadar dağıtım ve reklamcılığın etkisiyle de biçimlenmektedir (Adorno, 1976, ss. 29-31).

1.5.2. Popüler Müzik ve Otantisite

Otantisite, Türkçe'de "sahicilik" ya da "özgünlük" anlamında çevrilip aynı zamanda "öz" (essential), "gerçek" (real), "dürüst" (honest) gibi terimlerle de ilişkilendirilebilmektedir. Bu tür terimler kendi içinde ayrılrsa da "otantisite" anlamı altında birleştirici özelliği bulunmaktadır. Bununla birlikte "geleneksel otantisite" tanımının geçmişle ilgili olması ya da "aslına uygunluk" gibi anlamı olması ise "söylem"le ilgilidir. Söylem ise toplumların, grupların ve bireylerin kültürünün değişmesi ve bozulması durumunda bu tarz etkilere direnen gruplarca ve kişilerce oluşmaktadır.

Kültürün değişmesine ve bozulmasına direnen grupların ve kişilerin söylemlerine “otantik” tam tersi söylemlere ise “inotantik” denmektedir. Bu durumda geleneksel otantisitenin bu söylemi “özcü” bir yaklaşımdır. Yenilikler yerine geçmişe yönelik arzularla veya yargılarla ilgili bir durumdur. Bununla birlikte modernleşme, sanayileşme, kentleşme olgularıyla saf bir “özcülük” anlayışı kurulamayacağı için özcü yaklaşımda bulunanlar yeniden otantikliği inşa etmektedirler. Türkiye’de “otantik düğün”, “otantik köy yumurtası” gibi kullanımlar geçmişteki yaşamın değişmiş olması ya da değişmekte olmasıyla ilgili duruma karşılık bir söylemdir. Bu durumlarda gösterilen direnişler, kültürün ve geçmişin korunmasına yönelik söylemlerdir. Otantisite anlayışı atfedilmektedir (Erol, 2018, ss.204-206).

Müzikte otantisite ise kültür ürünlerinin herhangi bir parçasında olduğu gibi farklı söylemler ile inşa edilmektedir Müzik hakkında öğrenilen ve değer atfedilen söylemlerle oluşmaktadır. Otantik olan ise “ne” olduğundan ziyade “kim” tarafından otantikleştirdiği ile ilgilidir. Müziğin otantisitesi sadece müziği oluşturan teknik detaylarda değil otantik haline getiren “bizler”in kim olduğuyla ilgilidir. Otantisite bizler tarafından atfedilmeyle kendi otantisitesini oluşturmaktadır (Moore, 2002). Otantiklik, tarihsel bir konum içinde yer almakla birlikte uğruna mücadele edilen bir yorumlamadır (Moore, 2002, s.210).

Erol’a göre müzik söylemlerinde ya da kültür söylemlerinde otantisite “iyi”, “güzel” ile ilişkilendirilmekte ve iyi olan şeyler ise bağlamlarla ilgilidir. Bu bağlamlar, müzik üzerinden gidilecek olursak çalma tarzı, söyleme üslubu, müziğin türü, eleştirmenler, besteciler, müzisyenler ve dinleyicilere kadar değişebilmektedir. Müziğin “iyi” söylemi, otantisitesi sadece müziğin sounduyla ilgili değildir. Örneğin müziğin politik duruşuna, ahlaki iyilik bağlamına veya genel anlamda kültürel yapılara ya da tarihsel bir bakış açısına göre de değerlendirilip “iyi - otantik” atfedilebilmektedir (Erol, 2018, ss.207-208).

Popüler müzikte otantisite, bütün müziklerde olduğu gibi müziğin türüne, üslubuna, çalgı teknikleri gibi bileşenlere bakarak ya da müzik dışı (geçmiş, köken, hakikilik) etkenlere bakarak “değer” atfetmeyle, yorumlamayla ilişkilendirilmektedir. Popüler müziğin otantisitesi bu konumda atfedilen “değer” yargısında bulunmaktadır. Bu yargı da inşa eden kişilere bağlıdır. Müziğin üreticisi (sanatçı/müzisyen) ve tüketicisinin (dinleyici/izlerkitle) ne düşündüğü, nereye konumlandığı ve nasıl kategorileştirdiği

üzerindedir. Ayrıca üretici ve tüketici haricinde üçüncü bir unsur olan “kültür aracıları” da bu süreçlerde yer almaktadır. Kültür aracıları, üretenler ve tüketenler arasında sınır çizmektedir. Neyin otantik ve değerli olduğu ya da değerli olmadığı söylemlerini konu edinmektedir. Örneğin popüler müzik dinleyicileri bu durumda müziği sadece tüketmek istemiyor yanında bilgilenme çabasına girişiyorlarsa bu durumda kültür aracılarına başvurumaktadırlar (Erol,2018, ss.210-211).

Erol, üretici otantisitesini müzisyen ve sanatçı otantisitesi olarak ele almaktadır. Müzisyenler otantik müzik yaptığını ispatlamak adına çeşitli stratejik yollara başvurumaktadır. Müzisyenlerin söyleme şeklinden çalgı seçimine, giyiminden, düşünce tarzına kadar her şey bu tarz bağlamların içine girebilmektedir. Bu yüzden müzisyenlerin otantiklik anlayışı bağlamsal bir konumda yer almaktadır. Böylece otantik olan, müzikle ya da müzik dışı bahsettiğimiz bileşenlerle veya müzisyenlere atfedilecek otantikliği belirleyen kişilerin, kurumların kendi görgül tercihleri arasında yer almaktadır. Rock müzisyenlerinin ticari müzik anlayışına karşı olmaları, “yürekten” şarkı söyleme, şarkıcının otobiyografik şarkı sözleri ile bağdaşması, Cem Karaca, Barış Manço tarzı şarkı söyleme, Neşet Ertaş gibi bağlama çalma, müzisyenlerin oluşturduğu ya da atfedildiği otantiklik anlayışlarına örnektir (Erol, 2018, ss.210-216). Tüketici otantisitesinde otantik müzik, dinleyicileri tarafından müziğin ne ifade ettiği, müziğin neyi hissettirdiği ve çağrıştırdığı ile ilgilidir. Sadece müzik dinlenilmemektedir. Dinleyiciler müziğe aidiyet hissiyle yaklaşmakta ve kendi kimliğiyle bağdaştırmaktadırlar. Böylece dinleyiciler bazı müziklere diğer müziklerden daha fazla değer vermektedirler. Bu durum ise müzik tarzlarının ve dinamiklerinin oluşturduğu olumlu ya da olumsuz etkilerin çatışmasıyla belirlenmektedir (Moore, 2002, ss.218-219). Örneğin günümüzde “halk müzik uyanışı” adı altında yörenin türkülerini en iyi şekilde seslendiren kişi halk müziği sanatçısı haline gelebilmektedir. Bu durumun popüler müzik anlayışı içinde olması herhangi bir sorun yaratmamaktadır. Tekrar seslendirilen türküler ticari bir kaygıyla yapılsın ya da yapılsın kimi dinleyenler tarafından kültürümüzün bir parçasını yeniden sunmaktadır (Erol,2018, s.220).

1.6. Canlı Müzik

Popüler kültürün ve popüler müziğin önemli yansımalarından birisi de kafelerde icra edilen canlı müziktir. Canlı müzik en genel anlamda müzisyenleri, izleyicileri eş zamanlı tek bir yerde bir araya getirmektedir. Şarkı söyleyenleri, müzik enstrümanı çalanları veya müzik teknolojilerini ve kayıtlarını kullananları bir araya getiren etkinliklerden oluşmaktadır (Cohen, 2015, s.587). Canlı müzik terimi, bir müzik etkinliğini ses ve video kaydından ya da canlı bir kaydı stüdyo kaydından ayırtmak için kullanılmaktadır. Bununla birlikte farklı ekonomik ve örgütsel kaynaklar içinde farklı üretim ve de algılayış biçimlerine vurgu yapabilmektedir. Böylece tanım, yere ve zamana göre değişebilmektedir. Tanım canlı müziğin ne olduğunu söyleyenler için, teknolojiyle bağlantılı olarak müziğin ne zaman, kimler tarafından oluşturulduğu, nasıl icra edildiği gibi sorularla genişlemektedir. Beraberinde canlı müziği yerinde ve iletişimsel anlamda inceleyerek eğlence, otantiklik ve de sosyal varlık alanlarındaki üretimi de anlaşılabilir (Holt, 2010, s.245). Tanımlamalarda görüldüğü gibi, en genel anlamda canlı müzik için bir mekân, dinleyici ve müziği icra edeni olması gerekmektedir. Bununla beraber canlı müziği tanımlamak yeterli değildir, anlamak ve kavramak için sosyal işlevine de bakmak gerekmektedir.

Dijital kayıtların fazlalaşması, canlı performans kayıtlarının kaydedilip depolanıp piyasaya sürülmesi ya da radyoda, televizyonda izlenmesi müziği daha evcil bir hale getirmiştir. Frith bu durumu savunanlara karşılık canlı müziğin potansiyelinin azalmadığını tam tersi artarak devam ettiğini savunmaktadır. Müziğin evcilleşmesi ve depolanmasıyla canlı müzik performansları azalmamıştır. Yeni sosyal ve ekonomik şartlara uyarlanmıştır. Halen günümüzde otantik müziklerin alıcısının olması ve otantik müzikle otantik mekânların tarihsel çekimi, festivallerin birçok insan için en önemli etkinlik olması ve popüler müzik konserlerini çekici hale getirmeleri için festivallerde şov gösterilerine girmeleri, canlı müziğin potansiyelinin azalmadığını göstermektedir. Tam tersine değiştiği ve yeni alternatiflerle piyasa da varlığını sürdürdüğünü göstermektedir. Dahası öncesinde canlı müzik etkinlikleri sınırlı kapasitede ve üretim maliyetleri de yüksekken ve bu yüzden canlı müzik tercih edilmeyecek konuma gelmişken, dijitalleşme ve kişi kapasitesi fazla olan festivallerle canlı müzik, geniş çapta faaliyetlerini sürdürmektedir (Frith, 2007).

Shuker, canlı müziği “canlı” performans olarak ele almaktadır. İcra edilen canlı müzik performansının “gerçek performans” ile bitişik bir anlamı bulunmaktadır. Beraberinde ise canlı müzik performansının fiziksel olarak seyircisiyle de yakın olması gerektiği vurgusunu yapmaktadır. Canlı müzik çeşitli alanlarda (Festival, Konser Salonları, Metro, Bar) yapılmaktadır. Bununla beraber teknoloji ile canlı performansın kayıt edilebilir olması ve çeşitli teknolojilerle (Radyo, Tv, Film, Web yayınları) aktarılması, canlı müziği “sözde canlı” müzik alanına taşımaktadır. Sözde canlı müzik alanı ise gerçek ya da orijinal performansın bir adım gerisinde gerçekleştiği alandır (Shuker, 2001, ss.105-106).

Canlı müzik bireylerin deneyimlerini dönüştürme özelliğine sahiptir. Kayıttan dinlenen müzik yeterince haz vermekteyken, canlı müzik bir dinleyicinin müzikten aldığı hazzı bir izleyici deneyimine dönüştürme özelliğine sahip olmaktadır. Böylece dinleyiciden, izleyiciye dönüşen kişi yeni bir deneyim kazanmakla beraber rolü değişmektedir. Canlı müzik bu anlamda bireyleri, bireysel müzik dinleme deneyiminden çıkarır ve toplumsal bir müzik dinleme deneyimine dönüştürür. Sadece işitsel değil bütün duyulara hitap edecek duruma getirir ve buna göre düzenler (Bennet ve Jones, 2015). Ayrıca canlı müziğin hem kayıtlı müzik deneyiminden farklı olarak dinleyicilerin müziği “canlı olarak” deneyimlemesi ve eşlik etmesi hem de müzisyenlerin kayıtlı müziği “canlı icra” ediyor olması canlı müziği çekici ve otantik hale getirmektedir (Çerezcioğlu, 2016, s.1422).

İKİNCİ BÖLÜM

KAYSERİ'DE CANLI MÜZİK KÜLTÜRÜ

Anadolu'nun merkezinde konumlanan Kayseri ili, tarihsel süreç boyunca doğu ve batı arasında ki ticaret yollarının üzerinde yer almıştır. Ayrıca Kayseri'nin ipek yolunun önemli bir noktasında yer alması, şehre yalnızca ticari bir canlılık getirmekle kalmamış, aynı zamanda sosyo - kültürel açıdan da şehri canlandırmıştır (Şanlıoğlu & Erdem, 2017, s.280). Tarih boyunca pek çok büyük ve önemli medeniyetin ev sahipliğini gerçekleştiren kent, zengin kültürel mirası, ticari ilişkileri ve demografik yapı bakımından civar illeri etkilemektedir. Öyle ki, konumu ve bu özellikleri nedeniyle Cumhuriyet'in ilanından sonra başkent olması bile düşünülmüştür. Cumhuriyet sonrası gelişen demiryolu ağı bağlantısı ve 1926'da şehir merkezinde kurulan ülkenin ağır sanayiye dair yapılan ilk yatırımları olan Uçak (Teyyare) Fabrikası, Tank Tamir fabrikası ve Bünyan'da bulunan Hidro-Elektrik Santrali ile kentin gelişimi hızla artmıştır (Asiliskender, 2012, s.37).

2018'e gelindiğinde ise Kayseri Büyükşehir Belediyesi Ticaret ve Sanayi raporlarına göre Küçük Sanayi Siteleri, Organize Sanayi Bölgesi, Mobilya Kent, Serbest Bölge ve Teknoloji Geliştirme Bölgesi olmak üzere diğer planlı endüstri alanları mevcuttur. T.C. Kayseri Valiliği verilerine göre bu bölgelerde yaklaşık olarak 125.414 kişi istihdam edilmektedir (Kayseri Valiliği Web Sayfası, 2022). Bu sanayi ve teknoloji alanları Kayseri ticari hacminde geniş yer kaplamakta ve ekonomik faaliyetinde de önemli rol oynamaktadır (Dayıoğlu, 2019, s.157).

Kayseri, ticaret kenti olmasının yanı sıra mevcut üniversiteleri ile bir öğrenci kenti niteliği de taşımaktadır. Kentin farklı bölgelerinde bulunan dört üniversiteden ikisinin (Erciyes Üniversitesi, Kayseri Üniversitesi) Talas'ta olması nedeniyle, öğrenci nüfusu bu bölgede yoğun olarak bulunmaktadır. Bu durum göz önüne getirilince öğrencilerin varlığının ve kent ile kurduğu etkileşim ve aktivitelerinin, kentin sosyo-kültürel ve ekonomik durumunu etkilemesi kaçınılmazdır.

Tarihsel bakımdan müzik, gelenek ve göreneklerin biçimlenmesinde önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin kadim Türk kültürünün ozan-baksı edebiyatının güncel temsilcisi olan aşık geleneği, Kayseri’de önemli bir sözlü gelenek türündendir. Kahvehanelerde icralarını gerçekleştiren aşıklar bu yolla sözlü kültürün aktarılmasında önemli rol oynamaktadır (İstanbullu, 2018, s.23). Aşık (Sanatçı/icracı), davranışsal olarak veya sözlü biçimde referans aldığı gelenekten faydalanmakta ardından bu geleneğin yıkılıp tekrar kurulduğu bir düzen oluşturmaktadır (Balkaya, 2013, ss.885-887). Yıldırım’a göre(1998) sözlü gelenek şiir sanatının var olması için ana öğelerinin ortada bulunması şarttır. Söz, müzik, icracı ve dinleyici çevre sözlü geleneğin varlığının temel öğeleridir (Aktaran: Balkaya, 2013, s.885). Tek başına anlam ifade etmeyen sanat, dinleyiciye ihtiyaç duymaktadır. Aşıkların icrası da kahvehanelerde gerçekleşmektedir. Böylece temel öğelerin bütünlüğü sağlanmış olur. Aşığın ustalığının göstergesi olan kahvehane icrası aşıklığa yeni adım atanlar tarafından gerçekleştirilememektedir. Bu yönü ile aşıklar çevresinde, ustalık ve statü belirlenmesinde ve tayininde kahvehaneler önemli mekânlardır (Balkaya, 2013, ss.885-887). Kayseri aşık kahvehaneleri de geleneksel olarak merkez ve civar köylerdeki aşıkların toplanma ve icra mekânı olmuştur. Kahvehanede her yaşta ve kesimde yeni nesil aşıkların eğitimi ve öğretimi de yapılmaktadır. Yıl boyunca gerçekleştirilen birçok etkinlik ile Kayseri’nin kültürü, kimliği ve dokusu halk ile buluşturulmuştur (İstanbullu, 2018, s.25).

Kayseri’nin müzik kültürü açısından önemli ve etkin olan bir diğer unsuru ise göçmen müzisyenlerdir. Mübadele sonrası gelen müzisyenlerin bir kısmı gündelik hayatlarında ve icralarında geldikleri bölgenin kültürünü devam ettirirken, bir kısmı ise yerleştikleri bölgenin kültürüne uyum sağlamaktadır. Göçmen müzisyenler icra alanları Kayseri merkezde yoğunlaşsa da civar yörelerde de sahne almaları nedeniyle kültür ve görenek taşıyıcısı etkisi göstermektedir. Müzisyenler sanatçı kimliklerinin yanında sonraki nesillerin eğitiminde (usta-çırak yöntemi) aldıkları görevler dolayısıyla kültürün nesilden nesile aktarımına katkı sağlamaktadırlar (Değirmencioğlu, 2020, s. 937-946). Müzik, Kayseri geleneğinde yalnızca eğlence amaçlı kullanılmamıştır. Cenaze, din ve tedavi gibi alanlarda da bireyin ait olduğu toplumla bağ kurmasını sağlamıştır. Günümüzdeyse müziği gündelik hayatın içinde görmek daha olası hale gelmiştir. Artık müzikler belirli bir sınıfın, geleneğin içinde değil gündelik hayatın kamusal alanlarında görülmeye başlanmıştır.

2.1. Kayseri’de Canlı Müzik İcra Edilen Kafeler

Kentleşme ve kentsel dönüşümlerle birlikte yeni mekânlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu durum Kayseri’nin ekonomik, kültürel ve sosyal yapısını da etkilemiştir. Kentleşmenin ortaya çıkardığı yeni yapılar sayesinde ekonomik, kültürel ve sosyal yapıları fiziksel olarak görmek mümkün hale gelmiştir. Bunlardan biri de canlı müzik icra edilen kafelerdir. Bu kafeler genellikle herhangi bir konsept üzerine tasarlanmamıştır. İş yerini kiralayan ya da iş yerinin sahibi olan kişi daha sonrasında açacağı işletmeye göre mekânı tasarlamaktadır. Kayseri’deki kafeler genellikle yeme/içme sektörü üzerine tasarlanmıştır. Kayseri’de canlı müzik icra edilen kafelerin hiçbiri, canlı müzik konseptine uygun bir format ve yapıyla açılmamıştır. Kafe işletmecileri yeme/içme alanından yeterince gelir sağlayamadığında, müşterilerin dikkatini çekecek yeni hizmet (maç yayını, masa oyunları, nargile, canlı müzik) arayışlarına başvurmaktadır. Bunlardan biri de canlı müziktir. Böylece canlı müziğe yatırım, kafenin canlı müzikten gelir sağlayıp sağlayamadığına göre değişmektedir. Yeme/içme sektörü üzerine olan kafeler, canlı müzikten gelir sağladığı takdirde canlı müzik için gereken fiziksel koşulları ve tasarımları sağlamaya çalışmaktadır. Canlı müzik icra edilen kafeler bir süre sonra artık yeme/içme sektörü üzerine değil, canlı müzikle anılıp bilinmeye başlanmıştır.

Canlı müzik icra edilen kafeler sabah 08.00 – 10.00 arasında açılır gece en geç gece 01.00’da kapanmaktadır. Akşam 19.00’a kadar canlı müzik icra edilen kafelerde müşteri çok azdır. Canlı müziğin başlamasıyla müşteriler mekânlara gelmeye başlamaktadır. Canlı müzik ise haftanın her günü 19.30 – 20.00 arasında başlayıp, akşam 23.00 – 24.00 arasında bitmektedir. Canlı müzik icra edilen kafelerde yiyecek ve içecek hizmeti bulunmaktadır. Çeşitli yemek seçenekleri yanında sıcak/soğuk alkolsüz içecek hizmeti verilmektedir.

Kafelerde kapıda giriş ücreti olmamasına karşın, müşterilerden canlı müzik ücreti alınmaktadır. Ücret müşterilerin oturduğu masanın adisyonuna yazılmaktadır. Ücret alımı ise kafeden kafeye değişmektedir. Bazı kafeler kişi başı ücret alırken bazıları masa ücreti almaktadır. Ücret 5 liradan – 30 liraya kadar değişmektedir. Canlı müzik ücreti alınmasının nedeni, müzisyenlerin ücretini çıkarmaktır. Kafelerde karı ve cirosu yüksek ürünlerin olmaması, çoğu kafenin masa sayısının az olması ve kafe sektörünün ürün satımının sınırlı olması canlı müzik ücreti uygulamasında önemli bir faktördür.

Yeri geliyor normal müşteriden de almıyoruz. Nasıl almıyoruz adam yani yemiş içmiş iki yüz lira, yüz elli lira hesabı var bu adamdan almıyoruz ama yeri geliyor mesela bi tane çay içmiş 5 liralık bi çay içmiş bi saat oturmuş ondan mecbur almak zorundayız. Çünkü bizim de yerimiz kısıtlı küçük bi alan kullanıyoruz 3 saat iş yapıyoruz... (İşletmeci S.K, Kişisel Görüşme, 06 Haziran 2021).

Hesabı yüksek olan müşterilerden ve sürekli gelen müşterilerden ise canlı müzik ücreti alınmamaktadır. Yüksek ücret ödemeyse bütün müşteriler için söz konusu değildir. Kafede satılan ürünlerin sınırlılığı, ürünlere yansıtılan fiyatın herhangi bir kafeye neredeyse aynı olması, canlı müzik ücretinin alınma nedenlerindedir.

Kişi başı alıyoruz ama bunu ben mantık olarak düşündüğümde bana mantıklı gelmiyor ama çevre aldığı için... Mantık şu zaten normal rutin satışı yapıyorum canlı müzikten müzisyenin parasını çıkarıyorum gibi. Çünkü şöyle oldu eskiden müzisyenlerin gerçekten en kötü sekiz on tane masası oluyodu o gelen sekiz on tane masa gelir yer içerlerdi çok güzel hesap bırakırlardı şimdi gelen müşteriyi biz kendimiz topladığımız için yani nerdeyse 3-4 masa rezervasyon oluyo. Ortalama ya onlarda çok çok yoğun talebimi karşılamadığı için canlı müzik ücreti almak bana mantıklı geliyor. (İşletmeci U.H, Kişisel Görüşme, 02 Eylül 2021)

Canlı müzik ücreti, müzisyenlerin ücretini karşılamak adına uygulanan bir işlem olmasına karşın müşterilerin fazla masraftan kaçınması ve yeterince yiyip içmemesi ile ilgilidir.

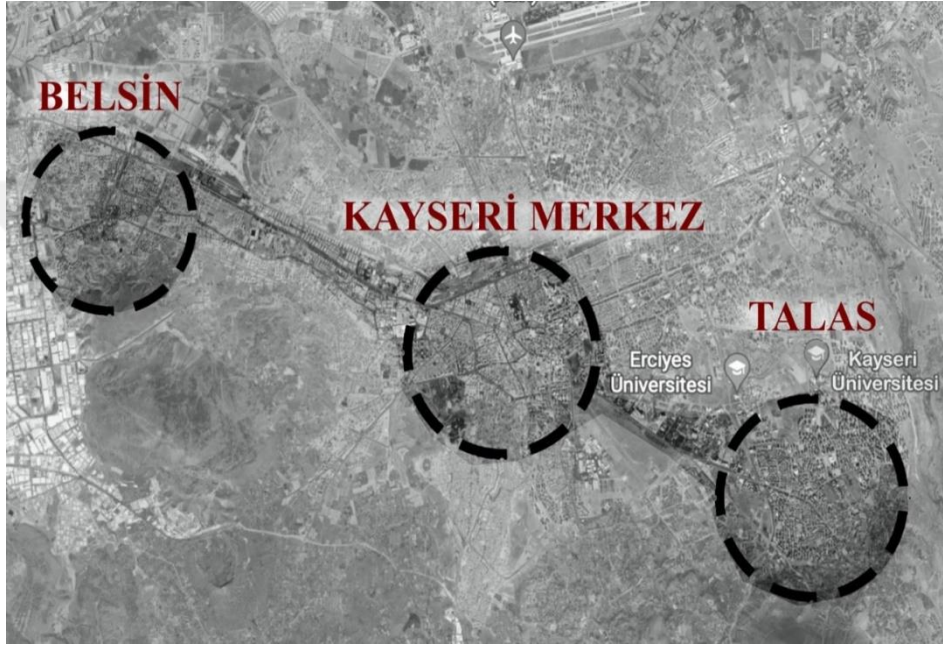
Kafelerde giriş şartı aranmasa da herkes canlı müzik icra edilen kafelere girememektedir. Kafelere giriş, giyim-kuşam ve gelen müşterilerin erkek yoğunluklu olup olmadığına göre değişmektedir. Bunlar birlikte canlı müzik icra eden bazı kafeler mekânı ikiye bölerek bir tarafta aile ve çiftleri ağırlarken diğer tarafta erkek müşterileri ağırlamaktadır.

Canlı müzik icra edilen kafeler çoğunlukla aile, genç erkek-kadın ve öğrenci müşteri üzerine kuruludur. Canlı müzik ortamını bozacak kişiler, gruplar kafelere alınmamaktadır. Kafelerin müşterisinin aile ve öğrenci merkezli olması işletmenin düzgün bir iş yaptığına işarettir.

“Aile müşterisi edinmen lazım tamam mı rahatlığı vermen lazım aile müşterisi her zaman artıdır. Mekânın rahat bi mekân oturulabilir bi mekân olduğunu gösterir aile müşterisi olduğu zaman çok mutlu oluyorum ben mesela... İyi hani çizgiyi bozmamışız biz diyorum” (İşletmeci D.K, Kişisel görüşme, 19 Haziran 2021).

Müşteriler canlı müziğe hangi müzisyenin, grubun çıkacağı bilgisini kafelerin, müzisyenlerin ve grupların sosyal medya (Instagram ve Facebook) adreslerinden ve de kafelerin iletişim numarasından öğrenmektedir. Kafeler rezervasyon sistemiyle de çalışmaktadır. Özellikle cuma, cumartesi, pazar canlı müziğin en yoğun olduğu günlerdir. Bu yüzden rezervasyon yapmak müşteri için bir avantaj haline gelmektedir.

Şekil 2.1: Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Bulunduğu Bölgelerin Harita Üzerinde Görünümü



Kaynak: (Meral, 2022)

Canlı müzik icra edilen kafelerin en yoğun olduğu yer, iki üniversitenin bulunduğu ve kafe, restoran, fastfood gibi mekânların fazlaca bulunduğu Talas ilçesidir. Talas'ta canlı müzik icra edilen kafeler 15'ten fazladır. 5 tanesi, genellikle "Kafeler Caddesi" olarak isimlendirilen Atatürk Bulvarı'nda bulunmaktadır. Diğer 5 kafe Talas ilçesine dağılmış vaziyettedir. Ancak bu sayılar canlı müzikten kar elde edip etmemeye ve kafenin canlı müzik ruhsatının bulunup bulunmamasına göre değişebilmektedir. Talas'taki Osmanlı Sokağı'nda ise dokuz kafede canlı müzik yapıldığı gözlemlenmiştir. Osmanlı Sokağında da yaz ve kış sezonuna bağlı olarak canlı müzik icra edilen kafe sayısı değişmektedir.

Talas'ta, Osmanlı Sokağı hariç kafeler apartmanlarından altındadır. Giriş apartmanların dışından yapılmaktadır. Belsin semtindeki canlı müzik icra edilen kafeler

alışveriş merkezlerine ait alanda bulunmaktayken, Kayseri merkezdeki kafeler ise iş plazasına ait bir katta ya da bağımsız işyerlerinden oluşmaktadır.

Kayseri’de canlı müzik deyince akla ilk gelen ve canlı müziğin en yoğun olduğu yer Talas ilçesinde bulunan, genellikle halk ağzında “Kafeler Caddesi” olarak adlandırılan Atatürk bulvarındaki kafelerdir. Kafeler Caddesi’nde canlı müzik icra edilen beş kafeden dördü yan yana bulunmaktadır. Beşinci kafe ise birkaç restorandan sonra gelmektedir. Bu cadde üzerindeki diğer mekânlar genellikle yeme/içme alanlarından oluşmaktadır. Yan yana kafelerde yapılan canlı müziğin sesleri yüksek olabilmekte ve sesler birbirine karışabilmektedir. Yan yana bulunan kafelerin işletmecileri, yüksek ses nedeniyle birbirlerine canlı müziğin sesinin kısılması gerektiği uyarısı yapabilmektedir. Beraberinde yan yana bulunan ve canlı müzik icra edilen kafe işletmecileri, kafelerinde müşterinin az olma nedenini yan yana bulunan herhangi bir kafenin canlı müzik sesinin yüksek olmasına bağlıyor olmalarıdır. Bu nedenle de işletmeciler birbirlerine canlı müziğin sesinin kısılması gerektiği uyarısı yapabilmektedir.

Talas’ta canlı müzik icra edilen kafelerin girişlerinde kapıcı, host ya da hostes diye adlandırılan kişiler beklemektedir. Bu kişiler içeriye müşteri çekme ya da tam tersi müşteri geri çevirme, randevusu olan kişilere yerlerini gösterme ve gözcülük yapmaktadırlar. Talas’ta son 2 yıla kadar canlı müzik icra edilen kafelerin müzik ruhsatı olmaması, kafe içinde sigara ve nargilenin içirilmesi gibi durumlar nedeniyle kafelerde gözcü bulunabilmektedir. Bu kişiler aynı zamanda müşteri çekme görevini de üstlenmişlerdir.

Canlı müzik icra edilen kafelerin canlı müzik sesleri yüksek olduğu için kafe içinde sohbet olanağı oldukça güçtür. Genellikle müşteriler, canlı müzik sırasında müzik dinlemekte ve müziğe eşlik etmektedirler. Müzisyenlere ise ayrılmış özel bir alan bulunmamaktadır. Müzisyenler sahne aralarında genellikle kapı önüne çıkmaktadır.

Şekil 2.2: Kafeler Caddesinde Canlı Müzik İcra Edilen Sıralı Dört Kafe



Kaynak: (Meral, 2022)

Talas'ın bir diğer canlı müzik alanı ise turistik bir yer haline gelmiş Osmanlı Sokağı'dır. Osmanlı Sokağı'nın eski yapıları "tarihi değerleri turizme kazandırılması" adı altında restore edilmesiyle Talas'ın uğrak noktalarından biri haline gelmiştir. Sokakta tarihi yapıların yanında, restore edilen mekânların çoğu kafe hizmeti sunmaktadır (Talas Kaymakamlığı Web Sayfası, 2022).

İşletmeciler ve çalışanlar Osmanlı sokağını yazın canlı, kışın ise ölü sezon olarak ikiye ayırmaktadırlar. Yaz sezonunda bu sokak oldukça büyük ilgi görmektedir. Osmanlı Sokağı'nın tarihiliğinin yanı sıra mekânların serin, geniş ve ferah olması yaz sezonlarında mekânları daha çekici hale getirmektedir.

Kayseri'de yaşayanlar yazın girmiyor diyebilirim. Ya şehir dışından gelmiş ya ülke dışından gelmiş kişiler merak ediyorlar hem mimariyi merak ediyorlar çünkü tarihi eski bir sokak hem de canlılıktan biraz geliyorlar hem işte biraz canlı müziğin etkisi var biraz nargilenin etkisi var ondan dolayı biraz yoğunluk gören bi sokak... Yazın canlı bi sokak kapıda müşteriler bekler her kafede bekler sadece bura için konuşmuyorum burada yer bulamaz oraya gider orda bekler başka yere gider hani müşteriler her yerde boş yer arar... (İşletmeci C.S, Kişisel görüşme, 17 Eylül 2021)

Yaz sezonunda Osmanlı Sokağı'nın kitlesini gurbetçiler, kentin genç nüfusu ve yerel turistler oluşturmaktadır. Ekim-kasım itibarı ile havaların soğuması ve gurbetçilerin

ülkelerine dönmesiyle Osmanlı Sokağı ölü sezona girmektedir. Yaz aylarında Osmanlı Sokağı'nda neredeyse her kafede canlı müzik icra edilmektedir. Kış aylarında havaların soğuması üzerine tarihi mimariyi bozmamak için yalıtımın yapılamaması, canlı müzik icra edilen kafe sayısını yarıya düşürmektedir. Kış sezonunda kafeler üniversiteye gelen öğrencilere yönelik başta canlı müzik olmak üzere girişimlerde bulunmaktadır.

“Müzik olmazsa bu zamanda yani sekizinci ayın ortasından dokuzuncu aydan sonra iş yapamazsın ya bu şeyde çok müşteri tutman gerekiyor ve öğrencinin tamamen burda olması gerekiyor ki işi güzel bi şekilde yapabilmem için” (İşletmeci O.G, Kişisel görüşme, 23 Eylül 2021)

Yaz döneminde Osmanlı Sokağı'nın kalabalık olması kafe sahipleri için maddi açıdan sorun oluşturmazken, kış sezonuna geçildiği zaman müşteri çekmek adına yeni stratejiler denemektedirler. Bu stratejilerden biri, görüldüğü üzere canlı müziktir. Talas'ta canlı müzik icra edilen kafeler okul sezonunun açılmasıyla öğrencilere yönelik müzik yaparken, yazın öğrencilerin gitmesiyle gurbetçiler ve Kayseri'nin genç nüfusuna yönelik müzik yapabilmektedir.

Ya mesela yazın gurbetçi geliyor. Okul yok gurbetçi sezonu surf bağlama olsun dedim hani türkü bar gibiydi burası fakat bi müddet sonra kitle değişti üst yaş gruplarına hitap etmeye başladı türkü ve şey olunca... Niye bundan vazgeçtim? Bizim asıl amaç öğrenci, öğrenciye yönelik biz üç ay değiştirelim türkü bara girelim daha sonra öğrenci geldiğinde pop-rock tarzı yapalım olayı oluyodu... Eğlence anlayışı da biraz böyle şu an yaz sezonu olduğu için hani Almancılara hitap etmeye çalışıyor herkes şu an o da böyle oyun havası, halay, hurra patara kütele onu istiyö eğlence olarak. Şimdi mesela x müzisyen türkü söylüyor diyelim tamamen iş yapar ama bi ay sonra iş yapmaz bi ay sonra da bunun sıkıntısını yaşamaya başlarsın öğrenci bağlamayı çok sevmiyor. Bu benim şahsi fikrim benim gözlemlediğim. (İşletmeci D.K, Kişisel görüşme, 19 Haziran 2021)

İşletmeci D.K.'nin kafesinin Talas Kafeler Caddesi'nde olması ve üniversitenin bulunduğu ve öğrencilerin yaşadığı ilçede bulunması, işletmeciyi çeşitli para kazanma stratejilerine yöneltmektedir. İşletmeci D.K. için hedef kitle öğrenciler olsa da yazın öğrencilerin olmadığı zamanda, stratejik olarak müzik tarzını değiştirerek gurbetçilere ve Kayseri'nin genç nüfusuna yönelik canlı müziği tercih etmektedir. Bu durum yaz sezonu boyunca sürmektedir. Öğrencilerin gelmesiyle tekrar öğrencilerin isteyebileceği, dinleyebileceği müziğe yönelmektedir. Öğrenci nüfusunun yoğun olmadığı bölgelerde ise müzik tarzının sabit olduğu görülmektedir.

2.1.1. Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Yasal İzin Süreci

Kafelerde canlı müzik icrası için en önemli kriterlerden biri, canlı müzik yapma ruhsatının olmasıdır. Kafelerde neredeyse 10 yıldır canlı müzik icra edilmektedir. Canlı müzik ruhsatı ise özellikle Talas ilçesinde son 2 yılda verilmeye başlanmıştır. Canlı müzik ruhsatı olmadan müzik yapmak, başta para cezasına daha sonra kademeli olarak kafelerin kapanmasına kadar devam eden bir süreçtir. Daha önceki senelerde canlı müzik ruhsatı alımı girişimleri olsa da yetkililerin engeliyle karşılaşmıştır. Bu yüzden işletmeler kampanya bile başlatmışlardır. 2016 yılında canlı müzik ruhsatı verilmesi için başlatılmış kampanya internet sitesi üzerinden görülmektedir (Change Web Sayfası, 2016). Şu an bile canlı müzik icrası için ruhsat almak isteyen kafeler, Çevre ve Şehircilik Bakanlığının belirlediği kriterleri sağlasa da belediye yetkilileri izin vermeyebilmektedir. Bu yüzden canlı müzik ruhsatı olmayan kafelerde, zaman zaman canlı müzik icra edilmekte ve bu esnada canlı müzik ruhsatı almak için uğraşmaktadırlar. Öyle ki canlı müzik ruhsatının önemi ve ruhsat alımının zorluğunu anlamak adına İşletmeci M.K.'nin söylemleri önemlidir.

Şurda ben başkasının ruhsatıyla devam ediyorum. Noterde sözleşme yaptık ben kendi üstüme niye almıyım diyorum ben kendi üstüme alıyım hiç harcamasak on-on beş bin lira para harcaycaz bu da kime gidecek devletimize gidecek ee... Gitsin verin arkadaş ruhsatı... Buranın canlı müzik ruhsatı var fakat ben üstüme aldığım dakika napiyo ruhsatı iptal ediyö canlı müzik ruhsatını devredemiyosun... Şu an ruhsat arkadaş üzerine devam ediyor gittik noterde sözleşme yaptık şu şu tarihten itibaren gelecek cezası belası her şeyi şu şu adama aittir diye. Canlı müzik ruhsatı olan çoğu kafe öyledir. (İşletmeci M.K, Kişisel görüşme, 08 Ekim 2021)

İşletmeci M.K. canlı müzik ruhsatının verilmemesi ya da ruhsat alımının zor olmasından dolayı, eski işletmecinin canlı müzik ruhsatı üzerinden etkinliği devam ettirmektedir. Ayrıca İşletmeci M.K.'nin kafesinin işlek bir caddede olmaması, tanınan ve bilinen bir kafe olmaması, işletmeciyi canlı müzik yapmaya yöneltmiştir. Böylece yukarıdaki bahsettiği yöntemle ruhsat üstüne alıp, canlı müzik yapmaya devam etmiştir.

Canlı müzik ruhsatı kafelerin imajı ve müziğin devamlılığını sağlamak adına büyük önem arz etmektedir. Canlı müzik ruhsatı olmayan kafelerde yetkililerin müdahalesi, müziğin durması ya da durdurulması, ceza kesimi ve bütün bunların müşterilerinin gözü önünde olması, kafeler için iyi bir imaj yaratmayacağı için canlı

müzik ruhsatı önemli hale gelmektedir. Hatta öyle ki canlı müzik ruhsatı olan bazı kafelerin sosyal medya hesaplarında “canlı müzik ruhsatımız vardır” ibaresi de görülmektedir. Beraberinde kafelerde canlı müzik ruhsatı olması ise müzisyenler için bir ön koşul haline gelebilmektedir.

“Özellikle canlı müzik ruhsatı olan mekânları tercih ediyorum daha sonra mekânların ortamları geniş ferah olması... Müşterilerimin rahat edebileceği mekânları tercih ediyorum” (Müzisyen S.T, Kişisel görüşme, 5 Ağustos 2021).

“Şimdi şöyle bi durum canlı müzik izni mesela beni çok gıcık eden bi durum şu ağıdan mesela canlı müzik iznim yok polis geldi hadi sahneden inin o durum beni bağlamayacak bi şey olması lazım çünkü bana burada müzik yapacan diye para veriyosun” (Müzisyen D.K, Kişisel görüşme, 26 Ağustos 2021).

Müzisyenlerin canlı müzik icra ettiği kafelerde, canlı müzik ruhsatı olması önemlidir. Canlı icra edilen müziğin yarıda kesilmesi, yetkililerin denetimi ve bu durumun müşterilerin önünde olması müzisyenlerin müşteri kitlesini olumsuz etkileyebilmekte ve canlı icra sırasında müziğin anlık akışını bozabilmektedir.

Kaçak yapıyorduk, çok komik bişey polis geleceği zaman gözcü koyuyorduk ve polis geleceği zaman müziği durduruyorduk yani çok komik bi durum... Duruyor geliyor bakıyor müzik var mı şu an da yok abi diyorum tamam diyor gidiyor ama içeride müzisyenler oturuyor onu görüyor sahne var sahneyi görüyor ama çok saçma bişey sahne de yakalarsa ceza yazacak yakalamazsa ceza yazmıyor. (İşletmeci Y.G, Kişisel görüşme, 14 Haziran 2021)

İşletmeci Y.G., kafesinde canlı müzik ruhsatının olmadığı dönemdeki durumu aktarmıştır. Daha önce canlı müzik ruhsatının olmadığı dönemde de kafeler müzik yapmıştır. Bu yüzden canlı müzik esnasında müzik kesintisi, para cezası gibi durumlar söz konusu olmuştur.

“Kapıya gözetmen diyorlar polis gelince müziği kesiyorlar... Para kazanamazlar canlı müzik olmazsa kafede birisi gelip oturmaz ben şahsen ben gider Starbucks’a otururum ortam olarak kahve olarak daha güzel ortam olarak daha iyi daha kaliteli” (Müzisyen K.U, Kişisel görüşme, 17 Ağustos 2021).

Canlı müzik icra edilen kafelerin hepsi canlı müzik ruhsatlı değildir. Halen bazı kafelerde canlı müzik ruhsatı bulunmasa da kafelerin iş yapabilmesi için canlı müzik

icrası, kafenin devamlılığı için önemlidir. Bu durum ruhsat alana kadar devam eden bir süreçtir. Ruhsatsız canlı müziğin yapılıp yapılmaması, yetkililerin inisiyatifine ya da yaptırımına bağlıdır. Ayrıca Müzisyen K.U.'nun bahsettiği gibi canlı müzik icra edilen kafelerin birçoğunun kendine özgü içecek ve yiyeceklerle anılmaması ya da bu tarz alanların basık ve küçük olması, kafe işletmecilerini çeşitli hizmetlere yöneltmektedir. Canlı müzik sadece bunlardan biridir. Kafelerde canlı müzik ruhsatı olsun ya da olmasın apartman sakinlerinin şikayeti üzerine yetkililer, müziğin sesini kısması uyarısında bulunabilmekte, ceza yazabilmekte ve gerekirse canlı müzik ruhsatını iptal edebilmektedirler. Canlı müzik icra edilen çoğu kafenin apartmanların altında bulunması, yakın çevrede olması ve yetkililer tarafından belirlenen ses seviyesini aşmaları yukarıda bahsettiğimiz yaptırımlara sebep olmaktadır. Yapılan gözlemlerde kafe işletmecileri; müşteri çekmek adına canlı müziğin sesini açmaya müsaade ederken, müzisyenler de icra edilen müziğin daha iyi, daha enerjik olması adına müziğin sesini açmaktadır. Bu durum mahalle sakinlerinin şikayetine neden olabilmektedir.

Özellikle Talas'taki kafelerin apartman altı iş yerlerinde olması ya da kafelerin çevresinde yaşayan sakinlerin olmasından dolayı yetkililer mecburen bir takım kriterler koymak zorunda kalmaktadır. Canlı müzik icrası için kriterler belediyelerce ya da Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca belirlenmekte ve bu kriterler sağlandığında canlı müzik ruhsatı alınabilmektedir (Kayseri Belediyesi Web Sayfası, 2005).

2.1.2. Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Sahne Düzeni ve Tasarımı

Canlı müzik yapılan kafelerde sahneler genellikle kare ya da dikdörtgen şeklindedir. Kafelerin metrekare alanı ne kadar büyükse sahne platformu da ona göre büyümektedir. Sahneleri küçük olan kafelerde en fazla dört kişi sahneye sığmaktadır. Eğer grupta akustik davulu(bateri) olan ya da akustik davul ebatlarında vurmali çalgısı olan biri varsa sahne alanını daha fazla kapladıkları için diğer müzisyenler sahnenin hemen aşağısında müziklerini icra edebilmektedir.

Şekil 2.3: Sahne Düzenine Ait Bir Görsel



Kaynak: (Meral, 2021)

Kafelerde sahnede kullanılan ses sistemleri genellikle iki hoparlör (speaker) ve bir ses mikserinden oluşur. Ses mikseri müzisyenlerin hemen yanında durmakla beraber ses ayarlarını müzisyenlerin kendisi yapmaktadır. İşletme sahipleri canlı müzik ruhsatının olması durumunda ses sistemini satın alırken, ruhsatı olmayanlar ses sistemini kiralamaktadırlar.

Bi müzisyenin kullandığı enstrümanın ses sisteminin iyi olması gerekir... Biz enstrümanlarımızı o kadar paralar harcıyoruz onlar kesesinden bi bütçe ayırıp güzel bi ses sistemi almak yerine günü geçirmenin derdindeler çok kalitesiz cihazlarla müzik yaptığımız oldu ama şu son üç sene içinde büyük bi değişim var yani. (Müzisyen K.U, Kişisel görüşme, 17 Ağustos 2021)

Her kafe için geçerli olmasa da canlı müzik ruhsatının alınmış olması, bazı kafelerin canlı müzikle anılır olmasını beraberinde getirerek canlı müziğe yatırımın önünü açmıştır. Nispeten daha kullanışlı ses sistemleri kullanılmaya başlansa da müzisyenler için yeterli görülmemektedir. Ayrıca kafelerde kullanılan ses sistemlerinin kalitesiz olduğunu düşünen bir müzisyen topluluğunun kendi ses sistemini de yanında getirdiği gözlemlenmiştir.

Kafelerin kendi özelliği olan oturma düzeni, müşterileri oturarak eğlenme alışkanlığına yönlendirmiştir. Beraberinde kafelerde icra edilen müziğin popüler

müziklerden oluşmasının yanında daha hareketli (oyun havası, halay) müziklerin icra edilmesi sırasında müşterilerin ayakta oynayıp oynamaması gibi bir çelişkide kaldıkları da gözlemlenmiştir. Kafenin alanı büyüdükçe kısa bir süreliğine oyun havası, halay gibi oyunların ayakta oynandığı gözlemlense de, işletmenin bir kafe olmasından dolayı işletmeciler için sorun olabilmektedir. Bazı işletmeciler ise oyun havası, halay gibi oyunları hem bir eğlence hem de müşteriye memnun etmenin yollarından biri olarak gördüğü için sorun olmamaktadır.

Şekil 2.4: Oturma Düzeni ve Sahne Düzenine Ait Bir Görsel



Kaynak: (Meral, 2022)

Canlı müzik icra edilen kafelerin sahne düzenine ait genel özellikleri yukarıda bahsettiğimiz gibi Osmanlı Sokağı'nda farklı bir sahne düzeni ve tasarımı ile karşılaşılmaktadır. Osmanlı Sokağı'nda sahne platformu görülmemektedir. Ses sistemi kullanımı yasaktır. Kafenin bahçesi küçükse hiçbir ses sistem kullanılmamaktadır. Ancak kafenin bahçesi büyükse solist için bir mikrofon, enstrüman elektrikli ise enstrüman için küçük bir amfiye izin verilmektedir. Bu yasak daha önceki senelerde Osmanlı Sokağı'ndaki kafelerde canlı müzik icra edenlerin ses sisteminin sesini çok açmasından kaynaklanmıştır. İkinci bir yasak klarnet ve darbuka üzerinedir.

*Hatta bi dönem bazı enstrümanlar yasaktı darbuka olsun, klarnet olsun gene yasakta...
Mesela adam dike çıkıyo zamanında bunlar niye şey oldu hani bunu biraz su istimal*

ettikleri için. Aslında müzik yasaktı Osmanlı Sokağı'nda ve sonradan kafe sahiplerine bi ders olsun diye belediyenin verdiği bi yaptırım oldu. Çünkü önceden burda ses sistemi vardı ama ses sistemi olduğunda da o bizi bastırıyor sesi aç bu bizi bastırıyor sen de onu bastır gibi olunca çevredeki oturan insanlar rahatsız oldu ondan dolayı da bu sıkıntıyı biz yaşıyoruz. (Müzişyen K.E, Kişisel görüşme, 20 Eylül 2021)

Osmanlı Sokağı'nda icra edilen müziğin ses sistemi olmadan yapılması, işletmecilerin daha önceki dönemlerde sesini müşterilere daha çok duyurabilmeleri ve sesin yüksek olursa daha çok müşteri çekeceğini düşünmelerinden kaynaklıdır. Bu durum hem çevredeki sakinler hem de kafeler için ses kirliliğine ve gürültüsüne neden olmuştur, bu yüzden yetkililer tarafından ses sistemi yasaklanmıştır.

Ses sistemi var şu anda var yasak normalde canlı müzikte şu şekilde ruhsatını alman gerekiyor bizim buralara ruhsat vermiyorlar müsaade... Yani belediye başkanı dedi ki akustik bi şekilde yapın diye sağolsun müsaade etti ama... Şu sesi duyuyosun² şu ses oldu mu ben nası akustik bi şekilde yapıyım yapamazsın ki birbirine karışıyor çok karışıyor kafan karışıyor. (İşletmeci O.G, Kişisel görüşme, 23 Eylül 2021)

Her ne kadar ses sistemi yasak olsa da şu an müziğin daha iyi icrası için ve solistlerin çıplak sesle ses tellerini yormaması adına yukarıda da bahsettiğimiz gibi asgari düzeyde ses sistemine izin verilmektedir. Osmanlı Sokağı'nın bu tarz bir uygulama yapması "orada sadece akustik müziğe izin veriliyor" algısını oluşturmuştur.

Osmanlı Sokağı'ndaki kafeler 7-8 yıldır hizmet verseler de 2020 yılında işletme ruhsatı almışlardır (Haber Türk Web Sayfası, 2020).

Burda 6 yıldır tüm işletmeler ruhsatsız çalıştı, ruhsat alamadı işletme ruhsatı alamadı tabi şu an var, son bir yıldır var. Artık bu kadar esnaf çoğalınca artık bir potansiyel oluşturduk potansiyelin sonucunda da belediyeye görüşüp onlarda sağ olsunlar yardımcı oldular. Yani kafe olarak veremiyoruz... Ondan sonra bizde dedik ki bir isim bulalım artık belli metraj da olanlara kahvaltı salonu belli metrajın altında olanlara çay ocağı o şekilde verilebildi. (İşletmeci A.S, Kişisel görüşme, 19 Eylül 2021)

Osmanlı Sokağı'ndaki şu ana kadar hiçbir kafeye canlı müzik ruhsatı verilmemiştir. Verilen ruhsatlar yukarıda da söylenildiği üzere kafe/restoran ruhsatı değil, işletmenin büyüklüğüne göre kahvaltı salonu ya da çay ocağı ruhsatıdır. Burada yapılan müzik ise belediyenin inisiyatifindedir.

² Görüşme yaptığımız sırada yan kafedeki canlı müziğin sesinin fazla olmasına işaret ediyor.

2.1.3. Para Kazanma Stratejisi Olarak Mola

Mola, dinlenmek ya da enerji toplamak amacıyla bir süre boyunca yapılan işe veya aktiviteye ara vermekle ilgilidir. Müzisyenlerin mola verme özgürlüğü bulunmasına karşın, ticari bir kaygıyla işletmeci tarafından da mola verilmektedir. İşletmeciler için mekânın doluluğu önemli olmasına rağmen yeme/içme ürünü satabilmek adına işletme sahibi müzisyenlere mola verdirebilmektedir.

Çok kalabalık olup da dışarıda sıra bekleyen varsa ya da kaliteli müzik yapılıyorsa müşteri oturuyorsa mola verdiririm bu mekâncı açısından sıkıntı sirkülasyon olmadığı için masa değiştiremiyosun ya işte ara ver dediğim zaman ben haber verene kadar çıkma diyorum masa kalksın. (İşletmeci D.K, Kişisel görüşme, 19 Haziran 2021)

İşletmeci D.K. için müziğin kaliteli yapılması, insanların ürün satın alması yerine müziği dinlemeye itmektedir. Bu durumda işletmenin para kazanabilmesi adına mola stratejisi uygulanmaktadır. Molanın olması işletmecilerde yeme/içmeye doymuş ya da daha fazla ürün satın almayacak insanların kalkmasına yol açacağı düşüncesini oluşturmaktadır. İşletmecilerin mola verdirmesi genellikle kafelerin yoğun olduğu günlerde gözlemlenmiştir.

“Sahnenin pik noktasındasın, devam ettirmen lazım diye düşünüyorsun adam mola ver diye haber yollattıyor müşteri çıksın yenisi gelsin sirkülasyon olsun diye” (Müzisyen D.K, Kişisel görüşme, 26 Ağustos 2021).

İşletmecinin para kazanmak adına yaptığı strateji, müzisyenler için yapılan müziğin geri planda kalması izlenimini vermektedir. Beraberinde müzisyenlerin kendi molasını vermesi ise işletmeciler adına sorun teşkil edebilmektedir.

“Şimdi zaten genellikle molalarda da şöyle oluyor çıkıyorsun ezanlarda falan denk geliyor ondan sonra mekân sahibi diyor ki sana, ya kardesim iste zaten pek bir süre kalmadı hadi biraz daha sirkülasyon olsun işte misafirlerimiz şöyle olsun böyle olsun...” (Müzisyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021).

Mola verdiğimiz zaman işte müşteri gidiyo şöyle oluyo böyle oluyo diyorlar... Hadi başlayın hadi hadi ne duruyorsun ya genellikle hadi ile başlayan ki hadi ortak yapılan bişey olduğu zaman hadi gazlayıcı bir kelime birisinden yapmasını istediğin bişey yaptırmak istediğinde de aşırı itici ve sinir bozucu bir kelime... (Müzisyen E.K, Kişisel görüşme, 13 Haziran 2021).

Müziyenlerin molaları kendi istek doğrultusunda verememesi, molanın bir ticari amaca dönüşmesi, müziyenlerin sahnedeki belirlediği gidişatı etkilemektedir. Böylelikle işletmecilerin müziyenlere ne zaman ve nasıl mola verileceğine karışmaları ve sahnenin o an ki enerjisine müdahale etmeleri müziyenler adına sorun olabilmektedir.

2.1.4. Mp3 Çalar Olarak Müziyenler: İstek Kültürü

Kafe müziyenleri hizmet sektörünün bir üyesi olmakla beraber emek harcamaktadırlar. Bu emek sunduğu müşterisiyle birebir ya da dolaylı etkileşim halindedir. Bu sebeple müşteriler, canlı müzik icra eden müziyenlerden istek şarkı isteme, istedikleri ve sevebilecekleri müzikleri icra ettirme gibi çeşitli yaptırımlara sahiptir. Yapılmaması durumunda müziyenin müzik yaptığı mekâna gelmeme, başka bir müziyene ya da başka bir canlı müzik icra edilen mekâna gidebilmektedirler. Bu yüzden müziyenler kendi istediği ve dilediği müziği yapmakla, müşterinin istediği müzik arasında kalabilmektedir (Becker, 2017, s.111-112).

Kafelerde yapılan canlı müziğin özelliklerinden biri icra edilen müziğin, müşteriler tarafından istenen şarkı üzerine olmasıdır. Kafelerdeki canlı müziğin genel repertuar akışı, istek şarkı üzerinden devam etmektedir. Herhangi bir ücret karşılığı olmadan peçete ya da kâğıt üzerine yazılan istekler garsonlar tarafından müziyenlere götürülmektedir. Müziyenlerin ise isteği çalma zorunluluğu olmasa da müşterilerin memnuniyeti adına bu istekleri yerine getirdikleri görülmektedir.

Her tarz müzik çalıyoruz, piyasa müziği deniyor buna müşterinin istediği ne varsa onu yapmak zorunda kalıyoruz. Bu işten para kazanıyoruz, müşteri memnuniyetinin ne kadar önemli olduğunu şöyle anlatayım isteğe yok denildiğinde mekândan kalkıp giden müşteriler oluyor yani benim şarkımı çalmadı benim şarkım niye yok diyip küstüyorlar. Bu yüzden her isteği yapıyoruz. (Müziyen Y.K, Kişisel görüşme, 15 Ağustos 2021).

Müziyenler her ne kadar kendi tarzını ve ona göre şekillenen müzik türlerini icra etmeye ve dinletmeye çalışsa da program akışında öncelik müşterilerin istekleri üzerine kuruludur. Müziyenler sahneye çıkarken istekleri göz önünde bulundurarak repertuarlarını genişletmektedirler. Müzik tarzı ne olursa olsun müzik istekleri her programda yapılmaya çalışılmaktadır. Müziyenler istekleri değerlendirirken başta kendi tarzına yakın olan isteklere öncelik vermektedir. Gelen isteğin popülerliği ve sıklığına

göre de öncelik değişebilmektedir. Her ne kadar müzisyenlerin kendi tarzına yakın istekler öncelikli olsa da her zaman müşterilerin memnuniyeti göz önünde tutulmaktadır.

Milyonlarca istek geliyor mesela sahne esnasında ya gözden kaçırabiliyorsun ya repertuarında olmayabiliyor ya biz şuralardan geldik de bizim parçamızı çalmadınız da falan filan da sen müzik kutusu da değilsin bi bağlamda baktığın zaman Youtube değilsin biraz daha anlayışlı yaklaşımları lazım. (Müzisyen İ.K, Kişisel görüşme, 8 Temmuz 2021).

Örneğin ben şarkı söylüyorum diyelim ki bir özgün müzik söylüyorum, ardına bir pop, hani elektro pop dediğimiz istekler geliyor. Tabii ki yapmakta mükellef değiliz hani istediğimiz gibi yapabiliriz ama yapmayınca bu sefer şey ile karşılaşyoruz, müşteri demeyelim de misafirlerin şeyi ile tepkisi ile karşılaşabiliyoruz... Mesela her insanın müzik zevki bir olmuyor. Sahneye baktıklarında şey gibi görüyorlar, sizi bir mp3 çalar gibi, hani isteğimiz vardı neden yapılmadı, isteğiniz nedir, atıyorum bir Duman'dan istek gelmiş "kendime geldim geleli dostlar" bunu söylüyorsun, ardından "zahidem kurbanım", yani nasıl bir bağlaç olacak, yani her tarz insana hitap ettiğimiz için, arada böyle bir sıkıntılar yaşayabiliyoruz... Eğlence olacak yeri gelecek, hüznü parçalar da çalacağız tabii, duygusal parçalar falan ama şimdi tam siz orada hüznü vermişsin, o duyguyu vermişsin tam o anda sahnesel bir akış yakalamışsın, ardına adam illa "erik dalı" çalsana keyfimiz yerine gelsin diyor... (Müzisyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021).

Kafelerdeki canlı müziğin istek üzerine olması, icracısı olan ve para karşılığında müziğini icra eden müzisyen için bir iç çatışmaya neden olmaktadır. Müzisyenlerin icra ettiği müziğe emek vermesi, müşterilerin ise emek verilmiş işe karşı gerekli değeri vermemesi ve icra edilen müziğin akışına müşterilerin karışması, müzisyenler adına sorun olabilmektedir.

Aynı zamanda kafelerdeki canlı müzikte istek kültürünün olması müşterileri memnun etme konusunda önemli bir ipucu verirken, müzisyenler açısından bir sorun haline gelebilmektedir. Müşteriler, zaman zaman müzisyenleri bir "mp3" ya da "müzik kutusu" gibi hissetmelerine neden olmaktadır. Müşteriler, gittiği kafelerde istek şarkılarının çalınmasını arzu ederken, müzisyenler kendi tarzı ile örtüşmeyen ya da müzik icrası sırasında müziğin o anki atmosfer akışıyla bağdaşmayan müzik türlerini aynı zamanda çalmalarının bir sorun haline geleceğini düşünmektedirler. Bu yüzden istek kültürü müzisyenlerin ne çalması gerektiğinden ziyade, müşterilerin ne dinlemek istediğiyle ilgilidir. Beraberinde istek kültürü, müzisyenlerin para kazanmak adına ne

çalacağı fikrini edindirmektedir. İstekleri yapmanın artışı, müşteriler için tekrar aynı müzisyene ve aynı mekâna gelme isteği uyandırmaktadır.

Tabi monotonlaştırıyor aslında bu müzik repertuarımızın olmadığından değil gelen istekler ve gelen aynı kişileri olmasından dolayı kaynaklanıyo. Müdavimler genel olarak geliyor mesela sen sürekli çıkıyosun sen çıktığın için aynı müşteriler geliyo aynı parçaları istiyoz zaten herkesin parçası vardır kendine göre mesela kapıdan girdiği zaman o parçayı yapıyom biliyosun ki adam o parçayı kendisine yaptığını anlıyo biliyo yani... (Müzisyen K.E, Kişisel görüşme, 20 Eylül 2021).

Her gün aynı istekleri ve müzikleri yapmak, müzisyenler için bir rutin haline gelmekle beraber, müşteri çekme ve iş yapabilme adına önemli bir faktördür. İstek kültürü müşterileri çekme konusunda önemli bir strateji haline gelmiştir. Kafeler, canlı müziğin yanında artık olarak “istem” hizmeti sunmaktadır.

Bir müzisyenin daha fazla iş yapabilmesinin ölçütlerinden biri, gelen isteklerin ne kadarını icra ettiğiyle ilgili olabilmektedir. Kayseri’deki müzisyenler için repertuarın geniş olması bir artıdır. Kendisini hem iyi bir müzisyen konumuna getirirken hem de kafelerde iş bulma olasılığını artırmaktadır.

Müzisyenler için Türkiye’nin neresine gidersen git müzikle çok hasır neşir olduğun zaman belli bi nabzı tutuyosun yani genele hitap ediyosun çok rahatsız etmiyor. Şimdi şöyle diyor zaten repertuar müzisyenin her şeyidir, her tarzı bilmek zorundasın bu işi tam yapıyosun ben sanat müziği çalamam diyemezsin. (Müzisyen M.Ö, Kişisel görüşme, 21 Haziran 2021)

Bazı müzisyenler için her isteği icra etmek iyi bir müzisyenliğin göstergesi anlamını da gelmektedir. Bu durum müzisyen açısından bir “mp3” gibi hissetmeyi ortaya çıkarsa da, yapılan isteğe karşılık müşteriler ya da işletmeciler tarafından iyi bir dönüt (alkış, övgü) haline gelmektedir.

İsteklerin değerlendirilmesinin ve çalınmasının bir başka sebebi ise canlı müzik ücreti ile ilgilidir. Canlı müziğin bir hizmet görülmesinin yanında, istek şarkı isteme kaliteli bir hizmet anlayışı gibi görülmektedir.

Canlı müzik ücreti alıyorum ben benden bişey aldıklarında güzel hizmet vermek zorundayım hizmetimi beğendirmek için, Ürünümü kaliteli kullanmak zorundayım hızlı vermek zorundayım temiz vermek zorundayım düzgün olmak zorundayım çünkü ben ona hizmet veriyorum. Aynı şekilde canlı müzik ücreti alıyorsam ben bu adamdan ücreti hizmet olarak alıyorsam o adam da orda önemsenmek istiyoz en kötü müzisyenler şey

diyebilir giden isteğe repertuvarım da yok alternatif olarak bunu yapabiliriz. (İşletmeci U.H, Kişisel görüşme, 2 Eylül 2021)

Genel anlamda canlı müziğin akışı, istek şarkılar üzerinden devam etmektedir. Müzisyenler, bütün istekleri yapmaktan şikayetçi olmalarına karşılık para kazanma ve kafelerde müzik yapabilmeleri için bu istekleri en verimli şekilde yapmaya çalışmaktadırlar. Canlı müziğin akışının istek şarkılar üzerinden devam etmesi, müzisyenlerin daha iyi icra ettiğini düşündüğü müziklerin ve tarzların geri planda kalmasına neden olmaktadır. Böylece müzisyenler, canlı müzikte kendi tarzını tam anlamıyla yansıtamamaktadır.

2.2. Kafe Müzisyenleri ve Canlı Müzik Anlayışı

Canlı müziğin en önemli aktörleri müzisyenlerdir. Kayseri’de kafelerde sahne alan müzisyenlerin canlı müziğin iyi bir icrasından müşterilerle iyi bir etkileşim ve izlenime, sahnenin ve müzik yapılan ortamın enerjisini belirlemeden işletmecilere ve kendilerine kazanç sağlamasına kadar çeşitli işlevleri bulunmaktadır.

Kafelerde çalan müzisyenlerin çoğu 20-40 yaş arasındadır. Bunlar: Öğrenciler, canlı müzikten geçimini sağlayanlar ve gündüzleri farklı meslek dalında çalışan müzisyenlerden oluşmaktadır. Yapılan görüşmelerde kafe müziğinin neredeyse üçte ikisinin alaylı müzisyenlerden oluştuğu görülmektedir. Geriye kalanlar konservatuvar mezunu ve öğrencileridir. Kafelerde yapılan canlı müzik ise asgari kişi sayısı ile icra edilmektedir. Kafelerde sahnede en fazla 5 kişi bulunduğu gözlemlenmiştir. Genellikle ise gruplar 3 kişiden oluşmaktadır. Kayseri’de kafelerde sahne alan müzisyenleri iki kategoriye ayırmak mümkündür. Bunlardan ilki müzisyen topluluklarıdır. Müzisyen toplulukları, bir solistin adı altında sahne almakta ya da ön planda herhangi bir solistin ismi olmadan herkes ayrı ayrı kendi ismiyle aynı sahnede yer almaktadır. İkincisi ise band (grup) şeklinde olan topluluklardan oluşmaktadır. Canlı müzik icra edilen kafelerde iki kadın müzisyen görülmüştür ve bunlar solist özelliği taşımaktadır.

Kafelerde sahnedeki solistlerin neredeyse hepsi gitar (klasik, akustik) ya da bağlama çalmaktadır. Grubun diğer bileşenlerini ise bağlama, gitar (elektro, akustik, bas) ve vürmalı çalgılar oluşturmaktadır. Solistin isteğine ve müziğin türüne göre bağlama ya da gitar çalan müzisyen tercih edilmektedir. Vürmalı çalgıların ise neredeyse hepsi elektronik davuldan oluşmaktadır. Akustik davulun taşınma zorluğu, vürmalı çalgıların

ya da akustik davulun kafelerde bulunmaması, daha hafif ve işlevli bir çalgı olan elektronik davula yönelmiştir.

Gitar ve bağlamanın aynı sahnede beraber olması, daha çok müzik türüne ve böylelikle daha fazla müşteriye hitap etmek üzerine kurulu bir stratejik yöntemdir. Böylece kafelerde sahne alma olasılığı da artmaktadır. Ayrıca bağlama ve gitarın beraber olması müzik çeşitliliğini artırmaktadır. Bu iki enstrümanın birlikteliği oyun havasından rock müziğe, özgün müzikten arabeske ve türkülerden pop müziğe kadar bütün müzik tarzlarını çalmada önemlidir. İstek şarkıların neredeyse hepsi, bağlama ve gitarın aynı sahnede bulunduğu müzisyen topluluklarında icra edilmektedir. Ayrıca sahnede iki solistin olması da aynı şekilde her tarzın yapılabileceği anlamında gelmektedir. Bir solist arabesk, fantezi müzik ya da türkü söylerken diğeri ise pop ya da rock müzik söylemektedir.

Şekil 2.5: Bir Müzisyen Topluluğu



Kaynak: (Meral, 2021)

Sahneye çıkan müzisyenler grup isminden ziyade her bir müzisyen ayrı ayrı kendi isimleriyle ya da solistlerin ismi altında sahneye çıkmaktadırlar. Solistlerin sahneye kendi isimleriyle çıkması ücret konusunda en büyük payı alması anlamına gelmektedir.

Solist olarak, şöyle düşünmek lazım... sahne solisti genelde ekibi organize eden kişi sahneyi ayakta tutan kişi artı o ismi oluşturan kişi o sahnedeki oluşturan kişi şu da var

solistlerde bunlar için bedeller ödüyor yani gerekli gereksiz bir çok insanlar mecbur hasır neşir olmak gibi işletme sahipleriyle köprü kurmak gibi. (Müzişyen S.T, Kişisel görüşme, 5 Ağustos 2021)

Solistlerin sahnede ön planda olmaları; idari işleri yapmalarını, piyasada kendi isimlerini duyurmalarını, ücret konusunda en büyük payı almalarını sağlamaktadır. Bu tarz solistlerin neredeyse hepsi sadece canlı müzik işindedir. Solistin ismiyle sahne alan müzişyenler topluluğunda, solistler en fazla ücretin yarısını alırken geri kalanını yanında çalan müzişyenlere eşit bölüştürmektedir. Bu durum solist dışındaki müzişyenleri rahatsız ettiği için diğer tekliflere yönelmelerine neden olmaktadır. Bu işler, günübirlik ekstraların ya da düğün sezonunun olduğu dönemdir. Bu durumda solistler günübirlik ya da bir süre yanında çalacak müzişyen bulmak zorundadır. İki şekilde müzişyenler eşit ücret almaktadır: İlki her bir müzişyen kendi ismiyle sahne alıyorsa, ikincisi müzişyenler grup ismiyle sahne alıyorsa.

Kafelerde müzik yapan müzişyenlerin neredeyse hepsi ekstralara gitmektedirler. Bu durum kafe sahipleri için sorun yaratmazken ekstraların kafe programına denk gelmesi, müzişyenin (özellikle solistin) işini kaybetmesine kadar gitmektedir. Müzişyenler ise kafe sahibini mağdur etmemek adına kafe programında çalacak birini bulmakla yükümlüdür.

Sahne alan müzişyenlerin kişi sayısının asgari düzeyde olmasını birkaç sebeple açıklamak mümkündür. Bunlardan ilki ve en önemlisi işletmeciler tarafından verilen ücretin az olması, ikincisi birçok kafenin ve sahne platformunun küçük olması, son olarak da verilen ücretlerin düşük olması sebebi ile müzişyenlerin kendi payını bölüşmek istememesi.

Yaptığın müzikle alakalı şimdi şöyle düşün adam basçı çağırıyor davulcu çağırıyor onun yerine bi tane klavyeci çağırıyor çözüyo bas-davul. Klavyeyi klavye gibi çalan adam kalmadı adam akıllı piyasa da bas davula gitmekten. Müzişyen para kazanmak için mevzuyu eviriyor adam da az parayla çok iş yapmanın yoluna gidiyo. Hiç bilmeyen adamların para vermemek adına yaptığı müzişyenin de para kazanmak için evirdiği nokta... Adam diyor ki benim ayırdığım bütçe 500 lira, 500 lirayı şimdi sen beş kişiye bölersen ekmeğ yiyemezsin gittin geldin sigaranı aldın şunu aldın bunu aldın paran kalmadı. (Müzişyen D.K, Kişisel görüşme, 26 Ağustos 2021)

Üç kişinin üstüne çıkmak ve böylece enstrüman çeşitliliğini artırmak, müzisyenler için daha verimli ve keyifli bir müzik olanağı sağlayan bir durumken, mekân sahiplerinin maliyetini artıracığı için ekstra bir külfettir. Bu durum müzisyenler adına verimlilik, keyif ve haz almama adına sorun olabilir de müzisyenlerinde yeterince para kazanamaması ve parayı ekstra bir kişiyle daha bölüşmemek istememesi de bu açıdan önemlidir.

Şu anlık tatmin ediyor desek yalan söylemiş oluruz. Çünkü belirli ekibin üstüne çıkaramıyosun. Mesela mekân sahibi diyor ki hani 3 kişi olsun, 4 kişi olsun tabi gitgide maliyet de artıyor sanatçı ve enstrüman arttıkça... Mesela bas davul çalıyor arkadaşım. Bas davulu klavye de çalıyor, hem bas çalıyor hem bateri çalıyor, bas gitar ve bateriyi aynı anda çalıyor. Tabi bunun orijinal bir bas gitarla çaldığını düşünürsek daha çok keyifli, verimli. (Müzisyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021)

Müzisyen B.K.'ye göre maliyetin az olması yukarıdaki bahsedilen tatmin sorununa yol açmakta ve bazı müzisyenler bu yüzden klavye gibi çok fonksiyonlu bir enstrümanla birden fazla enstrümanı çalmaktadır.

Müzik bölümü okuyan veya bitirmiş müzisyenlerin müzik işi haricinde farklı alanlarda iş bulamaması ve zorluk çekmesi, onları Kayseri'deki kafelerde sahne almaya itmektedir. Öğretmenlik gibi düzenli bir iş bulana dek bazı müzisyenler kafelerde çalmaya devam etmektedir. Canlı müzik icra edilen kafelerde ise her enstrüman rağbet görmemektedir. Müzik okumuş müzisyenlerin ya da müzik bölümünde öğrendiği ve icra ettiği ana çalgısının kafelerde yapılan müziğe uymaması, müzisyenleri de enstrüman değişikliğine götürmüştür.

Normalde udiyim. Piyano çalıyorum, bağlama öğretmenliği yaptım, özel sektörde çalıştım gitar çalıyorum cümbüş çalıyorum çok sayıda enstrüman mevcut, hiçbirinin maddi getirisi olmadığından dolayı... Ud insanların benimsediği bir enstrüman değil zamanla benliğini yitirmiş bi enstrüman, işletmeciler de hoş bulmuyor alışmışlar gitar ve bağlama ya da gitar çalan ya da org çalan birisi devran böyle dönüyor. (Müzisyen K.U, Kişisel görüşme, 17 Ağustos 2021)

Müzisyen K.U.'nun konservatuvarda ana çalgısı ud olmasına rağmen canlı müzik icra edilen kafelerde iş bulamamaktadır. Müzisyen K.U.'ya göre ud Kayseri'de bağlama, gitar ya da klavye (org) kadar popüler değildir. Bu yüzden para kazanmak, aranan bir müzisyen konumunda olmak ve sahne almak adına klavye çalmaya başlamıştır. Müzisyen K.U.'nun klavye seçimi ise tamamen para kazanma amaçlıdır.

Maddi açıdan iş bulma açısından, klavye çalıyorum sadece piyano değil bas - davul çalıyorum bas – davul diye bi mantık yok normalde sadece kafelerin yeterli maddiyat vermemesi ve iki enstrümanı iki lobu bölerek aynı anda çalmam tamamen maddiyatsal bi olay yani müzikte öyle bi kavram yok son iki üç senedir gündeme gelmiş bi kavram önceden öyle bişey yoktu. (Müziyen K.U, Kişisel görüşme, 17 Ağustos 2021)

Canlı müzik icra edilen kafelerde sahne alan müzisyenler Youtube, Tiktok, Instagram gibi sosyal mecralarda da şarkı söyleyip koymaktadırlar. Müşteriler, müzisyenleri daha çok sahne aldıkları kafelerden tanımaktadır. Müzisyenler, müşteriler tarafından daha sonra sosyal mecralardan takip edilmektedir. Solist özelliği taşıyan müzisyenlerin ve grupların besteleri, uyarlamaları (cover) ise sosyal medyalarda bulunsa da kafelerde sahne almak için tek başına yeterli değildir. İşletmeciler için solistlerin sahne alması öncelikle “masası” ya da müşteri kitlesi olmasıyla ilgilidir. Müzisyenlerin sosyal medyadaki bestelerinin ya da uyarlamalarının fazla dinlenilmesi durumunda ya da “O Ses Türkiye” gibi oldukça fazla izlenen yarışmalara katılmaları sayesinde sahne almaları ise olası hale gelmektedir. Gözlemlerde ise bestesi olan solistlerin şarkıları oldukça az istenilmektedir. Müzisyenlerden genellikle müzik piyasasında en çok dinlenen popüler müzikler, müzisyenlerle özdeşleşmiş popüler müzikler ya da eski otantik popüler müzikler istenmektedir.

Kadın müzisyenler Kayseri’de genellikle ekstralarda (düğün, balo, mezuniyet), Kayseri’deki çeşitli otellerde ya da Nevşehir’in turistik yerlerinde sahne almaktadırlar. Saha araştırması ve gözlemlerde iki kadın müzisyenin kafelerde sahne aldığı görülmüştür. Her ikisi de solist özelliği taşımaktadır. Kendi isimleriyle sahne almakla beraber kadın müzisyenler her kafede de sahne almamaktadır. Kadın müzisyenlerden biri sadece tek bir kafede sahne alırken diğer müzisyen ise kendi müzik tarzına yakın kafeleri tercih etmektedir.

“....kadının burda ne işi var yani burda bayan müzisyenin olmaması normal kaldırmıyor çünkü şurda ben elbise giyip gelsem sen bi de kafeyi ondan sonra gör” (Müziyen F.B, Kişisel görüşme, 20 Ekim 2021).

“Sahne aldığım kafe insan alırken müşteri alırken daha çok dikkat ediyö belki yanlış bi tabir olacak ama dış görünüşe tavrına hareketlerine daha çok dikkat edip insan alıyo bundan dolayı ben orda daha güvende hissediyorum o yüzden sadece orda çıkıyorum” (Müziyen Y.Ş 25 Ekim 2021).

Tek bir mekânda sahne alan kadın müzisyen kafenin nezih olmasına, işletmecinin ve işletmenin tutumuna, güvenli bir alan olmasına dikkat ederken, diğer kadın müzisyen ise kendi kılık kıyafetine dikkat ederek daha çok kafede sahne almaktadır. Kayseri şehrinin “muhafazakâr” olması yönündeki söylemler, düşünceler ve kadınların yaşadığı deneyimler, kadın müzisyenlerin özellikle kafelerde sahne almasını güçleştirmektedir.

Görüşme yapılan ve kariyerini müzikten devam ettirmek isteyen özellikle genç müzisyenlerin hiç biri, Kayseri’de kalmak istememektedir. Verilen ücretin yetersizliği, icra edilen müzik için gerekli altyapının sağlanamaması ve Kayseri’nin müzik kariyeri için belli bir noktada tıkanması, Kayseri’de kalmayı engelleyen faktörlerdir. Gerekli koşullar sağlandığında ise, müzisyenler şehir dışına çıkmak istemektedirler. Bu koşullar ise; sabit ve sürekli bir sahne ya da iş imkânı ve tanıdık bir çevrenin olmasına bağlıdır.

“...keşke İstanbul’a Ege’ye ama kime güvenecen güzel bir iş olursa kalabileceğim güvenebileceğim bi yer olursa giderim tabi ki...” (Müzisyen F.B, Kişisel görüşme, 20 Ekim 2021).

Müzisyenlerin kafelerde sahne alması ise iki şekilde gerçekleşmektedir. İlki daha önce sahne alan müzisyenlerin, diğer müzisyenleri önermesiyle ikincisi ise Osmanlı Sokağı piyasasında pişip Talas’taki ya da diğer ilçelerdeki canlı müzik icra edilen kafelere geçmesiyle gerçekleşmektedir.

10 sene önce Osmanlı Sokağı’nda çalışıyodum. Aslında sahne işine başladığım ilk zamanlar Osmanlı Sokağı’ndaydım çünkü müzisyenin aslında gerçekten piştiği yer Osmanlı Sokağı oluyor. Önceden çok güzel bi sistem vardı işte cihazlarla müzik yapabiliyorduk önceden. Osmanlı sokağında sonra cihazları kaldırdılar bildiğin akustik müzik bağıra çağıra yapılan müzik haline geldi. Bu da iyi bi şey değil aslında müzisyene çok fazla zararı var yorgunluğu var bi de orda fiyatlar düşük şimdi bi de müziğe başlayan sahne yapmak isteyen kişi orda ucuz fiyata çıkar kendini orda pişirir. (Müzisyen Y.K, Kişisel görüşme, 29 Haziran 2021)

“Bizim şimdi Kayseri’de Osmanlı Sokağı dediğimiz bi sokak var orası askeriye’nin acemi birliği gibi düşün orda acemi birliğinde pişen piyasaya çıkıyor şehirdeki kafelerde çalmaya başlıyor” (Müzisyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021).

Müzisyenler, Osmanlı Sokağı’nda pişip diğer kafelerde sahne almalarına rağmen, hala Osmanlı Sokağı’nda kalan müzisyenler bulunmaktadır. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi ses sisteminin ve müzikal alt yapının yetersizliği, kısım canlı müzik icra edilen

kafelerin azalması müzisyenler için bir statü unsuru haline gelmiştir. Bu yüzden daha iyi bir ses sistemi, müzikal altyapının daha iyi olduğu ve daha çok ücretin verildiği diğer kafelerde sahne almak, piyasada pışmışlık anlamına gelebilmektedir.

Müzisyenler için kafelerde yapılan canlı müzik genellikle geçici bir işmiş gibi görülmektedir. Bunun yanında hayatını canlı müzikten devam ettirenler için kafeler bir kariyer basamağıdır. Müzisyenler kafelerde müziğini icra ederken aynı zamanda sosyal mecralarda söyledikleri ya da icra ettikleri uyarılama şarkıları paylaşmaktadırlar. Ayrıca herhangi bir yapım şirketinden bağımsız olarak kendi şarkılarını sosyal mecralarda yayınlamaktadırlar. Bu uğraşlardan anlaşılacağı üzere müzisyenler, yerel bir müzisyen anlayışından çıkıp tanınırlığını genişletmek istemektedirler. Bu açıdan müzisyenlerin kafelerde sahne alması, para kazanmanın yanında aynı zamanda tanınırlığını da genişletmektedir.

Kendimi özgür hissettiğim yerdeyim en basit örneği saçım sakalım nasıl istiyosam öyle çıkıyorum sahneye, saçımı boyatmak istiyorum boyatıyorum bi işçi olsan saçımı boyattığında sana derler ki aaa bu nasıl ama müzisyen olduğun için adam nasıl tarz yapmış ya oluyo halbuki benim tarzım ince bi detay sen sahne de olduğunda pembe şort giyersin derler ki güzel tarzmış bi mekânda çalış herhangi bi iş yap pembe şort giy ya bu nasıl giyinmiş derler. Aslında çok yanlış, yani tamamen kendimi özgür hissettiğim kendim olduğum yerdeyim orda hem tarzım hem sesim ben orda evet çalışıyorum para için yapıyorum ama hayatımı buna adadım ben başka bişey yapamam ben alkış bağımlıyım başka bi iş yapamam. (Müzisyen Y.K, Kişisel görüşme, 15 Ağustos 2021)

Tüm gelirini kafelerde sahne alarak kazanan müzisyenler için müzisyenlik, bir yaşam biçimi haline gelmiştir. Müzisyenliğin getirdiği ayrıcalık ile müzisyenler, kendilerini diğer iş kollarından ayırmakta ve diğer iş kollarına göre daha özgür hareket edebilecekleri bir alanı bulunmaktadır. Bu alan ise daha çok imajla ilgilidir. Bunun yanında diğer iş kolları gibi bir para kazanma güdüsü olduğu için, müzik icrasında dolaylı ya da dolaysız olarak işletmeciler ve müşterilerin isteklerine yönelik müzik yapmak zorunda kalmaktadırlar.

2.2.1. Müzisyenlerin Otantisitesi: Müzisyenlerle Özdeşleşmiş Şarkılar

Müzisyenler kafede sahne almanın yanında kendileriyle anılan, özdeşleşen şarkılar ve söyleme üslupları ile bilinmektedirler. Bu sayede canlı müzik icra edilen kafelerde sahne almaları daha da kolaylaşmaktadır. Müzisyen otantisitesi özelliklerinden

biri olan “erken otantisite işaretleyicisi” bunlardan biridir. Erken otantisite işaretleyicisinde müzisyenler, halk tarafından otantik sayılan şarkıcıların söyleme üslubuyla söyler ya da otantik sayılabilecek şarkıları en iyi şekilde yorumlayarak kendilerini garanti altına alırlar (Erol, 2018. s.213-214). Ses renginin benzemesi, Neşet Ertaş gibi bağlama çalması, şarkı söyleme üslubu, içten söyleme bunlara örnektir. Bu sayede kafelerde sahne alan müzisyenlerde bu tarz yorumlamalarla bilinmekte, sevimde ve her sahne de kendilerinin anıldığı şarkıları icra etmektedirler.

Ahmet Kaya “Ezdirmem Sana Kendimi” her başlangıçta söylerim, mesela “Kalbim Yaralı” dört beş kez aç karınla tok karınla bunu söylemesek olmuyor çünkü o kadar istek geliyor ki artık oturmuş. Mesela Serdar “Yıkık” adamı ezberlemişler Serdar eşittir Yıkık, Yağız’dan “Ay Tenli Kadın”, Gökhan o Kıraç, Endamın Yeter Gökhan diyorlar mesela. (Müzisyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021)

Müzisyenler haftanın her günü sahne almakta ve aynı kafede üç dört gün sahne aldığı da gözlemlenmiştir. Bununla beraber Talas kafeler caddesindeki canlı müzik icra edilen sıralı kafelerin olduğu caddeden başka bir yerde çıkmayan solistlerde bulunmaktadır. Gözlemlerde her gün aynı şarkıların çalınmasının sorun olmaması, aynı müzisyenlerin birkaç günden fazla aynı kafede sahne alması, en iyi şekilde yorumlama, şarkının orijinalini benzer biçimde söyleme ya da çalma ve söyleme üslubu da ilgilidir. Bu tarz şarkılar, müşteriler ve işletmecilerde sanki parçanın orijinalinden dinliyormuş hissi uyandırmaktadır.

Aynı şeyler olabilir şarkılar değil de yani misal örnek veriyorum cumartesi çıkan Gökhan var Gökhan’ın sesi Kıraç’a benziyor hani kendi tarzında okuyor gözünü kapat Kıraç’ı dinliyon aynısını söylüyor. Her dinleyen şey yapıyo aynı Kıraç, hani biraz o şey oluyo hani bi şarkıyı üç beş kişi yorumlar ya sanatçı olarak iyi bir tanınmış müzisyen yorumlar ya onun gibi. Bi sıkıntı olmuyor yani. (İşletmeci M.Ö, Kişisel görüşme, 22 Ağustos 2021)

Müzisyenlerin, otantik sayılabilecek popüler müzikleri en iyi biçimde, yürekte çalması ve söylemesi ya da otantik olan sanatçıların söyleme üslubunu taklit etmesi, kafelerde sahne almalarını kolaylaştırmaktadır. Olumsuz anlamda ise bu durum müzisyenleri sıkılma noktasına getirebilmektedir.

“Şimdi adamlar sırf bu şarkıları dinlemek için geliyor mesela “Ay Tenli Kadın”, “Anlatamıyorum”, Karadeniz şarkılarının hepsi her sahne de çalarım on kere çalarım

hatta tekrar çaldırıyorlar bahşış veriyorlar bunun için ya” (Müzisyen Y.K, Kişisel görüşme, 15 Ağustos 2021).

“Bi “Dido” dedim millet o dakikadan sonra Dido söylemeye başladı, ben şimdi Kayseri'nin hangi mekânına gidiyim mutlaka Dido söylüyorlar, söyletiyorlar. Nereye gitsem aaa Dido F... gelmiş diyorlar mesela yapıştı o Dido artık bana” (Müzisyen F.B, Kişisel görüşme, 20 Ekim 2021).

Genel anlamda müzisyenler, piyasada en çok dinlenen şarkılarla, söyleme ve çalma üsluplarıyla ya da otantik sayılabilecek sanatçıları taklit etmeleriyle müşterilerin ve işletmecilerin ilgi odağı olabilmektedirler. Müzisyenler her ne kadar bu durumdan sıyrılmaya çalışsalar da iş bulmada, müşteriler tarafından beğenilmede, canlı müzik icra edilen kafeler tarafından tanınmada artı bir durumdur. Bununla beraber müzisyenlerin kendi istekleri doğrultusunda bir repertuarı icra etmelerinde sorun olabilmektedir. Müzisyenlerin daha önceki bilinmiş şarkılar ve söyleme tarzlarıyla anılması, iş yapmada bir otantik anlayışa ve belli bir üsluba yaslanmaları, kendi besteleri ve kendi zevklerine yönelik müzikleri icra etmeyi zorlaştırmaktadır.

2.2.2. Müzisyenlerin Müşterilerle İlgili Genel Algıları: “Teneke Bile Çalsa Dinleyebilecek İnsanlar” ve “Ortama Gelen İnsanlar”

Müzisyenler her ne kadar para karşılığında bir hizmet sunsa da bunu yaparken daha iyi bir icra, fazlaca verilen emek ve bir anlamda müziğin “sanat” dalı olması gibi unsurlar, müzisyenlerin müşteriler hakkında birtakım yargılamalarda bulunabilmesine olanak sağlamaktadır. Verilen hizmet para karşılığında olsa da, müzisyenlerin icra ettiği canlı müziğin baş aktörleri olması, sahnede elinden geldiğince kendi tarzını göstermeye çalışması ancak bu durumun bir hizmet anlayışı içinde olması ve hızlıca tüketilebilen, her gün tekrar eden bir hizmet olması müzisyenleri kendileriyle çelişkide bırakmaktadır. Bu çelişki icra (sanat) ve ticari bir hizmet arasındadır. Bunun sonucunda tüketilen bir hizmet sunsalar da, yaptıkları icranın en iyi şekilde olduğu düşüncesi ve bunu göstermek için çaba harcamaları müşterilerin gözünde karşılığı olmayan bir sonuca götürebilmektedir (Becker, 2017, ss.112-113).

Yaptığım müzik tatmin ediyö, ama hitap ettiğim kitle tatmin etmiyor, çünkü bilinçli bi dinleyici kitlesi yok Kayseri'de maalesef. Müzikten anlamayan insanlar yani sahne de teneke bile çalsa dinleyebilecek insanlar ama biz kaliteli müzik yaptığımızı düşünüyöruz

ve gerçekten kaliteli müzik yapıyoruz bunu gerek yani müzik grubundaki enstrümanistler olsun gerekse kendi adıma kaliteli müzik yaptığımızı düşünüyorum Kayseri standartları üst düzeyinde müzik yapıyoruz. (Müziyen S.T, Kişisel görüşme, 5 Ağustos 2021)

Müziyen S.T. bilinçli kitleden bahsederken müşterilerin müzikten biraz olsun anlamalarını istemektedir. Müşterilerin, icra edilen müziğin değeri, üslubu, çalım şeklini bilmesi daha bilinçli bir müşteri profiline götüreceği için hem müzisyenler hem de müşteriler bu sayede müzikten daha çok zevk alacağı düşünülmektedir.

Bilinçli dinleyicinin şarkılarla alakası yok ki müzikle alakası var, müzikte yapılan o ince nüanslar müzik zenginliği, akorların zenginliği, ritmin zenginliği, bağlama çalımının kalitesi geçkileri. Mesela bi Bozlak türküde Neşet Ertaş gezintisi yapabilen bi bağlamacı bunu orijinale çok yakın yapabilen bağlamacı çok iyi bi bağlamacıdır. (Müziyen S.T, Kişisel görüşme, 5 Ağustos 2021)

Müziyenlerin icra ettiği müziği, müziğin ölçütleri içinde değil, müşterilerin ya da işletmecilerin belirlediği ölçütler içinde değerlendirilmesi ve onlara göre değer biçilmesi, müzisyenler için sorun yaratabilmektedir. “teneke bile çalsa dinleyebilecek” sözü bu anlamda önemlidir. Yapılan müzik her ne kadar ticari bir amaçla olsa da canlı müzik icra edilen kafeler, müzisyenlere kendini ifade edebilme alanı sağlamaktadır. Müzisyenler istediği tarzı çalmada özgür olmasalar da söyleme, çalma icralarına karışmamaktadırlar. Müşteriler tarafından yapılan istek şarkıları kendilerince en iyi biçimde çalma, en iyi şekilde ya da en iyi üslup ile söyleme gibi müzisyenlere ayrılan özgür bir alan bulursa da müzisyenlerin arasında geçen sohbetlerle sınırlıdır.

“Asla tatmin etmiyor çünkü sanmıyorum aşırı kaliteli bi iş yaptığımızı sound olsun çıktığımız mekânlar olsun dinleyici kitlesi olsun yarısından çoğu bizi dinlemek için değil ortam için geliyor ortam için dediğim şu kızla nasıl tanışırım işte beraber gezebilir miyiz gibi...” (Müziyen N.A, Kişisel görüşme, 16 Ağustos 2021).

Ayrıca canlı müzik icra edilen kafelerin, müzikal alt yapı yetersizliği, mekânların canlı müziğe yeterince elverişli olmaması ve yukarıda bahsettiğimiz gibi müşterilerin müziğe karşı tutumları müzisyenleri tatmin etmemektedir. Bu tarz eksiklikler müzisyenlerin sorunu olarak kalmaktadır. Canlı müziğe gelen müşteriler ise bu durumdan rahatsız değillerdir. Bu yüzden müzisyenler için müşteriler, müzik dinlemeye gelmemektedir. Müzisyenler için özellikle erkek müşteriler “ortam” a gelmektedir.

Kafelere müzik dinlemek için gelinmiyor genel olarak ya kız tavlama için geliniyor. Bunu çok net görüyoruz. Adam müzikle ilgilenmiyor ki yani geliyorsa sadece eğlenmeye. Gelen kişilerin çoğunluğu genel olarak müziğe odaklı oluyor zaten biz onu hissediyoruz. Bizim hitap ettiğimiz kitle o kitle onun dışındakiler yani öyle kız ayarlayım öyle geliyim iki tane muhabbet ediyim kendimi gösteriyim tipler (Müziyen Y.A, Kişisel görüşme, 29 Haziran 2021).

“...erkek kitlesi özellikle Talas için söylüyorum birilerini kesmeye geliyor net mevzusu bu. Nerde kalabalık ortam var oraya gidecekler ya da kimin programında daha çok kadın kitlesi var onları tercih ediyorlar” (Müziyen D.K, Kişisel görüşme, 26 Ağustos 2021).

Ayrıca müzisyenler, dinleyicilere iki şekilde hitap etmektedir: “Misafir” ve “Müşteri”. Misafir diyen müzisyenler genellikle her isteği yerine getiren müzisyenlerden oluşurken, dinleyicilere “müşteri” diyenler ise yukarı paragrafta da bahsettiğimiz gibi “müzikten anlamayan”, “ortam için gelen” ya da “bilinçli olmayan” gibi yargılamalarda bulunan müzisyenlerdir.

“Müşteri diyoruz, çünkü hani örnek veriyorum sahneye bi kavalla veya bağlamayla çıkıyorsunuz 3 tane türkü yapıyorsunuz arkasından oyun havası yok mu diye düğün çalar gibi muamele yapıyorlar” (Müziyen M.B, Kişisel görüşme, 14 Haziran 2021).

Müzisyenler her ne kadar oyun havası icrasından uzak dursa da çaldıkları “bağlama” enstrümanından dolayı “oyun havası” da çalabilir imajı verilebilmektedir. Bu durum ise müzisyenleri rahatsız etmektedir. Müzisyenler için kafelerde icra edilen canlı müziğin düğün müziğinden farkı; kendi icrasını, tarzını, üslubunu ve müziğini gösterecek yerin kafeler olmasındandır. Kafe müzisyenleri oyun havası ve halay gibi türleri çalmayarak ya da az icra ederek kendini düğün müzisyenliğinden ayırmaktadırlar. Ancak gözlemler sırasında, özellikle gurbetçilerin geldiği yaz sezonu ile birlikte alatura (bahşiş) karşılığında oyun havası, halay gibi türlerin çalındığı gözlemlenmiştir.

Kafelerdeki canlı müziğin icra edeni, doğal olarak bir dinleyicisi olması ve eş zamanlı yapılması ve de yüz yüze olması insanlar arasında farklı etkileşimler sağlamaktadır. Müzisyenler içinse canlı müzik dinlenilmesi gereken, eşlik edilmesi gereken ve müzisyenlerin kendisini gösterdiği bir alandır. Canlı müziğin bir araç konumuna gelmesi ve yukarıda da bahsettiğimiz gibi canlı müziğin müzisyenlere göre

farklı etkileşimlerinin olması, canlı müziği icra eden müzisyenleri geri planda bırakabilmektedir. Böylece müzisyenler canlı müzik icra edilen kafelerde sadece insanların eğlenebileceği, stresini atabileceği, sosyal ilişkilere sebep olabileceği bir alan sağlamaktadır.

2.3. Mekân Sahipleri/İşletmeciler ve Canlı Müzik Anlayışı

Kafelerdeki canlı müziğin bir bileşenini de mekân sahipleri/işletmeciler oluşturmaktadır. Görüşülen mekân sahibi/işletmecilerin yaş aralığı 25 – 50 arasındadır. Genç işletmeciler işe kafe sektöründe başlasa da, orta yaşlı işletmeciler daha sonrasında bu işi yapmaya başlamıştır. İşletmeciler, kafelerde yapılan canlı müzikte önemli bir rol oynamaktadırlar. İşletmecilerin sermayeyi elinde bulundurması, kafelerde icra edilen müziğin yapısını da oluşturmaktadır. Çoğu işletmecinin en az üç-dört yıllık kafe deneyimi olsa da hiçbirinin müzikle ilgisi ya da müzik deneyimi bulunmamaktadır.

Canlı müzik işine pandemi döneminin ilk dönemlerinde girdik. Benim çarşıda yazhanem vardı bi buçuk milyar ben yazhaneye kira ödiyordum tek göz yer. Daha öncesinde Osmanlı Sokağı'nda bi kafenin sahibiydim ben. Burdan geçerken baktım devren satılık ben burayı alıyım dedim. Bi sorduk bin yedi yüz elli lira kirasıydı pandemi döneminde herkes başından çıkartmaya çalışıyordu ben de cüzi rakama aldım orayı hiç yoktan yazıhane olarak kullandım dedim orası iki katlıydı sonra çay satak eşimiz dostumuz geldi şöyle böyle derken canlı müzik sektörüne girdik. (İşletmeci M.K, Kişisel görüşme, 08 Ekim 2021)

Mekân sahipleri için canlı müzik öncelikle ek gelir kaynağıdır, hatta bazı kafeler için en önemli gelir kaynağıdır. Kafelere canlı müzik koymalarının sebebi ilk önce istinasız kafeye daha fazla kazanç getirmesidir.

“Bizim için daha doğrusu Kayseri'deki işletmeler için bir artı oluyor, canlı müzik olduğu gün ben daha iyi iş yapıyorum, daha iyi satış yapıyorum daha fazla müşteri alabiliyorum o yüzden canlı müzik seviyoruz yapıyoruz yani” (İşletmeci M.Ö, Kişisel görüşme, 22 Ağustos 2021).

Bazı kafeler için canlı müzik gereklilik haline gelmiştir. Ayrıca canlı müziğin gerekliliği bir noktadan sonra canlı müzik icra edilen kafelerin canlı müzikle anılma sürecine götürmüştür. “Talas Kafeler Caddesi” buna bir örnektir. Caddede ki kafeler yeme-içmenin yerine artık canlı müzikle anılmaktadır.

Buraya da çok uğraştım bak canlı müzik ruhsatını almak için altı ay uğraştım bi tek ben uğraştım burda ben ruhsatımı aldıktan sonra diğer mekânlar başvurular. Alamazsın dediler vermez dediler altı ay uğraştım. Mecbur uğraştım canlı müzik yapıyosun mekân bunu gerektiriyor çünkü etrafında alternatif kaliteli alternatifler var ben onların hizmet seviyelerine çıkamam küçük bi mekân içerisi tamam bi Soulmate'teki mekânla ya da Leman'ın mekânıyla bizimkisi bir değil bizim tek artımız canlı müzik... Caddenin kalabalık olması tamamen canlı müzikten dolayı bak burda dört tane mekân burda canlı müzik yapmasın balıkçısı bundan etkilenecek, hamburjecisi, börekçisi, dondurmacısı, ızgaracısı hepsi bundan etkilenecek. Şu dört mekânda ki canlı müzik olmasa bu caddeyi hareketlendiren bu dört mekân canlı müzik yapan mekân onlarda bunun farkında olduğu için zaten... (İşletmeci D.K, Kişisel görüşme, 19 Haziran 2021).

Görüşülen bütün işletmecilerden aynı veriler elde edilmiş ve gözlemlenmiştir. Mekân sahipleri ve işletmeciler için canlı müzik artı bir kazançtır. Bununla birlikte mekân sahipleri, canlı müziği sadece ek gelir kaynağı olarak değil, rekabet etmede bir aracı olarak da kullanmaktadırlar.

Normalde burası canlı müzik yapan bir yer değildi self servis yapan kahve hizmeti veren bi yerdi yanlar müzik verdiği için ben de müzik yapmak zorunda kaldım... benim işim şöyle söyleyim yaklaşık 15 yaşından beri kafe sektöründeyim yani hizmet sektöründeyim insanları memnun etmek amacım hizmetimle...(İşletmeci S.K, Kişisel görüşme, 22 Haziran 2021).

S.K. için canlı müzik, müşterileri memnun etmek adına yapılmış bir girişimdir. Caddede bulunan kafelerin müzik yapması, müşteri çekme ve müşterileri memnun etme açısından önemli bir araçtır. Aynı durum Osmanlı Sokağı için de geçerlidir.

Aslında şöyle söyleyim 7 yıldır burdayım 6 yıl hiç canlı müzik koymadım ben ama insanların arz-talep meselesi var ya onu görünce artık dedim ki bu yılda ben bir canlı müzik koyuyum. Çünkü tüm kafeler canlı müzik yapıyor, bir canlı müzik yapmayan bendim ben de bir koyuyum dedim ama tabi biraz daha müzik anlayışım farklı olduğu için farklı bir müzik tarzıyla girdim ben. (İşletmeci A.S, Kişisel görüşme, 19 Eylül 2021)

İşletmecilere göre kafe/restoranlarda canlı müziğin olması, insanların daha fazla yeme-içmesine yol açmaktadır. Müziğin canlı olması, müziğe edilen eşlik ve canlı müziğin 3-4 saat boyunca olması müşterileri yeme, içmeye sevk etmektedir.

Mekâna canlı müzik koyma sebebim, kaliteyi artırmak insanlara güzel gerçekten müzik dinletmek, bant müziği değil, bi şeyleri canlı görsünler.. Tabi bi de bunun ekonomik boyutu var yani nasıl söyleyim ben sana canlı müzik koyduğumuz zaman insanların bizde

ki yiyecek içecekleri ürün satma olayı daha fazla oluyor normal canlı müzik koymadığımız günlere nazaran canlı müzik koyduğumuz günlerde gelen insanlar daha farklı oluyo. Ben de şöyle oluyo mesela ailesiyle geliyor, kız arkadaşıyla sevgilisiyle dostuyla geliyor canlı müzik dinlediği zaman. Şunu anladım ben canlı müzikte, herkesin bi yarası, herkesin bir mutluluğu, bi dramı her şeyi var şöyle düşün sen oturdun ordan bi canlı müzik çaldın senin bilinçaltındaki o mutluluk, üzüntün, dramın ortaya çıkıyo ve diyosun ki aa filan diyosun ve oturmak istemesen bile oturma gereği duyuyosun çok farklı bişey. Oturup ta yemek yiyip de o müziği canlı canlı akustik eşliğinde dinlemekte keyifli oluyo. (İşletmeci S.B, Kişisel görüşme, 28 Ağustos 2021)

Canlı müziğin oluşturduğu ruh hali, yemek yeme ve bir şeyler içmeyi de sağlamaktadır. Müşteriler, canlı müzik olduğu zaman sadece yemek yiyip ya da bir şeyler içip mekândan ayrılmamaktadırlar. İşletmeciler ve çalışanlar, canlı müzik sayesinde müşterileri mekânda tutmaya devam etmektedirler. Bu yüzden canlı müziğin çekiciliği işletmeciler için önemli bir kâr etme alanı haline gelmektedir. İşletmeciler beraberinde müziğin içeriğinde, icra edilmesinde ve tarzını belirlemede de rol oynamaktadırlar.

2.3.1. Mekân Sahibi/İşletmecilerin Müzisyen/Grup Seçimi: “Masası” Olan Müzisyenler

Kafelerde yapılan canlı müziğin asıl işlevi kâr amacı sağlamak olduğundan mekân sahibi/işletmeci müzisyen seçimini yaparken öncelikle solistlerin ön planda olduğu müzisyen topluluklarına veya grubun ne kadar müşteri getirdiğine bakmaktadırlar. “masası” olan müzisyenler ise ilk tercih edilenlerdir.

Asıl canlı müzikte ekstra senin çevirmen gereken şey müzisyenin ya da ekibin kendi rezervasyonu ile gelmesi. Adam kendi rezervasyonu ile gelmediği zaman çok çok ekstrem kazanma olmuyo yani. Rutin müşteriyi senin çekmen gerekiyor eğer o konuda da sen çok yoğun işte reklamını ya da özgün bir hareket yapmadığın sürece müzisyenin sahne performansını öne çıkarıyor. Müzisyenin sahne performansı da müşteriyi öne çekiyor, sesi, çaldığı müzikler, repertuarla ortamı eğlendirmesi yani moda göre müzik yapması gibi ya da modu canlandırmak için müzik yapması gibi. (İşletmeci U.H, Kişisel görüşme, 02 Eylül 2021)

“Şimdi şöyle iki üç unsur var ben sıralıyım kimisi kitleye göre bu adamın masası var mı? Kimisi mesela adamın performansına bakıyor zaten performansı iyiye bu adamın kitlesi her yerde vardır diyor” (Müzisyen K.E, Kişisel görüşme, 20 Eylül 2021).

Tarz olarak bakma kanka bir müzisyenin müşteri portföyü var mı, bu işletmeyi ne gibi yerlere getirir ona göre seçiyorlar hani ben sanatsal desem şimdi burda edebiyat yapsam sanatsal olarak seçiyorlar yok işte şöyle oluyor sanata değer veriyor falan yok kanka sen bi mekân sahibine kazandırma istersen yani müziği yemiş yutmuş bi insan ol gene yok... (Müzisyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021).

Kafelerde çalan müzisyenler en az üç-dört yıldır piyasada çalmaktadırlar ve bu birikimle müşteri kitlesi oluşmaktadır. Böylece bu durum müzisyenlerin sahne almasında önemli bir kriter haline gelmektedir.

Kayseri’de isim yapmış kişiler var. Bunun yanı sıra, bu ismi yapmak için de tabii ki bir birikim olması gerekiyor. İyi enstrüman çalan, iyi solist... Çalıştığımız müzisyenlerin en kötüsü 10 senedir Kayseri piyasasında müzik yapan insanlar. Kaliteli müzisyenler. Bunun kalitesi neye göre ölçülür dersin çaldığı enstrümana göre... (İşletmeci D.K, Kişisel görüşme, 19 Haziran 2021).

Yıllardır piyasada bulunan müzisyenler, yeni müzisyenlere göre avantajlıdır. Yıllardır piyasada olması müşteri kitlesinin oluştuğu anlamına gelmektedir. Bu nedenle kafe müziğinde işletmeciler için ilk tercih edilen kişilerdir. Yapılan gözlemlerde müşterisi az olan grup, müzisyen topluluğu veya canlı müzik piyasasına yeni girmiş bir grup birkaç program denenmektedir. Müşteri potansiyelinde ve ciroda bir artış gözlemlenmiyorsa programları iptal edilmektedir.

Mekân sahiplerinin ve işletmecilerin önceliği, fazla müşteri getiren gruplar/müzisyenler olsa da ikincil olarak müzik tarzına ve enstrümana göre grup/müzisyen tercihi yapabilmektedirler.

“Müzisyenin müşteri kitlesine göre seçer belli bir kitlen olması lazım bir ikincisi buraya gelen kitlenin hangi tarz müzik dinlediği önemlidir şuraya mesela rock müzik getirsen çaldırılmaz” (Müzisyen F.B, Kişisel görüşme, 20 Ekim 2021).

İşletmecilerin temel amacı para kazanmaktır. Ancak bunu yaparken müzisyen F.B.’nin de söylediği gibi işletmecilerin istediği müziği çalabilecek müzisyenler ya da kafeye gelebilecek müşteri kitlesine göre müzik türü ve müzisyen tercih edilmektedir. Talas’taki kafeler caddesi hariç pop, rock müzik tarzının yoğun olarak icra edildiği yer bulunmamaktadır. Bu yüzden bu cadde haricindeki yerlerde “aile müziği” icra edilmektedir.

“Benim burda şey olmaz rock gibi o müzikler çalmaz benimki aile müziği, arabeskte çalar uzun havada söyler her telden gider ama bizim bura aile olduğundan rock ya da çok aşırı pop çalınmıyor” (İşletmeci M.K, Kişisel görüşme, 08 Ekim 2021).

İşletmeciler, müzisyen seçerken müzik tarzına dikkat etmektedirler. Canlı müzik icra edilen kafelere işletmecilerin arkadaşları, müzisyenlerin kitlesi ve kafelere yakın yerlerde yaşayan müşteriler gelmektedirler. Bu yüzden yaş aralığı, sosyo-ekonomik ve kültürel yapı ve kafelerin bulunduğu konum önemlidir. İşletmeci M.K.’nin “aile müziği” yapmasını bu etkenlerle açıklamak mümkündür.

Berberinde “aile müziği” yapan kafe işletmecileri için enstrüman seçiminin önemi bulunmamasına karşın, Kafeler Caddesi’nde canlı müzik icra edilen iki kafede bağlama enstrümanı tercih edilmemektedir. Bunun sebebi gelen müşteri kitlesi ve kafenin konseptiyle ilgilidir.

Hani işletme olarak böyle bi tavrımız var yani o tavrımızı korumak adına örnek veriyorum işte bağlamalı asla müzik yapmıyorum. Yani bizim sahneye yakışır müzik yapıyorum örnek veriyorum Kayseri’de canlı müzik yapan işletmelerin çoğunda bağlama oluyo o da bir kafeden ziyade düğün salonuna çeviriyor işletmeyi ben bu algı oluşsun istemiyorum. İşletme olarak o sebepten genellikle pop rock o tarz. (İşletmeci M.Ö, Kişisel görüşme, 22 Ağustos 2021)

Gözlemlerde bağlama istemeyen mekân sahipleri ya da bağlamanın bulunmadığı gruplar, bağlamanın tınısını hissettirebilecek müzikler çalsa da sorun direkt bağlama enstrümanının kendi imajıyla ilgili olabilmektedir.

“Direk bağlamanın farklı bi kitlesi var Kayseri’de, atıyorum adam bir pavyona gider gibi kafeye gidip bağlama dinlemek istiyo o yüzden tasvip etmiyoruz çıkarmıyoruz yani” (İşletmeci M.Ö, Kişisel görüşme, 22 Ağustos 2021).

Bağlama seven müşteri kitlesini sevmiyorum ben. Ben daha çok daha gençlere hitap eden müzikleri istiyorum rock, Anadolu rock alternatif rock... Bağlama benim repertuvarıma ve istediğim kitleye uygun değil benim istediğim kitle alternatif rock, Anadolu rock, Türkçe rock böyle eğlenebilecek insanlar, çıkıp oynamak tarzı müzikler değil de daha çok insanların güncel olarak bildiği o tarz müzikler duymak istiyorum. (İşletmeci U.H, Kişisel görüşme, 02 Eylül 2021)

İşletmeci M.Ö. ve İşletmeci U.H. için canlı müzik ek gelir olmasına karşın, kafenin konseptini bozmamak adına bağlama enstrümanını kafede istememektedirler.

Bağlamanın sahnede olması bazı kafelerin konseptine uymamaktadır. Bağlamayı seven müşterilerin “düğün salonuna” gidiyormuş gibi izlenim bıraktığını düşündükleri için kafenin konsepti açısından sorun teşkil edeceğini düşünmektedirler. Özellikle Kafeler Caddesi’nde bu durum söz konusudur. Bağlama sahnede icra edilse bile caddede müzik yapan müzisyenler ve işletmeciler oyun havasına karşı çıkabilmektedirler.

“Oyun havası zaten yüzde doksan müzisyenler sevmiyor. Düğün sanatçısı tamam zaten işi bu müzik olarak. Bunu kafede ki müzisyene dayattığın zaman adam artık zoruna gidiyo çünkü ben düğün sanatçısı değilim diyor. Sürekli hareketli sürekli hareketli...” (Müzisyen K.E, Kişisel görüşme, 20 Eylül 2021).

“Düğün ortamı biraz daha farklı düğün ortamında alkış beklemezsin düğünde biraz daha yüksek para alırsın ve görevini yaparsın burada kafelerde biraz daha sanatını icra etmek zorundasın” (Müzisyen M.B, Kişisel görüşme, 14 Haziran 2021).

Oyun havası, müzisyenler için bir “düğün havası” ve “düğün sanatçısı” görünümü oluşturduğu için oyun havasını kafelerde icra etmemeye çalışmaktadırlar. Kafelerde yapılan popüler müzikler, oyun havalarına göre daha önemli atfedilmekte ve müzisyenin icrasını ön plana çıkarmakta önemli görülmektedir. Buna karşılık müşterilerin ısrarları ve istekleri doğrultusunda uzun süreli olmayacak şekilde çalınabilmektedir.

Canlı müzik icra edilen kafelerin hepsinde ortak bir müzik repertuarı olsa da genel anlamda ikiye ayrılmaktadırlar. Bunun ayrımını mekânlarda çalınan enstrümana göre ve icra edilen müzik tarzına göre yapmaktadırlar.

Sadece kafenin konsepti ve benim sevdiğim bi tarz insanlar var ve bu kafeye o insanlar gelsin, müzik dinlemeyi bilen insanlar gelsin diyerekten ben bu pop-rock müziği seçiyorum... İsmi bi kere yabancı seçtim ismi bilen insanlar geliyor yani Ege'nin insanı daha çok seviyor konsept olarak. Bizim Kayseri'nin insanı malesef “Godfather” ı daha Allah diye Tanrı kafe diye şey yapıyorlar ama hani ingilizce bilmedikleri için muhtemelen... (İşletmeci Y.G, Kişisel görüşme, 14 Haziran 2021)

Y.G.’ye göre mekân adının yabancı olması ve müzik tarzının da pop-rock olması kafenin konseptini de belirlemektedir. Kafenin pop-rock tarzında müzik yapması da, kafenin ismiyle ilgilidir. Ayrıca pop-rock icra eden kafe, farklı bir müzik tarzı ve konseptiyle kendini diğer kafelerden ayırmaktadır. Böylece seçenek sunarak rekabet alanını değiştirip genişletmektedir.

Ya hem caddenin farkı olabilmesi için hem de cadde de hep aynı tarz müzik çalınıyo. Müzisyenler hep aynı tarzda burda dört tane mekân³ var üçü aynı tarzda müzik çalıyo onu üçe bölüyosun o kitleyi ben tek başıma bi kitle yapmaya çalışıyorum. Diğerleri arabesk ya da ne bilim işte hep pop arabesk onun müşterisi üç mekânı bölüşüyo ben bunun dışındaki müşteriye direk odaklanmak istiyorum. Ya niye dörde bölüyüm orayı da tek başıma bişey yapmaya çalışmayım mantığım o aslında hem de benim sevdiğim tarz o yani onu duymak isterim. (İşletmeci U.H, Kişisel görüşme, 02 Eylül 2021)

İşletmeci U.H. canlı müzik icra edilen kafelerin hemen hemen aynı tarzı icra etmesi, müzik tarzının çeşitliliğinin bulunmaması ve aynı tarz müzik dinleyen müşteriyi bölüşmek istememesinden dolayı farklı bir müzik türüyle canlı müzik sektörüne girmiştir. Bu tarz bir ayrıma rağmen müzisyen topluluğu ve grup seçiminde öncelik yine de kitlesi, “masası” olan müzisyenlerdir.

İşletmeciler, kafelerdeki canlı müziğin genel yapısının belirleyicileridir. Hem müzik tarzını hem de müzisyen seçimini genel anlamda işletmeciler belirlemektedir ama bunu belirlerken dolaylı olarak müşterilerin istekleri öncelikli tutulmaktadır. Bu yüzden canlı müzikte, en fazla müşterinin geleceği popüler müzikler icra edilmekte ve müzisyenler tercih edilmektedir. Canlı müzik ve müzik, bu durumda tamamen araçsallaşmıştır. Canlı müziğin bir kâr etme aracı olmasından dolayı ve canlı müzik icra edilen kafelerin bu haliyle yeteri kadar kâr elde etmesi, yeni müzik deneyimleri, yeni müzik tarzları ve canlı müziğe yatırımı geciktirmektedir. Canlı müzik icra edilen kafelerin öncelikli hedefi hızlıca gelir sağlamaktır. Bu yüzden canlı müziğe uzun vadeli ve ileriye dönük yatırımlar yapılmamaktadır. Kayseri’de hem tasarım açısından hem müzikal açıdan birbirine benzeyen ve her gün kendini aynı yapıyla tekrarlayan canlı müziğe rastlanılmaktadır.

2.4. Müşteriler ve Canlı Müzik Anlayışı

Canlı müzik icra edilen kafelerin müşteri/misafir yaş aralığı 18-45 yaş arasındadır. Canlı müziğe gelen müşterilerin çoğunluğunu üniversite öğrencileri ve genç çalışanlar oluşturmaktadır. Geriye kalanlar ise genellikle genç ailelerden oluşmaktadır. Konuşulan ve gözlem yapılan kafelerde genellikle müşteriler; lise mezunu çalışan gençlerden, üniversite öğrencilerinden ve üniversiteden mezun olmuş çalışanlardan oluşmaktadır.

³ Talas Atatürk bulvarındaki sıralı canlı müzik icra edilen dört kafeden bahsetmektedir.

Öncelikle müşterilerin canlı müziği tercih etme sebepleri eğlenmek, işin ve yorgunluğun stresini atmaktır. Canlı müzik, müşteriler için bir aktivite unsuru haline gelmiştir. Kayseri’de eğlence, kültür, sanatın az olması düşüncesi insanları daha gerçekçi, kolektif, yüz yüze ve her gün olan canlı müzik etkinliğine yöneltmektedir.

“Nası söyleyim sabahları zaten yoğun oluyorum dersler filan akşam boş kaldığım vakitlerde kafa dağıtmak için bi şeylerle uğraşmam gerekiyor evde oturmakta istemediğim için canlı müziği tercih ediyorum” (Müşteri Emine, Kişisel görüşme, 29 Haziran 2021).

Genellikle ortam aslında bizi çeken şey nası diyim gençliğin burda olduğu daha belli yani gençliğin eğlendiği belli yani her şeyden önce biraz daha kafamızı dağıtmamıza yardımcı oluyo. Sohbet ede ede bi yere gelinmiyor bi yerden sonra sohbet tıkantıyo arkadaş ortamında olsa insan bi farklılık arıyo buraya geliyor o günün, işin stersini atıyosun. (Müşteri Mehmet, Kişisel görüşme, 04 Ağustos 2021)

İş, okul gibi kurumların ciddi ve resmi olması yanında belli bir temponun olması müşterileri rahatlatacak, stresi unutturacak bir arayışa götürmektedir. Canlı müzikte bu noktada önemli bir yerde durmaktadır. Müşteriler için rahatlama, stres atma ve eğlenme yeri haline gelmektedir.

Biz eğlenceli insanlar olduğumuz için sade oturma yerleri bize gelmiyor buralara gelcen böyle müzisyenlerle sohbet etcen, müzisyene isteklerini belirteceksin o söylücek yani keyif alcan. Normal bi tane müzik olmayan bi kafeye gittiğin zaman oturuyorsun işte kız arkadaşın sana bakıyo sen ona bakıyon konuşacak bişey bulamıyon. Sohbet etsen sohbet bitiyö. Böyle müziksiz ortamlara gitmek istiyosan kahvaltı ortamlarına gitcen arkadaşlarıyla benim için öyle. (Müşteri Cihan, Kişisel görüşme, 02 Temmuz 2021)

Müşterilerin sürekli konuşacak bir şey bulamaması, sohbet sevmemesi ve eğlenmek istemesi canlı müziğe gelmede bir sebeptir. Sohbetin ve muhabbetin sınırlılığı düşüncesi müşterileri yeni aktivitelere yöneltmektedir. Beraberinde müşteriler, canlı müzik icra edilen kafeleri tercih ederken müzisyenlerin müzik tarzına, müzisyenlerin davranış biçimlerine ya da işletmecinin ve kafenin konseptine, kafede çalışanların tutumuna göre de tercih yapmaktadırlar.

Valla nası söyleyim bizim Berkay var Berkay nerdeyse biz ordayız paylaşımını görüyoruz bu akşam burdayım diyo oraya gidiyoruz bu akşam burdayız diyo oraya gidiyoruz. Berkay olsun Nuri olsun canlı müzikte tanıştık samimi olduk öyle geliyoruz.

–Nasıl tanıştınız?

Gardaşım sesin çok güzelmiş ağzına yüreğine sağlık bi gün inşallah oturup dinleriz seni dedim tamam dedi numaramı aldı şöyle böyle tanıştık Berkay'la... (Müşteri Cavit, Kişisel görüşme, 09 Ağustos 2021).

Müziyenlerin müşterilerle iletişimi, gelen istekleri yapması, herkesle olmasa da gelen müşterilerle arkadaşlık kurmaları müzisyene avantaj sağlamaktadır. Müşteriler ise bu sayede müzisyene göre canlı müzik icra edilen kafeyi tercih etmektedir. Müzisyenler böylece kafelerde iş bulmada avantajlı hale gelmektedir. Müzisyenlerin icra ettiği müziğin müşterilerin isteklerine yönelik olması, molalarda ya da çıkışlarda sohbet ve muhabbet etmeleri müşteri birikimi oluşturmada önemlidir.

Godfather'da daha rahatız mesela önceden Nane Limon diye bi kafe vardı orda ki müşteri portföyü daha yakın daha samimiydi gelen müşteri sabitti herkes birbirini tanıyordu özellikle içeri girince beş altı kişiyle sarılıp tokalaşıp öyle yerine oturabiliyodun bi ora rahattı ondan... Neşve biraz daha resmi ben buraya soğuk ve donuk yüz görmeye gelmem kimse gelmiyor yani herkes eğlenmeye geliyor tamam kimse kimsenin yüzüne bakmaya gelmiyor amenna ama daha samimi bi ortam var benim için Godfather'da... (Müşteri Ali, Kişisel görüşme, 10 Ağustos 2021).

Bütün müşteriler için olmasa da bazı müşteriler, sevdiği ve dinlediği müzisyenlerin sahne aldığı her kafeyi tercih etmemektedirler. Müşteri Ali, sürekli aynı müzisyeni dinlemekle beraber müzisyenin çıktığı her kafeye gitmemektedir. Kafenin müşterilerinin ve çalışanlarının samimi olmaları, kasıntı ve soğuk olmalarını, güler yüzlü olmaları müşteri Ali için kafe tercihiinde önemli etkenlerdir.

Müşteriler, canlı müzik icra edilen kafeler arasında tercih yaparken, işletmeciler ve garsonlarla olan samimiyeti de dikkate almaktadırlar. Bu samimiyet, canlı müzikten önceye dayanan arkadaşlıklarla ilgili olsa da devamlı gelen müşteriler, bir süre sonra işletmeciler ve garsonlarla günlük iletişim kurmaktadır. Söz konusu kafeler, gelişen samimiyet sayesinde müşteriler için sürekli tercih edilen bir yer haline gelmektedir.

Yazın canlı müzik icra edilen kafelere gurbetçi müşteriler de gelmektedirler. Buldukları ve yaşadıkları yerde Türkçe sözlü canlı müzik icra edilen kafelerin olmaması, Kayseri'deki canlı müzik icra edilen kafeleri gurbetçiler için tercih edilen mekânlar haline getirmiştir.

İnsan burayı özliyo ordayken senede 11 ay ordayız sonuçta Türkiye'yi çok özliyoruz orda hani Türkçe müzik dinleyince sanki buradaymışız gibi hissediyorum çok seviyorum.

Yaşadığım yerde genellikle kayıttan çalınıyo Türk sanatçılarda yok. Konserlere de gidemediğimiz için ailem de izin vermediği için bu tarz mekânları tercih ediyorum. Böyle olunca biz de eşlik edebiliyoruz biz de katılabiliyoruz daha güzel oluyo daha eğlenceli oluyo orda canlı müzik olmadığı için buraya gelince hoşuma gidiyo. (Müşteri Ayşe, Kişisel görüşme, 11 Ağustos 2021)

Canlı müzik, gurbetçiler için eşlik edebileceği, özlemlerini giderebileceği ve aidiyet duygularını yaşatabileceği bir yerdir. Türkiye’de en fazla üç ay kalabildiklerinden kendi dillerini, kendi kültürlerini, kendi müziklerini hissedebildiği alanlarda vakit geçirmektedirler. Bu yüzden canlı müzik icra edilen kafeler bu duyguları, aidiyeti yaşatmada önemli bir yer haline gelmektedir.

Müşterilerin kafe ve müzisyen tercihindeki bir diğer faktör ise kafenin ve müzisyenin müzik tarzı ile ilgili olabilmektedir. Üniversite öğrencileri için pop ve rock müzik yapan kafeler öncelikle tercih edilen yerlerken, pop – rock müziğin yoğun olmadığı kafeleri ise çalışan gençlerin ve ailelerin tercih ettiği gözlemlenmiştir. Sadece pop-rock müziğin icra edildiği iki kafe gözlemlenmiştir. Canlı müzik icra edilen diğer kafeler her ne kadar pop-rock çalsa da aynı şekilde diğer tarzları da yoğun şekilde icra etmektedir.

“Oralar çok sakın istediğimiz müzikler yok. Buraya geliyon ya Metin Işık’tan “İstanbul’a Gidecem” onu çalıyorlar, “lay lay lom” olsun onu çalıyorlar oyun havasına kadar çalıyor adamlar ordakiler genellikle pop çalıyor bize de gelmiyor” (Müşteri Can, Kişisel görüşme, 12 Ağustos 2021).

Müşteri Can için kafenin ve müzisyenlerin geniş repertuvar sunması önemlidir. Pop-rock yapan kafeler sadece belli bir tarz içinde müzik icra ederken, diğer kafeler ve orada sahne alan müzisyenler bütün tarzları icra etmeye çalışmaktadır. Bu durum müşteriler için kafe ve müzisyen tercihinde önemli bir nedendir. Tam tersi şekilde ise her tarzın icra edilmesi bağlama ve gitarın beraber olduğu sahnede yapılmaktadır. Ayrıca her tarzın çalınması, her müşteri için tercih sebebi değildir.

“Oralara gitmiyorum çünkü söyleniş şekli ya da söylenen şarkıların çoğu bana gelmiyor. Bağlama girince olaya oyun havası giriyor oyun havası girdiği için ya da ne bilim arabeske kaçan tarzda devam ettikleri için ben tercih etmiyorum...” (Müşteri Mustafa, Kişisel görüşme, 28 Haziran 2021).

Müşteri Mustafa her tarzı dinlememektedir. Genellikle pop-rock yapan ve bağlamanın olmadığı kafeleri tercih etmektedir. Yapılan müziğin türünün belirsiz olması, her tarzın çalınması ve özellikle oyun havasının çalınması kafe tercihinde önemlidir.

“Yapılan müziklerde hep bi inip bi çıkma ruhtan ruha moddan moda giriyorum. Bu benim enerjimi daha çok düşürüyor her gelen istek parçaları yaptıkları için ve tam bir tarz oturtamadıklarını düşünüyorum ben kendi açımdan o yüzden belli bir tarz yapan kafeleri tercih ediyorum artık” (Müşteri Bengü, Kişisel görüşme, 29 Haziran 2021).

Berberinde tarz ayırmadan bütün istek şarkıları yapan kafeler ve müzisyenler bazı müşteriler tarafından da tercih edilmemektedir. Canlı müziğe gelen her müşteriye memnun etmek için yapılan istekler, müşteriler adına sorun olabilmektedir. Gelen isteklerin belli bir tarzda olmaması, her tarz müziğin çalınması müşterilerin eğlenme biçimini etkilemektedir.

2.5. Canlı Müzikte Arkadaşlık, Flört ve Evlilik

Canlı müzik icra edilen kafelerde sadece müzik dinlenilmemektedir. Arkadaşlık kurma, flört etme ve hatta evlenenler dahi olmuştur. Canlı müziğin sayesinde oluşan yüz yüze etkileşimler bu açıdan önemlidir. Başlangıçta her ne kadar bu tarz ilişkilerde birebir diyaloglar kurulmasa da canlı müziğin sürekliliği, mekânların sabit olması ve her gün canlı müziğin icra edilmesi belli bir süre sonra bu tarz etkileşimlere neden olmaktadır. Müzisyenlerin tanınırlığı, popülerliği sayesinde bu tarz ilişkiler kolayca yaşanmaktayken müşteriler için biraz daha çetrefilli olmaktadır.

Güzel de arkadaşlıklar oldu bi tanesi ile sevgili olduk canlı müzikte tanıştık. Sürekli aynı bu mekâna gidiyoduk o da Yağızlarla⁴ filan tanışıyo biz de tanışıyoz. Tanışyoz derken çok fazla samimi tanışmışlığımız yok. Aynı mekânda ooo benim masam gelmiş benim arkadaşım benim müşterim gelmiş olarkten böyle ben popüler oluyodum biraz ona da ismiyle hitap ediyodu bana da ismiyle hitap ediyodu onun söylemeyi sevdiği şarkıları artık sürekli arkadaşına gittiğim için biliyorum ve istek istiyordum. İşte bi gün şöyle bişey oldu böyle dans etmek isteyen var mı dedi o anda biz hanımla kesişiyoduk zaten böyle sürekli geldiğimizde mutlaka ben önce geldiysem mekâna o benim karşıma oturuyordu mekâna o önce geldiyse ben oturuyordum karşısına, şarkı söylerken gülüşüp bakışiyoduk filan. Bi gün böyle Yağız şey yapmıştı bi yıl filan oluyo böyle yılbaşında “dans etmek isteyenler tanışmayanlarla dans edebilir” dedi. Ben “keşke nerde dedim” o da dedi “kalk

⁴ Müzisyenden bahsetmektedir.

yapalım” o zaman dedi geldik dans ettik sonra aynı masada oturduk flört oldu öylelikle flört oldu bi kahvaltı yemek filan derken bunun devamlılığı oldu şimdi nişanlıyım... (Müşteri Yılmaz, Kişisel görüşme, 11 Ağustos 2021)

Müşteri Yılmaz, canlı müzikte tanıştığı kız arkadaşı ile nişanlanmıştır. Sürekli canlı müziğe gelmesi, müzisyenlerle bir bağ kurmasının yanında isminin sahnedey duyurulması, müşteri Yılmaz’a “popüler” olduğu düşüncesine götürmüştür. Böylelikle gittiği mekânlarda artık az çok tanınmasının verdiği duygu özel hissettirmiştir. Aynı zamanda kendisinin ve partnerinin sürekli canlı müziğe gelmeleri, bir şekilde müzisyen tarafından isimlerinin anılması, istek şarkılar sayesinde birbirlerinin sevdiği müzikleri öğrenmeleri, birbirlerini dolaylı da olsa tanımalarına neden olmuştur. Sonuçta ise canlı müziğin beraberinde getirdiği etkileşimler, tanışmaya ve hatta evliliğe kadar götürmüştür.

Canlı müzik eşittir dediğim gibi ben 10-12 kişinin düğününü yaptım ya bu totalde 24 kişi yapar. Bunlar benim programda tanışıp evlenen insanlar canlı müziğin yani bi sosyalliği var. Sözüm ona biz Kayseri'nin şu an gece hayatıyız bi nokta da yani eğlenesiyiz gerçekten canlı çalınıyo canlı müzik var orda gerçekten canlı canlı insanlar var bi üretim var müzik adına hem onun çekiciliği var dediğim gibi ortamında çekiciliği oluyor insanlar o ortamda olmak istiyorlar ondan dolayı. (Müzisyen O.T, Kişisel görüşme, 12 Haziran 2021)

Canlı müziğin icra edeni, dinleyeni, bir mekân içinde olması ve müziğin süreklilik sağlaması beraberinde insanların birbirleri ile olan etkileşimini de sağlamıştır. Her gün canlı müzik icra edilen mekânları tercih edenler belirli bir süre sonra tanıdık yüzlere dönüşmektedir. Böylece belli bir süre sonra müzisyenlerde ve müşterilerde arkadaşlıklar, sevgililikler, evlilikler söz konusu olabilmektedir.

Biz canlı müzikte tanıştık birbirimizin enerjisinden çok etkilendik arkadaşım bir arkadaşıyla oturuyodu ben bi arkadaşım ile oturuyodum kafamı bi çevirdim bizim gibi eğleniyorlardı. Şarkılara da aynı şekilde eşlik ediyoruz aynı şekilde mutlu oluyoruz bi gülümsemeler oluştu aramızda sonra aynı masada oturduk ve dedik ki biz çok güzel bi ekip olduk böyle devam edelim tanıştık ve arkadaş olduk. (Müşteri Nurşah, Kişisel görüşme, 04 Ağustos 2021)

Müşteri Nurşah’a göre kendisinin ve arkadaşının aynı müzikten zevk alması, aynı şekilde eğlenmesi birbirleriyle arkadaşlık kurmalarına da neden olmuştur. Canlı müzikte eğlenen insanların olması, beraberinde aynı müziklerle eğlenmeleri ve kimseyi

umursamadan yapmaları müşteri Nurşah için birbirlerini anlayabilen ve benzer zevkleri paylaşılacağını düşünen arkadaşlıklar kurdurtmuştur.

Mesela ben burdan dört – beş tane kız tavlamaştım ya şimdi müzik çalıyo herhangi bi müzik çalıyo karşındaki örnek veriyom işte gözleri güzeldir şudur budur dudağı ağzı gözü burnu onla alakalı bişey bulup istek yapıyorum o çalarken onun gözüne bakıyorum böyle. Sonra Instagram 'a filan hikaye atıyorlar burayı etiketliyorlar hikaye attığında görüyoruz mal değil etikete baktığın zaman orda çıkıyo sohbet etmeye başlıyon. (Müşteri Orhan, Kişisel görüşme, 13 Ağustos 2021)

Canlı müzik, karşı cinslerin birbirlerini yakından tanıma fırsatı sunmasa da birbirlerini yakından görmesini sağlayabilmektedir. Günümüzde sosyal medyanın aktif şekilde kullanılmasıyla insanların birbirlerini sadece sosyal medyadan görmesinin bazı dezavantajlarına karşılık, canlı müziğin yüz yüze olması bu açıdan önemli bir katkıdır. Karşı cinslerin birbirleri ile iletişime geçme yolu sosyal medya üzerinden olsa da canlı müziğin getirdiği etkileşimler, “canlı” olarak birbirlerini görmeleri bu açıdan önemlidir. Müşteriler için canlı müzik böylece bir ayrıcalık haline gelebilmektedir. Her ne kadar müzisyenler için “ortama geliyorlar” algısı oluştursa da müşteriler kendi aralarında bu tarz bir iletişim biçimi geliştirmiştir.

Müşterilerin “canlı” olarak müzik dinlemeleri, müzisyen ve müşteri arasında oluşan kolektif bir canlı müzik deneyimi, insanlar için daha çekici hale gelmektedir. Müzik uygulamalarının (application), özellikle teknolojinin, müziği dinleme ve depolama biçimini daha bireysel bir alana taşımasına karşılık canlı müziğin bireyler arasında daha kolektif ve otantik bir alana dönüşerek kendi varlığını sürdürmesi önemlidir.

2.6. Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Müzik Repertuarı: Piyasa Müziği

Müzisyenler canlı müzik icra edilen kafelerde icra ettikleri müzik repertuarına genel anlamda “piyasa müziği” demektedirler. Piyasa müziği, eski popüler müzik türlerinden günümüzdeki popüler müziklere kadar icra edilen “uyarlama” (cover) şarkılardan oluşmaktadır. Türküler, pop müzik, rock müzik, oyun havaları ve özgün müzik gibi icra edilen müziklerin hepsi piyasa müziği içinde yer almaktadır. Kısaca en popüler olan popüler müziklerden oluşmaktadır.

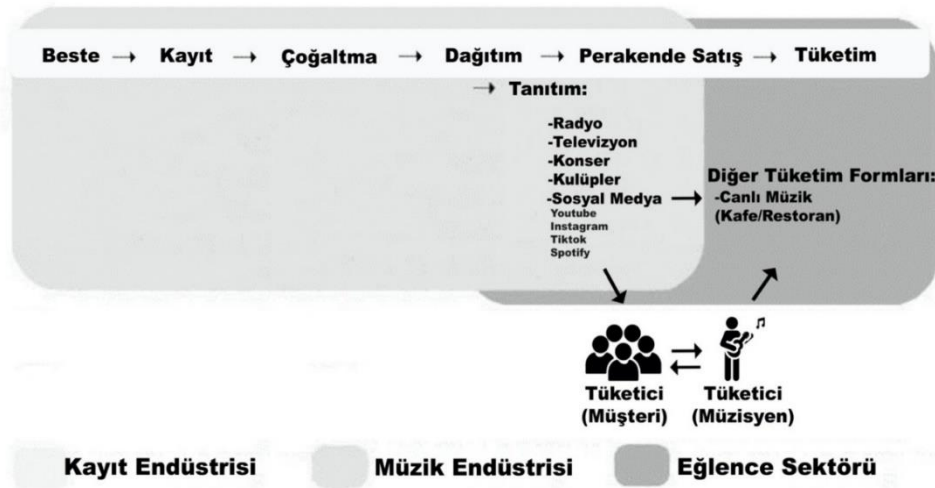
Piyasa şimdi atıyorum ben sadece rock yaparım diyemiyosun, oyun havası işte piyasa da güncel şarkılar neyse onlardan yani ne kadar repertuarın genişse. Yani alternatif ne kadar alternatif olabilirsen senin için o kadar iyi o kadar da aranan adam oluyosun. Tabi

birazcık da kişilik önemli, işini severek yaptıktan sonra sorun olmuyor. (Müziyen K.E, Kişisel görüşme, 20 Eylül 2021)

Piyasa müziğinin repertuar içeriği; sürekli kendini güncel tutan popüler müziklerden, sosyal medyada (Youtube, Instagram, Tiktok, Spotify vb.) en çok izlenen, dinlenen şarkılardan, arada kendini tekrar hatırlatarak yineleyen ve otantik atfedilen şarkılardan ve halen geçmişten günümüze kadar popülerliğini sürdüren popüler müziklerden oluşmaktadır.

Wall, “Studying Popular Music Culture” adlı kitabında popüler müzik sisteminin oluşumundan bahsederken aynı zamanda üretim aşamalarını çizgisel bir şema ile açıklamaktadır. Wall oluşturduğu şemada beste ve kayıt ile başlayan kaydın ürüne dönüştüğü ardışık süreçleri göstermektedir. Şema, şekil 2.6’daki haliyle Wall’un çalışmasından teze uyarlanırken temel mantığı korunmuş ancak tez kapsamında popüler müzik üretiminin canlı müzik ve tüketici konumundaki müzisyen ile müşteri ilişkisini ifade edebilmek için eklemeler yapılmıştır. Kitabın yayımlanışının üzerinden geçen yaklaşık 20 yılda özellikle sosyal medya platformları ile değişen dağıtım, tanıtım sektörü ve bunun diğer tüketim formları ile ilişkisi değişmiştir. Sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte canlı müzik icracısı ve dinleyicisi arasında hızlı bir etkileşim alanı oluşmakta, kafelerde icra edilen canlı müziğin repertuarını da etkilemektedir (Wall, 2003, s.76-77).

Şekil 2.6: Popüler Müzik Sisteminin Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerdeki Oluşumu



Kaynak: (Wall, 2003, s.77)

Yapım şirketleri, popüler müzik eserlerinin kaydının, çoğaltmasının ve satmasının yanı sıra müzik endüstrisinin çeşitli alanlarında eseri yaymaya çalışmaktadır. Bunlar; çeşitli konserler, festivaller, medya aygıtları (radyo, tv, müzik dergileri) ve günümüzde sosyal medya unsurlarından oluşmaktadır (Wall, 2003, s.76-77). Bu faaliyetlerin oluşumu ise canlı icra edilen kafelerin piyasa müziği repertuarını da oluşturmaktadır. Böylece müzik endüstrisi ve yapım şirketleri çeşitli ekonomik ve kültürel alanları dolaylı ya da dolaysız olarak etkilemektedir. Bu sayede kafelerde canlı müzik icra eden müzisyenler hem piyasa müziği repertuarının tüketicisi hem de icracısı olarak kafelerde sahne alırlarken, müşteriler de tüketicisi oldukları müziğin tekrar canlı bir icrasını dinleyebilmektedirler.

Müzisyenlerin canlı müzik repertuarında sürekli ve sabit olan şarkılar da bulunmaktadır. Sürekli ve sabit olan şarkılar canlı müzik icra edilen bütün kafelerde her zaman, her koşulda ve her gün icra edilmektedir. Bu şarkılar müzisyenler tarafından “şaşmayan” ve “hit” şarkılar olarak dile getirilmekte ve popüler müziğin bütün türlerinde bulunduğu görülmektedir. Sürekli ve sabit olan şarkılar ise yıllarca canlı müzik piyasasında bulunmuş müzisyenler deneyimleyerek fark etmektedirler.

Şöyle söyleyim Türkiye'nin neresine gidersen git Yıldız Tilbe, Müslüm Gürses, Hakan Altun bu tarz parçalar Neşet Ertaş köklü şeyler her zaman dönder dönder çal hiç şaşmaz kimse demez ki bunu niye çalıyor onlar her zaman çalınır. Böyle şeyler de böyle başlangıçta biraz daha slow çalabilirsin pop çalabilirsin yerine göre oyun havası şaşmaz nereye gidersen git şaşmaz bizim erik dalı nerde çalarsan çal hangi kesim olursa olsun bilir şu an için.(Müzisyen M.Ö, Kişisel görüşme, 21 Haziran 2021)

Arabesk döneminden kalma bir tecrübe orda süzülen şarkılar pop döneminden süzülen şarkılar bi de Türkiye'nin hem pop hem rock anlamında ki en hit şarkılarını çaldığımız için herkesi yakalayan şarkılar çalmaktayız. Mesela üç tarzdan örnek veriyim herhangi bir arabesk tayfa yani işte Müslüm Gürses'den, Orhan Gencebay'dan, Ferdi Tayfur'dan ya da Neşet Ertaş'tan çaldığımızda onun her zaman iyi bir dönüşü olur çünkü herkes sever onları özellikle Neşet Ertaş'ı severler. Rock gruplarında da kesinlikle Duman mesela çaldığında herkes onu alır bir de Athena yani. Duman zaten Türkiye'nin en harbi grubudur yani, Athena da zaten imajdan dolayı seviliyor bide holigan şarkıları olduğu için biraz gazlıyo yani...(Müzisyen O.T, Kişisel görüşme, 12 Haziran 2021)

Müzisyenlere yıllar içinde biriktirdiği deneyimler, piyasada pişmeleri, çalınacak hangi şarkıların sürekli ve sabit olduğunu da öğretmiştir. Bir otantisite söylemi

çerçevesinde değerlendirebileceğimiz “şaşmayan”, “hit” ve “en harbi” gibi söylemler bu açıdan önemlidir. Canlı müziğin sabit şarkılardan oluşan repertuarını belirleyen koşulların kesin bir nedeni olmasa da müzisyenlerin bu tarz şarkılara, gruplara ve sanatçılara attığı değer dikkat çekicidir.

İşte pop çalarsın, slow çalarsın şu an mesela sektör şuna dönüyor ne ünlüyse Instagram, Twitter, Tiktok, Facebook, Youtube gibi sosyal medyalarda şu an gündemde ne varsa mesela sürekli gençlerin dinlediği sürekli hikayelerde paylaşılan arkada çalan fonlar şu an tutulan yani favori parçalar onları istiyorlar. (Müzisyen E.K, Kişisel görüşme, 14 Haziran 2021)

Piyasa müziğinin müzik repertuarı aynı zamanda sürekli güncellenerek değişmektedir. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi sabit ve süreklilik sağlayan şarkılar haricinde bazı popüler şarkılar artık kafelerde çalınmayıp, unutulmuş yerini yenilerine bırakmaktadır. Bu tarz şarkıların canlı müzik repertuarına eklenmesi müzisyenlerin kendi seçimlerinden ziyade genellikle müşterilerin istekleri üzerinedir. Söz konusu istekler, sosyal medyada ya da dizi-filmlerde en çok izlenen, dinlenen şarkılardan oluşmaktadır.

Piyasa müziğinin repertuarında halk müziğini popüler müzik alanına taşıyan “diriltmeciler/uyanış önderleri” (revivalists) de bulunmaktadır. Bunlar halk müzik geleneğini doğru ve aslına yakın bir biçimde popüler müzik alanına taşıyan müzisyenlerdir. Bu müzisyenler kendini konumlandıkları müzik geleneğini en iyi biçimde ve başarılı bir şekilde yaptıklarını iddia ederek müzik yapmaktadırlar (Erol, 2008, s.214). Böylece Erol’un izinden gidecek olursak günümüzde de benzer “diriltmeciler” bulunmaktadır. Bir halk müziğinin ya da otantik atfedilen popüler müziğin çok izlenen dizi-filmlerde ün yapmış sanatçılar tarafından tekrar çalınıp hatırlatılması ya da halk müziğini tekrar popüler müzik alanına taşıyan sanatçıların bulunması, canlı müzik icra edilen kafelerin piyasa müziği repertuarını oluşturmada önemli olmaktadır.

Şimdi şöyle bir şey var ne yazık ki bizim ülkemizde Türküler dizilerle meşhur oluyor atıyorum şimdi mesela bi dizide ki bi şarkı mesela Cem Adrian mesela işte Çukur dizisinde Kum Gibi okudu ondan sonra üç hafta boyunca Kum Gibi istendi. Bi dizi de bi şarkı duyuyorlar bu şarkıyı orda öğrenip burda dinlemek istiyorlar tamamen buna göre. İşte mesela bunlar gene trend bi dizi de çalıyo mesela aaa bu şarkı vardı. Mesela Müslüm Gürses’in şarkısı filminden sonra meşhur oldu. Mesela Müslüm’ün attığı video

Youtube'da 300 bin izlenmiş ama başkasının söylediği video on milyon izlenmiş sonra müşteriler burda istek istiyorlar. (Müziyen Y.K, Kişisel görüşme, 15 Ağustos 2021)

Ün yapmış sanatçıların, popüler müzikleri ve otantik müzikleri müzik geleneklerine göre tekrar iyi bir biçimde icra etmeleri önemlidir. Sadece iyi bir icranın yanında çok izlenen dizilerde, filmlerde çalınması ve sosyal medyada da dolaşıma sokulması günümüzde yadsınamayacak bir duruma gelmiştir. Böylece müzisyen Y.K.'nin de bahsettiği gibi dizilerde, filmlerde çalan eski popüler müzikler, türküler ya da otantik müziklerin tekrar uyarlanması ve "dirilmesi", canlı müzik icra edilen kafelerin repertuarını da belirlemektedir. Müşteriler ise dizi ve filmlerde dinledikleri otantik atfedilen şarkıları tekrar canlı olarak duymak istemektedirler.

Piyasa müziği repertuarında yabancı şarkılar bulunmamaktadır. Yabancı şarkı söyleyen müzisyenin az olmasının yanında canlı müzik icra edilen kafelerde müşteriler için müziğe eşlik etmek, çalınan şarkıların sözlerini bilmek oldukça önemlidir. Bu yüzden kafelerde sürekli olarak Türkçe sözlü müzikler icra edilmektedir.

"Yabancı dil olmayacak Türkçe olacak yabancı bilmediğim şeyi anlamadığım şey niye dinleyim ki anladığım şeyi kafada yorumlamam lazım dinlediğim şeyi sözlerle birlikte hayatımı bağdaştırmaya çalışıyorum" (Müşteri Cihan, Kişisel görüşme, 02 Temmuz 2021).

"Ya yabancı dil şöyle bi şey hani bi söz var "İngilizce şarkı gibiyim bu aralar dinleyenim çok anlayanım yok." yabancı olursa pek hoşuma gitmez hep Türkçe böyle türküdür filan slow öyle şarkılar" (Müşteri Kürşad, Kişisel görüşme, 22 Haziran 2021).

Piyasa müziğinin repertuarı, Türkçe sözlü ve uyarlama şarkılardan, müşteriler tarafından eşlik edebilecek şarkılardan, sosyal medyada en çok dinlenen şarkılardan ve her zaman "hit" ve "şaşmayan" konumunu korumuş şarkılardan oluşmaktadır.

2.7. Kafelerde İcra Edilen Müzik Tarzının Yerleşim Yerlerine Göre Farklılaşması: "Aile Müziği" ve "Öğrenci Müziği "

Canlı müzik icra edilen kafeler üç bölgede bulunmaktadır. Bu bölgeleri Talas ilçesinde, Belsin semtinde (Melikgazi İlçesi) ve Kayseri merkeze (Kocasinan ve Melikgazi İlçeleri) yakın yerler oluşturur. Bu bölgelerde yaşayan bireyler ve gruplar kafelerde icra edilen canlı müziğin repertuarını ve müzik tarzını da belirlemektedir.

Talas ilçesinin demografik yapısının şehir dışındaki üniversite öğrencilerinin gelmesiyle beraber heterojen bir hal alması, daha fazla müzik tarzı seçeneğinin bulunmasına yol açmaktadır. Her ne kadar Talas'taki kafelerde daha fazla seçenek olsa da yapılan canlı müzik, Belsin ve Kayseri'nin şehir merkezindeki canlı müzik icra edilen kafelerle benzerlik göstermektedir.

Belsin semtinde, Kayseri merkezde ve Talas'taki bazı kafelerde canlı müziğe gelen müşteriler genellikle Kayseri'nin ve semtlerin genç nüfusundan oluşmaktadır. Müşteriler genellikle genç çalışanlar, genç aileler olsa da yaz mevsiminin gelmesiyle gurbetçiler de bu kafelerin müşterisi olmaya dahil olmaktadır. Bu yerleşelerde icra edilen müziğin genel tarzı ise "aile müziği" olarak adlandırılmaktadır. Aile müziği ise genel manada pop, rock müziğin daha az icra edildiği tarzlardan oluşmaktadır. Bunlar; arabesk, arabesk-pop, fantezi, özgün, türkü, oyun havaları gibi popüler müziklerden oluşmaktadır.

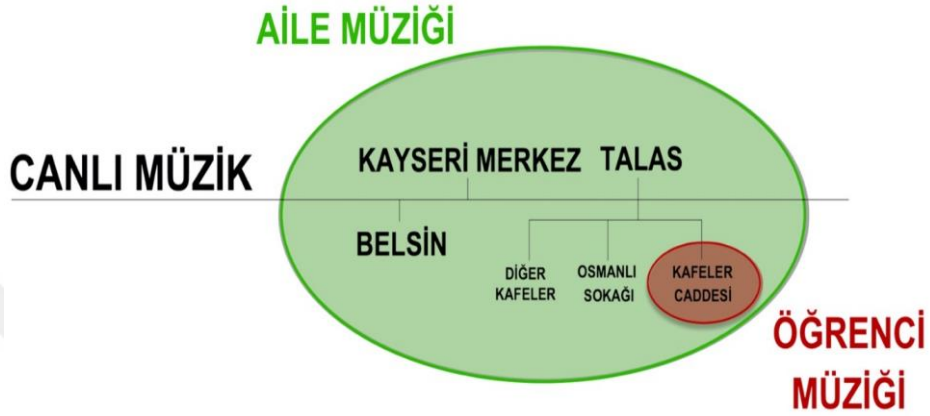
Belsin genellikle arabeskçiler Allah sanayiye de yakın ya böyle nerde arabeskçiler nerde şeyler arabeskçiler dediğime bakma ben severim tarz meselesi açısından... Mesela hani Talas'a geliyoruz işte rock-pop genç kitle geldiği için. Belsin tarafında aileler geliyor eskilere yönelik söylüyorsunuz mesela türkü yapıyorsunuz orda daha çok arabesk, türkü, oyun havası tarzında şeyler. (Müzişyen B.K, Kişisel görüşme, 15 Haziran 2021)

Çarşıda her kesimden insan geldiği için her müziği yapmaya çalışıyorsunuz bide mesela işte Almancı geliyor atıyorum bakıyo bizim sevdiğimiz müziği icra ediyorlar diyo işte zaten gurbetçi yani o da mesela işte güzel alaturası oluyo bahşiş bırakıyo. Mesela şimdi oralarda çalmak bizim için daha güzel oluyo. Okul sezonu içindeyken mesela Talas'ta sadece kendi kitlen geliyor seni bilen insanlar geliyor yani Talas'ında genç bi kitlesi var. Talas'ta çalmak aslında genç müzişyenler için ideal çünkü genç kesim burda yani yaptığın müziği genç kişilere aktarabildiğin için çünkü sen de gençsin senin dinlediğin müziği onlarda dinleyebilir o yüzden Talas güzel ama birazcık daha maddi konuya baktığın zaman çevrenin çok fazla olduğu yerler bizim için daha iyi oluyo. (Müzişyen Y.A, Kişisel görüşme, 29 Haziran 2021)

Başta iki üniversitenin Talas ilçesinde bulunması ve öğrenci nüfusunun fazlalığının yanında, şehir dışından çalışmaya gelen insanların Talas ilçesinde de ikamet etmesi daha fazla müzik tarzı çeşitliliğine sebep olmaktadır. Bu yüzden Talas ilçesinde pop, rock tarzında müzikler de icra edilmektedir. Hem öğrencilerin fazlalığı hem de

kafelerde pop, rock müzik icrasının olması “öğrencilere yönelik”, “öğrenci müziği” yapıyor anlayışını oluşturmuştur.

Şekil 2.7: Canlı Müzik İcra Edilen Kafelerin Müzik Tarzı Şeması



Kaynak: (Meral, 2022)

Bununla beraber Talas'taki kafelerde, özellikle de Kafeler Caddesi'ndeki kafelerde oyun havası, arabesk gibi popüler müzikleri icra etmemeleri, ilçede şehir dışından gelen öğrencilerin ve şehir dışından gelen çalışanların yaşaması, böylelikle heterojen bir yapıya sahip olması “elit” bir kesim algısını da oluşturmaktadır.

“Talas'ta genel de mesela oyun havası tarzı çalınmıyor çalınıyorsa da oynamıyon o taraf kesim Belsin taraftı yani adını sen getir nası diyim... Talas'ta daha elit bi kesim olduğundan oyun havası gitmiyor yani” (Müşteri Ufuk, Kişisel Görüşme, 06 Ağustos 2021).

Talas açıkçası biraz daha öğrenci kesimi elit insan olduğu için bölgeden bölgeye mesela değişiyö. Kayseri'de nası mahallesinden mahallesine insanlar değişiyö gitgide elitleşiyö kafeler de tam anlamıyla öyle. Belsin'den ve merkezden Talas'a doğru geldikçe biraz daha insan elitleşiyö bence öğrenci kesmi giyim tarzı bile farklı Belsin ile Talas arasındaki kadın giyimi bile farklı. (Müzişyen N.A, Kişisel görüşme, 16 Ağustos 2021)

Canlı müzik icra edilen kafelerin müzik tarzı ilçelerin ya da semtlerin sosyo-ekonomik ve kültürel yapısına göre değişmektedir. Canlı müzikte icra edilen tarzlar ve kafenin konsepti bu yapıyla ilgilidir. İlçelerdeki canlı müziğin yapısı, tarzı gelen müşterilere göre oluşmaktadır. Talas'taki kafeler caddesindeki kafeler harici gelen

müşterilerin çoğunun Kayseri'nin genç nüfusundan oluşması, Kayseri'deki müzik yapan kafelerin genel tarzını da belirlemektedir. Kafelerde her tarz popüler müziğin icra edilmesi, kafelerin belli bir konsept ya da müzik tarzında ilerlememesi, ayrımı sadece pop ve rock müziğin yoğun yapıldığı yerler üzerinden ve üniversite öğrencilerinin yoğun olduğu yerleşim yerleri üzerinden yapılması, Talas ilçesini diğer ilçe ve semtlerden ayırmaktadır.



SONUÇ

Kentleşme ve buna bağlı olarak hizmet sektörünün gelişmesiyle birlikte sayıları hızla artan kafeler, daha çok müşteri çekebilmek amacıyla farklı özelliklerle ve sunumlarla ön plana çıkmaktadır. Canlı müzik icrası da müşteri çekebilmenin bir yolu olarak görülmektedir.

Kayseri’de kafelerde icra edilen canlı müzik kültürünün oluşmasında müşteri, müzisyen ve işletmecilerin anlayışları, istekleri, kafenin bulunduğu çevre ve müşterilerin sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyleri belirleyici olmaktadır. Canlı müzik icra edilen kafeler işletmeciler için kâr elde etme, müşteriler için güzel vakit geçirme ve sevdiği şarkıları canlı dinleme, müzisyenler için ise para kazanma, beğeni sağlama alanıdır. Kafelerde şekillenen canlı müzik kültürü bu anlamlar çerçevesinde oluşmaktadır. Bununla beraber arz ve talep odaklı, isteklere göre şekillenebilen ve dönüştürülebilen bir canlı müzik anlayışının ortaya çıktığı görülmektedir.

Canlı olarak icra edilen müzik tarzının belirlenmesinde sosyo-ekonomik ve kültürel yapıların etkili olduğu görülmüştür. Üniversite öğrencilerinin yoğun olduğu bölgelerde, öğrencilere yönelik müzik seçimi ve icrası ortaya çıkarken, Kayseri’nin diğer bölgelerinde farklı grupların beğeni ve isteklerine göre müzikler icra edilmektedir. Bu icralar çalışmamızda “öğrenci müziği” ve “aile müziği” olarak kategorize edilmiştir. Öğrenci müziği daha çok pop-rock, aile müziği de genellikle türkü, arabesk, oyun havaları, özgün müzik vb. müzik tarzıyla şekillenmektedir.

Canlı müzik icra edilen kafelerde müzik; işletmeciler, müzisyenler ve müşteriler açısından farklı anlamlar ifade etmektedir. İşletmeciler canlı müzik aracılığıyla kafelerine daha fazla müşteri çekerek kâr elde etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma sahamızdaki işletmecilerin daha önce müzikle ilgili bir birikimlerinin ve girişimlerinin olmadığı tespit edilmiştir. Canlı müzik icrasında kullanılan ses sistemleri genellikle ses mikseri,

mikrofon ve iki hoparlörle sınırlıdır. Enstrüman amfisi, efekt cihazı gibi bazı ses araçları bizzat müzisyenler tarafından sağlanmaktadır.

Canlı müzik icra edilen kafelerde işletmeciler, canlı müzik dinleme karşılığında kafeden kafeye değişen, kişi başı ya da masa başı olarak ifade edilen “canlı müzik ücreti” almaktadır. Bu durum hem müzisyenlerin ücretini ödemek hem de işletmecinin kârını artırmak amaçlıdır. İşletmeciler daha fazla müşteri çekebilecek ya da dinleyici kitlesine sahip müzisyenleri talep etmektedirler. İşletmecilerin kafelerin konumu ve müşterilerin sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyine göre müzik tarzı belirledikleri gözlemlenmiştir. Canlı müzik icra edilen kafelerde yeme-içme hizmeti de sunulmaktadır.

Müşteriler canlı müzik icra edilen kafeleri günün yorgunluğunu atmak, arkadaşlarıyla beraber olmak, sevdiği şarkıları dinlemek ve eğlenceli vakit geçirmek için tercih etmektedirler. Kafe tercihini müzisyen, enstrüman, icra edilen müzik türü, kafenin fiziksel özellikleri, işletmecilerin müşteriye davranış biçimi ve diğer müşterilerin profilleri belirlemektedir. Kafelerdeki müzik repertuarı müzisyenin tercihi ve müşterilerin isteklerine göre oluşmaktadır.

Canlı müzik icra edilen kafelerde, müzisyenlerle dinleyiciler arasında bir bağ oluşmakta, aynı zamanda dinleyicilerin kendi arasında da çeşitli etkileşim ağları gelişmektedir. Birlikte eğlenme, dans etme ya da müziğe eşlik etme gibi etkinlikler dinleyiciler arasında samimi bir ortam oluşturmaktadır. Bu durum yeni arkadaşlıklara, flört etmeye ve hatta evliliklere kadar uzanan bir sosyalleşme çevresi oluşturmaktadır.

Müzisyenler için kafelerde canlı müzik icrası gelir getirici bir iş olmanın yanında beğeni toplama ve bir kariyer basamağı olarak değerlendirilmektedir. Müzisyenler sahnede müzik icra ederken kendini, otantik olarak atfettiğimiz çeşitli çalma ve söyleme üsluplarıyla farklılaştırma çabası içindedir. Müzisyenlerin müşterilerle iyi iletişim kurabilme becerileri, işlerinin sürekliliği açısından önemlidir. Müzisyenin repertuarının genişliği ve istek şarkıları bilme ve söyleme kabiliyeti de onu istenilen bir müzisyen konumuna yükseltmektedir. Kafelerde icra edilen müzik, icra eden müzisyenler tarafından “piyasa müziği” olarak tanımlanmaktadır. Piyasa müziği popüler olan, otantiklik atfedilen, sosyal medyada ve müzik uygulamalarında en çok dinlenen müziklerden oluşmaktadır.

Canlı müzik icra edilen kafelerde çalışan müzisyenler performanslarını, bestelerini ve çeşitli uyarlamalarını sosyal medya hesaplarından yayınlayarak daha çok dinleyiciye ulaşma çabasındadır. Sosyal medya üzerinden takipçi sayısının artması çalıştığı kafeye müşteri artışını da beraberinde getirmektedir. Bu durum müzisyenin pazarlık gücünü artırmaktadır.

Canlı müzik icra edilen kafelerde sahne alan müzisyenler zaman zaman hem işletmeciler hem de müşteriler tarafından yeterince takdir görmediklerinden yakınmışlardır. Özellikle müzik icra edilirken dinleyicilerin müziğe ve müzisyene saygı göstermeyip başka işlerle meşgul oluyor görünmeleri en çok şikayet edilen konudur.

Sonuç olarak canlı müzik icra edilen kafelerdeki müzik kültürünün şekillenmesinde kafenin bulunduğu toplumsal evre belirleyici olmaktadır. Dinleyicilerin sosyo-ekonomik ve kültürel düzeyleri, müzisyenin niteliğini, repertuarını ve işletmecinin sunum tarzını şekillendirmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (1976). Introduction to the sociology of music (Çev. E. B. Ashton) The Seabury Press, Inc.
- Adorno, T. W. (1978). On the social situation of music. *Telos*, (35), 128-164.
- Adorno, T. W. (1985). On the fetish character of music and the regression of listening. İçinde A. Arato & E. Gebhardt (Ed.), *The Essential Frankfurt School Reader* (ss. 270-299), Continuum.
- Adorno, T. W. (1998). On popular music. İçinde J. Storey (Ed.), *Cultural Theory and Popular Culture a Reader* (ss. 197- 209). The University of Georgia Press.
- Adorno, T. W. (2003) Kültür endüstrisini yeniden düşünürken. (Çev. B. O. Doğan). *Cogito: Adorno: Kitle, Melankoli, Felsefe*, (36), 76-85.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2014). Aydınlanmanın diyalektiği (Çev. N. Ülner ve E. Ö. Karadoğan). Kabalcı Yayıncılık.
- Akkol, L. M. (2018). Müzik sosyolojisinde T. W. Adorno'nun yeri. *Alternatif Politika*, 10(1), 111-130.
- Alemdar, K., & Erdoğan, İ. (2005). *Popüler kültür ve iletişim* (2. Baskı). Erk Yayınları.
- Angı, Ç. E. (2013). Müzik kavramı ve Türkiye'de dinlenen bazı müzik türleri. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 2(10), 59-81.
- Asiliskender, B. (2012). Cumhuriyet'in sanayi kenti Kayseri ve modernleşme arayüzleri. *Güney Mimarlık Dergisi*, (8), 36-39.
- Attali, J. (2014). Gürültüden müziğe (Çev. G. G. Türkmen) Ayrıntı Yayınları.
- Auslander, Philip. (2006). Liveness: Performance and anxiety of simulation. İçinde A. Bennett, B. Shank & J. Toynbee (Ed.), *The popular music studies reader* (ss.85 – 91). Routledge
- Ayas, G. (2019). *Müzik sosyolojisi: kuramsal bir giriş*. İthaki Yayınları.
- Balkaya, A. (2013). Mekân poetikası bağlamında Âşık Kahvehaneleri Ve Âşık üzerinde kimi fonksiyonları. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(1), 881-889.
- Becker. H. W. (2017) Hariciler (3.Baskı). (Çev. Ş. Geniş ve L. Ünsaldı). Heretik Yayınları.
- Benjamin, W. (2015). Teknik olarak yeniden - üretilebilirlik çağında sanat yapıtı (Çev. G. Sarı). Zeplin Kitap.
- Berger, A. A. (2014). Kültür eleştirisi: kültürel kavramlara giriş (2. Baskı). (Çev. Ö. Emir). Pinhan Yayıncılık.
- Change. (2016, Temmuz 22). Kayseri ve Talas'ta cafelere canlı müzik izni verilsin kampanyası. <https://www.change.org/p/kayseri-ve-talas-ta-cafelere-canli-muzik-izni-verilsin-kayseribsb>
- Cohen, S. (2012). Live music and urban landscape: mapping the beat in Liverpool. *Social Semiotics*, 22(5), 587–603. <https://doi.org/10.1080/10350330.2012.731902>
- Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri: beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çev. Ed. M. Bütün ve S. B. Demir). Siyasal Kitabevi.

- Çerezcioglu, A. B. (2016). Otantisite göstereni olarak canlı performans. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(44), 1420 – 1428.
- Dayıoğlu, K. (2019). *Kayseri’de ticaret ve sanayi*. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları No: 145
- Değirmencioğlu, L. (2020). Kayseri’de yaşayan göçmen müzisyenler (Selanik Göçmenleri). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (74), 934-946.
- Erdoğan, Alemdar. (1999). Popüler kültür: kültür alanında egemenlik ve mücadele. İçinde N. Güngör (Ed.), *Popüler kültür ve iktidar* (ss.18-53). Vadi Yayınları
- Erol, A. (2017). *Popüler müziği anlamak: kültürel kimlik bağlamında popüler müzikten anlam* (4. Baskı). Bağlam Yayınları.
- Erol, A. (2018). *Müzik üzerine düşünmek* (3. Baskı). Bağlam Yayınları.
- Featherstone, M. (1983). Consumer culture: an Introduction. *Theory, Culture & Society*, 1(3), 4–9. <https://doi.org/10.1177/026327648300100301>
- Featherstone, M. (1996). Postmodernizm ve tüketim kültürü (Çev. M. Küçük). Ayrıntı Yayınları.
- Finkelstein, S. (1986). Müzik neyi anlatır (Çev. M. H. Spatar). Kaynak Yayınları.
- Fiske, J. (1999). Popüler kültürü anlamak (1. Baskı). (Çev. S. İrvan). Ark Yayınevi.
- Frith, S. (2000). Popüler müziğin endüstrileşmesi. İçinde J. Lull (Ed.), *Popüler müzik ve iletişim* (ss.71-107). (Çev. S. İlbağ). Çiviyazıları.
- Frith, S. (2007). Live music matters. *Scottish Music Review*, 1(1), 1–17.
- Geertz, C. (2010). Kültürlerin yorumlanması (1. Baskı). (Çev. H. Gür). Dost Kitabevi Yayınları.
- Haber Türk. (2020, Temmuz 28). Osmanlı Sokağı esnafında ruhsat sevinci. <https://www.haberturk.com/kayseri-haberleri/79729720-osmanli-sokagiesnafinda-ruhsat-sevinci> Erişim tarihi 03.04.2022.
- Hall, S. (2019). *Essential Essays, Volume 1: Foundations of Cultural Studies* (D. Morley, Ed.). Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv11cw7c7>
- Haviland, W. A., Prins, H. E., Dana, W., & Bunny, M. (2008). Kültürel antropoloji (1. Baskı). (Çev. İ. D. Sarıoğlu). Kaknüs Yayınları.
- Holt, F. (2010). The economy of live music in the digital age. *European Journal of Cultural Studies*, 13(2), 243–261. <https://doi.org/10.1177/1367549409352277>
- İstanbulu, S. (2018). Kayseri’de bir aşık okulu: Aşıklar Kahvesi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(1), 22-30.
- Jay, M. (2001). Adorno (Çev. Ü. Oskay). Der Yayınevi.
- Jones, A., & Bennett, R. (2015). *The digital evolution of live music*. Chandos Publishing.
- Kaplan, A. (2008). *Kültürel müzikoloji* (2. Baskı). Bağlam Yayınları.
- Kayseri Belediyesi. (2005, Nisan 5). İşyeri açma çalışma ruhsatlarına ilişkin yönetmelik. <https://www.kayseri.bel.tr/uploads/yonetmelikler/isyeri.pdf> Erişim tarihi 18.04.2022.
- Kayseri Valiliği. (2022, Mayıs 15). İş ve çalışma hayatı. <http://www.kayseri.gov.tr/is-ve-calisma-hayati> Erişim tarihi 10.04.2022.
- Kellner, D. M. (1989). *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Polity Press.
- Kızılcıkelik, S. (2008). *Frankfurt okulu*. Anı Yayıncılık.

- Köse, H. (2001). Popüler kültür bağlamında Frankfurt okulu ve kültürel manipülasyon tezi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(11), 327-335.
- Kuyucu, M. (2016). Theodor W. Adorno'nun perspektifinden popüler Türk müziğinde standartlaşma sorunsalı. *TRT Akademi* 1(01), 190-208.
- Lowenthal, L. (2017). Edebiyat, popüler kültür ve toplum (1. Baskı). (Çev. B. Kejanlıoğlu). Metis Yayınları.
- Lull, J. (2000). Popüler müzik ve iletişim (1.Baskı). (Çev. T. İbلاغ). Çivi Yazıları.
- Mardin, Ş. (1992). *İdeoloji* (1. Baskı). İletişim Yayınları.
- Moore, A. (2002). Authenticity as Authentication. *Popular Music*, 21(2), 209–223.
- Negus, K. (2019). From creator to data: the post-record music industry and the digital conglomerates. *Media, Culture & Society*, 41(3), 367–384.
- Say, A. (1997). *Müzik tarihi* (3. Baskı). Müzik Ansiklopedisi Yayınları.
- Schuetz, A. (1989). The Frankfurt school and popular culture. *Studies in Popular Culture*, 12(1), 1–14.
- Shuker, R. (2001). *Understanding popular music culture*. 2nd ed. London; New York: Routledge.
- Simmel, G. (2015). Modern kültürde çatışma (10. Baskı). (Çev. T. Bora, Ö. Utku, K. Naziye, ve G. Elçin). İletişim Yayınları.
- Soykan, Ö. N. (2012). Müzik nedir? Felsefi bir araştırma. *Doğu Batı Dergisi*, 15(62), 29-42.
- Şahin, İ. (2008). Dini hayatın ritmi: ritüel ve müzik. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 49(2), 269-285.
- Şanlıoğlu, Ö. & Erdem, A. (2017). Kayseri örneğinde yerel halkın turizm faaliyetlerini nasıl algıladığının tespitine yönelik bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 277-298.
- Talas Kaymakamlığı. (2022, Haziran 30). Osmanlı Sokağı. <http://www.talas.gov.tr/osmanli-sokagi> Erişim tarihi 15.04.2022.
- Taylor, T. D. (2007). The commodification of music at the dawn of the era of mechanical music. *Ethnomusicology*, 51(2), 281–305.
- Wall, T. (2003). *Studying popular music culture*. Arnold Publishers.
- Williams, R. (2012). Anahtar sözcükler (5. Baskı). (Çev. S. Kılıç). İletişim Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021) *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12.Baskı). Seçkin Yayıncılık.

EKLER

EK 1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

Müzisyenlerin Canlı Müzik Anlayışına Yönelik Sorular

1. İsminiz Nedir?
2. Yaşınız?
3. Eğitim durumunuz?
4. Kaç senedir canlı müzik işindesiniz?
5. Hangi mekânlarda çalışıyorsunuz?
6. Hangi enstrümanı çalışıyorsunuz?
7. Hangi tarz müzik çalışıyorsunuz?
8. Yaptığınız müzik sizi tatmin ediyor mu?(Maddi, manevi ya da icra açısından vb.)
9. Mekânlar da çaldığınız türle, sevdiğiniz müzik tarzı benzer mi? Eğer benzer değilse sevmediğiniz tarzı çalmak sorun yaratıyor mu?
10. Dinleyici ve işletmeciden canlı müzik hakkında bir beklentiniz var mı? Ya da şikayetiniz?
11. Sizce işletmeciler müzisyeni neye göre seçiyor?
12. Enstrüman çeşitliliğinin az olmasının nedeni var mı?
13. Ne kadar ücret alıyorsunuz? (Söylemek zorunda değil) Aldığınız ücret yeterli mi?
14. Repertuarı neye göre belirliyorsunuz, istek çalışıyor musunuz? Çaldığınız tür harici kendi tarzınıza ait şarkı çaldığınız oluyor mu ya da kendinize ait beste?
15. Ekstralara gidiyor musunuz?
16. Çaldığınız mekânlar arasında ne gibi farklılıklar var, teknik altyapı (ses,sahne) vb. ?
17. Sahne de giydiğiniz özel bir kıyafet var mı?
18. Besteniz var mı onları çalışıyor musunuz çalışıyorsanız dinleniyor mu? İşletmeci istiyor mu? Youtube da dinlenmenin yüklemenin faydası var mı kafelerde iş bulmanız kolaylaşıyor mu?
19. İşletmecilerle nasıl iletişime geçiyorsunuz nasıl birbirinizi buluyorsunuz?
20. Kayseri’de çalmaktan hoşnut musunuz, gitmeyi düşünür müsünüz?
21. Festivallerde sahne aldığınız oldu mu?

22. Canlı müzik yaptığınız kafelerin müşteri/dinleyici profillerini nasıl tanımlarsınız?
23. Şarkı isteğinde kimse bulunmasa siz repertuarı nasıl seçersiniz? Kendi bestenizi mi çalarsınız, yoksa sevdiğiniz müzik tarzını mı çalarsınız?
24. Bazı istekleri çalışıyorsunuz bazılarını çalmıyorsunuz kriteriniz nedir?
25. Başka şehirde söylediğiniz, çaldığınız oldu mu? Olduysa Kayseri'deki mekânlarla arasındaki farklılıklar nedir?
26. Müziği Kayseri'de mi sürdürmek istersiniz yoksa şehir dışına çıkmayı düşünüyor musunuz?

Müşterilerin Canlı Müzik Anlayışına Yönelik Sorular

1. İsminiz?
2. Yaşınız?
3. Eğitim durumunuz?
4. Mesleğiniz?
5. Genellikle canlı müzik yapılan kafeleri mi tercih ediyorsunuz, eğer ediyorsanız tercih etme sebebinizden bahsedebilir misiniz?
6. Özellikle tercih ettiğiniz müzisyen ya da canlı müzik mekânı var mı? Varsa neden?
7. Yapılan müzik sizin için tatmin edici mi? Hem tarz açısından hem icra açısından. Değilse bize fikirlerinizi söyleyebilir misiniz?
8. Hangi tarz müzik dinliyorsunuz?
9. Müzik isteğinde bulunuyor musunuz?
10. Müziğin Türkçe ya da yabancı bir dil olması sizin için önemli mi? Önemliyse neden? Değilse neden?
11. Daha önce dinlemediğiniz bir şarkıya denk geldiniz mi? Denk geldiyseniz ne düşünüyorsunuz?
12. Hemen hemen aynı müzikler çalıyor her gün aynı yüzler çıkıyor neden sürekli aynı mekânları tercih ediyorsunuz?
13. Canlı müzikte sosyalleşme, arkadaşlık kurma, flört gibi durumlar yaşıyor musunuz? Bahsedebilir misiniz?

İşletmecilerin Canlı Müzik Anlayışına Yönelik Sorular

1. İsminiz?
2. Yaşınız?
3. Eğitim Durumunuz?
4. Kafenizde neden canlı müzik yapılmasını tercih ediyorsunuz?
5. Müzisyenleri neye göre seçiyorsunuz?
6. Müzisyenlerin repertuvarına karıştığınız oluyor mu?
7. Hangi tarz müzikler çalıyor mekânınızda? Mekânda çalınan müziği neye göre belirliyorsunuz?
8. Hangi müzik tür çalınacağına siz mi karar veriyorsunuz yoksa müzisyene mi bırakıyorsunuz?
9. Canlı müzik ücreti alınıyor mu?
10. Müşteri/dinleyici ya da müzisyenin müzikle ve canlı müzik icrasıyla ilgili genel şikayetleri var mı?
11. Mekânın dinleyici kitlesi sürekli değişiyor mu?
12. Bütün müzisyenlere aynı ücreti mi veriyorsunuz? Değilse neye göre ücreti belirliyorsunuz?

ERCIYES ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
PROJE ONAY FORMU

Projenin Adı	“Kayseri’de Canlı Müzik Kültürü”	
Projenin Niteliği	Yüksek Lisans/Uzmanlık/Doktora Tezi	
Proje Araştırmacıları	Eren Batur MERAL Prof. Dr. Kasım KARAMAN	(Sorumlu Araştırmacı) (Danışman)
Sorumlu Araştırmacının Haberleşme Bilgileri	Eren Batur MERAL Prof. Dr. Kasım KARAMAN	(Sorumlu Araştırmacı) (Danışman)

KARAR:

Etik Kurulumuza başvuran **Eren Batur MERAL’in**, “*Kayseri’de Canlı Müzik Kültürü*” adlı çalışması değerlendirilerek aşağıdaki sonuca ulaşılmıştır.

- Proje etik açıdan uygun bulunmuştur.
- Projenin etik açıdan geliştirilmesi gerekmektedir.
- Proje etik açıdan uygun bulunmamıştır.

29/06/2021

ADI SOYADI

Etik Kurul Başkanı	Prof. Dr. Atabey KILIÇ
Etik Kurul Başkan Yrd.	Prof. Dr. Kasım KARAMAN
Üye	Prof. Dr. Celal YILDIZ
Üye	Prof. Dr. Mustafa KARAGÖZ
Üye	Prof. Dr. Hakan AYDIN
Üye	Prof. Dr. Mikail AKBULUT
Üye	Prof. Dr. Handan ZİNCİR
Üye	Prof. Dr. Ahmet HASKÖSE
Üye	Doç. Dr. Burak ADIGÜZEL