



T.C.

HALIÇ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TÜRK MUSİKİSİ ANASANAT DALI

'KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NDE  
STRATEJİK PAZARLAMANIN ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan  
SEVGİ CANAN AŞIROĞLU

Tez Danışmanı  
Yard.Doç.ÇETİN KÖRÜKÇÜ

Mayıs 2009  
İSTANBUL  
T.C.

**T.C.**  
**HALIÇ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Türk Musikisi Anasanat Dalı Türk Musikisi programı yüksek lisans öğrencisi **Sevgi Canan AŞİROĞLU** tarafından hazırlanan “**Klasik Türk Müziği' nde Stratejik Pazarlamanın Rolü**” adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Tarihi : 25.05.2009

( Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu ) :

İmzası :

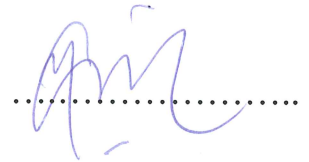
Jüri Üyesi: Yrd.Doç.Çetin KÖRÜKÇÜ  
Danışman-HAL.Ü.Türk Musikisi ASD Öğr.Üyesi



Jüri Üyesi : Prof.Dr.Metin BALAY  
Yeditepe Üniv. Öğr.Üyesi



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Dr.Yalçın ÇETİNKAYA  
HAL.Ü.Türk Musikisi ASD Öğr.Üyesi



## ÖNSÖZ

Klasik Türk Müziği'nin bugünkü durumuna yönelik bilimsel araştırmamda, alan dahilinde olan herkesten destek ve yardım gördüm. Anket çalışmaları sırasında izleyicilerin ve mensupların büyük sorumluluk sergiliyor olmalarını heyecanla gözlemledim. Klasik Türk Müziği'ni gerçekten seven ve sahip çıkmak isteyen bir kitlenin varlığı araştırmamı oldukça kolaylaştırdı.

Henüz tez konusunu belirlerken yardımlarına başlayan ve gerçek bir rehber niteliğinde çalışmamı destekleyen, tez danışmanım sayın Yard.Doç.Çetin Körükçü'ye gösterdikleri sabır, ilgi ve titizliğinden dolayı çok teşekkür ederim. İstatistiki bilgi bulmak için yöneldiğim Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ve Turizm Bakanı sayın Ertuğrul Günay'ın çok kısa sürede randevu vermesiyle başlayan çalışmam, sayın İbrahim Sarıtaş ve sayın Cihan Varlık ile yaptığım görüşmelerle devam etti. Kendilerine saygılarımı sunuyorum.

Klasik Türk Müziği için stratejik pazarlama planını hazırlarken, işletme alanında yardımcı olan İstanbul Bilgi Üniversitesi e-MBA Bölüm Başkanı, hocam sayın Metehan Sekban'na çok teşekkür ederim.

Klasik Türk Müziği ile ilgili yetkili mercileri ve Klasik Türk Müziği'nin Türkiye'deki konumlandırılmasında var olan sistemi anlamamda yardımcı olan ve Klasik Türk Müziği hakkında bilgi edinirken her aşamada yanımda olan Haliç Üniversitesi öğretim üyelerinden sayın Şehnaz Rizeli'ye aynı zamanda manevi yardımlarından dolayı da çok teşekkür ederim.

Anket uygulayabilmem için gerekli izinleri veren CRR sanat yönetmeni sayın Yard.Doç.Dr.Yalçın Çetinkaya'ya, Devlet Klasik Türk Müziği Korosu şefi sayın Fatih Salgar'a, Sipahi Ocağı Türk Müziği Koro şefi sayın Dursun Karaca'ya, Türk Musikisi Vakfı Yönetim Kurulu Başkan Vekili sayın Dr.Müh.Osman Simav'a, Sarıyer Kültür Merkezi, Üsküdar Musiki Cemiyeti ve İleri Türk Musikisi Konservatuvarı yetkililerine en içten saygılarımı sunuyorum.

Klasik Türk Müziği'ni seven ve koruyan görünmez destekçilerime, yazdığım metinleri kontrol eden sevgili arkadaşım Seher Cılgın'a ve sabırla çalışmamı bitirmemi bekleyen oğlum Can Aşıroğlu'na en içten sevgilerimi sunarım.

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖNSÖZ</b>	<b>i</b>
<b>ÖZET</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vi</b>
<b>GİRİŞ</b>	<b>1</b>
<b>1. KLASİK TÜRK MÜZİĞİ</b>	
<b>1.1. Klasik Türk Müziğinin Tanımı</b>	<b>3</b>
1.1.1. Tarih İçinde Klasik Türk Müziği Ve Farklı Kültürlerle Etkileşimi	3
1.1.2. Klasik Türk Müziğinin Dönemsel Olarak İncelemesi	5
<b>2. SOSYOLOJİK, KÜLTÜREL VE EKONOMİK AÇIDAN KLASİK TÜRK MÜZİĞİ</b>	
<b>2.1. Klasik Türk Müziği Ve Sosyolojik Yapı</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Klasik Türk Müziği'nde Geleneksellik Ve Modernlik</b>	<b>16</b>
<b>2.3. Klasik Türk Müziği'nde Sanat Ve Eğlence Kavramları</b>	<b>20</b>
<b>2.4. Egemenlik Ve Mücadelenin Üretimi Olarak Müzik</b>	<b>21</b>
<b>2.5. Müzik Ve Ekonomi-Politik Bağı</b>	<b>23</b>
<b>2.6. Emtia Ve Kültürel Biçimleri</b>	<b>24</b>
<b>2.7. Türkiye'de 80'li Yıllarda Ekonomik Durum</b>	<b>28</b>
<b>2.8. Türkiye'de 80'li Yıllarda Müzik Endüstrisi</b>	<b>30</b>
<b>2.9. Türkiye'de Müzik Endüstrisi Sonrası Müzik</b>	<b>30</b>
<b>3. STRATEJİK PAZARLAMA PLANI</b>	
<b>3.1. Stratejinin Tanımı</b>	<b>33</b>
<b>3.2. Stratejik Planlamanın Önemi</b>	<b>37</b>
<b>3.3. Kamuda Stratejik Planlamanın Hukuki Çevresi</b>	<b>38</b>
<b>3.4. Stratejik Planlamanın Amacı ve Kapsamı</b>	<b>39</b>
<b>3.5. Stratejik Planlamanın Tanımı</b>	<b>42</b>
<b>3.6. Stratejik Planlamanın Hazırlık Çalışmaları</b>	<b>44</b>
3.6.1. Stratejik Planın Sahiplenilmesi	44
3.6.2. Stratejik Planlama Sürecinin Organizasyonu	45
3.6.3. Stratejik Planlamada İhtiyaçların Tespiti	46
3.6.4. Stratejik Planlamanın Zaman Çizelgesi	46
3.6.5. Stratejik Planın Hazırlık Programı	46
<b>3.7. Stratejik Planlamada Durum Analizi</b>	<b>47</b>
3.7.1. Tarihi Gelişim	47
3.7.2. Yasal Yükümlülükler Ve Mevzuat Analizi	47
3.7.3. Faaliyet Alanları İle Ürün Ve Hizmetlerin Belirlenmesi	48
3.7.4. Hedef Kitle, Tedarikçiler Ve Mensupların Analizi	48

3.7.4.1. Hedef Kitle, Tedarikçiler Ve Mensupların Tespiti	50
3.7.4.2. Hedef Kitle, Tedarikçiler Ve Mensupların Önceliklendirilmesi	50
3.7.4.3. Hedef Kitle, Tedarikçiler Ve Mensupların Değerlendirilmesi	50
3.7.4.4. Hedef Kitle, Tedarikçiler Ve Mensupların Görüşlerinin Alınması Ve Değerlendirilmesi	50
3.7.5. İç Analiz Ve Çevre Analizi	51
3.7.5.1. SWOT Analizi Nasıl Yapılır?	52
3.7.5.2. İç Analiz	53
3.7.5.3. Çevre Analizi	54
<b>3.8. Stratejik Planlama Ve Geleceğe Bakış</b>	<b>54</b>
3.8.1. Misyon Bildirimi	55
3.8.2. Vizyon Bildirimi	56
3.8.3. Temel Değerler	56
3.8.4. Amaçlar	57
3.8.5. Hedefler	58
3.8.6. Performans Göstergeleri	59
3.8.7. Stratejiler	60
<b>3.9. Stratejik Planlamada Maliyetlendirme</b>	<b>61</b>
<b>3.10. Stratejik Planlamada İzleme Ve Değerlendirme</b>	<b>64</b>
<b>4. KLASİK TÜRK MÜZİĞİNİN STRATEJİK PLANLAMASI</b>	
<b>4.1. Klasik Türk Müziğinin Bir Ürün/Hizmet Olarak Tanımı</b>	<b>65</b>
<b>4.2. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Önemi</b>	<b>70</b>
<b>4.3. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Hukuki Çevresi</b>	<b>71</b>
<b>4.4. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamanın Amacı Ve Kapsamı</b>	<b>75</b>
<b>4.5. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Tanımı</b>	<b>81</b>
<b>4.6. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamada Hazırlık Çalışmaları</b>	<b>82</b>
4.6.1. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planın Sahiplenilmesi	82
4.6.2. Klasik Türk Müziği'nde Stratejik Planlama Sürecinin Organizasyonu	82
4.6.3. Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Planlama İhtiyaçlarının Tespiti	83
4.6.4. Klasik Türk Müziği Stratejik Planının Zaman Çizelgesi	83
4.6.5. Klasik Türk Müziği Stratejik Planının Hazırlık Programı	84
<b>4.7. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Durum Analizi</b>	<b>84</b>
4.7.1. Klasik Türk Müziği'nin Tarihi Gelişimi	84
4.7.2. Klasik Türk Müziği İçin Yasal Yükümlülükler Ve Mevzuat Analizi	85
4.7.3. Klasik Türk Müziği İçin Faaliyet Alanları ile Ürün Ve Hizmetlerin Belirlenmesi	86
4.7.4. Klasik Türk Müziği İçin Hedef Kitle, Mensuplar Ve Tedarikçilerin Analizi	89
4.7.5. Klasik Türk Müziği'nin İç Analizi Ve Çevre Analizi	100

<b>4.8. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamada Geleceğe Bakış</b>	<b>106</b>
4.8.1. Klasik Türk Müziği'nin Misyon Bildirimi	106
4.8.2. Klasik Türk Müziği'nin Vizyon Bildirimi	106
4.8.3. Klasik Türk Müziği İçin Temel Değerler	107
4.8.4. Klasik Türk Müziği'nin Amacı	107
4.8.5. Klasik Türk Müziği'nin Hedefleri	108
4.8.6. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Performans Göstergeleri	108
4.8.7. Klasik Türk Müziği İçin Belirlenen Stratejiler	109
<b>4.9. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamada Maliyetlendirme</b>	<b>118</b>
<b>4.10. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamada İzleme Ve Değerlendirme</b>	<b>119</b>
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER</b>	<b>120</b>
<b>DİZİN</b>	<b>131</b>
<b>KAYNAKLAR</b>	<b>135</b>
<b>EK 1. Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Müdürlüğü'nden Talep Edilen Bilgiler</b>	<b>137</b>
<b>EK 2. Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ve Turizm Bakanlığı'ndan Talep Edilen Bilgiler</b>	<b>139</b>
<b>EK 3. Klasik Türk Müziği İzleyicisi İçin Hazırlanan Anket Soruları Ve Grafik Sonuçları</b>	<b>145</b>
<b>EK 4. Klasik Türk Müziği Mensupları İçin Hazırlanan Anket Soruları Ve Grafik Sonuçları</b>	<b>164</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ</b>	<b>202</b>

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ TÜRK MÜZİĞİ ANA SANAT DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Klasik Türk Müziği'nde Stratejik Pazarlamanın Rolü

Hazırlayan:

Sevgi Canan Aşıroğlu

Tez Danışmanı:

Yard.Doç.Çetin Körükçü

Mayıs, 2009

**ÖZET**

Klasik Türk Müziği, Türk kültür ve sanatının temel unsurlarından biridir. Yüzyıllar içinde, geleneklerine ve inançlarına bağlı bir yaşama şekli benimsemiş Türk insanının, tüm toplumlarda olduğu gibi gündelik yaşantısını ifade ederken müzik sanatından da yararlanmıştır. Türk toplumunun üzerinde etkili olabilen güçlerin, Klasik Türk Müziği'ne bakış açısında, belli başlı iki tavır göze çarpar; idealize edilmiş bir gelenekçi yaklaşım ile Klasik Türk Müziği'ni sabitlemek ve çağdaşlık anlayışı ile Klasik Türk Müziği'ni yok saymak. Her iki yaklaşım sonucunda da Klasik Türk Müziği'nin tarihsel dönüşümüne engel olunmuştur. Bu güne gelene kadar geçen zaman içinde, Klasik Türk Müziği'ne yüklenen olumsuz değerler, son derece zengin olan bu müzik birikimine, bilimsel olarak eğilmeyi de engellemiştir. “Batılılaşma” ve “Modernleşme” çabaları ise Klasik Türk Müziği'nin rafa kaldırılmasını öngörmüştür.

1980'li yıllarda, kitle iletişim araçlarının serbestleşmesi ve özelleşmesiyle demokrasi ve insan haklarının kabul edildiği postmodernist kuramlar kabul görmeye başlamıştır. Yine bu yıllar, sadece ekonomik düzen için bir dönüm noktası olmakla kalmayıp, küreselleşme ile değişen dengelere hazırlıklı olmayı gerektiren, yeniden yapılanmayı da beraberinde getirmiştir. Bilişim ve iletişim alanındaki araçların,

teknoloji ürünleri ile birlikte kullanılıyor olması sonucunda, toplumların yaşayış biçimleri de değişik bir boyut kazanmıştır. İnsan-teknoloji ilişkisinin hayata yansması ve getirdiği popüler kültür ürünlerinin müzik üzerindeki etkileri de önemli değişikliklere neden olmuştur.

Kültürlere saygının sorgulanmadığı, ulusalcı kamu hizmeti modeli, kitle iletişim araçlarının hüküm sürdüğü dönemlerde Avrupa’da ve Türkiye’de devlete ait televizyon kanalları, geleneksel seçkin kültür ve sanat eserleri olarak tanımlanan programlar yayınlamışlardır. Popüler kültür ürünleri, bu dönemde ‘kültür belirleyicileri’ tarafından dışlanmışlardır. Planlanan bir üst Türk Kültürü, kamu yayın organları ile geniş kitlelere benimsetilmeye çalışılmış görünmektedir. Türkiye’de 1990’lı yıllarda özel televizyonların kurulmaya başlaması ile, yayın hayatının oligopolleşme sürecinin yansımalarına tanık olunmuştur.

1980 sonrası dönemde, Türkiye’de uygulanan ekonomi politikalarına ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak yaşanan, hızlı toplumsal değişme süreci, çeşitli sorunları da beraberinde getirmiştir. Küreselleşme, geç kapitalizm ve kitle kültürü gibi kavramlar, kamuoyu ve sosyal bilimlerden incelenmeye alınmıştır. Elektronik teknolojisi, tüketim ekonomisi ve magazinelleşme gibi birbirleriyle hem neden sonuç, hem de etkileşim içindeki dinamikler üzerinde yükselen popüler kültür olgusu, kaygan zeminde yerini bulmaya çalışmıştır.

Bu araştırmada, Türkiye’nin dünya ekonomik sistemine dahil oluş sürecinde kültürel yönden yaşananlar ele alınmıştır. Geniş kitlelere ulaşan, serbest piyasa düzenine geçmiş olan pazarın, ekonomik ve sosyal zihniyete etkisi somut olarak gözönüne alınarak, bu durumun Klasik Türk Müziği üzerindeki yansımaları irdelenmeye çalışılmış, Klasik Türk Müziği’nin önemli bir kültür ürünü ve kültür mirası olarak korunması, yaşatılabilmesi için bir strateji planlama ihtiyacından hareketle bir öneri geliştirilmek istenmiştir..

Anahtar Kelimeler: Gelenek, Modernlik, Strateji, Pazarlama, Kültür



## INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES MAIN COURSE OF TURKISH MUSIC

## MASTERS THESIS

## The Role of Strategic Marketing In Turkish Classical Music

Prepared by:

Sevgi Canan Aşiroğlu

Thesis Advisor:

Asist.Prof.Çetin K r k u

May, 2009

**ABSTRACT**

In Classical Turkish Music, Turkish culture and art is one of the basic elements. Centuries, the traditions and beliefs connected to the Turkish people have adopted a form of life as the daily lives of all societies, music, art and expression. Very effective on the power of the Turkish society, Turkish Classical Music at the point of view, two major themes are present; idealized with a traditionalist approach and the contemporary understanding of classical Turkish music and Turkish music in the fix to ignore. Classical Turkish music as a result of both approaches remains far from the historical transformation, from the past until to present day is been understood in an ignorant way. Extremely rich history of Turkish Classical Music is also blocked to be tilting to the scientific. "To westernize" and "modernization" effort has been blocked the way of understanding Classical Turkish Music.

In the 1980s, with the mass media and the private free democracy, human rights is accepted the Postmodernist theory which is started to affect daily life. Again this year, only to be a turning point for the economic order is not changed by globalization required the balance to be prepared, was brought to the restructuring. Information and communication tools in the field, technology is been used with products that resulted such as communities of life forms becoming a whole different size. Human-technology relations and the image brought life the music of popular culture, the impact on products that have led to important changes.

While culture of respect is not questioned, a national model of public services was present, mass media in the period of reign in Europe and Turkey was the state television channels, the traditional elite culture were published. Popular culture products, in this period 'cultural determinants' are excluded by. Planned a top Turkish culture, public broadcasting bodies appeared to be working with the broad masses. In Turkey in the 1990s, began with the establishment of private television, broadcast as a witness to life is reflected oligopoly process.

In the period after 1980's, Turkey applied on the economy and technological developments in policies, the rapid process of social change which has brought various problems. Globalization, late capitalism and mass culture, such as concepts, public and social sciences, were to be reviewed. Electronic technology, such as consumer economics and magazine business reasoned with each other and resulted as the dynamic interaction on both the rising phenomenon of popular culture, trying to find its place in the marketplace.

In this study, Turkey's inclusion in the world economic system in the process creates a living cultural aspect has been taken up. Wide-reaching audiences, the market history of the free market, as a tangible impact on economic and social mentality considering the reflection of this situation on the Turkish Classical Music is designed to explore.

**Key Points: Tradition, Modernity, Strategy, Marketing, Culture**

## GİRİŞ

Bütün dünyada “Popüler Müzik” denilen akım, üst kültür müziği olarak tanımlanan “Klasik Müzik” yaklaşımını yeniden değerlendirme gerekliliğini getirmiştir. 1780’lerde başlayan geniş dileyici kitlesine hitap etmenin önemi, sadece müzikten anlayan kesim yanında, müzikten anlamayan kitlelere yönelik çalışmalar yapılmasını da yavaş yavaş gündeme getirmeye başlamıştır. 18. Yüzyılın sonunda yaşanan kökten devrim hareketi-Fransız Devrimi, akıl çağının başladığı bir dönem olarak kabul edilebilir. Günlük yaşama, isteyerek kabul edilen popüler düşünce şeklindeki yeniden yapılanma, müzikte de kendine özgü bir model oluşturmaya başlamıştır. Herkesin anlayabileceği, her kulağa hoş gelen müzik anlayışı gelişirken, sadece dans etmek ve eğlenmek amacıyla müzik yapmak da önemli olmaya başlamıştır.

Klasik Türk Müziği üzerinde de kaçınılmaz etkileri olan bu tarihsel değişimin sonuçları incelendiğinde, Klasik Batı Müziği’nden farklı olarak Klasik Türk Müziği, kendi toplumu tarafından bilinmezliğe ulaşmıştır. Toplumların ait oldukları sosyal evren içinde, kendi gereksinimlerinden doğan müzik tanımlaması, Klasik Türk Müziği için açıklayıcı olarak görünmemektedir. Klasik Türk Müziği’nin Klasik Batı Müziği karşısındaki durumundan ya da popüler müzikle yarışı şeklindeki yaklaşımından ziyade, gerçek Klasik Türk Müziği’nin bilinmeme sebepleri, araştırılması gereken önemli bir konu olarak görülmelidir.

Bu araştırmada, Klasik Türk Müziği’nin bugünkü nahif konumu; küreselleşme ile gelen, dünya ülkeleri arasındaki güçlü iletişimin fırsatları/tehtitleri, en iyi yöntem olarak seçilen, “Stratejik Pazarlama”nın gücünden yararlanarak, bilimsel bir yaklaşımla çözülmeye çalışılacaktır. Klasik Türk Müziği geleneğinin, tarihi süreçteki seyri kısaca gözden geçirilerek ve teorik temelleri esas alınarak, teknik modernleşmeye önyargısız, özgür ve ciddi bir yaklaşım yöntemi oluşturulmaya çalışılacaktır.

Araştırmanın birinci bölümünde, Klasik Türk Müziği tarihsel olarak incelemeye alınacaktır. Çünkü Klasik Türk Müziği için tarihte yapılmış çalışmalar, bugün geliştirilecek planlamalara rehber olma niteliğinde kabul edilmiştir. Klasik Türk Müziği’nin bir ürün olarak ele alınması ve bu doğrultuda stratejik pazarlama planı geliştirilmesi için öncelikle, sosyolojik, kültürel ve ekonomik durumunun tespit edilmesi gereklidir: Tarih içindeki farklı kültürlerle

etkileşimi, Klasik Türk Müziği için geliştirilmiş kurumsal yapı, kültür ile ilişkilendirilmesi, sosyolojik yapıdaki farklılıklar/benzerlikler, öğrenme ve icra şekilleri, sanat ve eğlence olarak bakış açısı, egemenlik ve mücadele olarak incelenmesi, ekonomik-politik bağı, emtia olarak ele alınması şeklindeki yaklaşımlarla Klasik Türk Müziği, ikinci bölümde, geniş bir araştırma alanı içinde incelenecektir.

Klasik Türk Müziği, için geliştirilmeye çalışılan bir stratejik pazarlama planında, gelenekselliğe bağlı kalınarak yönelinen modernliği kabul etmek gerekliliği kabul edilmiştir. 1960-1980 arasında, giderek artan küresel batı hegemonyasının, dünya ülkeleri arasında yarattığı siyasal ve ekonomik dengesizlikler, zengin ve fakir ülkeler arasında açılan uçuruma sebep olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda, dünya genelinde ekonomik gelişmelere kısaca ışık tutulmaya çalışılmış ve Türkiye üzerindeki etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Klasik Türk Müziği'nin bugünkü durumu üzerinde önemli etkileri olduğu kabul edilen bu durumun tespit edilmesi, alınacak önlemler için önemli görülmüştür.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, stratejik pazarlama planının ne olduğu detaylandırılacaktır. Dünyada ve Türkiye'de çok geniş alanda uygulama imkanı bulunan stratejik pazarlama planının önemi ve olumlu etkileri yanında, ne kadar ciddiye alınacak bir uygulama olduğu da vurgulanmak istenen konular arasındadır. Klasik Türk Müziği, klasik ekonomik sistemlerinde yer alan bir pazar ürününden farklı tutularak, bir hizmet sektörü içinde kabul edilmiş, birden fazla ürünler şeklinde ele alınmaya çalışılacaktır. Bu bağlamda, devlet planlama teşkilatının kamu idareleri için hazırladığı stratejik planlama klavuzundan yararlanarak bir model geliştirilmeye çalışılacaktır.

Araştırmanın dördüncü bölümünde, Klasik Türk Müziği için uygulanabilir bir stratejik pazarlama planı gerçekleştirilmeye çalışılacaktır. Belirlenen misyon, vizyon, hedefler, amaçlar doğrultusunda stratejiler geliştirilmeye çalışılmış ve örnek projeler oluşturulacaktır. Bu araştırmaya destek olarak, Klasik Türk Müziği mensuplarına, Klasik Türk Müziği dinleyicilerine ve Klasik Türk Müziği araştırmacılarına yönelik olarak hazırlanmış anketlerle, istatistiki sonuçlara ulaşmak hedeflenmiştir. Bir model niteliğinde geliştirilen Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Pazarlama Planı, yetkin kişilerle oluşturulacak bir ekip çalışması ile genişletilerek uygulanabilir hale getirilmesi mümkün görülmektedir.

Stratejik pazarlama ile ilgili bilimsel tanımlar çerçevesinde, Klasik Türk Müziği'ne ait günümüze ulaşabilmiş kaynaklardan yararlanarak yapılmış olan bu araştırma, bir çözüm üretebilme amacı taşımaktadır.

## 1. KLASİK TÜRK MÜZİĞİ

Çalışmamızda, Klasik Türk Müziği'ni bir ürün olarak ele alıp, onun pazarlamasıyla ilgili strateji geliştirmeyi amaçlıyoruz. Bunun için Klasik Türk Müziği'nin dünü, bugünü, bir süreç içinde ekonomik, sosyal ve kültürel şartları ve siyasi erk'in etkileri kısaca incelenerek bir değerlendirme yapılacaktır.

### 1.1. Klasik Türk Müziği Tanımı

#### 1.1.1. Tarih İçinde Klasik Türk Müziği Ve Farklı Kültürlerle Etkileşimi

Tarih içinde müziğin oluşumu, dönüşümü ve gelişimi gibi unsurlar genel anlamda toplum yapısına ilişkin olarak tanımlanabilir. Günümüze gelene kadar Klasik Türk Müziği'nin üzerinde biriktirdikleri incelemeye alındığında, Türk toplum yapısının da irdelenmesi söz konusudur. Birbirine girift olarak gelişen bu durum, Klasik Türk Müziği'nin tanımına açıklık getirmek gerekliliğini de beraberinde getirmektedir.

Toplumlarda sanatın oluşmasına etki eden sosyolojik oluşum, farklı disiplinlerin ve coğrafi şartların etkisiyle şekillenen değişken bir yapıdır. Sanatın içinde yer alan kişilerin üst düzeyde ürünler verebilmesi için gerekli olan vasatın sağlanması, aynı zamanda sanatın yaşaması ve gelişmesine de hizmet eder. Sanatçıların, aristokratlar ve yönetici sınıf tarafından himaye altına alınması, tarih boyunca hem doğu, hem de batı dünyasında gözlemlenen bir sistemdir. Klasik müzikler, dini çevrelerde doğarak gelişmiş ve aristokrat çevrelerin malikanelerinde, yönetici sınıfın saraylarından halka intikal etmiştir.

Yard.Doç.Çetin Körükçü'nün yaklaşımı ile konuyu şöyle belirleyebiliriz:

*“Bugün Klasik Türk Müziği olarak kabul ettiğimiz müziğin başlangıç dönemini, Osmanlı Sarayı'nın 15.yüzyıl sonlarına doğru yerleşik hal aldığı zamana dayandırmak doğru olur. Daha önceki dönemlerdeki büyük besteci ve müzik adamlarını, Şark-İslam musikisinin çok önemli şahsiyetleri ve Klasik Türk Musiki'sinin hazırlayıcıları olarak görmek gerekir. Osmanlı Devleti'nde sarayın yerleşik hal almasına kadar ki döneme baktığımızda; Türk dünyasında besteci ve müzik teorikisi olarak iki büyük isim göz kamaştırıcı biçimde öne çıkıyor. Bunlardan*

*biri Urmiyeli Safiyüddin, bir diğeri de Meragalı Abdülkadir'dir.”* (Körükçü,Çetin; 'Türk Sanat Müziği',Khalkedon, 1998, İstanbul sf.10)

Klasik Türk Müziği hakkında yazılmış Risaletü'ş Şerefiyye ve Kitabü'l Edvar adlı kitaplar, Urmiyeli Safiyüddin tarafından yazılmış ve o çağın ilmini günümüze taşıyan en eski iki eserdir. Meragalı Abdülkadir tarafından yazılan, birbirini tamamlayan altı musiki kitabı mevcuttur: Bunlar; 1. Cami'ul Elhan, 2. Makasid'ul Elhan, 3. Şerh'ul Kitab'ul edvar, 4. Fevaid-i Aşere, 5. Zübdet'ül Edvar, 6. Kenz'ül Elhan'dır.

Bu kitaplar aracılığı ile geçmişteki Klasik Türk Müziği hakkında nazari bilgiler edinilmekte ve gelecekteki çalışmalara yol gösterecek çok değerli bilgiler elde edilmektedir.

Yard.Doç. Çetin Körükçü Türk Sanat Müziği adlı kitabında Klasik Türk Müziği'nin oluşumunu, yazılı belgelerin var olduğu yıllardan başlayarak ele almıştır. Özellikle Klasik Türk Müziği alanında kurumsallaşmaya yönelik yapılan girişimleri şöyle ifade etmektedir:

*“Fatih İstanbul’u fethettikten hemen sonra başlayan ve 15.yüzyılın sonuna doğru şekillenen yerleşik saray yaşamı, beraberinde çeşitli ihtiyaçların karşılanmasını sağlayacak kurumların oluşmasını da getirdi. Bu kurumların başında saray ve devlet için üst düzey eğitilmiş insan yetiştirmek amacı ile kurulan saray okulu Enderun gelir.*

**Enderun:** *Kuruluşundan, 1833'te II.Mahmut tarafından lağvedildiği tarihe kadar faaliyetini kesintisiz sürdüren Enderun, Türk-Osmanlı imparatorluk sarayının en büyük kuruluşu olarak kabul edilebilir. Tamamen kendine has özellikler içeren bir üniversite mahiyetindeydi. Enderun-i Hümayun'da öğrenci seçimine çok önem verilirdi. Ülkenin dört bir yanından devşirilen çocuklar önce seçilerek Galata Sarayı, Edirne Sarayı, İbrahimpaşa Sarayı, İskender Çelebi Sarayı gibi orta derecede eğitim veren müesseselere dağıtılırdı. Sonra buralardan seçilip gelenler ve sarayla ilgili kimselerin çocukları doğrudan Enderun-i Hümayun'a alınırlardı. Alınanların zeki, kabiliyetli, yakışıklı, ahlaklı, terbiyeli olmasına dikkat edilirdi.*

*Enderun “oda” denen dairelere ayrılırdı. Zaman içinde iptal edilenler, ilave edilenler, değişikliğe uyrayanlar olmuşsa da başlıca 7 daire vardı. Bunlar: 1. Küçük Oda, 2. Büyük Oda, 3. Doğancı Odası, 4.Seferli Odası, 5. Kiler Odası, 6.Hazine Odası, 7.Has Oda'dır.”* (Körükçü,Çetin; 'Türk Sanat Müziği',Khalkedon, 1998, İstanbul sf.14-16 )

Enderun'un öğrenci sayıları tam olarak bilinmemekle beraber, devşirmelerin durumlarına göre tahmin edilmektedir. Ortalama 60 ile 150 arasında değişen öğrenci sayısı ve seçilirken gösterilen ihtimam, bu dönemde musikinin oldukça önemli bir yer tuttuğu anlamında değerlendirilebilir. Nitekim, Enderun-i Hümayun'un amiri Silahtar Ağa konumuna getirilmiştir. Silahtar Ağa, padişahın en yakını ve güvendiği adam olarak bilinir.

Saraydaki müezzinlik, imamlık gibi dini görevler için de Enderun'lu müzisyenler görevlendirilmiştir. Din dışı alandan dini görevlere geçenlere Efendi denmiş, diğerleri Ağa olarak anılmıştır. Sanatları dolayısıyla sarayda bırakılan sanatçıların özel hayatlarına yönelik yaklaşım, oldukça destekleyici şekildedir.

Klasik Türk Müziği'nin eğitimine verilen önemi açıkça gösteren bu açıklamanın içinde barındırdığı diğer önemli konu ise, Klasik Türk Müziği'nin, halife saraylarında önce halife ve çevresi için, daha sonra hakan, sultan, hükümdar ve çevresi için yapılıyor olmasıdır. Klasik Türk Müziği'nin Havasü'l Havas denilen üst düzeydeki entellektüel çevreye icra edilmesi, musiki eğitiminin bu çevrede yüksek ilimlerden sayılmasını da beraberinde getirmiştir.

Klasik Türk Müziği bu dönemde günlük hayatın tamamlayıcısı olarak görülmüştür. Bu anlayışla, İstanbul'daki saraylarda yükselen Klasik Türk Müziği, başkentten gelen yöneticilerin, paşaların ve büyük toprak sahiplerinin konaklarında, benzer bir şekilde var olmuştur. İmparatorluğun yayıldığı alanlarda Klasik Türk Müziği, yerel şehir folklorunun repertuarı ve çalgıları ilave edilerek icra edilmiştir.

### **1.1.2. Klasik Türk Müziği'nin Dönemsel Olarak İncelemesi**

Klasik Türk Müziği'nin dönemlere ayrılarak incelenmesi yaklaşımında değişik bakış açıları ortaya çıkmaktadır. Klasik Türk Müziği'ni ele alırken birbirini takip eden tarihsel olayları bir bütün olarak kabul etmek en uygundur. Ancak, toplumsal devinimin aynası olarak kabul edilebilen müzik, geniş anlamda bir Klasik Türk Müziği Kültürü'nün var olduğunun da ispatıdır. Dolayısıyla 'Kültür' ve 'Klasik' kavramlarının çerçevesini belirlemek gereklidir:

Klasik Türk Müziği söz konusu olduğunda 'kültür' kavramının açıklanması, toplum dinamiklerinin incelenmesi ile mümkün olur. *"Musiki Kültürü toplumsal kurumlar ile toplumsal örgütleri geçerli kılan, çözümlenmesi güç bir kimliğe bürünmüş, farklılaşmış, karmaşık bir anlamlar dizisini içinde taşır. Musiki evrensel bir dil olmamakla birlikte, kullandığı dili anlayanlara dolaylı bir bilgi sunar;*

nesneleri, fikirleri, davranışları simgesel bir anlatımla canlandırır. Genel bir olgu olarak musiki insan zihninde zaten bulunan araçlarla yorumlandığı için anlam kazanan, açık seçik anlatım biçimleriyle gerçekleşir.

*Türk Müsiki Kültürünü incelemek demek sadece seslerin, ses aralıkları ile perdelerin nasıl elde edildiğini değil, aynı zamanda, bu alandaki tecrübelerin ortaya çıkardığı fikirleri, musikinin yorumlanmastıyla uyanan duygular arasındaki ilişkileri, musikide kullanılan çeşitli temalar ile üslupların kavramsallaşmasını da incelemek demektir. Musiki kültürünün bir başka alanı musiki için kullanılan dille ilgilidir; bu dil, musikinin açıklanması ve yöntem bilgisi ile incelenebilmesi için gerekli olan üst dildir. Musikide önermeler, değerler, hem musikiyi yaratan ve icra edenlerce, hem de musiki üstüne yazı yazarlarca oluşturulur, bütün bir kültürel anlamlar birikiminin anlaşılması ve ilgili olduğu topluma yayılması bu şekilde gerçekleşir.”* (Popescu-Judetz, Eungina; ‘Türk Müsiki Kültürünün Anlamları’, Pan Yayıncılık, 2007, sf.13)

Kültürler arası etkileşimin, değer ve fikir alışverişinin nasıl farklı şekillerde yorumlandığı göz önünde bulundurulursa, Klasik Türk Müziği’nin içinde barındırdığı kültürü anlamak, o denli zorlaşmaktadır.

*“Orta Asya’da göçebe hayat sürürken, komşu Çin, Moğol ve Hint müzikleriyle, Batı Asya’da Fars müziğiyle karşılaşan Türkler, İslamiyet’in kabulünden sonra, Arap ve Farslarla birlikte birtakım yeni müzik oluşumları meydana getirmişler, göçlerle Ortadoğu müzik kültürlerine güçlü Asya’lı dinamikler kazandırmışlardır.*

*Türklerin Anadolu’ya yerleşmelerinden sonra Selçuklu döneminde çevre müzikleriyle etkileşimleri devam etmiş ve daha sonra Osmanlı Dönemi’nde özellikle İstanbul her yerden müzikçilerin akın ettiği, Doğu’nun en büyük müzik merkezi haline gelmiştir. Ayrıca Balkanlar büyük müzik oluşumlarının ve sentezlenmelerinin yaşandığı bir bölge olmuştur. Son birkaç yüzyıldır Batı’yla gelişen ilişkiler, müzikte başka yeni oluşumlara yol açmış ve bütün bu etkileşimler sonucunda ülke, zengin bir müzik mirası devralmıştır.”* (M.C. Can, N.O., Levendoğlu, 2003, “Geleneksel Türk Sanat Müziği Terminolojisinde Çok Kültürlü Unsurlar”, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Ankara, s.1)

Klasik Türk Müziği’nin tarih içindeki insan-kültür-müzik ilişkisini anlamak, bir toplumda geçerli olan gelenekselleşerek devam eden maddi ve manevi değerlerin



tümünün ele alınmasıyla mümkün olur. Geçmişten geleceğe bir süreklilik halinde değişime ve etkileşime uğrayan Klasik Türk Müziği'nin belli dönemlere ayrılması oldukça güçtür:

*“Bütün sanat dallarında olduğu gibi musikide de, dönemler vardır. Bu dönemler, yaygın ifade tarzı yani üslup ve üslubun belirgin vasıfları ile yorumlanır, anlatılır ve isimlendirilir. “Musiki’de Klasisizm” temelde tarihsel bir kesinliği göstermez; ancak yaygın bir kavramdır. Klasik Musiki, klasik kaidelere uygun olarak yapılmış musiki demektir. Başka üslup dönemlerinde doğduğu halde biçimi ve içeriği bakımından; yetkinliği ve kalıcılığını ispatlamış eserler “klasik” tanımına girerler. Klasik Musiki; ne Batı Musikisi’nde, ne de Türk Musikisi’nde hiçbir zaman “eski musiki” manasına gelmez. Eski Musiki, bugün yaşamayan ve bugün kullanılan sistem ve özelliklerden başka sistem ve özellikleri olan musiki demektir.”* (Körükçü, Çetin, Türk Sanat Müziği, Khalkedon, 1998, sf.42-45)

Klasik Türk Müziği'nin başlangıcı ve bitimini belirleyebilmek, başka bir deyişle dönemselsel olarak ifadesini yapabilmek oldukça güçtür. Besteci veya tarih açısından değerlendirmeye alındığında karşılaşılan bu güçlük, tüm sanat alanlarında görülmektedir. Form açısından kesin kuralları tespit edilen bir eser, tarihsel olarak incelemesinde başka bir döneme ait olduğu belirlenebilir. Ya da aynı tarihte tamamen klasik formları benimsemiş bestecilerin eserleri ile klasik formları çok az denemiş bestecilerin eserleri farklılıklar gösterecektir. Bu durum Klasik Türk Müziği için de geçerlidir:

*“ Abdülkadir Meragi, Gazi Giray Han, Abdülali Efendi gibi büyük bestecileri, Klasik Musikimizin hazırlayıcıları veya ön klasikler olarak görmek gerekir. Bu bestecilerimiz özellikle Kâr, Murabba gibi büyük formlardaki eserleri ile, klasik kuralların oluşmasında ve müzikal yapının yetkinleşmesinde önemli bir rol oynamışlardır. Giderek olgunlaşan üslubu ve belirlenen kuralları ile Klasik Musiki doruk noktasına Buhuri-zade Mustafa Itri Efendi (1640-1711) ile ulaşmıştır. Bu açıdan baktığımızda klasik dönemi Itri ile başlatmak mümkündür. Öte yandan 18. asrın sonlarında III. Selim (1761-1808) klasik kuralları zorlayan bir musiki akımını teşvik etmiştir. Bu dönemde Lale Devri’ndeki (1718-1730) yenilik hareketlerinin esintisi ile musikimizde yaygınlaşmaya başlayan ‘Şarkı’ formu öne çıkmaktadır.*

*Bu akım klasik dönemden romantizme geçişin habercisi olmuştur. Ancak, yine bu dönemde Hacı Sadullah Ağa (1730-1807) klasik sanatın üslup ve biçim*

*özelliklerinden yararlanarak, başka bir ifade ile klasik kurallara sıkı sıkıya bağlı kalarak eserler vermeye devam etmiştir. Bu da klasik dönemin kesin tarihlerle sınırlanmasının zor olduğunu göstermektedir.”* (Körükçü, Çetin, Türk Sanat Müziği, Khalkedon,1998, İstanbul sf.42-45)

‘Klasik Dönem’ olarak kabul edilen tarihte (Bach-1685-1750 ve Beethoven-1770-1827), Klasik Türk Müziği ve Klasik Batı Müziği arasında önemli benzerlikler görülmektedir. Her iki musikide de bu dönem, yüzyıldan biraz fazla bir zaman dilimini kapsamaktadır ve bu dönem sanatçıların, aristokratlar ve saray mensupları tarafından desteklendiği görülmektedir. Bu dönemde üretilen eserler Batı Müziği’nde konçerto, senfoni şeklinde olurken, Türk Müziği’nde Kar, Beste, Semai gibi büyük formda eserler olmuştur. Hükümdarlar, soylular ve kilise tarafından himaye altına alınan uygulama, Batı Müziği’nin bir sipariş sanatı haline gelmesini de beraberinde getirmiştir. Sanatçıların yaşam şartlarının kolaylaştırılması daha verimli olmalarını sağlarken, bazı zenginlerin, dini çevrelerin ve hükümdarların sanatçılardan kendi amaçları doğrultusunda eserler talep etmeleri gibi olumsuz sonuçları da olmuştur.

Türk Müzik Tarihi, müziğin toplumsal hayatın bir parçası olarak, zamanla değişimini göstermiştir. Batı’daki gelişmelerden kayıtsız kalamayarak, Romantik Dönem’de batı kaynaklı sanatsal akımların izlerini de bünyesine taşımıştır:

*“Avrupa’da 18. yüzyılın sonlarında ve 19. yüzyılın başlarında düşünce ve politika dünyasında yayılan dinamizm bütün sanat dallarında etkisini göstermeye başladı. Ulusları; saray ve soylu egemenliğinden soyutlayıp, demokratik kural ve kurumlara alıştırmaya yönelik cereyan, sanatçıların yaratıcı bilinçlerine ilham veren bir etken oldu. Orta sınıfın kalkınmaya başlamasıyla, yeni bir dinleyici kitlesi oluşmaya ve bu dinleyiciye daha zengin, daha çeşitli repertuar sunma hevesleri başladı. Orkestralar genişledi; yaylı sazların sayısı arttı, madeni üflemeli çalgılardan Trombon, Trompet, Korno gibi sazlar orkestraya girdi, vurmali çalgılar grupları zenginleşti. Orkestraların genişlemesi, dolayısıyla partiyonların karmaşık hal alması; orkestra yönetiminin ‘başkemancı’dan orkestra yöneticisine devrolması sonucunu getirdi. Böylece orkestrada şef müessesesi oluşmaya başladı. Klasik dönemin aksine; lirizm ön plana çıkmış, melodik yapı kararsızlaşmış, renklendirilmeye ve sürekli değişime özenilmiş, ‘armoni’nin öz yapısı bozulmuş, formlar küçülmeye başlamıştır.”* (Körükçü, Çetin, Türk Sanat Müziği, Khalkedon, 1998, sf.62-64)

Batı'daki bu gelişmeler, Klasik Türk Müziği ve Türk Edebiyatı üzerinde de etkisini göstermiştir. Divan edebiyatı şairleri kendi alanlarında eserler vermeye devam ederken, yine bir Divan Edebiyatı şairi olan Nedim'in Halk Edebiyatı'na yönelmesi önemli bir değişim olarak gözlemlenmektedir. Romantik sanatın izleri mimaride, süslemede, çinicilikte de görülmektedir. Toplumsal yaşamı etki altına alan bir akımın, üretilen eserleri de etkisi altına aldığı görülmektedir:

*“Bu yüzyılda yaşayan büyük bestekarlar; yine Divan Edebiyatı'nın ağır, ağıdalı bir dille yazılmış şiirleri üzerine Kâr, Beste, Ağır Semai gibi büyük formda eserler yapmaya devam ettiler. Ancak, bir yandan da Halk Şiiri'nden etkilenip şiirler yazdılar; kendi şiirleri veya başka şairlerin şiirleri üzerine güzel şarkı örnekleri verdiler. Bu bestecilerin başlıcaları; Sultan III.Selim, Sultan II.Mahmut, Numan Ağa, Hammami-zade İsmail Dede, Dellalzade, Şakir Ağa, Latif Ağa gibi önemli isimlerdi. Bu isimler de gösteriyor ki; diğer sanat dallarındaki Batı etkisinden kaynaklanan bozulmanın veya duraklamanın tersine, musikimizdeki ilerleme, değişim ve klasik anlayışın yumuşamasıyla birlikte devam etmiştir. Klasik Musikimizin en büyük ismi İtri'den başlayan Şarkı formunun ilk örnekleri, zamanla gelişip, Hacı Arif Bey'le zirveye ulaşmıştır. 20. yüzyıla geçilirken; artık klasik kurallar ve üslup tamamen olmasa bile bitmiş, ancak eskiye bağlı birkaç büyük bestecinin elinde bir müddet daha yaşamaya devam etmiştir.*

*Ömrünün ancak sekiz yılı 19.yüzyılda geçen III. Selim; 18. yüzyılın son çeyreğinden başlayarak hazırladığı ortam ve destekle, musikideki gelişmenin ve değişimin önderi olmuş, döneme damgasını vuran bir 'Ekol'ün ortaya çıkmasını sağlamıştır.”* (Körükçü, Çetin, Türk Sanat Müziği, Khalkedon,1998, sf.62-64)

Cumhuriyet Dönemi'nde Klasik Türk Müziği, yine siyasal ve sosyal yapı ele alınarak incelenmelidir. Bu dönemde var olma savaşı içindeki bir toplumun, güçlü atılımları ve yeniliklere istekli duruşu Türk Kültürü üzerinde önemli bir etken olmuştur. Tanzimat sonrası ortaya çıkan kültür ikilemleri, Enderun'un kapanması ile sonuçlanmıştır (1908). Klasik Türk Müziği yeniden değerlendirmeye alındı ve Türk-İslam sentezi olan Osmanlı Kültürü'nü yansıtıyor olması düşüncesiyle dönemin aydınları tarafından tamamen terk edilmesi savunuldu. 1926 yılında kurulan 'Sanayi-i Nefise Encümeni' yani Güzel Sanatlar Komisyonu'nun aldığı tasfiye kararı ile Darülelhan'dan Türk Musikisi tedrisatı kaldırılarak, kurumun adı da Konservatuar

olarak değiştirilmiştir. Ziya Gökalp'in başlattığı bir hareketle, Klasik Türk Müziği'nin radyolarda yasaklanması süreci başlatılmıştır.

Müziyen ve müzikolog olmayan Ziya Gökalp'in Klasik Türk Müziği'ne yaklaşımı milliyetçi bir tavrın yanlış yorumlanması olarak açıklanabilir. “Ziya Gökalp; Türk Sanat Musikisi'nin tamamen kaldırılıp, Halk Musikimiz ile Batı Musikisi'nin sentezinden oluşan çok sesli –polifonik- bir musiki yaratılmasını, bunun için Anadolu Musikisi'nden iyilerin seçilip, armonize edilerek yola çıkılmasını savunuyordu. Musiki bilmediği için; Sanat Musikisi ile Halk Musikisi'nin temelde aynı, üslup ve şekilde farklı olduğunu kavrayamıyordu.” (Körükçü, Çetin, Türk Sanat Müziği, Khalkedon,1998,sf.62)

Batılılaşmanın her anlamda kurtuluş olarak kabul edildiği bu dönemde, toplum etki altında bırakılmış, aydın kesim ve üst düzey bürokratlar arasında Klasik Türk Müziği dinlemek tercih edilmeyen bir hale getirilmiştir. Klasik Türk Müziği'nin doğal olarak seven, ancak empoze edilmeye çalışılan yeni Türk Müziği arasında kalan Türk Toplumunu, bu ikilemi günümüzde de yaşamaya devam etmektedir. Yurdun her yerinde kurulan musiki cemiyetleri, musikinin paylaşıldığı ev toplantıları ve radyolar tarafından yapılan eğitim çalışmaları ile Klasik Türk Müziği'nin yaşatılmasında önemli rol oynamıştır.

“1976 yılında, zamanın iktidarı; Milli Eğitim Bakanı Ali Naili Erdem, tarihçi Yılmaz Öztuna ve arkadaşlarının çabaları ile Türk musikisi için tarihi kararlar aldı. Ercümen Berker'in yönetiminde Türk Sanat Müziği ve Türk Halk Müziği ağırlıklı, Batı Müziği destekli bir program uygulamak üzere 'Devlet Türk Musikisi Konservatuarı' kuruldu. Bunun yanında Klasik Türk Musikisi'ni doğru biçimde icra etmek ve repertuarını yaşatmak üzere; Dr.Nevzat Atlı şefliğinde 'Kültür Bakanlığı Devlet Klasik Türk Musikisi Korosu' kuruldu. Bu iki kurumun olumlu çalışmaları zaman içinde meyvesini verdi. 1980'den sonra Devlet Koroları'nın sayısı arttı. Konservatuarların üniversitelere bağlanmasından (1982) sonra, yurdun her köşesindeki üniversitelerimiz bünyelerinde bir konservatuar açmaya başladılar. Ancak; koroların ve konservatuarların sayısı arttırılırken, bölgelerin ihtiyacı ve potansiyeli ciddi biçimde araştırılmalı, siyasi ve şahsi tercihlerden kaçınılmalıdır. Aksi; bu kuruluşların hizmetlerinde kalite düşüklüğü ve başarısızlık getirmekte, bu da olumlu çalışmaları zaafa uğratmaktadır.” (Körükçü, Çetin, Türk Sanat Müziği, Khalkedon,1998, sf.62)

Cumhuriyet Dönemi'nde bütün olumsuzluklara rağmen Müzikoloji çalışmaları başarıyla sürdürülmüştür. Türk Musikisi Nazariyatı ile ilgili çalışmaların yanı sıra, Türk Musikisi Tarihi ile ilgili çalışmalar ve araştırmalar da yapılmış, Klasik Türk Müziği bu dönemdeki bestekarlar ve icracılar ile yaşatılmaya çalışılmıştır.

Türk devlet ve topluluklarının tarihte yerlerini almaya başlamalarından itibaren, zamanla büyük bir coğrafyaya yayılmış olmaları ve özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde daha da artarak devam eden etkileşimleri, ülkede birbirinden farklı kültürlerin yaşayıp kaynaşmasına, çok kültürlü oluşumların gerçekleşmesine doğal bir zemin hazırlamıştır.

Türkiye'de özellikle Cumhuriyet'in ilk elli yılında, Klasik Türk Müziği'ne karşı alınan iki tavır görülmektedir. Bunlardan biri yitirilmiş bir geleneneğin idealize edildiği musiki bilgisi ve tarih bilincidir ki bu tavır kültürel tutuculuğa dönüştürülmüştür. İkincisi ise müzik türlerine siyasi ve ideolojik açıdan yaklaşarak, çağdaşlık kapsamında Klasik Türk Müziği'ni yok sayma tavrıdır.

Bu yıllarda, Türkiye Cumhuriyeti'nde bazı siyasi ve estetik yargılar, müzik dünyasının devlet eliyle düzenlenmesi gerekliliğini getirmiştir. Dönemin gerekleri olarak kabul edilebilecek bu yaklaşım ile Klasik Türk Müziği, bir yaratma, eğitme ve icra sistemi olarak sekteye uğratılmıştır. Yüzyıllardır yerleşik, oturmuş bir müzik ve kültür geleneğinin varlığına rağmen, özel bir kültür ve müzik politikası uygulanarak müzik eğitime farklı bir yön verilmiştir. Klasik Türk Müziği'ni yaşatmak ve yüceltmek isteyen kesimler Batılılaşma ve Modernleşme akımlarını benimseyerek bu müziği rasyonel ve bilimsel temeller içinde korumaya çalışmışlardır. Hüseyin Saadettin Arel (1880-1955) ve Dr.Suphi Ezgi (1869-1962) gibi araştırmacılar Klasik Türk Müziği'nin tarihini ve teorik temellerini yeniden inşa etmeye çalışmışlardır. Önyargısız, özgür ve ciddi müzikoloji ve müzik tarihi araştırmaları ancak 1970 ve 1980 yıllarında hız kazanmıştır.

## **2. SOSYOLOJİK, KÜLTÜREL VE EKONOMİK AÇIDAN KLASİK TÜRK MÜZİĞİ**

Klasik Türk Müziği'nin bilimsel disiplinlerden yararlanılarak yapılması düşünülen stratejik pazarlama planında, dikkat edilecek önemli konulardan biri de dünya ölçeğinde yaşanan ekonomik, sosyolojik ve kültürel değişimlerdir. Toplumların değişiminde önemli rol oynayan bu unsurlar gözetilerek, Klasik Türk Müziği'nin önce tarih içindeki seyri, daha sonra da 1970'lerde yaşanan ekonomik

krizin Türkiye ve Müzik Endüstrisi üzerindeki etkileri kısaca şöyle değerlendirilebilir.

### 2.1. Klasik Türk Müziği Ve Sosyolojik Yapı

Klasik Türk Müziği'ne ait tarihi bilgiler biyografi incelemeleriyle edinilmektedir. Aslen 1630'lu yılların başında tutsak edilip İstanbul'a getirilen bir Leh asilzadesi olan Ali Ufkî Bey'in eserleri 17. yüzyıl müzik yaşamı hakkındaki en önemli bilgi kaynağıdır. İstanbul'da Fransız sefaretci tercümanı -Dragoman- olarak yedi yıl yaşayan Charles Fonton'un 'Şark Musikisi Hakkında Deneme'si, Klasik Türk Müziği ile ilgili somut bilgi aktaran önemli bir diğer kaynaktır. 19. Yüzyıl büyük musikî üstadlarından Zekâi Dede'nin oğlu ve talebesi olan Hafız Ahmet Efendi, 18. ve 19. yüzyıl Klasik Türk Müziği repertuarının bugünkü kuşaklara aktarılıp notaya alınmasında önemli rol oynamıştır.

Klasik Türk Müziği'nin sosyolojik yapısı ilk olarak Ali Ufkî Bey'in saray hayatında gözlemledikleri ile ele alınabilir. Saraya girdikten sonra sazenciler arasına katılan Ali Ufkî, Klasik Türk Müziği'ni ve santur çalmayı öğrenmiştir. Bizzat kendisinden veya bestelediği müzik eserlerinden söz ederken sık sık 'Ali Bey es'santuri" ifadesini kullanır. (Prof.Dr.Cem Behar,Musikiden Müziğe, 2005,Yapı Kredi Yayınları,İstanbul,sf.18)

Yeteneklerinden dolayı enderun meşkhanesine erbaşı tayin edilen Ali Ufkî, Saray-ı Enderun'daki müzik yaşantısını şöyle anlatır:

*"Musiki hep ezbere öğrenilir; yazılabilmeyse neredeyse bir mucize gibi görülür. Bense ders görürken öğrendiklerimi unutmamak için kapar, hemen notaya alırdım. Bu yeteneğimi gören bir çok Türk üstadı da beni takdir ederdi. Bunun üzerine Erbaşı, yani içoğlanları korosunun başı tayin edildim. Bunlar öğrendikleri saz ve söz eserlerini sık sık unuturlar, hafızalarını tazelemem için bana başvururlar ve müteşekkir kalırlardı"* (Quanto di piu Curisoso e Vago apotuto raccorre Cornelo Magni... Parma, Galeazzo Rozati, 1679,sf.551)

Charles Fonton İstanbul'da doğmuş bir Fransız olarak Fransız Dışişleri Bakanlığı'nın bir memuru, bir tercümanıdır. 19. yüzyılın en tanınmış müzik ve müzisyenler ansiklopedisinde Fetis şunları yazıyor:

*"Fonton, Charles. Fransız Şarkiyatçısı. Kraliyet Kütüphanesi'nde V1793-D numarada kayıtlı iki elyazması eserden anlaşıldığı kadarıyla 1751'de İstanbul'da bulunuyordu. İlk eser Fonton'un Türkçeden Fransızcaya çevirdiği bir Farsça roman*

türüdür. Fonton'un kendi eseri olan ikincisi ise “Şark Müziği hakkında; Avrupa Müziğiyle karşılaştırmalı bir Deneme” başlığını taşır. Yazar eserinde sözünü ettiği konuya hâkim görünüyor. Ne var ki, bu eser Villotteau'nun Mısır ile ilgili güzel kitabı yayımlandıktan sonra geçerliliğini yitirmiştir.” (F.J.Fetis, Biographie Universelle des Musiciens et Bibliographic Generale de la Musipue, Paris,Fournier, 1837, Cilt 5,s.159)

Cem Behar, Charles Fonton'un bu denemesi ile Klasik Türk Müziği'ne katılan tarihi bilginin önemini ve niteliğini şöyle anlatmaktadır: “Charles Fonton'un “Şark Musikisi – Avrupa Musikisiyle karşılaştırmalı Bir Deneme”si birçok bakımdan Avrupa kökenli Türk Musikisi kaynakları arasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Her şeyden önce, uzunca bir dergi makalesi boyutlarına sahip olan bu eser, Osmanlı İstanbul'undan musiki konusunda teksif edilmiş, bir Avrupalı tarafından yazılmış ilk eserdir. Ayrıca, Charles Fonton İstanbul'a birkaç hafta ya da aylığına gelmiş, lisan bilmeksizin sağdan soldan bilgi derlemeye çalışıp kaynaklarının sağlamlığını yeterince araştırma olanağı bulunmamış bir seyyah, ya da kendi ülkesinde oturup basılı kaynakları taramakla yetinmiş bir filolog, dilci ya da klasik şarkiyatçı değildi. Fonton, Türkçe ve Arapça bilen, ömrünün yedi yılını İstanbul'da, büyük bir bölümünü de Halep, Kahire, İzmir gibi Osmanlı İmparatorluğu'nun diğer büyük kentlerinde geçirmiş, mesleğinin gereği olarak da bulunduğu ülke halklarının dil, adet ve yaşayışını iyi bilen bir gözlemciydi. Müzisyen olmamasına rağmen, tıpkı Kantemiroğlu ya da Ali Ufkî gibi, İstanbul'un müzik çevrelerine hem ‘içeriden’ hem de ‘dışarıdan’ bakabilme avantajına sahipti” (Prof.Dr.Cem Behar, Musikiden Müziğe Osmanlı/Türk Müziği:Gelenek ve Modernlik, Yapı Kredi Yayınları,İstanbul,2005,sf.55)

Charles Fonton'un dikkatli, özenli ve güvenilir bir gözlemci olduğunu yazdıklarından kolayca anlamak mümkün. Örneğin, 30 ayrı usulün darplarını öğrenip kaydetmiş olması, sözünü ettiği müzik aletlerinin önemli bazı ölçülerini ve yapımlarını ilgilendiren ayrıntılar üzerinde durması, onun gözlem istek ve yeteneğini gösterir. Ayrıca, musiki öğrenim ve aktarımıyla, bestecilik ve icrayla ilgili son derece önemli, kritik noktalara parmak basan değerlendirmeler yapar Fonton.

“Fonton Şark Musikisinin teorisinden hiç söz etmez. Bunu da doğal karşılamak gerek. Bir kere 17.yüzyıl ve 18.yüzyıllar Ortadoğu müzik evreninde kuram geleneğinin epey gerilediği, hatta kesintiye uğradığı bir dönem sayılmalıdır.

*Fanton'un musiki nazariyatıyla ilgilenmemiş olmasına bir bakıma da şükretmemiz gerekir. Ortadoğu islam musiki geleneklerinde teorisyen müzisyen değildir ve müzikle genellikle soyut ve spekülâtif bir biçimde uğraşır. Kendi ideal teorik kurgularıyla döneminin müzik icrasının somut gerçekleri arasında epey büyük bir mesafe vardır. Kuramcı ölçer, biçer tasnif eder, müziğin matematik veya estetik temelleriyle uğraşır. Besteci ve icracıların yaptıkları müzikle ilişkisi bazen çok kopuktur. Dolayısıyla bir müzik nazariyatçısının yazdıklarını doğrudan doğruya bir müzikoloji ya da müzik tarihi belgesi veya kaynağı olarak görmek önemli tarihsel yorum hatalarına yol açabilir... Bu bakımdan Fonton'un sadece ve sadece pratikten, yedi yıl kaldığı İstanbul'da elinin altında bulduğu müzisyenlerden öğrenip, derleyip aktardığı bilgiler daha değerlidir. Örneğin, tanbur'un perdelerini, miskal'ın icra tekniğini, ney'in başpâresinin ölçülerini pratikten, gününün musikişinaslarından elde edip allayıp pullamadan olduğu gibi nakletmiş olmasıdır.” (Prof.Dr.Cem Behar, Musikiden Müziğe Osmanlı/Türk Müziği:Gelenek ve Modernlik, Yapı Kredi Yayınları,İstanbul,2005,sf.56)*

Hafız Ahmet Efendi Klasik Türk Müziği'nin önde gelen bestecilerinden ya da tanınmış icracılarından veya ses sanatçılarından değildir. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçiş döneminde Klasik Türk Müziği'nin canlı gözlemcisi olan bir müzisyen ve bestecidir. 19.yüzyıl sonu ve 20.yüzyıl başlarındaki tarihsel ve sosyal statü değişikliklerinin sembolü gibidir. Geleneksel musiki eğitim aşamalarından geçen Hafız Ahmet Efendi'yi Sadettin Nüzhet Ergun şöyle anlatmaktadır:

*“Son asırlarda tekkelerinde kudümzenbanlıkla iştihar edenler arasında bilhassa Zekaiade Ahmet Irsoy büyük bir muvaffakiyet göstermiştir. Gerek âyin okumak gerek kudüm vurmak hususunda devrimizin yegâne ustası olarak onu gösterebiliriz” (Sadettin Nüzhet Ergun, Türk Musikisi Antolojisi-Dini Eserler, İstanbul,İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, Cilt II,1943,sf.664)*

Klasik Türk Müziği'nin öğretimi tarihinde Darüşşafaka'nın çok önemli bir yeri olmuştur. Türk müziğinin ayrı bir ders olarak okutulduğu ilk lise dengi okuldur. 1873'te kurulan bu okulda, Zekai Dede, 1876'dan itibaren ilk fahri musiki hocası olarak ders vermiştir.

*“Klasik Türk Müziği'nde müzik, çalgı icra ve repertuvar öğrenimi yüzyıllardan beri meşk olarak anılan yönteme dayanırdı.” (Prof.Dr.Cem Behar, Aşk Olmayınca*



Meşk Olmaz-Geleneksel Osmanlı Türk Müziği'nde Öğretim ve İntikal, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1998, sf. 139)

Büyük İsmail Dede Efendi'nin talebesi olan Zekâi Dede'nin de bu usulden ayrılması söz konusu değildir. Darrüşşafaka'nın yönetimi, ilk dönemlerdeki musiki öğretim yöntemini şöyle açıklıyor:

*“Darüşşafaka'da her sene yeni talebe alındığı zaman bunlar bir araya getirilerek kendilerine bir şey ve ezcümle bir Sure-i Kur'aniye okutulur ve sesleri iyi olanlarla musikiye kabiliyet-i bedeniyesi görülenler tefrik edilip yalnız bunlara musiki dersi gösterilirdi. Yani Darüşşafaka'da musiki tedrisatı iptidalarında umumi değil bu suretle hususi idi.”* (Darüşşafaka-Türkiye'de İlk Halk Mektebi, Evkaf-ı İslamiye Matbaası, İstanbul, 1927, sf.40)

Darüşşafaka yöneticileri okulun müzik eğitimi programının 1927 yılındaki durumunu şöyle dile getirmektedir:

*“Elyevm Darüşşafaka'da iki türlü musiki tedris olunmaktadır. Birisi resmi programa göre suret-i umumiyede ders olarak solfej, diğeri de yine eskisi gibi suret-i hususiyede meşkedilen musikidir.”* (Darüşşafaka-Türkiye'de İlk Halk Mektebi, Evkaf-ı İslamiye Matbaası, İstanbul, 1927, sf.77)

Sözlü öğretim ve aktarıma dayanan bir müzik geleneğinde, eserin birden fazla az ya da çok farklı versiyonunun icra edilmekte olması son derece olağandır. Çünkü notanın, yazının kullanılmadığı bir musiki evreninde, eski bir eserin standardı veya doğrusu diye bir şey söz konusu olamaz. Aynı eserin her icrasında az ya da çok farklı bir versiyonu üretiliyor olması, bir zenginlik ve çeşitlilik göstergesidir. Klasik Türk Müziği'nde yaratıcılık ve yaşama belirtisi önceliği, kabul edilebilir bir gerçektir.

Ahmet Efendi kendisini sadece görevini yerine getiren bir emanetçi olarak görmüştür. Döneminde Klasik Türk Müziği için duyulan sadakat ve vefa, kendisine ait sözleri ile ifade edilebilir:

*“Bu eseri pederime Dellalzade İsmail Efendi meşketmiştir. Peder merhum besteyi bana meşkederken ‘aman hafız dikkat et, vehleten Eviç gibi geliyorsa da Acem perdesidir’ diye ikazda bulunmuştur. Ben bu perdeyi Eviç okursam Dellalzade ile Zekai Dede'nin ruhları muazzeb olur.”* (Aksüt, Sadun, Zekaizade Hafız Ahmet Irsoy Hayatı ve Eserleri, Birinci milli Türkoloji Kongresi, Kervan Yayınları, İstanbul, 1980, sf.488)

*“Merhum pederim ve üstadım tarafından musikişinaslarımıza bir yadigar olmak üzere notalarını buraya tesbit etmek merhum üstadı ilelebet hürmetle ve tazimle yadettirecektir.”* (Türk Musikisi Klasiklerinden Hafız M.Zekai Dede Efendi Külliyyatı Zeyli, İstanbul Konservatuarı Neşriyatı, İstanbul, 1943, sf.235)

Ahmet Efendi, geçmişin eserlerini bugüne aktarmadaki titizliği ve başarısını, ne yazık ki kendi eserlerinde, kalıcılık kaygısının dışında tutmuştur. Belki de mütevazı bir yaklaşım sergileyen bu tavrı ile eserlerinin çoğu günümüze ulaşmasa da, yarım asır boyunca müzisyen kişiliği ve hocalığı ile tarihe ışık tutan biyografiler arasında yer almıştır.

## **2.2. Klasik Türk Müziği’nde Geleneksellik ve Modernlik**

Klasik Türk Müziği’nde Geleneksellik ve Modernlik kavramı iki açıdan ele alınabilir: Klasik Türk Müziği’nin Teknik Değerlendirmesi ve Klasik Türk Müziği’nin Kültürel Etkileşimi.

Klasik Türk Müziği’nin Teknik Değerlendirmesi ele alındığında, Batı ve Doğu müziğinin genel tarzı, müzik beğenileri, ezgi kuralları, perde bileşimleri hakkındaki bilgiden söz edilmektedir. Bu konu, Fonton’un denemesinden alıntılarla şöyle açıklanabilir:

*“Bizim sanatımız ilke ve kesin kuralları olan bir sanattır. Şarklılardaysa, alışık olduğumuz yöntemlerle açıklık ve kesinliği aramamak gerekir. Bizim gerek saz gerekse söz müziği için kullandığımız yöntemleri Şark’lılar bilmez. Diyezlerin, bemollerin, senkopların çeşitli düzenlerini bilmedikleri gibi, seslerin doğasının fizik ve geometrik temellerinden de habersizdirler. Titreşim kuramı, titreşimlerin uzunluk ya da kısalığını titreşen tel’in uzunluğu, kalınlığı ya da gerilimiyle ilişkisi, bir sesin bir diğeriyle ilişkisi yani uyum ya da uyumsuzluğu, titreşimlerin oranlarını ifade eden ve seslerin sekizli, beşli, dördü, üçlü vb.’ye bölen 1’e 2, 2’ye 3, 3’e 4 gibi oranları ve bu gibi konuları açıklamalarını beklememek gerekir.*

*Kuramsal bilgiler aslında pratiği pek etkilemez. Hem batı hem de doğu müzisyenleri bu tür soyut hesaplarla ilgilenmeyerek, kulağa gelen uyum ve melodi bütünlüğünü dikkate alır. Doğu müzisyenleri seslerin arasındaki uyumların birli, üçlü, beşli ve oktava bölünmesini, basit ve çift kontrpuanı, dolayısıyla batı müziğinin temelini bilemez.*

*Bir doğu müziğinde ne bas, ne tenor, ne de soprano duyulur. Tüm çalgılar unison halinde, adeta tek çalgıymışcasına aynı şeyi çalarlar. Halbuki Avrupa müziğinde*

uyumların dörde bölünmesi, oktavlarıyla birlikte sekiz ayrı müzik partisi verir. Bunların ayrı aletlerce çalınması halinde de esas uyumun varlığı dolayısıyla ortaya ahenkli bir bütün çıkar.

Şarklılar bir eser besteleyecekleri zaman önce en uygun usulü seçerler ve onu tasarladıkları eserin dayanağı olarak görürler.

Usul ve melodi birbirleri için yaratılmış bir bütünün ayrılmaz parçaları olacaklardır. Şarkıların bu son derece muntazam ölçüleri adeta hafızalarını tazeleyen bir nota görevi görür. İcra sırasında daima, kâh ellerini dizlerine vurarak usul vuran kâh kudümlerle usul vuran biri bulunur. Ölçüyü bozmak asla caiz değildir. Yaptıkları, sıradan müzisyenlerin beceremedikleri ve nağmeadı verilen inceliklerle ahenkli süslemeler kullanmaktır. Şark musikisinin en büyük başarısı da zaten bir sestem değerine bu hissedilmez geçkilerle modülasyonlardır.

Şark musikisi majör ve minor ton ayrımını tanımadığı gibi, bizde donanıma konan belli sayıdaki diyez ve bemolleri de bilmez, bunları hep el ve kulak yordamıyla tayin ederler. Bütün bunlara rağmen peşrev bestelemek sanıldığından çok daha zordur. Bu zorluk, yerli musikişinaslar içindir; yoksa yabancılar için söz konusu olan zorluk değil imkânsızlıktır. Yeni bir peşrev yapmak isteyen; melodi, ahenk ve geçkilerinin ne o usulde ne de başka usullerde bestelenmiş peşrevlerin hiçbirine benzemeyen bir eser meydana getirmek zorundadır.

İcrada saz sese refakat eder, ses de saza refakat eder; bu kişi ayrı partileri değil, unison olarak aynı nağmeleri icra ederler. İcra sırasında sazlar sesleri bastırmaktan kaçınmalı, buna karşılık da hanendeler detone olmamaya titizlikle dikkat etmelidirler. Sazlara göre detone olurlarsa dinleyici bunun hemen farkına varır.

Şarklıların okuyuş uslubu bizimki kadar sanatlı olmayıp, daha basit ve doğaldır. Manzum olan şarkılarının ana konusu aşktır. Bir fikir verebilmek amacıyla birkaç tanesini notaya aldık. Meslekleri okuyuculuk olanlara hanende denir. Şark musikisi konusunu kapatmadan bir de şarklıların musikiye atfettikleri doğüstü etkilerden söz etmek gerekir. Bizlerle tam tamına hemfikir oldukları tek konu belkide budur. Musikiye biz de mucizevi bir kuvvet olarak bakarız...” (Prof.Dr. Cem Behar, Musikiden Müziğe Osmanlı/Türk Müziği: Gelenek ve Modernlik, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, sf.149)

Klasik Türk Müziği'ne bir standart getirme çabaları ile modernleşme sürecine geçilmiştir:

*“Klasik Türk Müziği'nin gerek teorik ve gerekse pratik açıdan sistemleştirme ve standartlaştırma girişimleri 19.yüzyıl sonlarında Rauf Yekta Bey (1871-1935) tarafından başlatılmıştır. Daha sonra Hüseyin Sadettin Arel (1880-1955) ve Dr. Suphi Zühdi Ezgi (1869-1962) tarafından daha ileri götürülmüştür. Kullanılan sesler ve ses aralıkları, diziler, makamlar, müzik işaretleri standardize edildi ve porte'li notalama sistemine uyarlandı. Usuller, makamlar, müzik formları ve eserleri belli bir sisteme göre yeniden sınıflandırıldı. Geleneksel olarak meşk yöntemiyle sözlü olarak aktarılagelen repertuarın önemlice bir bölümü derlendi, kâğıda döküldü ve yayımlandı; yeni müzik anlayışının ve sisteminin yaygınlaşmasına, müziğin intikaline ve öğretimine yönelik teori ve pedagoji kitapları yazıldı. Osmanlı/Türk müzik geleneğinin yazılı tarihsel kaynaklarına yönelik araştırmalar başlatıldı, bu geleneğe uygun olduğu kurgulanan ve idealize edilmiş yepyeni bir tarihsel arka plan yazılmaya çalışıldı.” (Prof.Dr.Behar,Cem, Musikiden Müziğe Osmanlı/Türk Müziği: Gelenek ve Modernlik,Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005,sf.280)*

Müziyen ve Müzikolog olmayan Ziya Gökalp'in (1876-1924) müzik konusundaki görüş ve önerileri Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk elli yılının resmi müzik politikalarına ideolojik zemin teşkil etmiştir. Ziya Gökalp'e göre, Klasik Türk Müziği Eski Yunan ve Bizans kökenli, Arap ve Acem kırmasıdır. Gerçekten Türk olan yalnızca halk türküleridir. Çağdaşlık kapsamında hareket edilmeli ve Garp Müziği'nin tekniğinde ve armonisinde hareket edilmeli, Şark Müziği de bırakılmalıdır:

*“Bugün işte şu üç musikin karşıdayız: Şark Musikisi, Garp Musikisi, Halk Musikisi. Acaba bunlardan hangisi bizim için millîdir? Şark musikisinin hem hasta hem de gayri millî olduğunu gördük. Halk musikisi halkımızın, Garp musikisi de yeni medeniyetimizin musikileri olduğu için her ikisi de yabancı değildir. O halde, milli musikimiz memleketimizdeki halk musikisi ile Garp musikisinin imtizacından doğacaktır.*

*Halk musikimiz bize birçok melodiler vermiştir. Bunları toplar ve Garp musikisi usulünce armonize edersek hem milli hem de Avrupai bir musikiye malik oluruz. Bu vazifeyi ifa edecek olanlar arasında Türk Ocaklarının musiki heyetleri de dâhildir. İşte Türkçülüğün musiki sahasındaki programı esas itibariyle bundan ibaret olup,*

*bundan ötesi milli musıklarımıza aittir.”* (Gökalp,Ziya,Türkçülüğün Esasları,Ankara,Matbuat ve İstihbarat Matbaası, 1339,sf.131

Ziya Gökalp ‘çeyrek sesler’in Osmanlı müziğinin Yunan ve Bizans kökenli olmasının bir göstergesi olduğunu öne sürerek, ‘Klasik Türk Müziği’ni yabancı kökenli olduğunu kabul etmiş ve bu müziği bütün modernleştirme girişimlerinden dışlamaya çalışmıştır. Cumhuriyet Dönemi’nde tek sesliliği ‘feodalizme’, çoksesliliği de ‘kapitalizme’ bağlayacak mekanik tartışmalar üzerine sapmalar, Klasik Türk Müziği’nin gelişimine zaman kaybettirmiştir.

Önemli bir müzikolog, müzik tarihçisi ve folklorcu olan Mahmut Ragıp Gazimihal (1900-1961), Gökalp görüşlerine aynen katılarak, halk müziğinin saf yapısının ‘milli ruhu’ en etkili biçimde yansıttığı görüşünü savunmuştur: *“Yeni nasyonalistler en evvel bakir ruhları yeni teknik kalıplara dökmekle işe başlıyorlar ve muvaffakiyetleri şüphesiz pek büyük oluyor. Binaenaleyh, yetişecek bestekarlarımıza halktan iktibası riayeti mecburi bir saha olarak değil, icabında kabil-i istifade bir yol olarak irade edebiliriz.”* (Mahmut Ragıp,Şarki Anadolu Türkü ve Oyunları,İstanbul Konservatuarı Neşriyatı,İstanbul,1929,sf.150-156)

Klasik Türk Müziği’nin Kültürel Etkileşimi ele alındığında ortaya çıkan en önemli unsur, müziğin kendi yapısında barındırdığı yaşama döngüsüdür. Anadolu toprakları üzerinde yaşanan hareketlilik, Klasik Türk Müziği’nin üzerinde zengin bir birikime neden olmuştur. Bir ulustan diğerine geçerken, üzerinde biriktirdiği bu kültürel etkileşim yoğun olarak hissedilmektedir. Halkların ve devletlerin kaderini paylaşan bu müzik Babillilerden İranlılara, Yunanlılara, Romalıları ve nihayetinde Türklere geçişindeki zenginliği yeni biçimlere bürünerek üzerinde barındırmaktadır.

15.Yüzyılda tüm güzel sanatlarla müziğin hamisi İran Şahı Hüseyin Baykara saltanatı sırasında yaşamış Hoca, İran müziğine ilk kez seslerin iniş ve çıkış hareketlerini gösteren gamları getirmiştir. Doğulu bir bakış açısıyla başkalarına öğretmekten kaçındığı bilgisi, Hüseyin Baykara’nın bir oyunu ile köle Gulam’a aktarılır. Bilgisinin rızası dışında aktarıldığı Gulam isteği üzere, Seyhun, ve Ceyhun nehirlerinin birleştiği yerde, develerin bolluğu nedeniyle Deve Adası denilen yere yerleştirilir. Müzikle başbaşa kalarak kendini daha da geliştiren Gulam, bugünkü ritmlerin geliştirilmesinin sebebi olarak kabul edilir.

Gulam’dan sonra İran’da Mir Alam, Mir Abdullah, Mir Ali gibi üstadlar yer alır. Sultan I. Selim, İranlılarla yaptığı savaşlar sırasında birçok İranlı müzisyeni

İstanbul'a getirmiştir. Türkiye'de müziğin gerçekten gelişmesi IV. Mehmed'in saltanatı sırasındadır. Osman Efendi'nin yetiştirdiği birçok öğrenci ile musiki sanatı, III. Ahmet devrine ulaşmıştır.

Moldavya Prensi Demetrius Cantmir gibi birçok şöhretli müzisyen yetişmiş, ardından musiki ustaları arasında yirmi yıldır kör olan Yorgi\* adlı bir rum, biri Ömer\* diğeri de Araboğlu\* adında iki derviş ve Musi\* diye anılan bir Yahudi yer almıştır. Müziğin gerek kuramı, gerekse icrası bu kişiler tarafından sürdürülmüştür.

### 2.3. Klasik Türk Müziği'nde Sanat ve Eğlence Kavramları

Osmanlı Hanedanlarından ırsi olan sanatkarlık ve sanatseverlik özelliği, özellikle musiki alanında ayrı bir yer tutar. Musikinin, Osmanlılarda uzun yıllardan beri Enderun'da önemli bir yer işgal ettiği bilinmektedir. Klasik Türk Müziği bu anlayış çerçevesinde dönemin padişahına göre ön plana çıkan veya biraz daha geri planda kalan bir seyir izlemiştir. III. Selim döneminde geçmiş yıllara göre müzik, İtri ile başlayan değişim rüzgarları, Lale Devri ile ekolleşmiş olarak görülmektedir. III. Selim'in sırkatibi tarafından yazılan ve onun günlük yaşantısından bölümler nakleden bir kaynakta 1793 Şevval ayının 4. günü Padişah, Sadabad dönüşü Topkapı Sarayı'na geldiği zaman orada 'Şevkiyye' köşkünde hazırlanmış "*Frenk Rakkasları'nı seyredip eğlenmiştir*" denmektedir. (Salgar, M.Fatih, III. Selim Hayatı, Sanatı, Eserleri, sf.41)

Dans için yapılan müziğin Klasik Türk Müziği'ne katkıda bulunduğu kesindir. Bu tarihten 4 yıl sonra 1797 yılında Zilkade ayında III. Selim'in huzurunda bir opera sahneye konmuştur. Padişahın sırkatibi Ahmed Efendi'nin "Rûzname"sinde verilen opera temsili hakkında şunlar yazılıdır: "*Ertesi altıncı Çarşamba günü Topkapı'ya gelindi ve dün gece Topkapı'da Ağa yerinde Opera diye bilinen süslü Frenk oyununu sergileyen pejmürde Frenklerin seyrettirdikleri çengi oyununu andıran oyun ve onların Frenkçe davranışları, sohbetleri ve akla rahatsızlık veren gamlı, karamsar gösterileri hatırlanıp eğlenildi.*" (III. Selim'in Sırkatibi Ahmed Efendi tarafından tutulan Rûzname, s. 126. )

---

\*Yorgi, kemanidir. \*Ömer, Şeyhülislam Es'ad Efendi'nin deyimiyle "1130 hilalinde musikide şöhretyab olmuş bir derviş-i mevlevidir. \*Araboğlu, 1746'da ölmüş olan Arabzade Abdurrahman Bahir Efendi ise ilmiye ricalinden olan bir zat. \*Musi, 1770 dolaylarında öldüğü tahmin edilen Haham Moşe Faro.

*“Kanuni döneminden başlayarak, çeşitli zamanlarda Batı sanatlarının Osmanlı topraklarında sergilendiği bilinmektedir. III. Murad devrinde sarayda opera temsillerinin verildiği yine IV. Mehmed’in 1675’de yapılan Edirne şenliği için Venedik’ten opera getirilmesini istediği de bilinmektedir. Dinleyenlerin pek ciddiye almadıkları bu temsiller, II. Mahmud dönemine kadar sürmüştür.”* (A.g.e., s.248  
*“Ertesi altıncı çehar-ı şenbih günü Topkapu’ya nüzûl ve dün gece Topkapu’da...”*)

Yüzyıllarca güzel sanatların birçok dalında eğitim vermiş, âdeta dönemin konservatuarları hâline gelen Mevlevîhânelerin Klâsik Türk Müziği’nin gerek gelişimindeki gerekse aktarılmasındaki rolü büyük olmuştur. Klasik Türk Müziği’nin dinî veya ladinî formlarında eserler vermiş olan büyük bestekârların çoğunluğu ya Mevlevî idiler yada Mevlevî muhibbileriydiler. Ayrıca mûsikîyi himâye ve teşvik etmek suretiyle gelişimine büyük katkılar sağlamış olan Osmanlı padişahlarının çoğunun da Mevlevî muhibbî olduğu bilinmektedir.

Klâsik Türk Müziği’nin -mehter dışında- bir oda müziği olduğu, dolayısıyla geniş topluluklarla -koro olarak- değil, küçük topluluklarla icra edilmesi gerektiği bilinmektedir. Özellikle saz müziği icrasının mekân olarak küçük salonlarda ve her sazdan birer tane kullanılarak icra edilmesi, müziğin kalitesini arttırıcı unsurlar arasında gösterilebilir. Müziğin toplumların eğlence aracı olarak nitelendirilmesi sığ bir görüştür. Müzik, kültürün en önemli parçasıdır. Örf, anane, tarih, dil, estetik beğeniler v.b. unsurların tamamı müzikle aktarılmış böylelikle milletleri millet yapan hususiyetler müzik yoluyla bir kez daha belirginleşmiştir.

#### **2.4. Egemenlik ve Mücadelenin Üretimi Olarak Müzik**

Özellikle Cumhuriyet Devrimi’nden sonra radyonun kurulması ve ardından yaygınlaşması, yıllar sonra buna televizyonun katılmasıyla birlikte, Türkiye’de müzik, sadece bir ulusal çevrenin ürettiği bir ürün konusu ötesine geçti, bazılarının göre, kültürel alışverişin, gelişmenin ve globalleşmenin göstergelerinden biri oldu. Fakat bazılarının göre de, sanat ve söylem olarak müzik, yerel/ulusal kültürü yok eden, marjinal duruma düşüren veya dönüşüme uğratan kültürel emperyalizm; endüstri ve emtia -pazarda satılan mal- olarak, ekonomik sömürü ve emperyalizmin parçaları olarak algılandı.

*“Türkiye’de Ankara ve İstanbul radyolarının başlaması ve yabancı müziğin bu radyolarda tercih edilen müzik olarak yayın alanları içinde sunulmasıyla birlikte,*

*yabancı müziğin Türk müziğiyle olan egemenlik ilişkisinde denge Batı Müziği yönünde özellikle kentlerde değişmeye başlamıştır. Elbette, bu gelişme kendi başına münferit bir karaktere sahip değildir; tam aksine batılılaşma yolundaki kültürel, siyasal ve ekonomik politikalar ile birlikte düşünüldüğünde, oldukça ciddi anlamlara sahiptir. Türk Müziğinin belli türlerinin önce radyoda ve sonra da TRT’de yer verilmemesi, Müzik konservatuvarında Türk Müziği’nin dışlanması, bu politikayı güdenlerin ve uygulayan programcı ve konservatuar öğretim üyelerinin olması, ileriliği, çağını aşmışlığı, üstün zevk ve dile sahipliği göstermekten çok, kendi kimliğinden uzaklaşmış, kendini beğenmeyen, kimliğini kendini kendinden olmayanla özdeşleştirerek bulmaya çalışan düşünsel zavallılığı işaret eder. Bu düşünsel zavallılık -ya da kendini tanımayan ve kendine ve kendi gibilere baskı yapan kültürel psikopatlık-, bu kişilerin egemen konumda olmaları ve Batı Müziği Endüstrisi’nin pazar çıkarlarına uygun ideolojik yapıyı benimsemeleri nedeniyle, ekonomik ve kültürel yapının kendine uygun müziksel üretim, dağıtım ve kullanımı gerçekleştirme olanaklarının ortadan kaldırılmasına önemli katkıda bulunmuştur. Bu anlamda, belki de, örneğin Ankara Radyo’su Türk müziğinin batının popüler müziği yanında marjinal duruma düşürülmesi sürecinde, Batının en önemli transfer-aracı rolünü oynamıştır; buna şimdi isimleri bile Türkçe olmayan televizyon kanalları katılmıştır.*

*Konservatuarın eğitim politikasını düzenleyen ve bu düzenleyişteki biçim nedeniyle suçlanabilecek ve her tür kültürel negatif nitelemeyle tanımlanabilecek insanlar ve Türkçe Müziği mırıldanmayı bile müziğe hakaret sayıp öğrenciyi susturan veya okuldan atan bazı öğretim görevlileri, güç ilişkilerinden geçerek sağlanan nesnelleştirilmiş öznelliği -intersubjectivity- müziksel kalite olarak niteleyip, Anadolu Kültürü ve Ekonomisi üzerinde kurulan baskı ve egemenliğin ateşli savunucuları olmuşlardır.” (Erdoğan, İrfan, Müziğin ve Toplumsalın Üretimi: Müziğin Siyasi Ekonomisi, Kültürü ve İdeolojisi Üzerine Araştırma Gereği, sf.2)*

Bu durum incelenmesi gereken iki önemli yan ortaya çıkarmaktadır: Birincisi, müzikte Batının egemenlik kazanmasının tarihsel olarak ele alınıp ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmesi gereğidir. İkincisi ise, Batı müziğinin Anadolu’da yaygınlaşmasını sağlayan ekonomik, sanatsal-kültürel ve siyasal güç yapısının tarihsel dönüşümü ve günümüzdeki durumunu araştırma gereğidir. Elbette, bu incelemelerde, kültürel üretimde egemen durumda olan ve aynı zamanda kendi kimliğini yitirip “onları kabul etmeyen başkalarının kimliklerine bürünenlerin”



psikolojik durumları ve bu psikolojinin diğer insanlarda, müzik seveleri ve tercihlerinde, psikolojik davranış bozukluklarında ve müzik pazarı üzerindeki etkileri ve sonuçları da incelenmelidir.

İletişim medyalarında yansıtılan ve günlük yaşamda görülenler; Anadolu müziğinin üretim, dağıtım ve tüketim sürecinde, müziğin otantikliğini, kendine özgülüğünü koruması yönünde yetersiz kaldığının göstergesidir. Anadolu müziği hem üretim ve dağıtım hacmi, hem de kendi sanatsal ve araçsal özelliklerini koruma ve geliştirme bakımlarından, egemenlik mücadelesini yitirmiş durumdadır. Nasıl ki Batının popüler kitle üretim teknolojilerinin ürünleri Anadolu'da egemen durumdaysa, aynı kitle üretim teknolojilerinin kültürel ürünü olan müzik de Anadolu'da egemen duruma getirilmiştir.

Bu varsayımların incelenmesi ve bu varsayımlara bağlı olarak, egemenliğin sağlanması ve yitilmesi ile ilgili tarihsel, yapısal ve ilişkisel faktörler ayrıntılı olarak ele alınıp araştırılmalıdır. Kazanmanın ve kaybetmenin koşullarını öğrenenler, alacakları ve uygulayacakları politikalarda başarılı olma şansına daha çok sahiptir.

### **2.5. Müzik Ve Ekonomik-Politik Bağı**

Müzik kültürel bir üründür. Yazının olmadığı sözlü gelenekte, müziğin üretimi ve dağıtımını ancak insanın sahip olduğu doğal araçlar -beyin, bellek ve dil- yoluyla olmak zorundaydı. Dolayısıyla, bu tür sözlü gelenekte müzik mekan ve zamanda aynılık ve ikili veya gruptaki yüzyüzelik zorunlu bir gereksinimdi. Yazılı kültüre geçiş ve kayıt araçlarının geliştirilmesiyle, müzikte üretim materyalleşti; zaman ve yer bakımından aynılık sınırları kırıldı. Aynı zamanda bu sınırları kıran teknolojileri üretenler ve müzik üretimi için satın alanların egemenliği kuruldu. Böylece, müzik müziği yapanın kendisinin ürettiği bir aracı kullanarak, düşünseli kurgulanmış sözle ifade ötesine taşındı: Müzik üretimi materyal bir üretim oldu.

Günümüzde, müzik üretim endüstrisi en zengin endüstrilerden biridir. Müzik ekonomik bir emtiadır. Kullanım biçimi ve değeri psikolojik ve kültürel bir karakter taşımaktadır; fakat bu kullanımı teşvik eden ve yönlendiren endüstriler için müzik, emptia pazarında alışveriş değerine -exchange value- sahip olan bir maldır. Bu mal bir kaset veya CD gibi materyal taşıyıcılar içinde kullanım için şifrelenip yerleştirilmiştir. Kullanımın olabilmesi için bu şifreleri sese ve görüntüye dönüştüren şifre çözücü araçların satın alınması gerekir. Bu nedenle, emtialaştırılmış müzik, yaygın bir endüstriyel ürün ve yan ürün sistemi ortaya çıkartmıştır.

Müziğin emtia olması ve pazar yapısının gelişmesiyle birlikte müzik yazar, müziği söyleyen ve müziği dinleyen arasındaki ilişkiler de değişmiştir. Bu değişimin doğasının nasıl olduğu ve ne tür dönüşümlere uğradığı önemli inceleme konularından biridir. Müzikte emtia, üretim ve yabancılaşma ilişkisinde bağların nasıl kurulabileceği önemli bir inceleme alanıdır.

Müzik serbest pazar denen pazarda önemli bir konumda yer almaktadır. Bu müzik pazarının ne denli serbest olduğundan başlayarak, pazar yapısı -örneğin tekelleşme- ve işleyişinin -örneğin mülkiyet ilişkilerinin- inceleme altına alınması gerekmektedir.

Günümüzde müzik konusunu kapitalist üretim biçimi ve ilişkileri içinde ele almak gerekir. Bu ele alış sadece müziğin emtia oluşu değil aynı zamanda, müzikle ilgili kültürel kurumların ve örgütlenmelerin de aynı pazar yapısının bütünlük bir parçası olmasından dolayıdır. Egemen ideolojileri ve kültürel ilişkileri destekleyen müzik üretimi bu pazar yapısının temel ürün biçimidir.

Müziğin gelenekselliğini koruması, bulunduğu pazar içinde, kendi geleneksel yanlarının vurgulanması ötesinde, geleneğin günün koşullarına göre farklılaştırılıp, alternatif bir tür veya öyle görünen bir tarzın, aslında kapitalist düzende bir alternatif olmamasına bağlıdır.

*“Bir kişinin veya grubunun müziği kendisi ve grubu için yazması, bunu hiçbir kapitalist firmayla anlaşmadan kendi olanaklarıyla, aracı kullanmaksızın yapması olanağı olabilir. Bu olanak ve yönelim genellikle küçük üretim firmalarının kurulmasına gidebilir. Bu firmalar aynı Türkiye’de solcu yayın evlerindeki dönüşümde olduğu gibi önce küçük-burjuva örgütlenme biçimini kopya ederler, ardından küçük-burjuva biçimine dönüşürler; ve sonra, büyüyenler dükkanlarında “Best Seller” müzik köşeleri açarak kapitalist pazarın bütünlük bir parçası durumuna gelirler. Amaç artık, kitlesel kapsamda popüler müzik yapmak ve dağıtmak olur. Firma original ideolojik amaca hizmete devam edebilir; fakat pazarda tutunduğu ve kalıcılığı olasılığı anlaşıldığı andan itibaren, güçlü sermayeler için satın alınmaya hazır bir konuma gelir.”* (Erdoğan, İrfan, Müziğin ve Toplumsalın Üretimi: Müziğin Siyasi Ekonomisi, Kültürü ve İdeolojisi Üzerine Araştırma Gereği, sf.3)

Müzik aynı zamanda iş dışı boş zamanın kolonileştirilmesi ve kapitalist tüketim yönünde yönetilmesi görevini gören en önemli araçlardan birisidir. Boş zamanın değerlendirilmesi ve bu değerlendirmede etkinlikler için gündemin belirlenmesi ve

öneme göre sıralanması işinin kişinin kendi özgür seçimine bırakılmaması gereğinin ortaya çıkmasıyla birlikte müzik en etken yönlendirme aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Böylece hem müzik endüstrisi hem de diğer endüstriler pazar amaçlarını daha iyi gerçekleştirme olanaklarını elde etmektedirler.

## **2.6. Emtia ve Kültürel Biçimleri**

Araştırılması gereken en önemli konulardan biri de, Anadolu'daki üretimin ve dağıtımın geliştirilmesi sürecinde kullanılan içeriklerin kültür ve ideolojiyle olan bağıdır. Bu bağlamda farklı kuramsal yaklaşımlar ve bu yaklaşımlara bağlı olarak gelen inceleme ve sonuç biçimlendirmeleri vardır. Kapitalist pazar ideolojisine göre, diğer ürünlerde olduğu gibi müzikte de serbest piyasa halka istediğini vermektedir. Eleştirel görüşlere göre, halka istediğini verme yanıltıcı bir iddiadır; bir endüstriyel yapının ekonomik ve kültürel sömürsünü ideolojik olarak meşrulaştırma çabasıdır. Batıdan ithal edilen ve batıyı kopyalayan müzikle sadece ekonomik kazanç sağlanmamakta, aynı zamanda bu pazar yapısına uygun bir kültürel yapının oluşması ve gelişmesi gerçekleştirilmektedir. Batı, özellikle Amerikan müziğiyle birlikte, Amerikan tarzı yaşam ve dünya görüşü, zevk ve eğlence anlayışı Anadolu kültürü üzerine bindirilmiştir.

Özellikle 1980'lerin ortalarına kadar konservatuvarlarda, köklerine bağlı kalınarak, modernleşmeye yönelen müzik eğitim politikaları gözlenmektedir. Klasik Türk Müziği eğitimi için öngörülen bu politika çerçevesinde, önemli oranda başarı sağlanmıştır. Fakat ekonomik ve sosyal nedenlerle başlayan göç ve yine o yıllarda meydanın önemli bir güç olarak yer alması gibi etkenlerle, daha geniş kitlelere yayılan "popüler müziğin" sahip olduğu icra alışkanlıkları ve kültürel yapısı tamamen yok edilememiştir. Uluslararası şirketlerin egemenliğinde yaygın hale gelen, yeni sömürü politikaları, yerellik, özgürlük, demokratikleşme, çok seslilik, globalleşme gibi bilinçli yönelimlerin kullanılmasını sağladı. Yerel kültürel kimlikler, demokratik çoğulculuk içinde koruma propagandası yapılmaya başlandı. Yaşanan bu süre içinde, tamamıyla yok edilebilenler olmakla birlikte, bağlama örneği gibi kalıcılığını koruyabilen geleneksel unsurlar, uygulamada ikinci planda kullanılarak, 'özgün müzik' adlandırılması ile yeniden sunulmuştur.

Aynı anda ulusal sermaye globalleşme ile uluslararası firmaların gücü karşısında, devlet desteğinin pek faydalı olamadığı bir dönemi yaşamaya başlamıştır. Bu bağlamlarda, Amerikan Müzik Pazarı'nın ve bu pazarı destekleyen iç siyasal,

ekonomik ve kültürel pazarın, Türkiye'deki kültürel ve bilinç yönetimi politikalarının, hem tarihsel hem de belli bir zaman kesimindeki durum analiziyle incelenmesi önemlidir. İnceleme sonuçları, pazar yapısıyla ilişkilendirilerek popüler müziklerin teknolojik gelişimin getirdiği hızlı kayıtlarla, bütün dünyaya yayılması, değerlendirilecek önemli konular arasındadır. Klasik Müzik CD'lerinin Amerika'da süpermarketler'da 3 dolara satılması imkanını getiren yeni durum, rekabet ortamını farklı bir boyuta taşımıştır. Yüksek kültürün simgesi durumundaki Klasik Müziğin, tabana yayılan toplumun da kolay ulaşabildiği bir ürün şekline dönüştürülmüş olması, üzerinde olumsuz eleştiriler yapılmasına sebep olmuştur. Bu durum, kültürün ve bilincin ekonomik çıkarlar ve güç ilişkileri ile yeniden biçimlendirildiğinin göstergesidir. Bu anlatım, toplumsal üretimi ve pratikleri belirleyen başat faktörün kültür ve bilinç olmadığını, tam tersine, kültür ve bilinci ekonomik yapıların belirlediğini ancak geleneksel olarak var olan üzerinde belirgin etki yapmadığını fakat kendi çıkarına kullanımdan geçerek biçim değişikliğine uğrattığını göstermektedir.

*“Egemen olan etken, kültür veya dilsel yapı değil, bu yapıyı biçimlendiren, biçimlendiremediğini yönlendiren ve kontrol eden ekonomik düzen ve ilişkiler yapısıdır. Müziksel kültür ve dille konuşan toplum, müzik ile toplum arasında kurulan bu ilişkinin bedelini de ödemek zorundadır. Dolayısıyla, müziksel kültür, kültür biçimleri, bu biçimlerin birbirleriyle ilişkisi, kültürel sömürü ve emperyalizm incelenmesi gereken önemli alanlardır. Fakat bu sırada, herşeyin bilinçle ve kültürle yönetildiği, anlatmayla olan eğitimden geçerek bilinçlendirmeye ve kültürle, pazar mekanizmasının değişeceği savını sürme yanlışlığına düşmemek gerekir.”* (Erdoğan, İrfan, Müziğin ve Toplumsalın Üretimi: Müziğin Siyasi Ekonomisi, Kültürü ve İdeolojisi Üzerine Araştırma Gereği, sf.5)

Kapitalist kültürü ve yapıyı eleştirmek yerine, kitle kültürünü eleştiren bir müzik, veya bireyselliği vurgulayan karşıtlık müziği, tutuldukları andan itibaren “ana akım” denen egemen yapının içine bütünleşmekte veya bütünleştirilmektedir. Müzik alanında “kitle kültürü” eleştirisi, müzikte “yüksek kültür” tanımlaması ile karşı karşıya getirilirken, “devrimci” sınıflandırılması yapılan müzikler, kültürel marjinalite içine hapsedilmektedir. Heavy metal, rap, rhtm ve blues, gibi müzik biçimleri, alt seviyedeki kültür olarak nitelenmektedir. Bu durumda, herhangi bir seviyedeki egemenlik düzeni ve ilişkilerine karşıtlığı ifade eden bir müziksel ifade

biçimi -kültürel pratik- egemen ekonomik yapının bir parçası olarak kendi kendisiyle çelişkiye düşüyor veya çelişki ortadan kaldırılıyor olması hali de incelenmesi gerekli alanlardır.

Modern ve batılı bir düşünsel karaktere sahip olan uluslararası müzik üretim şirketleri ve İstanbul'daki temsilcilikleri, kendi kültürel yapılarına uygun olmayan isimlerin büyümesine kayıtsız kalabiliyor. Bir müziksel pratiğin ve temsil ettiği kültürün öne çıkarılması planında, önce küçültme –marjinalleştirme-, fakat sonradan kendi yapısı içinde fonksiyonel bir duruma getirilme hali, içinde bulunduğu pazarın amaçları ve bu amaçların gerçekleştirilmesi doğrultusundaki yönelimlere hizmet etme şeklidir. Bağımsız müzik yapımcılarının ve gruplarının, karşıt ürün kültürüne sahip olsalar bile, bir “isim” veya “marka” pratiğine bağlanma sistemiyle hareket etmeleri sonucunda, çeşitliliğin artması engellenmekte, dolayısıyla kaliteli ürün kültürünün gelişim veya dönüşüm olasılıklarını da zayıflatmaktadır. Sektörde isim ve marka konumundaki firmalarla çalışmayı seçmeyen müzik üreticileri ve gruplarının kendi iddiaları ötesinde kültürel, bilinç ve ideolojik konumları ve yaşama olasılıkları oldukça güç görülmektedir.

Sınıf bilinci çerçevesinde, tüketim kültürünü ve kendinden olmayanla kendini özdeşleştirerek, kendine ve kendi sınıfına karşı gelmeyi, tüketimi özgürlük ve demokrasinin ifadesi haline getirebilmeyi eleştiren müziksel ürünlerin olasılıklarını güçlendirme çabaları gerekli görünmektedir. Bunlar ve benzerleri ciddi bir şekilde araştırma bekleyen konulardır.

Müzik Kültürü ve Müzik Endüstrisi incelemek amacıyla birbirinden ayrılabilir; incelemek amacıyla herhangi biri tek olarak ele alınarak incelenebilir. Bu bilimsel girişim için oldukça normaldir. Fakat kültür ve endüstri birbirinden bağımsız iki varlık olarak ele alınırsa ciddi bilimsel yanlışlıklar ve yönlendirmeler ortaya çıkar. Benzer şekilde, eğer kültür ve kültürel pratikler ve özellikle müzik severlerin “zevkleri ve tercihleri” endüstriyi yönlendiren egemen faktörler olarak ele alınır ve kültür endüstrinin üzerine çökertilirse, ikinci önemli bir bilimsel hata yapılmış olunur. Müzik kültürü materyal üretimin ve bu üretimin materyal olmayan bilinç yönetimi mekanizmalarının ciddi bir oranda belirlediği ve yönettiği, bağımsız ve etken görünen, fakat aslında bağımlı bir yapıdır. Kültürden geçerek olan direniş, egemen bir iş yapış biçimine karşı olan, ve bu iş yapış biçiminin -üretim tarzı ve

ilişkilerinin- değişmesini arayan bir karşıtlıktır. Bu karşıtlığın var oluş nedeni, düşünce değil, var olan materyal ilişkiler düzenidir.

Müziksel yapının ve üretimin standartlaşması ve bunun hem endüstriyel yapıya yüklediği görev, hem de sanat kavramına getirdiği dönüşüm, oldukça önemli bir araştırma konusudur. Bir zamanlar sanatın sanat için mi yapıldığı tartışması, şimdi mekaniksel ve elektronik üretimin sanat olup olmadığı şekline dönüşmüştür. Sanatın sanat mı, emtia mı yoksa ikisi mi olduğu yönünde olması gereken yeni tartışma platformalarında, içerik ve stil ele alınan konular olmalıdır.

## 2.7. Türkiye’de 80’li Yıllarda Ekonomik Durum

1970’lerde yaşanan ekonomik kriz sonrasında, 1980’lerde ‘sosyal devlet’ anlayışının, özellikle Avrupa üzerinde belirgin etkileri görülmüştür. İngiltere’de Thatcher, Amerika Birleşik Devletleri’nde ise Reagan, devletin ekonomi üzerindeki etkisini azaltmak amacıyla, yeni resmi düzenlemelere gitmişlerdir. Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere merkezli bu yaklaşım, tüm dünyada etkili bir alana yayılmıştır. 1980’lerdeki bu değişim ‘yeni dünya düzeni’ olarak adlandırılmış ve ‘tarihin sonu’ tezi 1990’larda dağılmıştır.

1960 ve 1970’li yıllarda, dışa kapalı bir ekonomi ve içine kapanık bir politika ve kültür ortamı içinde, hırsları dünya görüşlerini aşan liderlerin sonsuz kavgalarının yarattığı kısır döngüye hapsolmuş bir Türkiye mevcut idi. 1980’li yılların başında Turgut Özal’ın, ilk önce bürokrasinin en üst kademesine tırmanması, hemen sonra da politika içinde yer alması ile ekonomi yepyeni bir boyuta kavuştu. Barış ve hoşgörü havası ile birlikte yenilik ve değişiklik rüzgarları esmeye başladı. Bu dönemde önemli bir kelime kazandırılırdı: Vizyon.

*“Vizyon kelimesi ‘görmek’ten geliyor ve özellikle, normal görme organlarının dışındaki melekelerimizle görmeyi kastediyor. Rüya, fantazi, trans, hayal de vizyonun tarifleri arasında... Şu anda yarını yaşamaktayız. Dönüşümler, çoğu kez, etkiledikleri toplumlar tarafından belli bir gecikme ile anlaşılabilir. Demek ki, yaşadığımız günlerin sosyal ve ekonomik dinamiklerini iyi hissedebilirsek, yarının kehanetini çok daha kolay yapabiliriz. Bunun yöntemi bilim değil; ama özellikle sosyoloji, ekonomi ve diğer çeşitli bilimlerden yararlanıyor. İşin öznel taraf ağır basıyor: Koku alma, hayal, spekülasyon, fantezi, vizyonun önemli parçaları. Bilmece çözer gibi, görünüşte ilgisiz parçacıkları yan yana getirip ortaya bir tablo çıkartmak gibi bir*

*çalışma gerektiriyor.” (Kozlu,Cem, Türkiye Mucizesi için Vizyon Arayışları ve Asya Modelleri, İş Kültür Yayınları, 2003, s.25, 26 )*

Eleştirilecek birçok yönü olan bu dönem, Türkiye’de ekonomide ve politikada farklı kurallara göre yönlenebiliyordu. Ülkemize ilk defa uluslararası kurallar getirilmiştir. Vizyon sahibi olmanın getirdiği gelişmeler, partilerdeki liderlik yarışlarında ve yapılan genel seçimlerde adaylar radikal, cesur ve perspektif sahibi olduklarını vurgulamak ihtiyacında oldular. Vizyon sahibi olmak anlamına gelen bu ihtiyaç, dünyaya açılmanın sonunda ortaya çıkmıştır. Kaynağı yabancı olan vizyon boyutlarının Türkiye’de uygulanmasının ne derece doğru olduğu bir kenara bırakılarak, ekonomik, politik ve sosyolojik kaynaklarla izi sürülebilecek, rakamlarla savunulabilecek sade bir model yaratmak uygun bir çözüm yolu olarak görülmektedir. Bu model kurulurken, sürekli olarak, başka ülkelerde sorulan ‘2000’li yıllar nasıl bir dünya olacak ve olmalı?’ sorularını cevaplamak gereği ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak da ‘Vizyon Savaşları’nın dünü ve bugününü incelemekle başlayan süreç, sanayi toplumundan hizmet ve bilgi toplumuna geçişi, kapitalizmin kendisini aşma çabalarını tespitiye götürmektedir.

Büyük küresel değişimin, özellikle ekonomik ve dış politika boyutlarına göz atarak, ilerlediğimiz yönü, daha iyi kavrayabiliriz sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu da demografik gelişmeler, çevre sorunları, etnik çatışmalar dünya barışını tehdit eden yeni unsurlar halinde karşımıza çıkmaktadır. Buradan hareketle de insana yatırım önem kazanmaktadır. Özellikle eğitimde bir patlama yaratmakla kendi içinde değer taşıyan bir toplumsal hedef, ülkenin en kıymetli kaynağını değerlendiren ve yücelten unsur, ekonomide verimi arttırıp, politikada da demokrasiyi güçlendiren bir etken olarak hayata geçirilecektir. Eğitimde baş rolü alan teknoloji de 2000’li yıllarda Türkiye’nin görüntüsünü olumlu ve olumsuz yönde en hızlı değiştirilebilecek bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır.

Kısaca çizilmeye çalışılan bu tabloda, bir ülkenin temel direği olarak karşımıza ‘insan’ faktörü çıkmaktadır. Toplumunu analiz ederken ekonomik bazlı hareket ettiğimizde de, sosyal disiplinlerle beraber hareket edilmesi gerekliliği açıkça görülmektedir. O halde dünyada yaşanan ekonomik dalgalanmaların gelişmekte olan bir ülke üzerindeki etkileri, dolayısıyla toplumun bireylerinin yaşadığı sorunları, geniş çerçevede ele almak gereklidir. Sadece Müzik Piyasasını ele almaya çalışmak,

ülke çapında geliştirilmesi gereken vizyon kavramının oluşturulmasında, yetersiz kalacağını göstermektedir.

## **2.8. Türkiye’de 80’li Yıllarda Müzik Endüstrisi**

1980’lerde ortaya çıkarılan ‘yeni dünya düzeni’ kavramı, Türkiye’de Turgut Özal “Orta Direk” ve “Orta Direk Altı” sınıflamalarıyla tanımladığı Türk Toplumuna, modern değerler olarak tanımladığı bir dizi değişikliği, medya aracılığı ile hızla benimsetmiştir.

Bir devlet televizyonu olan TRT, tek kanallı yayından çok kanallı yayına geçişi hızla gerçekleştirerek 24 saatlik yayın süresine kavuşturulmuştur. İlk ticari televizyon kanalı, 1990’larda gündeme gelmiş ve bu girişim, yasal olmayan radyo istasyonlarının ve televizyon kanallarının açılmasına fırsat tanımıştır. Özal döneminde desteklenen serbest piyasa ekonomisi ile teknoloji üzerine yapılan yatırımlar arttırılmış ve Türkiye’de kayıt sistemleri üzerine yapılan yatırımlar ve müzik enstrümanlarının ithalatı gelişme göstermiştir. Özellikle müzik yayınlarının – MTV- yaygınlaşması önemli bir gelişme alanı olarak gösterilebilir. Özal dönemi, serbest piyasa ekonomisi, Türkiye’de finansal hareketlilik sağlamış ve 1980-1990 yılları arasında dünyada yerini bulan küreselleşme akımı ile politik ve sosyal değişikliği de beraberinde getirmiştir.

*“Türk Hazine Bankası verilerine göre, yabancı finansal yatırımlar 1980’de 35 milyon dolar iken 1985 yılında 99 milyon dolar, 1990 yılında 684 milyon dolar, 1995 yılında 934 milyon dolar ve 2001 yılında 3.288 milyona yükselmiştir. Yabancı para paylaşımı sırasında Türkiye ekonomisi hızla yükselmiş ve bu durum Müzik Endüstrisi üzerinde de oldukça etkili olmuştur. Uluslararası şirketler, kooperatifler ile yerel şirketler güçlenmiştir. 1980’lerden sonra CBS-Uzelli Recording, EMI-Kent Müzik, Polygram-Raks Müzik, BMG-Balet Kayıtları gibi birliktelikler ortaya çıkmıştır. Türkiye’de Müzik Endüstrisi, IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) ile bağlantılıdır. 2001 verilerine göre, ülke ekonomisinin % 46’sını Müzik Endüstri’si paylaşmıştır ve Türkiye, Avrupa’da 6. sırada, dünyada 14. sırada yer almıştır.”* ([www.hazine.gov.tr](http://www.hazine.gov.tr))

## **2.9. Türkiye’de Müzik Endüstrisi Sonrası Müzik**

Sosyolog Simon Frith, müzik üzerine yaptığı çalışmalarda, endüstrileşmenin dinleyici ve müzik ilişkisi üzerinde olumsuz etkilerini gözlemlemiştir. Frith, üretici ve tüketici benzerliğinden yola çıkarak dinleyici ve müzisyen arasında var olan doğal



ilişkinin, ‘Müzik Endüstrisi’ ile bozulduğunu, yerini mekanik bir ilişkiye bıraktığını belirtmektedir. Frith’e göre, müzik, mekanik olarak üretilir ve para kazanma aracı olarak sunulur. Dinleyici bu sentetik müziğe alışır. Bu durum, standardizasyon ve monotonluk olarak sonuçlanır. Frith’in bu fikirleri, Adorno ve Horkheimer’in öne sürdüğü ‘culture industry’ yaklaşımını temel alıyor görünmektedir. ‘Monopoly Rules Culture’ olarak tanımlanan, yani herşeyin standart olduğu, bireyselliğin talep edildiği, standartlaşmanın korunduğu bir durumdur. Üretim bazlı bakıldığında, popüler müzik kavramı merkeze oturmaktadır.

Türkiye’de müzik endüstrisi, 1980’lerde IMÇ’de -İstanbul Manifaturacılar Çarşısı- anılmaya başlamış ve uzun süre, 1990’lara değin aktif olarak sürdürülmüştür. Bu süreç içinde birçok albüm yüksek sayılarda satılmış ve yeni popüler şarkıcılar pazarda yerini almıştır. Bu şarkıcıların hepsi Türkiye’nin gençleridir ve bu gençlerle birlikte sergilenen imaj Türkiye’nin modern ve şehirli kimliğidir. Batılı imaj benimsenirken ‘imaj maker’ kavramı çerçevesinde farklı imajlar yaratılarak, tüketim toplumunun sahip olduğu objelere yer vermek, depresif görüntü sunmak gibi batılı şarkıcı şekilleri olmuştur. Şarkıyı iyi söylemenin yanında güzel/yakışıklı, yaratıcı, seksi ve ilgi çekici olmak gereklidir. Endüstrileşme yaygınlaşan batı etkileşimi, müziğin şekline de yansımıştır. Bilinen şarkılara ritimler, tecno-disco ses yöntemleri ile eklenerek yeni melodiler oluşturulmuştur. Bu müzik türünü iki ana başlık altında toplamak mümkündür: Birinci grupta, içerik olarak arabesk şarkılara benzeyen acılı aşk konusu işlenmiştir; yaşanan hayatın problemleri, karşılıksız ya da hastalıklı aşklar. İkinci grupta ise anlamsız kelimelerle yaratılan lirik format sözkonusudur; ritm ve ciddi bir şey anlatmayan sözler.

Sonuç olarak, tüketim kültürünün toplum üzerindeki etkisi, sosyal sınıf, cinsiyet ve politik duruş gibi, toplumsal farklılaşma alanları açısından değişiklik göstermediği şeklindedir. Yani, bir anlamda toplumsal ve bireysel ihtiyaçlar ve tercihler konusunda, tüm eşitsizlik alanlarını parçalayıp, yaşam alanlarını tek tipleştirdiği ve ortak bir küresel tüketim ideolojisi altında topladığı gerçeği, günümüzde tartışılması gerekli önemli sorunlardan biridir.

İletişim kuramcısı Postman, MÖ. 5. yüzyılda, Atinalılar’ın sözlü kültürden, alfabeye dayanan yazılı bir kültüre geçtikleri zaman ilk büyük krizle karşılaştıklarını yazmıştır. Avrupa eğitim tarihinde yaşanmış ikinci büyük kültürel krizin de 16.yüzyılda matbaanın gelişmesi sonucunda Avrupa’nın köklü dönüşümler geçirdiği

dönemlerde ortaya çıktığını vurgulamıştır. Postman'a göre üçüncü kriz, 1950'li yılları takiben gerçekleşen elektronik devrimi sonrasında ve bilhassa televizyonun icadı neticesinde ortaya çıkmış ve günümüzde de yaşanmakta olan süreçtir.

Televizyonun Amerikan toplumunun yaşamına girmesiyle, kitabın yerini almış olması, düşünce ve yorum merkezli bir hayatı, hızla seyir ve eğlence merkezli bir hayata dönüştürmüştür. Siyasetin, dinin, eğitimin, sanatın, acının, dehşetin, aşkın, şiddetin, eğlencelik olarak sunulduğu bir dünyada, toplumun kendisine ve dünyaya yabancılaşmasının önüne geçilmesi gerekliliği doğmuştur. Kitabın önemli olduğu dönemlerde var olan, yazılı iletişimin, nitelikli bir kamusal söylemin oluşturulmasında etkin rol oynadığı, düşünmeyi derinleştirdiği, ciddilik, tutarlılık, süreklilik ve bütünlük gibi kavramları ve değerleri yaşama imkanı sağladığı görülmüştür. Günümüz toplumları, bilhassa televizyonun ve daha sonraları da internetin icat edilmesinden sonra görsel kültürün, gösteri kültürünün etkisi altında bu önemli özelliklerinden yoksun bırakılmışlardır. Daha çok hızlı tüketimin ve süreksizliğin, kalıcı olmayan ürünlerin ve buna dayalı insan ilişkilerinin ortaya çıkardığı bir toplumsal ve ekonomik dönüşümün ürünü olarak, insanı nesneleştirmekte ve düşünceyi, anlamayı, eleştiriyi, yorumu ve buna dayalı entellektüel üretimi engellemektedir.

Ekonomisi ve siyasal yapısı güçlü ülkelerin kültürel tekelleri karışısında, siyasal gelişmelerini tamamlayamamış toplumların, tüketici kültürlerin küreselleşmesi ile savruluyor olması bugünün gerçeğidir. Toplum ve kapitali yönetenlerin, modernizm kuramları doğrultusundaki yaklaşımları, iletişim kırılmaları yaşatarak toplumların birbirlerine ya da kendilerine yabancılaşmalarına sebep olmakta, fakat aynı oranda da aynılaşmaktadır. Çünkü, ulusal düzeyde dünyadan bağımsız siyasal ve ekonomik karar almak giderek zorlaşmaktadır.

Aynı şekilde müzik de bestelerin üretimi, sonra icrası, en sonunda da dinleyici kitlesinin beğenisine sunulması şeklinde ele alınmaya başlandıktan sonra, ekonomi dünyası ile doğrudan ilişkili hale gelmiştir. Müzik bu anlamda uçucu bir düşünce, biter bitmez geçmişe gömülen bir deneyim olmaktan çıkmış, kalıcı hale getirilmiştir. Kapitalizmin temel ilkelerinden olan emeğin bir şeyle değiştirilmesi gerçeği, emeğin stoklanmasına yol açmıştır. Artık herşey üretim olarak değerli, ancak ürünün niteliği olarak sıradanlaştırılmıştır. Endüstrileşme ile beraberinde gelen bu şekil, medya toplum ilişkisine yeni boyut kazandırmış, günümüzdeki teknolojik gelişmelerle

bireysel zevklerin daha mükemmel biçimde tatmin edilmesini sağlamış, dolayısıyla toplumların yaşama şekilleri daha basite indirgenmiştir.

### 3. STRATEJİK PAZARLAMA PLANI

Çalışmamızı bilimsel temellere dayandırabilmek için seçtiğimiz yol, var olan bir model üzerinden hareket etmektir. Bu bölümde stratejik pazarlama planının nasıl yapıldığına dair bilgi sunulmaktadır. Devlet Planlama Müsteşarlığı tarafından kamu idareleri için hazırlanan stratejik planlama örneğinden yararlanılmıştır.

#### 3.1. Stratejinin Tanımı

Stratejik pazarlama planı adı altında ifade edilmeye çalışılan konu, stratejik plan ile pazarlama planının bir bütün olarak ele alınmaya çalışılmasıdır. Bu süreçte, organize ve disiplinli bir yaklaşım ile çözüm üretilecek konu ele alınır ve yaratıcılık serbest bırakılarak gelişme kaydedilir.

Strateji kelimesinin anlamı, şöyle tanımlanabilir: “ 1. Bir amaca varmak için eylem birliği sağlama ve düzenleme sanatı. 2. Bir ulusun ya da uluslar birliğinin savunmasında askeri, siyasi, ekonomik ve manevi güçleri bir arada kullanma ve düzenleme sanatı.” (Türk Dil Kurumu, Türkçe Sözlük, Bilgi Yayınevi, 1974,Ankara)

Strateji, ürünün benzersiz kılınması ile yaratılan farklılığın, potansiyel kitle üzerinde etkin kılınması için yapılan bir sanattır. Bu süreç içinde pazarlama alanından yararlanır. Ürün üzerinde yaratılan farklılık, pazarlama tekniklerinden yararlanarak tüketiciye ulaştırılır ve satış oranlarının artması yani talebin artması sağlanır. İyi geliştirilmiş bir iş stratejisinin yüksek rekabet ortamında başarıya ulaşabilmesi, çalışmaların pazarlama alanı ile birleştirilmesi ile mümkündür.

Strateji, bir diğer şekilde şöyle tanımlanmaktadır: “*Büyük çaplı askeri operasyonları planlama ve yönetme bilimi. Kuvvetlerin, düşmanla gerçek bir karşılaşma için, ondan önce davranarak, en avantajlı konuma yerleştirme bilimi.*” (Webster’s New World Dictionary. )

Bu tanımlamadaki askeri yaklaşımda, rakipler arasında elde edilecek en avantajlı konum, önce savaş alanının incelenmesi, kavranması ve çevresinde manevralar yapılması halinde gerçekleşecektir. Bir ürün ya da hizmetin pazarlamasında savaş alanı, müşterilerin ve müşteri adaylarının zihnindedir.

Savaş alanı kavramında ifade edilmek istenen, ürün ve hizmet çeşitliliği ve bu çeşitliliğin teknoloji ile tüketiciye hızla ulaştırılabilirliği olmasından kaynaklanmaktadır. Son 10 yılda iş dünyasındaki en önemli değişiklik, hemen her

kategoride ürün ve hizmet tercihlerinin şaşırtıcı ölçülerde çoğalması olmuştur. 1950’lerde bir araba almak GM, Ford, Chrysler ya da Amerikan Motors’un modellerinden birini seçmek anlamına geliyorken, bugün GM, Ford, Daimler Chreysler, Toyota, Honda, Volkswagen, Fiat, Nissan, Mitsubishi, Renault, Suzuki, Daihatsu, BMW, Hyundai, Daiwa, Mazda, Isuzu, Kia, ve Volvo arabaları arasından seçim yapmak demektir. Günümüzde müthiş rekabet ortamında pazarı yönlendiren unsur, “tercih”tir. Çok alternatife sahip olunan bir ortamda yapılan en küçük hatalar bile, rakiplere bir şans tanımaktadır. Ve elbette ki hemen her şeyin hızlanması şeklinde devam edecek olan gelecekte, daha ağır şartlar sözkonusudur.

Strateji geliştirilirken üzerinde yoğunlaşılması gereken temel unsur müşteri adaylarının zihinlerinde farklılaştırmayı sağlamaktır. Rakiplere karşı en avantajlı konumu yakalamak önemlidir. Belirlenen stratejilerin başarılı ya da başarısız olması, konumlandırma sürecindeki farklılaştırmayı sağlayan en önemli 4 unsurun ne ölçüde anlaşıldığına bağlıdır:

### **1. Zihin Kapasitesi**

Harvard Üniversitesi’nden psikolog George A. Miller’e göre ortalama insan zihni bir anda yedi birimden fazlasını aklında tutamaz; hatırdaki tutulması istenen listelerde yedi rakamının gözde olması bu yüzdendir. Bu durumda, ürün patlaması ile karşı karşıya kalan insan zihni, ürünleri ve markaları sınıflandırarak, algılamayı gerçekleştirmeye başlamıştır. Yeni bir ürün eski ile ilişkilendirilmedikçe, yeni ve farklı olana yer bulamaz. Örneğin, ilk otomobile ‘atsız araba’ denmesi ile insanların bildikleri bir ulaşım aracına ilişkilendirme yapılarak konumlandırılması sağlanmıştır. Ürünün ne olduğundan çok ne olmadığını söylemek zihinde çok daha iyi etki bırakmaktadır. Algılamada önemli bir haber verileceği düşünüldüğünde dikkatle dinleme ön plana çıkar ve böylelikle zihin, sunulan ürüne ayrıcalık tanımayı seçer.

### **2. Bellek Etkisi**

Kolombiya Üniversitesi Nörobilim ve Davranış Bilimleri Merkezi’nden bir bilimci “*Öğrenmek, insanoğlu ile hayvanın yeni enformasyon edinme yoludur, ‘bellek’ ise, bu enformasyonu uzun süre elde tutmanın yoludur.*” demektedir. Carnegie Mellon Üniversitesi’nde bellek öğrenimi görmüş olan deneysel psikolog Lynne Reder, “*Bellek yalnızca telefon numaralarını akılda tutma yeteneğinden ibaret değildir. Daha çok düşünce işlem süresinin her bir cephesinde kullanılan dinamik bir sistemdir. Belleği görmek için kullanırız. Çevrede yolumuzu bulmak için kullanırız*”

şeklinde açıklama yapmıştır. Bu tanımlamalardan yola çıkarak, insan zihninin bir sorun üzerinde nasıl düşünmesi gerektiğini bulmanın önemli olduğu söylenebilir. Bilgi verilirken ya da alınırken karmaşıklık terk edilerek, basitlik ön plana çıkarılmalıdır.

### **3. Sosyal Kanıt İlkesi**

Psikolog Robert Settle ile Pamela Alreck'in "Why They Buy?" adlı kitaplarında, insanların bir ürünü niye satın aldıkları, niçin belli bir davranış sergiledikleri konusunda akılcılığa değil, duygusallığa yatkın hareketler sergilediklerini belirtmektedirler. İnsanların çoğunlukla gerçekte kendilerini yönlendiren güdülerini tam olarak bilemedikleri ifade edilmektedir.

İnsanların neden toplulukla beraber hareket ettiği konusunda en ilginç çalışmalardan birisi Robert Cialdino'ya aittir. Cialdino 'Sosyal Kanıt İlkesi'nden güçlü bir etkileme silahı olarak söz etmektedir: Sosyal kanıt ilkesi, bizim neyin doğru olduğuna, başka insanların neyin doğru olduğuna inandığını bularak karar verdiğimizizi belirtir. Bu ilke, özellikle doğru davranışı oluşturan şeyin ne olduğuna karar verme şeklimiz için geçerlidir. Biz, belli bir durumda bir davranışı, başkalarının aynı şeyi ne ölçüde yaptığını bakarak, doğru ya da yanlış sayarız. Bir eylemi, başkalarının da aynı şeyi yapması durumunda uygun görme eğilimi normalde iyi işler. Genel kural olarak sosyal göstergeye uygun hareket ederken, ona ters hareket etmemiz halindeki oranla daha az hata yaparız. Genellikle, birçok insan aynı şeyi yapıyorsa, doğru olan onu yapmaktır.

Sosyal kanıt ilkesinin bu özelliği onun, hem başlıca gücü hem de başlıca zayıf yanıdır. Başka etkileme silahları gibi bu ilke de davranış tarzımızı belirlemede elverişli kestirme bir yol sunar, ama aynı zamanda bu yolu kullanan kişiyi yol boyunca pusuya yatmış fırsatçıların saldırılarına hedef de yapabilir.

Pazarlama yöntemlerinde yer alan 'örnek gösterme', insan zihninin bu özelliği dikkate alınarak ortaya çıkarılmıştır. Kendisinden emin olmayan zihin, duygusal olarak etkilenmeye başlar: Beğeni ya da deneyim açısından üstün görülen kimseleri taklit etme duygusunu hazırlayan, gösteriş, kıskançlık ve dışlanma korkusu 'sürü psikolojisi' ile hareket edilmesini sağlamaktadır.

### **4. Değişme Direnci**

Araştırma kuruluşu McCollum Spielman, 6000 kadarı 10 ayrı kategorideki yeni ürünlere ait, 22.000'den fazla televizyon reklamını, 23 yıl süreyle test etmiş. Yeni

markaları yerleşik markalarla karşılaştırırken, daha büyük bir ikna yeteneğine ve bir tutum değişikliğine, ilaçtan meşrubata ve kişisel temizlik malzemelerine kadar bu 10 kategoriden yalnız birinde- evcil hayvan ürünleri- tanık olmuşlardır. Öne çıkan sonuç, eskiden beri rahat hissedilen ürünlerin tercih edilmesi olmuştur.

Messachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde öğretim üyeliğinden danışmanlığa geçen Michael Hammer The Reengineering Revolution-Değişim Mühendisliği adlı kitabında insanların değişime karşı içten gelen direnişlerini, *“yeniden yapılanmanın en hayret verici, en sıkıcı, rahatsız edici ve kafa karıştırıcı kısmı”* olarak tanımlamaktadır. Michael Hammer, The Reengineering Revolution-Değişim Mühendisliği, Attitudes and Persuasion-Tutumlar ve İkna adlı kitaplarında Richard Petty ve John Cacioppo, zihinleri değiştirmenin neden zor olduğunu şöyle açıklamaktadırlar: *“Enformasyon teorisinin bakış açısından inanç sistemlerinin doğası ve yapısı önemlidir, çünkü inançların bir tutumunun bilişsel temelini oluşturduğu düşünülür.*

*Öyleyse bir tutumu değiştirmek için büyük bir olasılıkla bu tutumun dayandığı enformasyonu değişikliğe uğratmak gerekir. Bu yüzden genel olarak kişinin inançlarını değiştirmek, eski inançları ortadan kaldırmak ya da yeni inançları devreye sokmak gerekir.”* (Petty, Richard&Cacioppo,John, Attitudes and Persuasion-Tutumlar ve İkna, pg.44)

The Handbook of Social Psychology-Sosyal Psikoloji El Kitabı, tutumları değiştirmenin ne kadar güç olduğu görüşünü pekiştirmektedir: *“Tutumları değiştirmeye yönelik her programın önünde aşılması güç sorunlar vardır. Bu açıdan bakıldığında psikoterapi gibi son derece gelişkin ve yoğun bir yöntemle bile bir insanın temel inançlarını değiştirmenin ne kadar zor olduğu görülür. Aynı zamanda bazı tutumları değiştirmede etkili olan yöntemlerin başka tutumlar üzerinde neden çok az etki gösterdiği anlaşılır hale gelir.”* (The Handbook of Social Psychology-Sosyal Psikoloji El Kitabı,sf.58)

Gerçeğin bu konular üzerinde farklı bir etkiye sahip olması ise durumu daha da zor olması ile sonuçlandırır: *“İnsanların şaşkırtıcı derecede geniş bir konu yelpazesine ilişkin belirli tutumları vardır. Sözgelimi Moğollar gibi haklarında çok az şey bildikleri konularda ya da uzayda hayat gibi günlük yaşamlarıyla son derece ilgisiz konularda bile neden hoşlandıklarını –ya da özellikle hoşlanmadıklarını- iyi*

*biliyor görünürler” (The Handbook of Social Psychology-Sosyal Psikoloji El Kitabı,sf.70)*

“Pazarlamanın Değişmez 22 Yasası” adlı kitapta, ürün yelpazesinin genişletilmesi bir tuzak olarak nitelendirilmektedir. Yine Harvard Business Review-Kasım/Aralık 1994 dergisinde *“Denetimsiz ürün hattı genişletme bir markanın imajını zayıflatabilir, ticari ilişkilerini zedeleyebilir ve maliyet artışlarını gözlerden gizleyebilir”* endişesi dile getirilmektedir.

Sonuç olarak strateji tanımlaması yapılırken ortaya çıkan görüş farklılıkları, esas olarak bakış açısından kaynaklanmaktadır. Şirketler markalarına ekonomik bakış açısından bakarlar: Şirketler maliyet verimliliği ve ticari başarı elde edebilme amacıyla, odaklanma politikalarında hatalı yaklaşımlarda bulunabilirler. Son derece iyi odaklanmış bir ürünün markalaşması yolunda, diğer üretilen ürünlerinde lanse edilmesi, hedeflenen ürünün markalaşmasının başarısını engellemektedir. Oysa pazarlama konusuna zihnin bakış açısından yaklaşmakta fayda vardır. Ürüne ne kadar çok çeşitleme eklenirse, zihnin odak noktası o kadar yitirilir. Ürünün bir marka imajı ile nitelendirilmesi sürecinde, gerçek olanın algılama olduğu temel olarak kabul edilmelidir.

### **3.2. Stratejik Planlamanın Önemi**

Genel olarak yönetimlerde mali ve idari sorunlar dikkate alındığında, yapılan faaliyetlerin planlı bir şekilde yerine getirilmesi giderek önem kazanmaktadır. Reform yapılacak alanlarda, makro düzeyde bütçe hazırlama ve uygulama sürecinde mali disiplini sağlamak, kaynakları stratejik önceliklere göre dağıtmak, bu kaynakların etkin kullanılıp kullanılmadığını izlemek ve bunun üzerine kurulu bir hesap verme sorumluluğu geliştirmek temel başlıklar olarak ortaya çıkmaktadır.

Farklı disiplinlere bağlı olarak hareket etmekle yükümlü olan idarelerin, planlı hizmet sunumu, politika geliştirme, belirlenen politikaları somut iş programlarına ve bütçelere dayandırarak, uygulamayı etkili bir şekilde izleme ve değerlendirmeye yönelik harekette ‘stratejik planlama’ temel araç olarak benimsenmelidir. Stratejik planlama, planlanan yönetimde mali yönde etkin bir duruş kazandırırken, kurumsal kültür ve kimliğin gelişimine ve güçlenmesine de destek sağlayan bir unsurdur.

Ulusal düzeydeki kalkınma planları ve stratejiler çerçevesinde hazırlanacak olan stratejik planlar; programlar, sektörel ana planlar, bölgesel planlar ve il gelişim

planları ile birlikte genel olarak planlama ve uygulama sürecinin etkinliği artırılarak, kaynakların rasyonel kullanımına katkıda bulunulacaktır.

### **3.3. Kamuda Stratejik Planlamanın Hukuki Çerçevesi**

10/12/2003 tarih ve 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununda yer alan stratejik planlamaya ilişkin hükümler 01/01/2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 5018 sayılı Kanunda stratejik plan; *“Kamu idarelerinin orta ve uzun vadeli amaçlarını, temel ilke ve politikalarını, hedef ve önceliklerini, performans ölçütlerini, bunlara ulaşmak için izlenecek yöntemler ile kaynak dağılımlarını içeren plan”* olarak tanımlanmaktadır. (Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Kamu İdareleri İçin Stratejik Planlama Klavuzu, sf.16)

Kanunda, kamu idarelerine kalkınma planları, programlar, ilgili mevzuat ve benimsedikleri temel ilkeler çerçevesinde geleceğe ilişkin misyon ve vizyonlarını oluşturmak, stratejik amaçlar ve ölçülebilir hedefler saptamak, performanslarını önceden belirlenmiş olan göstergeler doğrultusunda ölçmek ve uygulamanın izleme ve değerlendirmesini yapmak amacıyla katılımcı yöntemlerle stratejik plan hazırlama görevi verilmiştir.

*“5018 sayılı Kanunun yanı sıra 5393 sayılı Belediye ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunları ile nüfusu 50.000’in üzerindeki tüm belediyeler, stratejik plan hazırlamakla yükümlüdür. Ayrıca 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ile il özel idarelerine de stratejik planlama yükümlülüğü getirilmiştir.”* (Kamu İdareleri İçin Devlet Planlama Teşkilatı Stratejik Planlama Kılavuzu, sf.17)

Kanuna göre belediye başkanı, mahalli idareler genel seçimlerinden itibaren altı ay içinde, kalkınma planı ve programı ile varsa bölge planına uygun olarak stratejik plan ve ilgili olduğu yıl başından önce de yıllık performans programı hazırlayıp belediye meclisine sunmakla yükümlüdür. Stratejik plan, varsa üniversiteler ve meslek odaları ile konuyla ilgili sivil toplum örgütlerinin görüşleri alınarak hazırlanacak ve belediye meclisi tarafından kabul edildikten sonra yürürlüğe girecektir. Nüfusu 50.000’den az olan belediyelerde stratejik plan yapılması zorunlu değildir. Stratejik plan ve performans programı bütçenin hazırlanmasına esas teşkil edecek ve belediye meclisinde bütçeden önce görüşülerek kabul edilecektir.

*“5302 sayılı Kanunda, il genel meclisinin görevleri arasında stratejik planı görüşmek ve karara bağlamak bulunmaktadır. İl encümeninin görevlerinden biri, stratejik planı inceleyip il genel meclisine görüş bildirmektir. Valinin görevlerinden*



*biri de il özel idaresini stratejik plana uygun olarak yönetmektedir.” (Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Stratejik Planlama Kılavuzu, sf.18)*

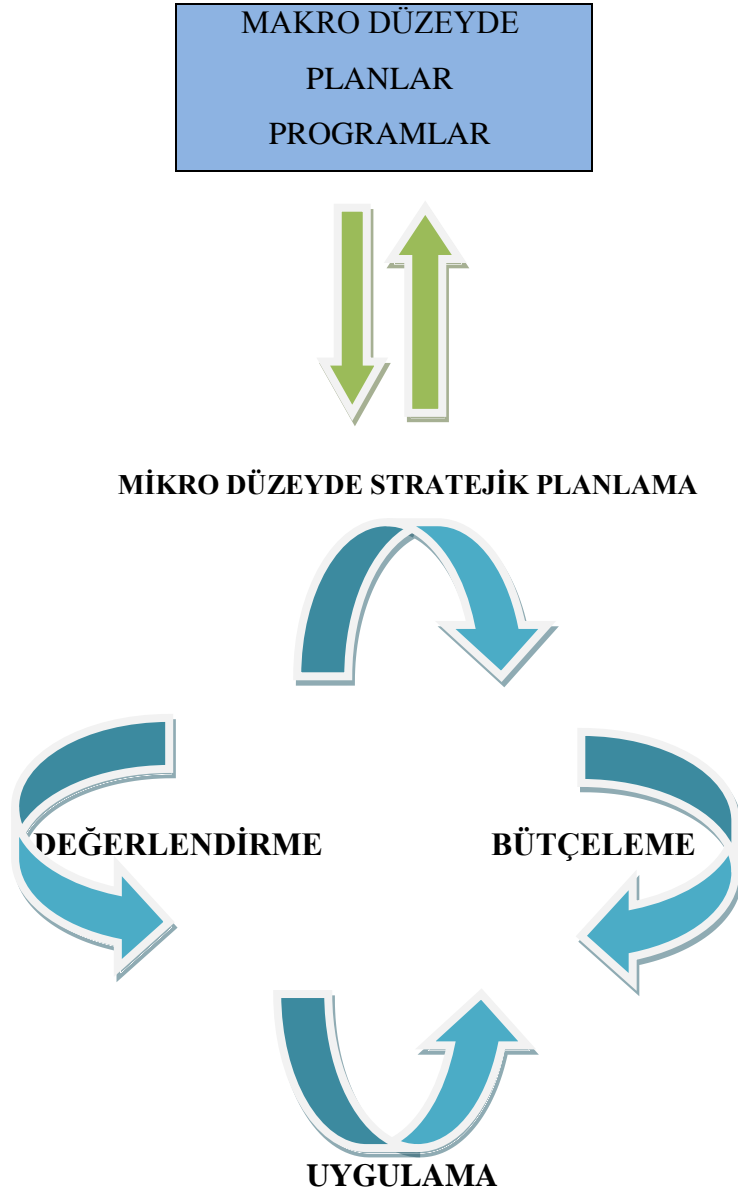
Kanuna göre vali, mahalli idareler genel seçimlerinden itibaren 6 ay içinde, kalkınma planı ve programları ile varsa bölge planına uygun olarak stratejik plan ve ilgili olduğu yılbaşından önce de yıllık performans planı hazırlayıp il genel meclisine sunmakla yükümlüdür. Stratejik plan, varsa üniversiteler ve meslek odaları ile konuyla ilgili sivil toplum örgütlerinin görüşleri alınarak hazırlanacak ve il genel meclisinde kabul edildikten sonra yürürlüğe girecektir.

*“5018 sayılı Kanunda, stratejik plan hazırlamakla yükümlü olacak kamu idarelerinin ve stratejik planlama sürecine ilişkin takvimin tespitine, stratejik planların kalkınma planı ve programlarla ilişkilendirilmesine yönelik usul ve esasların belirlenmesine Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı yetkili kılınmıştır. Bu çerçevede hazırlanan ‘Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’ 26 Mayıs 2006 tarihli Resmi Gazetede yayınlanmıştır.” (Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, İdari Yönetimler İçin Hazırlanan Stratejik Planlama Kılavuzu, sf.18)*

#### **3.4. Stratejik Planlamanın Amacı ve Kapsamı**

Stratejik Planlama’da mikro düzey kurumun iç işleyişinin düzenlenmesi, makro düzey ise kuruma yönelik planlar ve programların oluşturulması olarak tanımlanabilir. Hazırlanacak stratejik planlar, kaynakların stratejik önceliklere göre dağıtılması hususunda makro, sektörel ve bölgesel kriterler ile birlikte yönlendirici belgeler olma özelliğindedir. Bu çerçevede şekil 1’de mikro düzeyinde stratejik planlama süreci ile makro planlama arasındaki ilişki gösterilmektedir.

Makro düzeyde ele alınması gereken planlar ve programlar, mikro düzeydeki unsurlar ile çift yönlü ilişki halinde konumlandırılmalıdır. Örneğin, bütçeleme ile planlama ilişkisinde, önce bütçeleme yapıp, planlamasına geçilebileceği gibi planlama yapıldıktan sonra bütçe çıkarılması da mümkündür.



Tablo 1. Stratejik Planlama-Makro Planlama İlişkisi

Stratejik Pazarlama Planında şekilde belirtildiği üzere, makro düzeyde yapılacak tespitler ile stratejik planlama ‘stratejik yönetim döngüsü’ olarak bir bütün olarak ele alınmaktadır.

STRATEJİK	YÖNETİM	SÜRECİ
Neredeyiz	DURUM ANALİZİ	. Plan Ve Programlar . Paydaş Analizi . SWOT Analizi
	MİSYON	. Kuruluşun Varoluş Gerekçesi . Temel İlkeler
Nereye Ulaşmak İstiyoruz	VİZYON	. İstenilen Gelecek
	AMAÇLAR VE HEDEFLER	. Orta Vadede Ulaşılabilecek Amaçlar . Ölçülebilir Hedefler
Nasıl ulaşabiliriz	STRATEJİLER	. Amaç Ve Hedeflere Ulaşma Yöntemleri
	FAALİYETLER VE PROJELER	. Detaylı İş Planları . Maliyetlendirme . Performans Programı . Bütçeleme
Nasıl Takip Eder Ve Değerlendiririz	İZLEME	. Raporlama . Karşılaştırma
	PERFORMANS ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	. Geri Besleme . Ölçme Yöntemlerinin Belirlenmesi . Performans Göstergeleri . Sonuçların Değerlendirilmesi

Tablo 2. Stratejik Yönetim Süreci

Daha basit bir şekilde ifade edilirse; neredeyiz sorusu ile başlanmakta, nereye gitmek istendiği belirlenmekte, bugünden arzu edilen geleceğe hangi yolla veya nasıl gidileceği ortaya konulmakta ve son aşamada başarı ölçülmektedir. Stratejik yönetim yaklaşımının temel adımları Şekil 2’de gösterilmektedir. Burada ‘Stratejik Planlama’ kavramı geniş anlamda ele alınarak ‘Stratejik Yönetim’ sürecinin bütünü kapsayacak şekilde düzenlenmektedir.

Stratejik Planlama Kavramı 4 basit ifade ile sınıflandırılarak, alt başlıklarının tanımlaması yapılmaktadır. Birinci bölümde ‘neredeyiz’ sorusuna cevap aramak üzere kuruluş içi ve dışı etkenlerin incelenmesine yönelik durum analizinin genel çerçevesi verilmektedir. İkinci bölümde, ‘nereye gitmek istiyoruz’ sorusu çerçevesinde kuruluş için misyon, vizyon, değerler, amaç, hedef ve stratejilerin belirlenmesi konusunda temel kavram ve yaklaşımlar anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde, ‘nasıl ulaşabiliriz’ sorusu kapsamında uygulama stratejisi geliştirme konusu işlenmektedir. Belirlenen hedefler doğrultusunda temel faaliyet ve projelerin şekillendirilmesi ve stratejik planın bütçe süreci ile ilişkisi ele alınmaktadır. Son bölümde ise, ‘başarımızı nasıl takip eder ve değerlendiririz’ sorusuna yönelik olarak izleme ve değerlendirme faaliyetlerinin sistematik bir şekilde yürütülmesi konusunda bir çerçeve sunulmaktadır.

### **3.5. Stratejik Planlamanın Tanımı**

*“Stratejik plan, kurum ve değişen ‘Pazar Fırsatları’ arasında stratejik bir uyum geliştirmek ve korumak için gerekli yönetsel süreç olarak tanımlanmaktadır”.*  
(Principle of Marketing, Kotler&Armstrog, 1996, pg.34)

Başka bir deyişle stratejik plan, belirli bir amacı gerçekleştirmek için tasarlanan uzun dönemli bir eylem planı olarak tanımlanabilir. Sektör içinde bir ürünün en iyi düzeyde yer alması tümüyle doğru stratejiyi bulmakla ilgilidir. Çünkü strateji, serbest piyasa ekonomilerinde, rekabetçi yaklaşımı belirleyen, üretim planlamasını dikte eden, ne üzerine odaklanılacağını söyleyen bir unsurdur.

Stratejik Planlama, kuruluşun bulunduğu nokta ile ulaşmayı arzu ettiği durum arasındaki yolu tarif eder. Kuruluşun amaçlarını, hedeflerini ve bunlara ulaşmayı mümkün kılacak yöntemleri belirlemesini gerektirir. Uzun vadeli ve geleceğe dönük bir bakış açısı taşır. Kuruluş bütçesinin stratejik planda ortaya konulan amaç ve hedefleri ifade edecek şekilde hazırlanmasına, kaynak tahsisinin önceliklere dayandırılmasına ve hesap verme sorumluluğuna rehberlik eder.

Bu çerçevede stratejik planlama:

- Sonuçların planlanmasıdır; girdilere değil, verilen hizmetler ile elde edilecek sonuçlara odaklıdır.
- Değişimin planlanmasıdır; değişimin istenilen yönde olabilmesini sağlamaya gayret eder ve değişimi destekler. Dinamiktir ve geleceği yönlendirir. Düzenli olarak gözden geçirilmesi ve değişen şartlara göre uyarlanması gerekir.
- Gerçekçidir; arzu edilen ve ulaşılabilir bir geleceği resmeder.
- Kaliteli yönetimin aracıdır; disiplinli ve sistemli bir şekilde, bir kuruluşun kendisini nasıl tanımladığını, neler yaptığını ve yaptığı şeyleri niçin yaptığını değerlendirmesi, şekillendirmesi ve bunlara rehberlik eden temel kararları ve eylemleri üretmesidir.
- Hesap verme sorumluluğuna temel oluşturur; sonuçların nasıl ve ne ölçüde gerçekleştirildiğinin izlenmesine, değerlendirilmesine ve denetlenmesine temel oluşturur.
- Katılımcı bir yaklaşımdır; stratejik planlama sürecinin kuruluşun en üst düzey yetkilisi tarafından tam olarak desteklenmesi şarttır. Bununla beraber, ilgili tarafların, diğer yetkililerin, idarecilerin ve her düzeydeki personelin katkısı, ortak çabası ve desteği olmaksızın, stratejik planlama başarıya ulaşamaz.

Diğer yandan Stratejik Planlama:

- Günü kurtarmaya yönelik değildir; uzun vadeli bir yaklaşımdır.
- Bir şablon değildir; kuruluşların farklı yapı ve ihtiyaçlarına uyarlanabilen esnek bir araçtır.
- Salt bir belge değildir; stratejik planın hazırlanması, gerçekleştirilmesi için yeterli değildir. Planın sahiplenilmesi ve eyleme geçirilmesi gerekir. Asıl olan stratejik planlama sürecidir.
- Sadece bütçeye dönük değildir; stratejik planlama sürecinde kaynak kısıtları dikkate alınmakla beraber, yıllık bütçe ve kaynak taleplerinin stratejik planları şekillendirmemesi; stratejik planın bütçeyi yönlendirmesi gereklidir.

Özetle, stratejik planlama dört temel sorunun cevaplandırılmasına yardımcı olan bir süreçtir:

‘NEREDEYİZ’ sorusu, iç ve dış ortamın kapsamlı bir biçimde incelenmesini ve değerlendirilmesini içeren durum analizidir.

‘NEREYE GİTMEK İSTİYORUZ’ sorusu, varoluş nedeninin öz bir biçimde ifade edilmesi anlamına gelen misyon; ulaşılması arzu edilen geleceğin kavramsal, gerçekçi ve öz bir ifadesi olan vizyon; kuruluşun faaliyetlerine yön veren ilkeler; ulaşılması için çaba ve eylemlerin yönlendirileceği genel kavramsal sonuçlar olarak tanımlanabilecek amaçlar ve amaçların elde edilebilmesi için ulaşılması gereken ölçülebilir sonuçlar anlamına gelen hedeflerin ifadesidir.

‘NASIL ULAŞABİLİRİZ’ sorusu, amaçlar ve hedeflere ulaşmak için takip edilecek yollar ve kullanılacak yöntemler olan stratejilerin ifadesidir.

‘NASIL TAKİP EDER VE DEĞERLENDİRİRİZ’ sorusu, yönetsel bilgilerin derlenmesi ve plan uygulamasının raporlanması anlamındaki izleme ve alınan sonuçların daha önce ortaya konulan misyon, vizyon, temel değerler, amaçlar ve hedeflerle ne ölçüde uyumlu olduğunun, kısaca performansın değerlendirilmesi ve buradan elde edilecek sonuçlarla planın gözden geçirilmesini ifade eder.

### **3.6. Stratejik Planlamanın Hazırlık Çalışmaları**

Stratejik Planlama, farklı görevlere ve donanımlara sahip birçok kişiyi bir araya getiren, sahiplenmeyi gerektiren, zaman alıcı bir süreçtir. Stratejik planlama çalışmalarının başarısı büyük ölçüde plan öncesi hazırlıkların yeterli düzeyde yapılmasına bağlıdır. Stratejik planlama hazırlığı beş aşamada sağlanır:

- Planlama çalışmalarının sahiplenmesinin sağlanması
- Organizasyonun oluşturulması
- İhtiyaçların tespit edilmesi
- İş planının Oluşturulması
- Hazırlık programının yapılması

#### **3.6.1. Stratejik Planın Sahiplenilmesi**

Stratejik planlamanın başarısı, tüm çalışanların planı sahiplenmesi ile mümkündür. Belirli bir birimin ya da grubun işi olarak görülmemelidir. Plan yapmak ve bu plan doğrultusunda yönetmek ana işlevlerdendir. Bu nedenle, üst yönetimin desteği ve yönlendirmesi, stratejik planlamanın vazgeçilmez koşuludur. Stratejik

plan yaklaşımının benimsendiği üst yönetimden, çalışanlara doğru paylaşılarak sahiplenme sağlanmalıdır.

### **3.6.2. Stratejik Planlama Sürecinin Organizasyonu**

Stratejik planlama en üst yöneticiden başlayarak her kademedeki çalışanların katılımını gerektiren bir planlama yaklaşımıdır. Temel aktörlerin üstlenecekleri işlevlerin belirlenmesi gereklidir. Stratejik planlama sürecine dahil olması gereken birim, kişi ya da gruplar şöyle sıralanabilir:

- **Koordinatör Birim:** Koordinatör birimin görevi stratejik planı hazırlamak değil, plan çalışmalarını koordine etmektir. Stratejik planlama çalışmalarında; toplantıların organizasyonu, kuruluş içi ve dışı iletişimin sağlanması ve belge yönetimi gibi destek hizmetleri koordinatör birim tarafından sağlanır.
- **Üst Yönetici:** Stratejik planlarının hazırlanması ve uygulanması aşamalarını bağlı oldukları ilgili birimlere- bakanlıklar, resmi kurumlar- bildirmekle sorumlu birim üst yöneticidir. Üst yönetici, stratejik plan çalışmalarına yön veren, misyon, vizyon ve ilkelerin belirlenmesi çalışmalarına katılan ve çalışmaları her aşamada destekleyen birimdir.
- **Stratejik Planlama Ekibi:** Üst düzey yöneticiler arasından seçilen ekip başkanı, ekibin oluşturulması, çalışmaların planlanması, ekip içi görevlendirmelerinin yapılması, ekip üyelerinin motivasyonu ile ekip ve yönetim arasında eşgüdümün sağlanması görevlerini yerine getirir. Stratejik planlama ekibi oluşturulurken bireysel özelliklerin yanı sıra oluşacak grubun niteliği de göz önünde bulundurulmalıdır. Bir stratejik planlama ekibi üyesi; gruba uyumlu çalışabilme, değer ve ilkeleri benimseyebilme niteliklerine sahip olmalı, görev yaptığı birimi temsil edebilmeli, stratejik planlama çalışmalarına yeterli zamanı ayırabilmeli, çalışmalara katkıda bulunacak bilgi ve birikime sahip olmalı, çalışmalara gönüllü olarak katılmalıdır. Stratejik planlama ekibinde; ana hizmet birimleri yeterince temsil edilmeli, farklı kademelerden yöneticiler bulunmalı, farklı uzmanlık alanlarına sahip kişiler yer almalı ve çalışma süresince üyeler değiştirilmelidir. Stratejik Planlama Ekibi üye sayısı, birlikte karar üretmeyi imkansız hale getirecek kadar çok olmamalı, farklı fikir ve birimlerin temsiline izin vermeyecek kadar da az olmaması şeklinde belirlenebilir. Genellikle 8-16 arası kabul edilebilir bir sayıdır.

### 3.6.3. Stratejik Planlamada İhtiyaçların Tespiti

Stratejik planlama hazırlık programı çalışmaları dahilinde oluşabilecek ihtiyaçlar, stratejik planlama ekibi tarafından tespit edilebilir:

- Eğitim İhtiyacı: Gerek stratejik planlama ekibinin, gerekse stratejik planlama çalışmalarına katkıda bulunacak kişilerin eğitim ihtiyacı tespit edilmelidir. Eğitimin niteliği, kapsamı, süresi ve katılacak kişiler belirlenmelidir.
- Danışmanlık İhtiyacı: Stratejik planlama sürecine rehberlik etmek üzere dışarıdan danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyulduğunda, planın içeriğine müdahale edilmeden, yöntem, süreç ve eğitim ile sınırlandırılarak, sadece istenen sonuçlara ulaşılması yönünde hareket edilmelidir.
- Veri İhtiyacı: Stratejik planlama sürecinde mevcut durumun tespiti, tüketicilerin beklenti ve memnuniyetlerinin belirlenmesi, gelişmelerin ölçülmesi, performansın değerlendirilmesi gibi amaçlara hizmet edecek verilere ihtiyaç duyulur. Veri ihtiyacı mümkün olduğunca hazırlık safhasında belirlenmeli, verilerin kim tarafından, hangi sürede ve hangi maliyetle elde edilebileceği değerlendirilmelidir.
- Mali Kaynak İhtiyacı: Eğitim, danışmanlık ve veri temininin yanı sıra oluşabilecek diğer ihtiyaçlar için mali kaynak ayrılması gerekir. İhtiyaç duyulacak kaynaklar hazırlık safhasında ortaya konulmalı ve bütçelendirilmelidir. Burada sözü edilen kaynaklar, kuruluşun stratejik planında yer alan amaç ve hedefleri gerçekleştirme için ihtiyaç duyulacak kaynaklar değil, stratejik planın yapılabilmesi için gerekli harcamalardır.

### 3.6.4. Stratejik Planın Zaman Çizelgesi

Stratejik planlama zaman alıcı bir süreçtir. Planın öngörülen zamanda tamamlanabilmesi için aşamalar belirlenmeli, bu aşamaların hangi tarihlerde sonuçlandırılacağı hazırlık çalışmaları dahilinde ortaya konmalıdır.

### 3.6.5. Stratejik Planın Hazırlık Programı

Stratejik planlama ekibince oluşturulan hazırlık programında eğitim ihtiyacı, eğitim ve diğer hususlara ilişkin danışmanlık hizmeti ihtiyacı, planlama sürecinin gerektirdiği masraflar ile beşeri ve teknik kaynak ihtiyacı, zaman planı, stratejik planlama sürecine dahil olacak kişiler ve görevleri hususları bulunmalıdır.



### **3.7. Stratejik Planlamada Durum Analizi**

Stratejik Planlama sürecinin ilk adımı olan durum analizi, ‘neredeyiz’ sorusuna cevap verir. Geleceğe yönelik amaç, hedef ve stratejiler geliştirebilmek için öncelikle, mevcut durumda hangi kaynaklara sahip olunduğu, ya da hangi yönlerin eksik olduğu, kontrol dışı olumlu yada olumsuz gelişmelerin değerlendirilmesi gerekliliği vardır. Kendini tanımak olarak da adlandırılabilen bu bölüm, iyi yapıldığında sonraki aşamalar için sağlıklı sonuçlar elde edilmesini sağlar.

Durum analizinde yasal yükümlülükler çerçevesinde yürütülen faaliyetler ve hizmetler ortaya konur. Kalkınma planları, sektörel ve bölgesel plan ve programlar ile kanundan kaynaklanan yetki, görev ve sorumluluklar ifade edilir. Sunulan hizmetlerin genel hedef ve politikalara uygunluğu, hizmet sunum süreçleri ve hizmet kalitesi, bu alanda benimsenen genel stratejiler, hangi kurum ve kuruluşlarla koordinasyon içinde çalışılması gerektiği gibi hususlar değerlendirmeye alınır. Faaliyet gösterilen alanın ülke içi ve dünya üzerindeki genel eğilimleri tartışılır.

Durum analizi kapsamında olması gereken değerlendirmeler şöyledir:

- Tarihi gelişim
- Yasal yükümlülükler ve mevzuat analizi
- Faaliyet alanları ile ürün/hizmet belirlemesi
- Hedef kitle, mensuplar, tedarikçiler gibi ilgili tarafların analizi
- İç analiz-yapı, mali kaynaklar, kurumsal kültür, teknolojik düzey, insan kaynakları gibi alanların analizi.
- Çevre analizi-faaliyet gösterilen ortamın ve dış koşulların analizi

#### **3.7.1. Tarihi Gelişim**

Hangi tarihte, hangi amaçla kurulduğu, bugüne kadar geçirilen kritik aşamalar, önemli yapısal dönüşümler analitik bakış açısıyla değerlendirilir.

#### **3.7.2. Yasal Yükümlülükler ve Mevzuat Analizi**

Mevzuatttan kaynaklanan yükümlülükler doğrultusunda içinde görev ve sorumlulukların bulunduğu yasal yükümlülükler listesi oluşturulur. Yasal yükümlülükler ve mevzuat analizi, daha sonraki aşamada yer alan faaliyet alanlarının belirlenmesine ve misyon oluşturulmasına katkı sağlar.

### **Yasal Yükümlülükler ve Mevzuat Analizi Aşamasında Cevaplandırılması Gereken Temel Sorular**

- Yasal yükümlülükler açısından bakıldığında mal/hizmetin kapsamı nedir? Bunlardan faydalananlar kimlerdir?
- Sunulan hizmetlerin nitelik ve niceliğine ilişkin hükümler nelerdir?
- Organizasyon, çalışma usulleri ve iş süreçlerine ilişkin düzenlemeler nelerdir?
- Kamu ve özel sektör ile ilişkisini düzenleyen hükümler nelerdir?
- Varsa mevcut misyon yasal yükümlülükleri içermekte midir?
- Yasal yükümlülükler ile yürütülmekte olan program ve faaliyetler arasındaki bağlantı nedir?

#### **3.7.3. Faaliyet Alanları İle Ürün ve Hizmetlerin Belirlenmesi**

Yasal yükümlülükler ve mevzuat çerçevesinde temel ürün ve hizmetler belirlenir. Belirlenen hizmetler belirli faaliyet alanları doğrultusunda gruplar halinde tablolarda düzenlenebilir. Faaliyetlerin birbirleriyle olan ilişkilerini bir bütün olarak gözlenmesini kolaylaştıran bu yöntemle, stratejik planlamanın sonraki aşamalarında, yararlanma imkanı sağlanmış olur.

<b>FAALİYET ALANI</b>	<b>ÜRÜN/HİZMET</b>
Faaliyet Alanı 1	Ürün/Hizmet 1 Ürün/Hizmet 2 Ürün/Hizmet 3
Faaliyet Alanı 2	Ürün/Hizmet 1 Ürün/Hizmet 2

Tablo 3. Faaliyet Alanı-Ürün/Hizmet Listesi

#### **3.7.4. Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Analizi**

Etkileşim içindeki tarafların görüşlerinin dikkate alınması stratejik planın sahiplenilmesinde önemli rol oynamaktadır. Katılımcı bir yaklaşım sergilenen çalışmalarda hizmetlerin gerekli ihtiyaçlara yönlendirilebilmesini de sağlar.

Taleplerin doğru analizi durum analizi kapsamında önemli bir rol oynamaktadır. Hedef kitle, tedarikçiler ve mensuplar doğrudan veya dolaylı, olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen ve etki altında bırakan kişi, grup veya kurumlardır. Hedef kitle, üretilen mal veya hizmetin alıcısı konumunda olan kişiler ya da kurumlardır. Tedarikçiler, kamu ve özel sektör kuruluşları olarak girdi sağlayanlar, ilgili sektör birlikleri gibi kuruluşlardır. Mensuplar ise çalışanlar, yöneticiler ve bağlı olunan ilgili devlet kuruluşları şeklinde açıklanabilir.

Yapılan analiz sonucunda elde edilmek istenenler şöyle sıralanabilir:

- Etkili bir iletişim kurularak katkının artırılması sağlamak
- Görüş ve beklentileri tespit etmek
- Engel oluşturabilecek unsurların saptanması ve giderilmesi çalışmaları yapmak
- Hedef kitle, tedarikçiler ve mensupların birbirleriyle olan ilişkilerinde, olası çıkar çatışmalarını tespit etmek
- Güçlü ve zayıf yönlerin, görüşlerin paylaşımı ile doğruluğunu sağlamak
- Hangi aşamalarda katkıları bulunduğunu tespit etmek
- Görüş, öneri ve beklentilerin stratejik planlama sürecinde yer alması ile planın uygulanabilirliğini arttırmak

#### **3.7.4.1.Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Tespiti**

Analizin ilk aşamasında, hedef kitle, tedarikçiler ve mensupların kimler olduğu tespit edilmesi için bazı sorular cevaplandırılabilir:

- Faaliyet/hizmetler ile ilgisi olanlar kimlerdir?
- Faaliyet/Hizmetleri yönlendirenler kimlerdir?
- Faaliyet/Hizmetleri kullananlar kimlerdir?
- Faaliyet/Hizmetlerden etkilenenler kimlerdir?
- Faaliyet/Hizmetleri etkileyenler kimlerdir?

Bağlantılı çalışılan grupların hem birbirleriyle iletişimi hem de kurumlarla iletişimi önemsenmelidir. Farklı özellik, beklenti ve öneme sahip kişiler alt gruplar bazında belirtilmelidir. Örneğin, kuruluş çalışanları yerine mühendisler gibi tanımlamalar önemlidir. Özenle tespit edilen hedef kitle, tedarikçiler ve mensupların kurumla neden ilişkilendirildiği sorusunun cevabı da önemlidir.

### 3.7.4.2.Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Önceliklendirilmesi

Belirlenen grupların tümü ile etkili bir iletişim kurulması pek de mümkün olmayabilir. Bu nedenle, görüş alınıp plana yansıtılmasında etkinlik sağlamak üzere belirlenen öncelikli liste kolaylık sağlayacaktır. Faaliyetlerin etkileme gücü ile faaliyetlerden etkilenme derecesi öncelik sırasında dikkate alınacak hususlardır.

ADI	HEDEF KİTLE TEDARİKÇİLER MENSUPLAR	BAĞLANTISI	ÖNCELİKLİ GRUP

Tablo 4. Hedef Kitle, Tedarikçiler, Mensuplar Listesi

### 3.7.4.3.Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Değerlendirilmesi

Belirlenen listenin değerlendirilmesi sürecinde;

- İlgili olunan faaliyet/hizmet nedir?
- Beklentileri nelerdir?
- Faaliyet/Hizmetlerden ne şekilde etkilenme söz konusudur?
- Etkileme gücü nedir?
- Etkilenme seviyesi nedir?

Sunulan ürün/hizmetlerden kimlerin yararlandığı açık bir biçimde ortaya konularak, ürün/hizmetler ile yararlananlar arasındaki ilişki de tablolarda düzenlenebilir.

Gerçekleştirilecek çalışmaların niteliğinin belirlenmesi için Etki/Önem Matrisi'nden yararlanılabilir. Bu matriste 'etki'; faaliyet ve hizmetlerin yönlendirilmesi, desteklenmesi veya olumsuz etkileme gücü, 'önem' ise beklenti ve taleplerin karşılanması konusundaki önceliği ifade etmektedir.

ÖNEM \ ETKİ	ZAYIF	GÜÇLÜ
	Önemsiz	İzle
Önemli	Çıkarlarını Gözet Çalışmalara Dahil Et	Birlikte Çalış

Tablo 5. Etki/Önem Matrisi

#### 3.7.4.4.Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Görüşlerinin Alınması ve Değerlendirilmesi

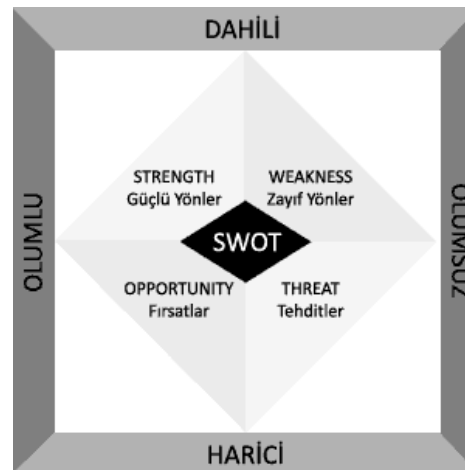
Görüş ve önerilerin alınma yöntemleri, hangi kişi veya birimlerden alınacağı, sorumluların kimler olacağı, ne zaman ve hangi sürelerde gerçekleştirileceği, ne zaman, nasıl ve kimler tarafından raporlanacağı üzerinde durulması gereken önemli hususlardır.

Görüşler alınırken; mülakat, anket uygulaması, atölye çalışması ve toplantı uygulamalarına başvurulabilir. Görüşülecek kişi sayısı, erişilebilirlik, önem ve etkisi gibi nedenler göz önüne alınarak seçilen yöntem veya yöntemler, aynı zamanda değerlendirilebilir de olmalıdır. Görüş alma aşamasında bazı temel sorulara uygun cevap arayışı söz konusudur: Hangi faaliyet ve hizmetlerin önemli olduğu, olumlu bulunan yönler, geliştirilmesi gereken yönler, beklentiler gibi konular irdelenmeye çalışılmalıdır.

#### 3.7.5. İç Analiz ve Çevre Analizi

İç analiz ve çevre analizinde kullanılacak temel yöntemlerden birisi SWOT analizidir. Genel olarak SWOT analizi, kuruluşun kendisinin ve kuruluşu etkileyen koşulların sistematik olarak incelendiği bir yöntemdir.

**SWOT** Analizi, diğer bir adı ile **TOWS Matrisi** önceden belirlenmiş bir konu dahilinde karar alma aşamasında yardımcı bir araç olarak kullanılır. Analizin temel amacı karar verme aşamasında konu ile ilgili kuvvetli/zayıf, avantajlı/dezavantajlı noktaların beraberce görülebilmesini sağlamaktır. **SWOT**, kısaltması İngilizce **Strengths** -Güçlü Yönler, **Weaknesses** -Zayıf Yönler, **Opportunities** -Fırsatlar, ve **Threats** -Tehditler kelimelerinin ilk harflerinden oluşur.



Tablo 6. SWOT Analizi

Stanford Üniversitesi'nde Albert S Humphrey tarafında yürütülen araştırmalar sonucunda geliştirilen SWOT tekniği kişisel veya kurumsal yapıların pazarın mevcut durumuna göre karar almalarını sağlamak için iç ve dış durumu yansıtan bir ayna olarak nitelendirilebilir.

SWOT analizi başlangıcında analiz süresince değerlendirilecek olan konu kesinlikle net bir şekilde tanımlanmalıdır. Soyut, genel konular üzerine yapılacak bir SWOT analizinin faydası olmayacaktır. Analizin, Strengths-Güçlü Yönler, Weaknesses-Zayıf Yönler kısımları kişi ve kurum içi yapı ile ilgilidir, diğer yandan Opportunities-Fırsatlar ve Threats-Tehditler kısımları ise dış çevre ile ilişkilidir. SWOT analizlerini PEST-Political, Economic, Social and Technological- analizleri ve Beyin Fırtınası –Brainstorming- teknikleri ile beraber kullanmak mümkündür.

*“SWOT analizi, bir planın geliştirilmesi veya bir sorunun çözümü amacıyla, bir kurumun veya durumun güçlü yanlarını belirleyerek bunları en uygun fırsatlarla eşleştiren, zayıf ve tehdit edici yönleri azaltmayı hedefleyen bir stratejik planlama aracıdır.”* (Kotler&Arkmstrong, Principle of Marketing,by Prentice-Hall,Inc,1999,Newjersey,chapter 3)

### **3.7.5.1.SWOT Analizi Nasıl Yapılır?**

SWOT Analizi, özel veya kamu sektörlerinde bulunan kuruluşların, içsel durumunu ve onu çevreleyen dışsal faktörleri tahlil etmek için kullanılan yöntemlerden biridir. Bir anlamda mevcut durumun, tüm yönleriyle, iç ve dış dinamiklerin de göz önünde bulundurulmasıyla tespit edilmesidir.

SWOT Analizi temelde iki önemli konuda yardımcı olur;

1. Anlamayı ve algılamayı kolaylaştırır: Kurumun ve onu çevreleyen ortamın tüm yönleriyle ve tüm çıplaklığıyla gözler önüne serilmesini sağlar.
2. Karar almayı kolaylaştırır: Mevcut durumun görülüp kuruma ilişkin ileriye dönük adımların daha sağlıklı , daha gerçekçi ve daha etkin atılmasını sağlar.

SWOT Analizinde sözü geçen iç analiz kavramı, kuruluşun, sistemin kaynak ve yeteneklerinin incelenerek güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi ve kontrol altında tutulabilen bu alanların kıyaslamasının yapılması anlamına gelmektedir. Dış analiz kavramı ise çevre etkenlerinin belirlenerek fırsat ve tehditlerin saptanması, yani kontrolümüz dışında olan politik, ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik alanlarda oluşan etkenlerin incelenmesidir.

### 3.7.5.2.İç Analiz

Mevcut durum ve geleceği etkileyebilme ihtimali üzerine, iç ortamdan kaynaklanan, kontrol edilebilen koşulların ve eğilimlerin incelenerek, güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi ve değerlendirilmesidir. Güçlü yönler amaçlara ulaşılabilmesi için yararlanılacak olumlu hususlardır. Zayıf yönler ise başarılı olmaya engel teşkil edebilecek eksiklikler, başka bir ifadeyle, aşılması gereken olumsuz hususlardır. Güçlü yönler hedeflere, zayıf yönler ise alınacak tedbirlere ışık tutacaktır.

Güçlü ve zayıf yönler belirlenirken dikkate alınabilecek bazı hususlar aşağıda verilmektedir. Bu hususlarda sadece verileri kapsayan, tanımlayıcı bir içerik taşımamalı; verilerin yanı sıra analitik değerlendirmelere ve sonuçlara yer verilmelidir.

## İÇ ANALİZDE DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR

### 1. YAPI

- Örgüt yapısı
- Aynı ya da benzer görevi yapan birimler ve yetki çalışmaları
- Son dönemde yapıda ve görev alanında yapılan önemli değişiklikler
- İzleme ve değerlendirme sistemi

### 2. BEŞERİ KAYNAKLAR

- Personel sayısı ve dağılımı
- Personel eğitim düzeyi, yetkinliği ve deneyimi

### 3. KÜLTÜR

- İletişim süreçleri
- Karar alma süreçleri
- Gelenekler ve değerler

### 4. TEKNOLOJİ

- Teknolojik alt yapı
- Teknolojiyi kullanma düzeyi

### 5. MALİ DURUM

- Mali kaynaklar
- Bütçe büyüklüğü
- Araç, bina envanteri ve diğer varlıklar

### 3.7.5.3.Çevre Analizi

Çevre analizi, kontrol dışı koşulların ve eğilimlerin incelenerek, kritik olan fırsat ve tehditlerin belirlenmesidir. Fırsatlar, avantaj sağlaması mumhtemel olan etkenler ya da durumlardır. Tehditler ise, kontrolü dışında gerçekleşen olumsuz etkilerin engellenmesi veya sınırlandırılması gereken unsurlardır.

Çevre analizinde; dışsal değişimler ve eğilimler değerlendirilir. Analiz kapsamında, ekonomik, sosyal, demografik, kültürel, politik, çevresel, teknolojik ve rekabete yönelik etkenlerin belirlenmesi gerekir.

## ÇEVRE ANALİZİNDE TEMEL ETKENLER

- Faaliyet alanında dünyadaki durum ve gelişmeler
- Faaliyet alanında ülkedeki durum ve gelişmeler
- Dünyada ve ülkedeki temel eğilimler ve sorunlar arasında, kuruluşu yakından ilgilendiren kritik konular ve bu konuların nasıl ve ne yönde etkileyeceği
- Faaliyetler ve alan ile ilgili kalkınma planı, sektörel ve bölgesel plan ve programlarda yer alan amaç, ilke ve politikalar arasındaki uyum
- Karşılaşılabilecek riskler ve belirsizlikler

SWOT analizi, güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler arasında ilişki kurulması ve stratejilerin geliştirilmesine temel teşkil eder.

### 3.8. Stratejik Planlama Ve Geleceğe Bakış

Misyon ve vizyonların ifade edilerek, temel değerlerin belirlendiği, amaçların, hedeflerin ve stratejilerin ortaya konduğu bir aşamadır. Misyon, vizyon ve ilkelerin oluşturulması sonucunda, varılmak istenen noktaya nasıl bir çerçeve içinde ulaşılabileceği amaç ve hedeflerin belirlenmesi ile ortaya çıkar. Bu nedenle, misyon, vizyon ve ilkelerin doğru şekilde ifade edilmesi stratejik planın başarısı üzerinde belirleyici bir rol oynayacaktır.

Misyon, vizyon ve ilkeler, kurumsal kimliğe katkıda bulunan öğelerdir. Sadece isim, amblem ve iş akışı ile tanımlanamayan kuruluşlar, bilgi birikimi, tecrübesi, uzmanlığı ve geliştirdiği kurumsal tavrı belli bir kimliğe sahip olmalıdır. Stratejik planlamanın bir işlevi de kurumsal kimlik ile sunulan hizmetler arasında güçlü bir ilişki kurmaktır.



Mensupların önemli bir kısmı çalıştığı birimin kimliği hakkında fikir sahibi olmakla birlikte, misyon, vizyon ve ilkeler çerçevesinde kuruluşun tamamını kapsayan bir kurumsal kimliği algılamakta güçlük çekebilirler. Stratejik planlama, çalışanları disiplinli bir şekilde bu bütünlüğü algılamaya yöneltilir.

### 3.8.1. Misyon Bildirimi

Misyon, bir kuruluşun varlık sebebidir; ne yapıldığını, nasıl yapıldığını ve kimin için yapıldığını açıkça ifade eder. Misyon bildirimi, stratejik plan dökümanının diğer kısımlarına da temel oluşturur.

Misyon bildirimi üst yönetim tarafından planlama ekibi ile birlikte diğer birimlerin görüşleri de dikkate alınarak geliştirilir. Gerek görüldüğü takdirde daha alt seviyedeki birimlerin misyon bildirimleri ise, birim yöneticileri ve diğer ilgili personel tarafından, misyon bildirimine uyumlu bir şekilde geliştirilir.

Misyon bildiriminde şu hususlara dikkat edilmelidir:

- Özlü, açık ve çarpıcı ifade şekli olmalıdır.
- Hizmetin yerine getirilme sürecini değil, amacını tanımlar
- Yasal düzenlemelerle verilmiş olan görev ve yetkiler çerçevesinde belirlenir.
- Hizmet sunulan kişi ve kuruluşlar belirtilir.
- Sunulan hizmet/ürünler tanımlanır.

## MİSYON BİLDİRİMİ İÇİN CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR

- Varoluş nedeni nedir?
- Kimlere hizmet sunuluyor?
- Hangi alanlarda çalışılıyor?
- Hangi ihtiyaçları karşılıyor?
- Yerine getirilmesi gereken yasal görevler nelerdir?

**MİSYON ÖRNEĞİ: Hacettepe Üniversitesi, evrensel değerler ışığında, bilim, teknoloji ve sanat birikiminden yararlanarak ülkenin geleceği için üstün nitelikli bireyler yetiştirmeyi, araştırma, eğitim ve hizmet alanlarındaki üretimini toplum yararına sunmayı görev edinmiştir. -Hacettepe Üniversitesi Stratejik Plan Taslağı 2005-2008**

### 3.8.2. Vizyon Bildirimi

Vizyon, ideal geleceği sembolize eder. Uzun vadede nelerin yapılmak istendiği güçlü bir anlatımdır. Vizyon farklı birimler arasında birleştirici bir unsurdur. Bundan dolayı, birçok işlevi yerine getiren önemli bir role sahiptir.

Vizyon bildirimi, ulaşılmak istenen geleceğin iddialı ve gerçekçi bir ifadesidir. Bu ifade, bir yandan çalışanları ve karar alıcıları ilerlemeye teşvik etmeli, diğer yandan da ulaşılabilir olmalıdır. Vizyon bildirimi, misyon bildirimi ile birlikte kuruluş planının çatısını oluşturur.

Güçlü bir vizyon şu özelliklere sahiptir:

- İdealisttir; yürekten gelmesi, hissedilmesi gerekir.
- Özgündür; diğerlerinden ayırt edici özelliğe sahiptir.
- Çekicidir; çalışanlar kadar hedef kitle ve tedarikçilerin de ilgisini çeker.

İyi ifade edilmiş bir vizyon bildirimi, kısa ve akılda kalıcıdır, ilham verici ve iddialıdır, gelecekteki başarıları ve ideal olanı tanımlayıcıdır.

### VİZYON BİLDİRİMİ İÇİN CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR

- İdeal gelecek nedir?
- Kuruluş, çalışanlar ve yararlananlar tarafından nasıl algılanmak istiyor?
- Hesap verme sorumluluğunu taşıyan idari ve siyasi otoriteler nasıl bir gelecek öngörüyor?

**VİZYON ÖRNEĞİ: Uluslararası temasın olduğu yerlerde, esnek yapılanma ve kalite anlayışına sahip, uluslararası normlarda etkin sağlık denetimi yapan, sağlık hizmeti veren ve norm belirleyen şeffaf, saygın bir otorite olmak. – Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü Stratejik Plan 2005-2009**

### 3.8.3. Temel Değerler

Temel değerler, kurumsal ilkeleri ve davranış kuralları ile yönetim biçimini ifade eder. Bir kuruluşun temel değerlerini ortaya koymak stratejik planlama için önemlidir; çünkü vizyon, misyon ve kurumsal kimliğin gerisinde temel değerler ve inançlar bulunur. Temel değerler kararların, seçimlerin ve stratejilerin belirlenmesine rehberlik eder. Hayata geçirilen değerler, kimliğin değişiminde ve çalışanların motive edilmesinde güçlü araçlardır.

Temel değerler, aşağıdaki nitelikleri taşımalıdır:

- Temel ilkeleri ve inançları açık ve kesin bir dille ortaya koymalıdır.
- Çalışanların işlerini en iyi şekilde yapacakları şartlara ilişkin temel düşünceyi belirtmelidir.
- Vizyonun gerçekleştirilmesini sağlayacak sistem ve süreçleri desteklemelidir.

Değerler üç temel alana ilişkin olabilir:

- Kişiler; çalışanlara, hedef kitle ve tedarikçilere yönelik değerler
- Süreçler; yönetim, karar alma ve hizmet üretimi sürecine ilişkin değerler
- Performans; üretilen hizmet/ürünlerin kalitesine yönelik beklentiler

### TEMEL DEĞERLER İÇİN CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR

- Çalışma felsefesi nedir?
- Çalışmalarına temel teşkil eden ilkeler, standartlar ve idealler nelerdir?
- Personel tarafından benimsenen değerler ve inançlar nelerdir?

**TEMEL DEĞERLERE ÖRNEKLER: Kalite, Güncellik, Güvenilirlik, Mesleki Uzmanlık, Tarafsızlık ve Şeffaflık, Kişisel Verilerde Gizlilik, Veri Sağlayıcıları ve Kullanıcılarına Saygı –Türkiye İstatistik Kurumu Stratejik Plan Taslağı 2007-2011**

#### 3.8.4. Amaçlar

Amaçlar, ulaşılmak istenen hedefin sonuçların kavramsal ifadesidir. Amaçlar, hizmetlere ilişkin politikaların uygulanması ile elde edilecek sonuçları ifade eder.

Amaçların özellikleri:

- Misyonun gerçekleştirilmesine katkıda bulunmalıdır.
- Misyon, vizyon ve temel değerlerle uyumlu olmalıdır.
- İddialı, ama gerçekçi ve ulaşılabilir olmalıdır.
- Ulaşılmak istenen sonuçları açık bir şekilde ifade etmeli, ancak bunlara nasıl ulaşılabileceğini ayrıntılı olarak açıklamamalıdır.
- Hedefler için bir çerçeve çizmelidir.
- Durum analizi sonuçlarına göre şekillenmelidir.
- Orta vadeli bir zaman dilimini kapsamalıdır.
- Önemli dışsal değişiklikler olmadığı sürece değiştirilmemelidir.

## AMAÇLARIN İÇİN CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR

- Misyonun yerine getirilmesi için neler yapılmalıdır?
- Orta vadede nelerin başarılması hedeflenmiştir?
- Faaliyetler dış çevre ile uyumlu mudur, değilse ne değişmelidir?

**AMAÇ ÖRNEĞİ: Hayvancılık ve hayvansal ürünler üretimi geliştirilerek, yetiştiricinin gelir seviyesi yükseltilecektir. –Denizli İl Özel İdaresi Stratejik Planı 2006-2010**

### 3.8.5. Hedefler

Hedefler, amaçların gerçekleştirilebilmesine yönelik spesifik ve ölçülebilir alt amaçlardır. Hedefler ulaşılması öngörülen çıktı ve sonuçların tanımlanmış bir zaman dilimi içinde nitelik ve nicelik olarak ifadesidir. Hedeflerin miktar, maliyet, kalite ve zaman cinsinden ifade edilebilir olması gerekmektedir. Bir amacı gerçekleştirmeye yönelik olarak birden fazla hedef belirlenebilir. Hedefler;

- Yeterince açık ve anlaşılabilir ayrıntıda olmalıdır.
- Ölçülebilir olmalıdır.
- İddialı olmalı, fakat imkansız olmamalıdır.
- Sonuca odaklanmış olmalıdır.
- Zaman çerçevesi belli olmalıdır.

## HEDEFLER İÇİN CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR

- Hedefler, misyon, vizyon, temel değerler ve amaçlar ile tutarlı mı?
- Hangi spesifik sonuçlara ulaşmaya çalışılıyor? Sonucu etkileyen etkenler nelerdir?
- Bir amaca ilişkin hedeflerin tümü gerçekleştirildiğinde o amaca ne ölçüde ulaşılabilir?
- İstenilen sonuçlara ne kadar zamanda ulaşılabilir?
- Bu hedeflere ulaşmak için sağlanan gelişme nasıl ölçülür?
- Ölçme için hangi verilerin ne şekilde temin edilmesi gerekir?
- Kıyas noktaları nelerdir? Ne kadar gelişme sağlanabilir?

**HEDEF ÖRNEĞİ:**

**Amaç: Uluslararası temasın olduğu yerlerde sağlık denetimlerini standartlara uygun, etkin ve eksiksiz olarak yerine getirmek**

**Hedef 1. Bütün limanlarımıza gelen gemilerde uygulanan pratika işlemlerinin standartlara uygun olarak yapılma oranı 2009 yılı sonuna kadar %99'a çıkarılacaktır.**

**Hedef 2. Bütün limanlarımıza gelen gemilerde uygulanan sağlık denetimi ve patenta işlemlerinin standartlara uygun olarak yapılma oranı 2009 yılı sonuna kadar %99'a çıkarılacaktır. -Hudut ve Sahiller Sağlık Genel Müdürlüğü Stratejik Planı 2005-2009**

**3.8.6. Performans Göstergeleri**

Hedeflerin ölçülebilir olarak ifade edilmediği durumlarda stratejik planda hedefe yönelik performans göstergelerine yer verilmesi gereklidir. Performans göstergeleri gerçekleşen sonuçların önceden belirlenen hedefe ne ölçüde ulaşıldığının ortaya konulmasında kullanılır. Bir performans göstergesi, ölçülebilirliğin sağlanması bakımından miktar, zaman, kalite veya maliyet cinsinden ifade edilir.

Belirlenen hedefte zaman bildirmekle beraber, hedefe ulaşıp ulaşılmadığını ölçmeye yönelik bir göstergeye yer verilmez ise, bu durumda stratejik planda hedefin gerçekleşmesini ölçmeye ilişkin göstergelere ayrıca yer verilecektir.

Performans göstergeleri, girdi, çıktı, verimlilik, sonuç ve kalite göstergeleri olarak sınıflandırılabilir:

**Girdi:** Bir ürün veya hizmetin üretilmesi için gereken beşeri, mali ve fiziksel kaynaklardır. Girdi göstergeleri, ölçmeye esas olan başlangıç durumunu yansıtır. Örnek: Okuma-yazma seferberliğinin gerektirdiği öğretmen sayısı.

**Çıktı:** Üretilen ürün ve hizmetlerin miktarıdır. Çıktı göstergeleri, üretilen mal ve hizmetlerin niceliği konusunda bilgi vermesine rağmen, sonuçlara ulaşıp ulaşılmadığı veya üretilen mal veya hizmetin kalitesi ve üretim sürecinin etkinliği konusunda tek başına açıklayıcı değildir. Örnek: Okuldan mezun olan öğrenci sayısı

**Verimlilik:** Birim çıktı başına girdi veya maliyettir. Girdiler ile çıktılar arasındaki ilişkiyi gösterir. Örnek: Taburcu olan hasta başına tedavi süresi (zaman/çıktı)

**Sonuç:** Elde edilen çıktılarının, amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesinde nasıl ve ne ölçüde başarılı olduklarını gösterirler. Hedeflenen sonuçlara ulaşmadaki başarı

seviyesi etkililik ile ifade edilmektedir. Sonuç göstergeleri amaç ve hedeflere ulaşıp ulaşılmadığının ortaya koymaları bakımından en önemli performans göstergeleridir. Örnek: Ülkeye gelen ve fiilen yatırım yapan yabancı sermayedeki artış (% veya miktar değişimi)

**Kalite:** Mal veya hizmetlerden yararlananların veya ilgililerin beklentilerinin karşılanmasında ulaşılan düzeydir. - Güvenilirlik, doğruluk, davranış biçimi, duyarlılık ve bütünlük gibi ölçüler. Örnek: Taburcu olan hastalardan tedavi hizmetlerinden memnun olanların oranı.

Çıktı ve sonuç göstergeleri birbirine karıştırılmamalıdır. Çıktı ve sonucun aynı kavramı ifade edebildiği durumlar da olmasına rağmen, iki gösterge birbirinden ayrıdır. Örneğin, 'Taburcu edilen hastaların sayısı' bir çıktı göstergesidir. Burada sadece sayı ifade edilmektedir. Programın tedavi edilen insanlar üzerindeki etkilerinin ne olduğu belirsizdir. Öte yandan 'Taburcu edilen ve yardıma muhtaç olmaksızın hayatını sürdüren hastaların sayısı' ise bir sonuç göstergesidir. Burada, tedavi sonrasında tedavi edilen insanların hayatlarındaki değişiklik ölçülebilmektedir. Benzer şekilde bazı sonuç göstergeleri aynı zamanda kaliteyi ölçebilmektedir.

Bir hedef için herhangi bir sınıfa ait olmak üzere birden fazla performans göstergesi belirlemek mümkündür. Hedeflerin niteliği –çıktıya yönelik, verimliliğe yönelik, sonuca veya kaliteye yönelik olması- performans göstergelerinin niteliğini de etkiler.

### **3.8.7. Stratejiler**

Stratejiler, amaç ve hedeflere nasıl ulaşılabileceğini gösteren kararlar bütünüdür. Etkili stratejiler olmaksızın amaç ve hedeflere ulaşmak mümkün değildir. Stratejiler belirlenirken kaynaklar ve farklı alanlardaki yetkinlik göz önünde bulundurulmalıdır. Strateji ve hedeflerin karşılıklı uyumu kontrol edilmelidir.

Kurumsal stratejiler oluşturulurken kullanılacak yöntemlerden biri 'Kritik Sorular Yöntemi'dir. Kritik sorular yöntemi ile amaç ve hedeflere ulaşmada karşılaşılan sorunlar belirlenip bu sorunları en aza indirmeye yönelik stratejiler geliştirilebilir. Ayrıca SWOT analizi yöntemi ile ortaya konan güçlü ve zayıf yönler, dış çevreden kaynaklanan fırsatlar ve tehditler de strateji üretmede kullanılabilir:

WT stratejileri; zayıf yönler ve tehditlerin olumsuz etkilerini en aza indirmeye yöneliktir.

WO stratejileri, zayıf yönlerin olumsuz etkilerini en aza indirgerken fırsatların olası olumlu etkilerinden azami düzeyde yararlanmaya yöneliktir. Dış fırsatlardan yararlanarak mevcut zayıf yönleri giderecek stratejiler oluşturulabilir.

ST stratejileri, dış çevredeki tehditlerin olumsuz etkilerini, güçlü yönler kullanılarak en aza indirmeye yöneliktir.

SO stratejileri, hem güçlü yönlerin hem de dış çevrenin sunduğu fırsatların olumlu etkilerinden azami düzeyde faydalanmaya yönelik olarak geliştirilen stratejilerdir. Söz konusu stratejiler güçlü yönleri kullanarak dış fırsatlardan maksimum düzeyde yararlanmayı mümkün kılar.

### STRATEJİ OLUŞTURMAK İÇİN CEVAPLANMASI GEREKEN SORULAR

- Amaç ve hedeflere ulaşmak için neler yapılabilir?
- Olası sorunlar nelerdir ve bu sorunları nasıl aşabiliriz?
- Amaç ve hedeflere ulaşmak için izlenebilecek alternatif yol ve yöntemler nelerdir?
- Alternatiflerin maliyetleri, olumlu/olumsuz yönleri nelerdir?

#### STRATEJİ ÖRNEĞİ:

**Amaç:** Verilen hizmetler tam ve zamanında yerine getirilerek, hizmet alanların memnuniyeti ve güveni sağlanacaktır. **Hedef 1...**, **Hedef 2...**

**Bu amaç ve hedeflere ilişkin izlenecek stratejiler; hizmetlerin mümkün olduğunca yerinden karşılanması, hizmetlerden yararlananların hizmet alım sürecine dahil edilmesi, kredi kullandırılarak yapılacak işlerin ihalelerinin hizmet alanlarca yapılması –İller Bankası Stratejik Planı 2006-2010**

### 3.9. Stratejik Planlamada Maliyetlendirme

Maliyetlendirme sürecindeki temel amaç, geliştirilen politikaların ve bunların yansıtıldığı amaç ve hedeflerin gerektirdiği maliyetlerin ortaya konulması suretiyle politika tercihlerinin ve karar alma sürecinin rasyonelleştirilmesine katkıda bulunmaktır. Maliyetlendirme, stratejik planlar ile bütçeler arasındaki bağlantıyı güçlendirmeyi ve harcamaların önceliklendirilmesi sürecine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Amaç ve hedeflere yönelik stratejiler doğrultusunda gerçekleştirilecek faaliyet ve projeler ile bunların kaynak ihtiyacı bu aşamada belirlenir. Her faaliyet/proje belirli bir hedefe yönelik olmalıdır. Herhangi bir hedefle ilişkisi kurulamayan faaliyet/projelere yer verilmemelidir.

Hali hazırda yürütülen veya yürütülmesi planlanan faaliyetler/projeler mutlaka bir hedefle ilişkilendirilmelidir. Belirlenen faaliyet ve projelerin kuruluş stratejik planında yer alması zorunlu değildir.

### **FAALİYET VE PROJELERİN ORTAYA KONMA SÜRECİNDE CEVAPLANMASI GEREKEN TEMEL SORULAR**

- Hedefi gerçekleştirecek alternatif faaliyetler/projeler var mıdır?
- Hedef yerine getirilirken faaliyet/projenin rolü ve önemi nedir?
- Belirlenen faaliyetler/projelerin tamamı gerçekleştirildiğinde hedefe ulaşıyor mu? Hedefe ulaşılması için başka faaliyet/projeler var mı?
- Hedefin gerçekleştirilmesine yönelik yürütülen faaliyet/projeler var mıdır?
- Faaliyet/projeler zamanlanırken etkileşimleri dikkate alınmış mıdır?
- Hedefleri ve altında yer alan faaliyetleri/projeleri yerine getirmekten sorumlu olan birimler kimlerdir ve sorumlulukları nelerdir?

Her bir hedefi gerçekleştirmeye dönük faaliyet/projelerin ortaya konulması sonrasında bütçe ile ilişkisinin kurulması gerekmektedir. Bu amaçla önce her bir hedef için gerekli faaliyet ve projelerin maliyet tahminleri yapılarak bir hedefin yaklaşık maliyetine ulaşılabacaktır. Hedeflerin maliyet tahmini toplamından her bir amacın tahmini maliyetine, amaç maliyetleri toplamından ise stratejik planın o yılki tahmini maliyetine ulaşılabacaktır. Beş yıllık toplam ise planın toplam tahmini maliyetini verecektir.

PLAN	Yıl 1	Yıl 2	Yıl 3	Yıl 4	Yıl 5
Amaç 1					
Hedef 1.1					
Hedef 1.2					
Amaç 2					
Hedef 2.1					
TOPLAM					

Tablo 7. Maliyet Tablosu



Tablo 7’de belirtilen toplam maliyetler, elde edilecek kaynaklarla karşılaştırılmalıdır. Bu karşılaştırmayı yapabilmek için yıllar itibariyle hangi kaynaklardan hangi gelirlerin elde edileceği tahmin edilmelidir. Bu amaçla Tablo 8’de gösterilen kaynak tablosundan yararlanılabilir. İlk üç yıl için bütçeden tahsis edilecek kaynaklar Orta Vadeli Mali Planda yer almaktadır. Bütçe dışı kaynaklar ile ilk üç yıldan sonraki kaynaklar ise kuruluş tarafından tahmin edilmelidir.

KAYNAKLAR	YIL 1	YIL 2	YIL3	YIL 4	YIL5
Genel Bütçe					
Özel Bütçe					
YerelYönetimler					
SosyalGüvenlik Kurumları					
Bütçe Dışı Fonlar					
Döner Sermaye					
Vakıf/Dernekler					
Dış Kaynak					
Diğer Kaynak					
TOPLAM					

Tablo 8. Kaynak Tablosu

Maliyet tablosunda öngörülen maliyetler ile tahmin edilen kaynakların örtüşmesi gereklidir. Ancak öngörülen maliyetlerin tahsis edilen kaynakları aşması durumunda aşağıdaki yöntemler izlenebilir:

- Daha düşük maliyetli stratejiler seçilebilir
- Hedefler küçültülebilir
- Amaç ve hedeflerin zamanlaması değiştirilebilir
- Amaç ve hedefler önceliklendirilerek bazı amaç ve hedeflerden vazgeçilebilir

Önceliklendirmede; kuruluşun yetki alanı dahilinde, kalkınma planları, programlar ve varsa özel düzenlemeler başta olmak üzere politika oluşturulması sürecinde çerçeve oluşturan diğer üst belgeler de esas alınmalıdır. Ayrıca sürdürülebilirlik, etkinlik, verimlilik etki düzeyi ve uygunluk ilkeleri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Stratejik planların yıllık uygulama dilimlerini performans programları oluşturur. Stratejik planlar ve bütçeler arasındaki ilişki performans programları aracılığı ile daha ayrıntılı olarak kurulacaktır. Stratejik planın amaç ve hedeflerini gerçekleştirmeye dönük faaliyet ve projeler ile bunların bütçelendirilmesi performans programında yer alır. Böylelikle bütçelerin performans uygulamasını destekleyen bir yapıya sahip olması sağlanmış olur. Performans programlarının hazırlanmasına ilişkin ayrıntılı bilgiler, Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanan Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi'nde yer almaktadır.

### **3.10. Stratejik Planlamada İzleme ve Değerlendirme**

İzleme, stratejik plan uygulamasının sistematik olarak takip edilmesi ve raporlanmasıdır. Değerlendirme ise, uygulama sonuçlarının amaç ve hedeflere kıyasla ölçülmesi ve söz konusu amaç ve hedeflerin tutarlılık ve uygunluğunun analizidir.

Stratejik planda yer alan amaç ve hedefleri gerçekleştirmeye yönelik proje ve faaliyetlerin uygulanabilmesi için amaç, hedef ve faaliyetler bazında sorumluların kimler/hangi birimler olduğu, ne zaman gerçekleştirileceği, hangi kaynakların kullanılacağı gibi hususların yer aldığı bir eylem planı hazırlanması yararlı olacaktır. Eylem planı aynı zamanda izleme ve değerlendirmeyi de kolaylaştıracaktır.

Amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesine ilişkin gelişmelerin belirli bir sıklıkla raporlanması ve ilgili taraflar ile kurum içi ve kurum dışı mercilerin değerlendirilmesine sunulması, izleme faaliyetlerini oluşturur.

İzleme, yönetime yardımcı olan sistemli bir faaliyettir. Raporlama izleme faaliyetinin temel aracıdır. İzleme raporları objektif olmalıdır. İlerleme sağlanan alanlar yanında, ilerleme sağlanamayan konular da rapor edilmelidir.

Performansın izlenmesi, izleme faaliyetinin temelidir. Bunun için performans göstergeleri ile ilgili veriler düzenli olarak toplanmalı ve değerlendirilmelidir.

Stratejik planlama sürecinde, izleme ve değerlendirme faaliyetleri sonucunda elde edilen bilgiler kullanılarak, stratejik plan gözden geçirilir, hedeflenen ve ulaşılan sonuçlar karşılaştırılır.

İzleme ve değerlendirme faaliyetlerinin etkili olarak gerçekleştirilebilmesi, uygulama aşamasına geçmeden önce stratejik planda ortaya konulan hedeflerin nesnel ve ölçülebilir göstergeler ile ilişkilendirilmesini gerektirir.

İzleme ve değerlendirem süreci kurumsal öğrenmeyi ve buna bağlı olarak faaliyetlerin sürekli olarak iyileştirilmesini sağlar. Ayrıca, hesap verme sorumluluğunun oluşturulmasına katkıda bulunur. Stratejik planın izleme ve değerlendirmeye tabi tutulması şarttır. Aksi takdirde, gerek planın uygulanmasında gerekse ilgililerin hesap verme sorumluluğu ilkesinin hayata geçirilmesinde zorluklarla karşılaşılacaktır.

İzleme ve değerlendirmenin etkin yapılabilmesi, ancak uygun veri ve istatistiklerin temin edilmesi ile mümkündür. Amaca uygun, doğru ve tutarlı verilerin varlığı, stratejik planın başarısının ölçülmesi ve değerlendirilmesi için olmazsa olmaz bir ön koşuldur. Her bir hedefin izlenip değerlendirilebilmesi için ne tür verilere ihtiyaç duyulduğu, bunların ne şekilde temin edileceği, ihtiyaç duyulan veriler halihazırda toplanamıyorsa nasıl ve ne sıklıkla kim tarafından temin edileceği, bu kapsamdaki kısıtların neler olacağı gibi hususların mutlaka incelenmesi ve cevaplanması gerekir.

İzleme ve değerlendirmeye ilişkin ayrıntılı bilgi, kullanılacak yöntemler ve raporlama sistemi Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanan Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi'nde yer almaktadır.

#### **4. KLASİK TÜRK MÜZİĞİNİN STRATEJİK PLANLAMASI**

Çalışmamızın bu bölümünde, açıklamaya çalıştığımız stratejik pazarlama planı modelinden hareket ederek, Klasik Türk Müziği için uygulanabilir bir model gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Öncelikle Klasik Türk Müziği'nin bir ürün/hizmet olarak nasıl ele alınacağı konusu ele alınmıştır.

##### **4.1. Klasik Türk Müziği'nin Bir Ürün/Hizmet Olarak Tanımı**

Klasik Türk Müziği, bir ürün olarak ele alınabilir mi sorusu, kendi içinde de sorular barındırmaktadır. Çünkü müzik, kültürün içinde zamanla meydana gelen değişim ve gelişmelerin yansıtıldığı bir alan olarak kabul edilebilir. Bu açımla, Klasik Türk Müziği, ulaşılabilen ilk oluşum döneminden, etkilenişlerle günümüze kadar gelebilen, bağımsız içsel ifadeyi yansıtan bir ışık olarak kabul edilebilir. Bu bakış açısında, Klasik Türk Müziği, stratejik planlama ile yön verilmek istenen bir alan olarak ele alınmalı mıdır sorusu da cevaplanması gerekenler arasındadır.

Küreselleşmenin getirdiği herşeye kolay ulaşılabilir olmak, dünya toplumları üzerinde benzer yönde etkileşime sebep olmaktadır. Müzik üzerinde değişik tür ve geleneklerin birbirinden kesin çizgilerle ayrılabilir olması özelliği, günümüzde yok

olmaya başlamıştır. Tarihlerindeki kültürel öğeleri aramak ya da biçimlendirmeye çalışmak, coğrafi-sosyal, kültürel-ekonomik etkileşimlerin, edinimlerin-seslerin bir bütün olarak ifade edilmeye çalışılmasıdır. Dünyanın, değişik türde müziklerle dolu olduğu gözlemlenir bir özelliktir. Geleneksel, folk, klasik, caz, rock, pop, etnik gibi sıralayabildiklerimiz sadece birkaçıdır.

Klasik Türk Müziği, Türk Kültürü'nün önemli bir ögesi olarak kabul edilebilir. Aydınlanma ve çağdaş uygarlık yönelimi içinde olan Türk toplumunda, Klasik Türk Müziği'nden beklenti, bir kimliğin altını çizmek olarak belirlenirse; belli repertuarın, belli anlamlar taşıyan şarkıların, beste ve kârların, melodilerin, ritimlerin, enstrümanların varlığı yeterli kabul edilebilir ve Klasik Türk Müziği'nin müzikal gerçekliği yani 'özel olma' değerliliği ikinci planda bırakılabilir. Bu duruma, daha geniş açıdan bakıldığında ise çalışılması, araştırılması gereken alanların da belli bir sınır içinde bırakılarak, müdahaleden kaçınılma hassalığı ile hareket edilebilir.

Öte yandan Klasik Türk Müziği'ne bağımsız olarak bakıldığında, her durumda sanatsal kaygılarla eşanlamlı olmadığı gibi uzantısı sadece bir meta olarak görmeye kadar vardırılabılır. Çağdaş iletişim ve ses üretim teknolojileri, Klasik Türk Müziği hakkındaki düşüncelerimiz ile dinlediğimiz müzik arasında farklılıklar getirmiştir. Klasik Türk Müziği'nden söz edebilmek için, Klasik Türk Müziği'nin ne anlama geldiğini biliyor olmamız gerekir. Klasik Türk Müziği sadece dinlemesi güzel olan bir şey olmaktan çıkarılarak, içinde gömülü olduğu kültürün, neyin doğru, neyin yanlış olduğunu belirleyen duyguların ortaya dökülmesi ile anlamlı kılınabilir.

İrfan Erdoğan araştırması ile müziğin ürün tanımına şöyle bir giriş yapılabilir:

*“Müziğin incelenmesinde, üretimiyle başlayan şifrelenmiş içsel yapısından -nota düzeninden- başlayarak, dinleyicinin şifre çözümüne -müziği dinleyip anlamlandırmasına-, belli bir yer ve zamandaki müziksel pratiklerin ele alınmasından tarihsel gelişimi üzerinde durmaya kadar çeşitlenen oldukça zengin ilgi odakları vardır. Bilimsel ilgi alanı olarak müzik, niteliksel ve niceliksel çeşitliliği yanında, akla gelebilen her sosyal bilim alanıyla ilgisi olan çok disiplinli bir karaktere sahiptir. Müziğin belli bir dönemde ve belli bir yerel veya ulusal çevrede üretim, dağıtım ve kullanım/tüketim biçimleri ve bu biçimlerin sonuçları, tarihsel, müziksel-yapısal, dilsel-yapısal, ideolojik, kültürel, ekonomik, siyasal ekonomik, antropolojik, sosyolojik, psikolojik, sosyal-psikolojik ve toplum yönetim politikaları açılarından ele alınıp incelenebilir.”* (Erdoğan, İrfan, Müziğin Ve Toplumsalın

Üretimi: Müziğin Siyasal Ekonomisi, Kültürü Ve İdeolojisi Üzerinde Araştırma Gereği, sf.1)

Görüldüğü üzere müzik kuşkusuz önemlidir. Müziği bütün toplumsal disiplinlerden ayırarak, sadece müziksel olduğunu düşünmek, geleneksel bakış açısının akademik düzeye taşınması hali anlamına gelir. Müziği çeşitli bilimsel disiplinlerle bir bütün olarak kabul etmek ve incelemeye almak, en doğru yöntem olarak kabul edilmelidir. Müzik ayrı bir şey olarak var olamaz, aksine herşey ile beraberdir.

Klasik Türk Müziği, üzerinde barındırdıkları açısından ele alındığında, yapısında çeşitli kültürlerin harmanlanmış olması özelliği ile ‘olgunluğun’ timsali olarak kabul edilebilir. Genişletildiğinde ise aileye ve topluma karşı sorumluluğun gerektirdiklerini simgeler, şeklinde tanımlanabilir. Benzer bir bakış açısı ile Rock Müziği de kendine karşı dürüstlük, gençlik, özgürlük olarak tanımlanabilir. Toplumun karmaşık yapısında her müzik türü yaşanmışlıkların yansıtıldığı bir olgudur. Müzik sadece kulağa hoş gelen ve insan tarafından üretilen bir ses dizisi şeklinde ifade edilemez, oluşturulan bu seslerin iletilerini de içermektedir. Çünkü müzik ve beraberinde çağrıştırdıkları, bölgesel olarak bile insanlar üzerinde farklı etkiler göstermektedir. Ülkelerinden uzakta yaşayan topluluklarda geleneksel müziklere sıkı sıkıya bağlılık gözlenir. Bu sadece melodi dinleme özlemi değil, ulusal kimliğin vurgulanmaya çalışılmasıdır. Günümüzde hangi müziğin dinleneceğine karar vermek, ‘ne olmak’ istediği ile değil, fakat ‘ne olduğu’na karar verip, bunu topluma duyurmada başarılı olmakla mümkün olabilir.

Satılan bir ürün olarak müzik ele alındığında ise daha geniş yelpazede değerlendirmeye alınmalıdır. Günümüzde, özellikle Klasik Türk Müziği’nde pazarlama alanı, müziğin farklılaştırılması şeklinde değil, icracı ve icra edilen mekanlardaki yaratıcılık olmalıdır. Çünkü Klasik Türk Müziği endüstrisi yaratılmaya çalışılırken, büyük eserlerin tekrar üretilebileceklerini düşünerek hareket etmekten çok, bu eserlerin büyük yorumcular ile tekrar üretiliyor olmasını sağlamak çabası ön plana çıkarılmalıdır. Bu büyük formlardaki eserlerin yeniden üretilme olasılığı oldukça zayıf bir ihtimal olması sebebiyle, “yaratıcılık” vurgusu ön plana çıkarılarak pazarlanmalı ve böylece popüler müzik alanındaki tekrar edilen kaliteden yoksun üreticilik arasındaki fark, belirgin bir şekilde ortaya konmalıdır.

Klasik Türk Müziği'nden söz ederken aslında çoğunlukla besteciler ve onların eserlerinden söz edildiği gerçektir. Klasik Türk Müziği hakkında yazılan akademik yazıların çoğunda, belli bir üslûp çerçevesinde, tutucu besteciler yerine yenilik üretenler, bir anlamda gelenek yaratanlar ön plana alınmıştır. Kültürümüz içinde gelenekselliği gelenekçiliğe, yaratıcılığı tekrar üretmeye, kişisel söylemleri pazara tercih eden bir sistem bulunmaktadır. Kısaca Klasik Türk Müziği, sahip olduğu özgün olma karakterini, yeniden geniş kitlelere duyurulmasını istemektedir.

Klasik Türk Müziği'ndeki güfte ile beste ikilisinin homojen bir karışımla oluşturduğu "kültürel etki" önemle üzerinde durulması gereken bir diğer konudur. Sözler, gerçeği yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda gerçeği oluşturur. Klasik Türk Müziği için kullanılan dil, anlatılan hikayeler, neyin kastedildiğini yada dinleyici için ne anlama geldiğini de belirler. Klasik Türk Müziği, zamana ve mekana sıkı sıkıya bağlıdır.

Klasik Türk Müziği'ni, üretim-tüketim zincirine dayalı olan klasik ekonomi endüstrisinin içinde incelemek doğru olmayabilir. 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan hizmet ekonomisi, yani 'ürünler'e dayalı bir sistemin içinde var olmasını sağlamak daha uygun görünmektedir. Klasik Türk Müziği'nin üretim süreci; bestelerin üretimi, icrası ve dinleyici kitlesinin beğenisine sunulması olarak ele alınabilir. Böyle bir yaklaşımda, üretim, dağıtım ve tüketim zinciri olarak tanımlanabilir ki bu ekonomi dünyası ile doğrudan ilişkilidir.

Kapitalizmin temel ilkelerinden biri, ya emeğin ürünlerinin ya da emekle değiş tokuş yapılabilecek başka bir şeyin, yani paranın biriktirilmesidir. Üretilen bir beste, emeğin stoklanabilmesi anlamına gelmektedir. Besteler, Klasik Türk Müziği'ne kalıcı bir biçim verir; müzik sadece uçuçu bir düşünce, biter bitmez geçmişe gömülen bir faaliyet olmaktan çıkarak stoklanabilir kılınır. Aynı şekilde, bir Klasik Türk Müziği eserinin icrası belirli bir süre içinde olur ve biter. O halde 'repertuar' denilen müzik kavramını 'sermaye' ile özdeşleyebiliriz.

Müziyenlik yeterince nitelikli olan uzmanlara özeldir. Yenilik araştırma ve tasarımlarla gerçekleşebilir ve müzik kültürünün merkezinde yer alır. Müzik kültürünün temel unsurları ise bestecilerdir. Klasik Türk Müziği'nde onursal düzeyde yer alan istisnalar dışında yorumcular aslında sadece üretim sürecindeki ara kişilerdir. Dinleyiciler de ekonomik olarak destekledikleri kültürel süreçte pasif rol oynayan tüketicilerdir. Elbetteki bunların hiçbiri doğal değildir, hepsi insan yapısıdır,

kültür ürünüdür. Bundan dolayı da zamana ve yere göre değişir. Doğanın bir ürünü gibi görünmek, müziğin kendine özgü niteliklerinden biridir. Müziğin evrensel olduğu fikri de bu görünüşü tamamlayıcı bir tanımlamadır. Ancak dinleyiciler fiziksel olarak aynı konser salonunda buldukları halde herbiri kendine özel, farklı bir dünyaya girerek müzik dinlerler. Aynı eseri dinlerken yüzlerde farklı ifadeler oluşabilir; aşk, hüznün, mutluluk, acı. Klasik Türk Müziği bir ürün olarak sunulurken dinleyiciden dinleyiciye değişen farklılıklar öne çıkarılarak “kişiselleştirme” etkisi oluşturulmalıdır.

Klasik Türk Müziği kültürüne nüfuz etmiş güçler arasındaki ilişkiler ve müziğin yer ve zaman sınırı tanımayan gücü de dikkate alınmalıdır. Klasik Türk Müziği eserinin icrası sırasında besteci canlanıyor olmalı, icracının varlığı fark edilmiyor gibi olmalıdır. *“Solomon’un Beethoven’in ‘İmparator’ Konçertosu kaydının kapağında, sadece piyano tuşları ve smokin giyildiği anlaşılan eller bulunmaktadır.”* (Cook,Nicholas, Müziğin ABC’si, Kabalcı,1999,sf.42-43)

O dönemde icracıların garsonlarla aynı kıyafeti, yani ‘smokin’ giymelerinin sebebi icracıların ikincil bir statüye yerleştirilmeye çalışılıyor olması mıdır? Müzik kültürü içinde çelişkili ve yeterince belirgin olmayan bir role sahip icracının üretim sürecine katkısı doğru yönlendirilmelidir. Ortaya konan icrada dinleyicilerin kendilerine düşeni alıyor olması gerçeğinin unutulmadan, eleştirel gelenekçilikle kişisel algılamamanın önüne geçilmelidir. Milli Eğitim’in okullarda, konservatuarlarda ve üniversitelerde müzik eğitime yönelik girişimleri arttıkça, doğru müzik dinleme biçiminin tanımı da netleşecektir. Toplumda bireylere, müzikte duyduklarıyla bestecinin yaşam öyküsü ya da müzik üslubunun gelişimine ilişkin tarihsel bilgiler arasındaki ilişki kurlmaları öğretilmelidir. Bu dersler okul düzeyindeki müzik öğretiminin temeli haline getirilmelidir.

Müzik dinlemeye yönelik genel bir tavır aşılması da yapılması gerekli olanlar içindedir: Klasik Türk Müziği dikkatle, saygıyla, tarafsız bir şekilde ve gerekli bilgiler edinilmiş olarak dinlenmelidir. Dinleyiciler, eski dönemlerin büyük müziğini pasif bir biçimde “takdir” etmek yerine, beste ve icraya yönelik değerlendirmeler yaparak müziği kendi ellerine almaya özendirilmelidir.

Bir ürün olarak Klasik Türk Müziği pazarlama stratejisini geliştirirken ortaya çıkan önemli bir çelişkiden de söz etmemiz gereklidir. Modern teknoloji ile Klasik Türk Müziği, elektronik bir mal ya da yaşam tarzını gösteren bir aksesuar olarak

görülmektedir. Kaçınılmaz son olarak müzik tüketicileri olma gerçeği ile karşı karşıya kalınan bu durumda, 19. yüzyıl bestecisi ile daha az bağdaşan bir durum ortaya çıkmaktadır. Dünyanın her köşesinden gelen müziğe ulaşılabilirlik, değişik müziklerden de söz etmenin gereğini sunar. Bu stratejik pazarlama oluşturulurken bir çelişki gibi görünse de, Klasik Türk Müziği'nin de aynı oranda ulaşılabilirliğe sahip olduğunu görmek önemli bir unsurdur.

#### **4.2. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Önemi**

Klasik Türk Müziği'nin durumu çok boyutlu olarak analiz edilmesi gerekliliği söz konusudur. Global pazarlama sisteminin getirdiği birçok fırsat, aynı zamanda tehdit unsuru olarak da karşımıza çıkmaktadır. Ulusal pazarların yanı sıra bölgesel pazarlara ve uluslar arası pazarlara doğru genişleyen bir yapının içinde var olmak da oldukça güçleşen bir durumdur.

Etkilenmenin kaçınılmaz olduğu günümüzde, küreselleşme ile gelen kültürel, sosyal ve ekonomik düzenlemeler, kültürel bir olgu olan müziğin üzerinde de görülmektedir. Toplum katmanlarıyla yakın ilişkili bir bilim dalı olan Klasik Türk Müziği, sosyal, siyasal ve ekonomik alanlarla ilişkilendirilmesi sonucunda, teknoloji ile küçülen dünyada var olma savaşı verebilir. Klasik Türk Müziği'nin bir endüstriyel alan olarak kabul edilmesi ile başlayan süreçte, kültürel yayılma ile yakın ilişkisi de dikkate alınmalıdır.

Medya kanallarının çoğalması, yeni teknolojiler, toplumsal hayat içinde kendisini hissettiren zaman kısıtlaması, rekabete dayalı bir mücadeleyi her düzeyde günümüze taşımıştır. Gerçek Türk Müziği dinleyicisinin elde tutulması ve yeni dinleyici kitlesi oluşturulması için yapılan çalışmalarda karşılaşılan güçlüklerin analiz edilmesi önemlidir.

Finansal ve duygusal yönleri içinde barındıran bir alan olarak tanımlanabilir kılınması, Klasik Türk Müziği'ni dünya müzik pazarının bir yerlerine taşıyabilir. Klasik Türk Müziği, bir yaşama tarzı halinde, toplum ile ahlaki değerler ve kahramanlara yönelik ilginin odaklandığı yeni düşünce şekillerini bünyesinde toplayabilir. Hedef kitle üzerinde yaratılacak segmentleri, marka oluşturmayı ve pazar paylarını büyütmeyi mümkün kılacak bir stratejik planlamanın önemi kaçınılmazdır. Esnek ve uygun nitelikli bir Klasik Türk Müziği markası belirsizleşen ve bazen de karmaşıklaşan pazar alanı için bir çözüm olabilir.



Klasik Türk Müziği'nde, profesyonel yapılanmalardan amatör guruplara kadar yayılan geniş alanda, ortak bir payda bulunmaktadır: Ait olma ihtiyacı. Kendi kültürüne yakın durma çabası, çoğunlukla niteliği önceden belirlenemeyen bir pazarda, kişiler bazında kavrayış gücüne göre şekil alması ile sonuçlanmaktadır. Uygun bir marka oluşturmada isteğin ve yeteneğin kontrolsüz kalması ile sonuçlanan bu durum, Klasik Türk Müziği'nin rekabet ortamında yalnız kalması sonucunu doğurmaktadır.

Farklı disiplinlere bağlı olarak hareket edilmesi gereken Klasik Türk Müziği alanında, planlı hizmet sunumu, politika geliştirme, belirlenen politikaların iş programlarına ve bütçelere dayandırılarak, uygulamayı etkili bir şekilde izleme ve değerlendirmeye yönelik hareket etme ihtiyacı sebebiyle Stratejik Planlama temel araç olarak kabul edilmelidir. Stratejik planlama, Klasik Türk Müziği'nin bir marka boyutuna taşınması sürecinde, mali yönden etkili bir duruş kazandırırken, kültür ve kimliğin gelişimine ve güçlenmesine de destek sağlayan bir unsurdur.

Ulusal düzeyde geliştirilecek stratejiler çerçevesinde hazırlanan programlar, sektörel planlar, bölgesel planlar ve küresel gelişim planları ile birlikte genel olarak planlama ve uygulama sürecinin etkinliği artırılarak, kaynakların rasyonel kullanımına katkıda bulunulacaktır.

#### **4.3. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamanın Hukuki Çevresi**

Klasik Türk Müziği İçin hazırlanan stratejik planlamada çok önemli bir yeri olan hukuki çerçevenin izlenmesi, çok boyutlu inceleme gerektiren bir alandır. Gerçekte direkt olarak Klasik Türk Müziği için hazırlanmış kanun ve yönetmelikler eksikliği göze çarpmaktadır. Bu bölümde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 Faaliyet Raporu kapsamında önem verilen benzer alanların tespit edilmesine çalışılmaktadır:

*“Klasik Türk Müziği, tarihi ve kültürel bir mirasın temsilcisi olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak korunmaya alınmıştır. “Kültür ve Turizm Bakanlığı 29 Nisan 2003 tarihli ve 25093 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile kurulmuştur.*

*Bu Kanuna göre Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın amacı; kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek, tarihî ve kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek, yurdun turizme elverişli*

*bütün imkânlarını ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacak şekilde değerlendirmek, turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, teşvik ve desteklenmesi için gerekli önlemleri almak, kültür ve turizm konularıyla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör ile iletişimi geliştirmek ve işbirliği yapmaktır.*

*Buna göre bakanlığımız, kültür ve turizm alanında ulusal politikaların yürütülmesinden, kamusal düzenlemelerin ve tedbirlerin uygulanmasından, sektör ve sivil toplum kuruluşlarının proje ve faaliyetlerinin desteklenmesinden sorumludur.”* (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007 Faaliyet Raporu, sf.3)

*“Bakanlığımız Strateji Geliştirme Başkanlığı tarafından Bakanlığımız ana hizmet birimlerinin iş, işlem ve faaliyetlerinin sistematik olarak analizi çerçevesinde “durum tespiti: envanter” çalışması yapılmıştır. Buna göre ana hizmet birimlerinin şube ve daireler bazında iş-işlem-faaliyet envanteri özet bilgileri aşağıda sunulmaktadır: Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü; 3 Daire Başkanlığı 12 Şube Müdürlüğü ile 54 İş ve İşlem yürütülmektedir.*

*1. Fonetik Sanatlar Daire Başkanlığı 29 görev yürütmektedir*

- *Orkestralar ve Çoksesli Müzik Şube Müdürlüğü*
- *Sahne Sanatları Şube Müdürlüğü*
- *Türk Tasavvuf Müziği Şube Müdürlüğü*
- *Türk Sanat Müziği Şube Müdürlüğü*
- *Türk Halk Müziği Şube Müdürlüğü*

*2. Plastik Sanatlar Dairesi Başkanlığı 11 görev yürütmektedir*

- *Yarışmalı Sergiler Şube Müdürlüğü*
- *Organizasyon ve Sergiler Şube Müdürlüğü*
- *Galeriler, Müzeler ve Koleksiyon Şube Müdürlüğü*
- *Türk Mimarisi ve Süsleme Sanatları Şube Müdürlüğü*

*3. Özlük ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı 14 görev yürütmektedir*

- *Bilgi İşlem ve Koordinasyon Şube Müdürlüğü*
- *Bütçe Şube Müdürlüğü*
- *Personel Şube Müdürlüğü”* (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007 Faaliyet Raporu,Sf.19)

Klasik Türk Müziği, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Ana Hizmet Birimlerinde sunulan hizmetler arasında, Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak

faaliyetlerine devam etmektedir. Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'nün görevleri şöyle belirtilmiştir.

*“Klasik, çağdaş ve geleneksel sanat akımlarını takip etmek, sanat faaliyetlerinin milli kültür ve çağdaş anlayışa uygun olarak yürütülmesini ve yayılmasını sağlamak, bu amaçla güzel sanatlar galerileri ile orkestralar, korolar, çalgı, ses ve halk oyunları toplulukları, resim ve heykel müzeleri gibi sanat kurumları kurmak, bunlarla ilgili faaliyet ve hizmetleri yürütmek, ulusal resim ve heykel sanatı ile geleneksel süsleme ve el sanatları koleksiyonlarının geliştirilmesi, sanatsal değerlerimizin tanıtılması Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'nün görevlerindedir.*

*Bu kapsamda; anma törenleri ve kutlama etkinlikleri, şenlik ve festivaller, kongreler, ödüller, yarışmalar ve sergiler gibi çok çeşitli ve kapsamlı faaliyetler gerçekleştirilmektedir.”* (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007 Faaliyet Raporu, sf.25)

Kültür Bakanlığı Klasik Türk Müziği alanına girebilen çalışanlarının analizi yine Faaliyet Raporu'na göre şöyledir:

*“Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü'nün Merkez ve Taşra Teşkilatı toplam kadro sayısı 632, Merkez Teşkilatında 131, Taşra Teşkilatında 285 olmak üzere toplam 416 kadrolu personel görev yapmaktadır.*

*5441 sayılı Kanuna uyarınca istihdam edilen sanatçı, sanat ve sahne uygulatıcıları çerçevesinde, 181'i merkez, 1387'si taşra olmak üzere 1568 sözleşmeli pozisyon bulunmakta olup, bunların 1280'i doludur. Ayrıca 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 4/B maddesine göre çalıştırılmak üzere 7 sözleşmeli personel istihdam edilmiştir. Genel Müdürlüğümüz hizmet satın alması yolu ile Rejisörler, Dekoratörler, Kostüm Kreatörleri, Işık Tasarımcıları, Koreograflar, Müzik vb. ile Konservatuar öğrencileri, sözlü sözsüz Figüranlar çalıştırdığı gibi hizmet satın alması yoluyla Temizlik ve Güvenlik elemanları çalıştırmaktadır.”* (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007 Faaliyet Raporu, sf.17)

*“2007 yılı içerisinde 24 meslek birliğinden, EDİSAM (Edebiyat ve İlim Eserleri Sahipleri Meslek Birliği), BSB (BSB Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği), SESAM (Türkiye Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği), SETEM (Sinema ve Televizyon Eseri Sahipleri Meslek Birliği), SİNEBİR (Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği), SES-BİR (Seslendirme Sanatçıları Meslek Birliği), MÜYORBİR (Müzik Yorumcuları Meslek Birliği), MÜ-YAP (Mü-Yap Bağlantılı Hak Sahibi Fonogram Yapımcıları Meslek Birliği), MÜYA-BİR (Bağlantılı Hak Sahibi Fonogram Yapımcıları Meslek*

*Birliği, TESİYAP (Televizyon ve Sinema Filmi Yapımcıları Meslek Birliği), FİYAB (Film Yapımcıları Meslek Birliği), SE-YAP (Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği), BASYAYBİR (Basım Yayın Meslek Birliği) tarafından gerçekleştirilen genel kurullara Bakanlığımızca gözlemci düzeyinde katılım sağlanmıştır.” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007 Faaliyet Raporu Sf.65)*

*“Bakanlığımızca yürütölen tüm mevzuat çalışmalarının Hukuk Müşavirliği koordinatörlüğünde yürütölmektedir.*

*Bu kapsamda 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'un yürürlüğe girmesinden itibaren Bakanlığın yeniden yapılandırılması çalışmaları çerçevesinde 2007 yılında gerçekleştirilen mevzuat çalışmaları aşağıda sunulmaktadır.*

#### **KANUNLAR**

- *5571 Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, Seyahat Acentaları Birliği Kanunu ile Turizmi Teşvik Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun -13 Ocak 2007 tarihli ve 26402 sayılı Resmi Gazete*
- *İstiklal Marşı'nın Kabul Edildiği Günü ve Mehmet Akif Ersoy'u Anma Günü Hakkında Kanun -10 Mayıs 2007 tarihli ve 26518 sayılı Resmi Gazete*
- *Yunus Emre Vakfı Kanunu -18 Mayıs 2007 tarihli ve 26526 sayılı Resmi Gazete*
- *Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun -30 Mayıs 2007 tarihli ve 26537 sayılı Resmi Gazete*

#### **YÖNETMELİKLER**

- *Fikir ve Sanat Eserlerinin Tespit Edildiği Materyallerin Dolum, oğaltım ve Satışını Yapan veya Yayan İşletmelerin Sertifikalandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik -27 Ocak 2007 tarihli ve 26416 sayılı Resmi Gazete*
- *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yurt Dışı Teşkilatında Görevlendirilecek Personelin Seçim Esaslarına Dair Yönetmeliğin Yürürlükten kaldırılmasına Dair Yönetmelik -2 şubat 2007 tarihli ve 26422 sayılı Resmi Gazete*
- *Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürlüğü Muhasebe Uygulama Yönetmeliğinin Yürürlükten Kaldırılmasına Dair Yönetmelik -10 şubat 2007 tarihli ve 26430 sayılı Resmi Gazete*
- *Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Yönetmeliği -1 Mart 2007 tarihli ve*

26449 sayılı Resmi Gazete

- *Kültür ve Turizm Bakanlığınca Yerel Yönetimlerin, Derneklerin, Vakıfların ve Özel Tiyatroların Projelerine Yapılacak Yardımlara İlişkin Yönetmelik -15 Mart 2007 tarihli ve 26463 sayılı Resmi Gazete*
- *Kamu Taşınmazlarının Turizm Yatırımlarına Tahsisi Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik (16 Mart 2007 tarihli ve 26464 Sayılı Resmi Gazete*

### **TEBLİĞLER**

- *Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu Kapsamındaki Kültür Varlıklarının Rölöve Restorasyon, Restitüsyon Projeleri, Sokak Sağlıklaştırma, Çevre Düzenleme Projeleri ve Bunların Uygulamaları ile Değerlendirme, Muhafaza, Nakil İşleri ve Kazı Çalışmalarına İlişkin Mal ve Hizmet Alımlarında Parasal Limitlerin Güncellenmesi Hakkında Tebliğ -9 Şubat 2007 tarihli ve 26429 sayılı Resmi Gazete” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007 Faaliyet Raporu, sf.160)*

#### **4.4. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Amacı ve Kapsamı**

Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Planlamasında amaç, sektörel ve bölgesel kriterler doğrultusunda makro düzeyde plan ve programlar yapmak ve mikro düzeydeki stratejik planlarla desteklenen bir yönetim süreci oluşturabilmektir.

Klasik Türk Müziği için stratejik planlama yapılırken, dört basit ifade ile sınıflandırılarak, alt başlıkların tanımlaması yapılabilir. Neredeyiz sorusu, iç ve dış etkenlerin incelenmesi kapsamındadır. Kısaca durum analizinin yapılmasıdır. Klasik Türk Müziği seyircisine ulaşmak, var olan hedef kitlenin analizi, potansiyel hedef kitlenin analizi ve segmentlerle elde edilecek hedef kitlenin analizi sonucunda geliştirilecek plan ve programlar ile mümkün olabilir. SWOT analizi ile iç ve dış etkenler ele alınarak, Klasik Türk Müziği'nin fırsatları ve modern dünya içinde yaratılan çeşitlilik ile gelen tehditleri tespit edilmelidir. Medyanın önemi dikkate alınarak yapılacak atılımlar gerekmektedir. Çünkü, maddi anlamda desteğin az olduğu bu alanda, Klasik Türk Müziği izleyicisi popüler alanlara bilinçli olarak yönlendirilmektedir.

Klasik Türk Müziği rekabetçi baskılar karşısında bir müzisyenin dinleyicisiyle iletişim kurmada yaşadığı güçlükleri yaşamaktadır. İyi tasarlanan bir marka ile iletişim planını yardım girişimleri, promosyonlar, medya olayları ve reklamlar

yoluyla dinleyiciyi konser salonlarına çekmek ya da televizyondan izlemesini sağlamak için mücadele edilmelidir.

Klasik Türk Müziği seyircisi üzerinde oluşturulan rekabet baskısı çok boyutludur. Modern dünyada yaratılan çeşitlilik tercih yapmada yardımcı olmak üzere başlı başına bir sektörün ortaya çıkmasını sağlamıştır. Klasik Türk Müziği'nin geleneksel seyircisi için parasal risk, işlevsel risk, sosyal risk ve psikolojik risklere göz atmak gereklidir. Çoğunluğu takip etme eğilimi neyin doğru ya da yanlış olduğuna inanmakta geçerlidir. Bir eylemi başkalarının da aynı şeyi yapması durumunda uygun görme eğilimi normalde iyi işleyen bir sistemdir.

Geleneksel bir yapı sergileyen Klasik Türk Müziği seyircisine ulaşmak, yine medya aracılığıyla mümkün olmaktadır. Maddi anlamda desteğin az olduğu bu alanda Klasik Türk Müziği izleyicisi popüler alanlara bilinçli olarak yönlendirilmektedir. Bu da Klasik Türk Müziği'nin yayılmasına engel teşkil etmektedir. Avrupa ülkelerinde bu alanda görev yapan müzisyenler toplumun en fazla değer gören kesimidir. Klasik Türk Müziği'nin tek ve başka benzeri olmadığı gerçeğini izleyicisiyle paylaşma çalışmaları, bu alanda gelişmeyi sağlayacak etkin bir yol olarak görülmektedir.

Nereye ulaşmak istiyoruz, sorusuyla belirlenmek istenen Klasik Türk Müziği için Misyon, Vizyon, Amaçlar ve Hedefler belirlenmesidir. Klasik Türk Müziği'nin varoluş gerekçesi, temel ilkeleri gözden geçirilerek oluşturulacak bu önemli unsurlar, daha sonra atılacak adımlara yol gösterecektir. Klasik Türk Müziği için istenilen geleceğin belirlenmesi için, orta vadede yapılacaklar ve ölçülebilir hedefler önemlidir.

Klasik Türk Müziği'nin yeniden yaratılması kapsamında markalaşma eğilimi önemli yer tutmaktadır. Müzik endüstrisinde beğenilme ve beğenilmeme kavramları kaçınılmazdır. Fakat marka, genellikle sloganlar, semboller, özellikler ve bir dizi diğer somut ve soyut özellikleri ile belirlenen ve bir müzik ürününü içeren olguların ve imgelerin bir sentezidir. Markanın adı anıldığında bu özellikler insanın zihninde bir imge oluşturur. Marka bir ürünün diğerinden ayrılmasına yardımcı olmaktadır.

Bu noktada Klasik Türk Müziği'nin bir marka olarak var olması çalışmaları yapılmalıdır. Değerli Klasik Türk Müziği bestecilerinin eserlerine, konserlerde zaman zaman yer verilmektedir. Batı insanının bu eserlere ilgisi hiç de azımsanamayacak ölçüdedir. Bugüne kadar Avrupa'da, sadece Türk bestecilerinin

eserlerinden oluşan bir çalışma hiç yapılmamıştır. Ülkemizin tanıtımı açısından da büyük bir eksiklik olarak görülen bu durum, Klasik Türk Müziği'nin yeniden yaratılması çalışmasının kaynağını oluşturmalıdır. Klasik Türk Müziği'nin içinde barındırdığı düşünce, zaman üstüdür. Bu yüzden, 200-300 sene önce yazılmış eserler, bugün hâlâ geçerliliklerini korumaktadır. Klasik Türk Müziği'nin günlük, gelip geçici bir tüketim aracı olmadığı gerçeği ile hareket edildiğinde marka tanımının özelliklerini fazlasıyla taşıdığı görülmektedir.

Nasıl ulaşabiliriz sorusu için Klasik Türk Müziği için belirlenmiş amaç ve hedeflere ulaşma yöntemleri ön plana çıkmaktadır. Geliştirilecek stratejilerin, faaliyet ve projelerin önemi titizlik gerektiren detaylı iş planlarını da beraberinde getirmektedir. Klasik Türk Müziği'nin marka haline getirilmesi ve bu doğrultuda pazarlama stratejileri belirlenmesi ahlaki değer, katılım ve dönüşümden oluşan temel öğelerle ele alınmalıdır. Klasik Türk Müziği, rekabetçi bir pazar alanında, markasının varlığını sürdürebilmek için hedef kitlesi ile güçlü bir bağ oluşturması gereklidir. Diğer endüstrilerden farklı olarak müzik endüstrisi kitle halindeki müşteriye hizmet sunar. Sanatçılar, yöneticiler ve tedarikçiler gibi geniş çaplı bir ekip tarafından yürütülen bir alandır. Klasik Türk Müziği'nde karar verme konumundaki kişiler, kontrol edemediği güdüsel ve davranışsal öğelerden etkilenme ile karşı karşıyadır. Markalaşma sürecinde karşılaşılan bu engeller dikkate alınmalı ve hedef kitleyi çekebilme ve tutabilme için dönüşüm mekanizmalarının geliştirilmesi gereklidir.

Liderlik konumunu üstlenen dönüştürücüler, müzik değişimini yöneten son derece önemli bir konuma sahiptir. Kültürel eğilimler genellikle dönüşümleri başlatan öğelerdir. Çünkü bunların hiç umulmadık sonuçları vardır. Klasik Türk Müziği aktivitelerine katılan ve dinleyen çok sayıda kişi yeni oluşumlar yaratabilir. İnsanların nasıl Klasik Türk Müziği ile ilgilendikleri konusundaki değişiklikler de değişim sürecini etkileyen öğelerdir. Güvenliğe önem veren bir toplumda, müzik ürünlerini yeni malzemeler ile desteklemek gerekliliği doğar. Pazarın yapısı da dönüşüme destek olan bir öğedir. Toplumdaki çok kültürlülüğün dönüşüme etkisi düşünülerek yeni yüzlere çalışmalarda yer vermek önemlidir.

Liderlik, kültürel eğilim, kriz, pazar ya da medya yöneticileri, yani Klasik Türk Müziği alanında karar verme konumunda olanlar, müzik sektöründeki değişimlerde güçlüklerle karşılaşabilirler. Klasik Türk Müziği'nde önderlik eden birçok kişi, varlığın kuşaklar boyu sürdüren güçlere bağlı kalma isteği içinde bulunmaktadır.

Ayrıntılı dönüşüm planı içindeki küçük çapta değişikliklerin uygulanmaya geçirilmesi, teknolojinin benimsenmesi, televizyonun güçlendirilmesi yoluyla minimal düzeyde dönüşüm sağlanabilmektedir. Büyük kural değişiklikleri, yeni pazarlara doğru genişleme, sanatçının görünüşündeki değişiklik veya teknolojinin içine alındığı dönüşüm ılımlı dönüşümdür. Bu yöntemde karar vericiler daha çok güç ve para harcama yoluna giderler. Finansman bakımından güçlüklerle karşılaşılacak ve dürüstlük imajı tehlikeye giren geniş kapsamlı dönüşümler çok riskli olmasına rağmen, doyurucu nitelikte sonuçlar meydana getirebilir. Dönüşümü uygulayan lider konumundaki kişiler için tercih sınırı mücadele yetisi ile doğru orantılıdır. Klasik Türk Müziği rekabetçi baskılar karşısında bir müzisyenin dinleyicisiyle iletişim kurmada yaşadığı güçlükleri yaşamaktadır. İyi tasarlanan bir marka ile iletişim planının yardım girişimleri, promosyonlar, medya olayları ve reklamlar yoluyla dinleyiciyi konser salonlarına çekmek ya da televizyondan izlemesini sağlamak için mücadele edilmelidir.

Güçlü bir marka kavramı seçme işlemi dinleyiciyle olan iletişimin yalnızca bir bölümünü oluşturur. Marka iletişim stratejilerinin ana görevi dinleyici kitlesine beklentisinin ne olduğunu anlayabilmesi ve dinleyicinin kendisini desteklemesi yolunda ikna edebilecek farklı bir marka sunmaktır. Marka oluşturma alanındaki önemli engel ileti yoğunluğudur.

Farklı alanlara kayan dinleyici kitlesi ile iletişim kurmaktaki önemli görev, dinleyici kitlesini iletişim merkezine yerleştirmektir. Dinleyici merkezli stratejiler belli bir düzeyde Klasik Türk Müziği'nin marka olması ile özdeşleştirilmeli ve birlik olması gereklidir. Ulaşılabilirlik, İnteraktiflik ve Yanıt Verebilirlik, dinleyici merkezli olmanın ana bileşenleridir:

Ulaşılabilirlik, dinleyici kitlesinin Klasik Türk Müziği'ne ulaşabilmesi ve bu müziği tümüyle yaşayabilmesi anlamını taşır. Ulaşılabilirlik temel öğedir ve dinleyici kitlesini müziğin yapıldığı yere ulaştırabilmek için kentin yollarından kamu araçlarının yeterli olmasına kadar geniş açılı iyileştirmeyi içerir. Konser alanındaki yeterli park alanı, konser salonundaki konfor, özel localar gibi kalitenin ifadesi unsurları, dinleyiciye gereken değeri vermek olduğu kadar, her düzeyde verilebilecek mesajın şeffaflığını da sağlayacak bir medya politikası anlamına da gelmektedir.

İnteraktiflik dinleyicilerin Klasik Türk Müziği'ne katkıda bulunması ile mümkündür. Konser sonrası sanatçılarla paylaşılan bir akşam yemeği yemek, genel



müdürler ile internette yazılabilmek, dinleyicileri yaklaştıran fantazi dinletileri hazırlamak bu kapsamda yer alır. Etkileşim tarafların etkin olarak katılacağı olaylar yaratır, Klasik Türk Müziği markasını dinleyici kitlesi ile bağlantılı kılar.

Yanıt verebilirlik, Klasik Türk Müziği markasının dinleyici kitlesinin geri dönüşümlerini alabilme ve uygulanabilir olduğunda bunları değiştirme yetisidir. Belirli çizgiler ile ayrılmış park yerlerinde belirli fiyatlar uygulamak, ya da konseri izlemek isteyen farklı ekonomik olanaklara sahip gruplar için fiyat açısından bir takım imtiyazlar sağlamak dinleyici merkezli bir yanıt olarak kabul edilebilir. Aynı zamanda dinleyici merkezli hareket kabiliyetinde bir sanatçı için yorumlama ve şikayetlerin yetkililer tarafından dikkate alındığı hissettirilmelidir. Yanıt verebilirlik, dinleyici kitlesini mutlu kılmak için girişilen çabalar olmalıdır.

Klasik Türk Müziği'nin marka olarak sunulması çabaları içinde marka iletişimcileri ön plana çıkar. Üç önemli müzik iletişimcisi vardır: Klasik Türk Müziği Markası Katılımcıları, Medya ve Sponsorlar. Müzik endüstrisinde bir iletişim programının uygulanması sürecinde sıklıkla zamanlama sorunları yaşanır: Programın sarkması, markanın yönetimi ile ilgili kuruluş içinden gelen itirazlar ve ekonomik gerçeklikler bunlar arasındadır. Bu sorunların çözümü olarak iki strateji ön plana çıkar: Birincisi daha önceden var olan programın önemil seviyedeki katılımcılarının iletişim ve markalaşma konuları ile ilgili çalışmalara katılmaları gereklidir. İkincisi ise hangi programların bertaraf edileceği, hangilerinin geliştirileceği konusunda karar verilirken bir liderliğin bulunması gereklidir. Klasik Türk Müziği ile eğlence arasındaki çizgi belirsizleştğinde, dramatik gerçeklik büyük önem kazanmaktadır; dinleyicinin ilgisini çekmek, Klasik Türk Müziği markasının kimliğini zihinlere yerleştirmek, Klasik Türk Müziği markasını insanileştirmek, dinleyiciyi Klasik Türk Müziği markası ile özdeşleştirmek ve onu katılımcılarla kişisel bağlantı kurduğuna inandırmak, müzik aktivitelerini yalnızca 'beğeni' kavramına dayalı bir uğraş olmaktan çıkarmak yolları aranmalıdır.

Klasik Türk Müziği medyası ile Klasik Türk Müziği markası arasında yeterli iletişim kurulabilmelidir. Tüm müzik endüstrisi alanında iletişimle ilgili çekişmeler, anlaşmazlıklar yaşanmaktadır. Klasik Türk Müziği ile ilgili aşırı düzeyde olumlu haberlerin yanında olumsuzluklara da yer verilen, paylaşmak istenilenin açıkça ortaya konulduğu bir medya ilişkisi düzenlenmesine önem verilmelidir.

Sponsorlar, verdikleri mali desteğin yanı sıra reklam ve pazarlama yoluyla Klasik Türk Müziği markasının tanınmasını sağlarlar. Sponsorlar kurdukları işbirliğinin uzun süreli olmasını ve hem kendilerine hem de Klasik Türk Müziği markasına yararlı olma beklentisi içindedirler. Sponsorlar dinleyici kitlesi temelinde birçok bağlantı noktasına ulaşabilmekte, dinleyicilerin sanatçılara, müzisyenlere, guruplara olan yakınlıklarından yararlanmakta ve geleneksel reklam ucuzluklarına yönelmeden mal ve hizmetleriyle ilgili mesajlar verebilmektedirler. Aslında sponsorlar müziğin duygu sermayesini edinmekte ve onu kendi ürünlerine aktarma çabası içindedirler. Klasik Türk Müziği-sponsorluk ilişkisini dinleyiciler tabanı üzerinde kurmak müzik ürünleri ve müzik sponsorları için hayati konudur. Öte yandan bir sponsorun desteği olmadan Klasik Türk Müziği markasının mali bakımdan yaşayabilmesi çok güçtür. Önemli olan sorumlu ve bağlı sponsorlar bulmakla sınırlı kalmayıp alınan kararların yalnızca markanın varlığını sürdürmesine değil, aynı zamanda dinleyici çıkarlarına da yanıt verebilmesine odaklanmaktır.

Klasik Türk Müziği'nin stratejik planlaması yapılırken, başarımızı nasıl takip eder ve değerlendiririz sorusuna yönelik olarak izleme ve değerlendirme faaliyetlerinin sistematik bir şekilde yürütülmesi konusu ele alınmaktadır. Klasik Türk Müziği markasının ayakta kalabilmesi, iletişim geribildirimini yaygınlaştığı ve dinleyicilerle bağlantıyı sağlayan gereçlerin çoğaldığı bir toplumda daha kolay olabileceği bir gerçektir. Rekabetçi pazarda Klasik Türk Müziği markasının gücünü ve güçsüzlüğünün iyi bilinmesi gereklidir. Çöküşten kurtulabilir olması, olay yaratma, yıldız gücü, nostalji uyandırma, rekabet yaratma ve sinerjik deneyimlerin geliştirilmesi yoluyla mümkündür.

Klasik Türk Müziği, yaşamını sürdürme savaşında, çeşitli engellerle karşılaşır. Çözüm evrensel kuralları uygulamaya geçirmekle mümkündür:

- Endüstri bölümlendikçe ve rekabet arttıkça müzik markasının dinleyiciye olan bağlılığı da artar.
- Müzik markaları ana pazarlara öncelik vermeli ve onunla ilişkilerini sürdürmelidir.
- Müzik markalarının dinleyici beklentilerini anlaması ve bunları karşılaması gerekir.
- Müzik markalarının ana değerleri koruyarak ve değişim sürecini denetleyerek 'müzik yapısı' içinde kalması gerekir.

- Müzik markalarının sürekli olarak evrimleşen Pazar dinamiklerini kavraması ve yeni bağlantılar kurarken proaktif olması gereklidir.
- Müzik markaları en iyi performanslarıyla yeni ilişkiler ve kavramlar kurmada bir denge oluşturmalarıdır.

Klasik Türk Müziği'nin gelecekteki dönüşümü görebilme konusu tek bir sözcükle özetlenebilir: Beklenti. Klasik Türk Müziği ve dinleyici ilişkisinin geleceği söz konusu olduğunda kazanılması gereken dinleyici kitlesinin şimdi doğduğu gerçeği ortaya çıkar. Milyonlarca çocuk ve aileleri ne dinleyeceklerine karar vereceklerdir. Ailelerin yönlendirme farklılıkları ile Klasik Türk Müziği gelecekteki beklenen konuma ulaşacaktır; dinleyici kitlesinin gönül verdiği Klasik Türk Müziği'nin, bugün tahmin edilemeyen yeni alanlarda yer alışı gündeme gelecektir. Bu durumda beklentilerin belirlenmiş olması önemli bir adım olarak karşımıza çıkmaktadır.

Her yaştan dinleyici kitlesi için rekabet koşullarının önceki koşullara benzemeyeceğinden ve acil müdahaleler gerektireceğinden emin olunmalıdır. Her kuşak kimliğini kültür üzerine yazarken, Klasik Türk Müziği markasının her zaman için dönüşüme uğrama ve yalnızca hayatta kalmayı garanti altına alma değil, aynı zamanda dinleyicilerle ilişkileri yoğunlaştıran bağlantıları da bulmak zorundadırlar. Müzikte karar verme konumunda olanların markaya bu açıdan bakmaları ve herhangi bir değişikliğin dinleyici kitlesiyle bağlantılı olduğunu kavramaları gereklidir. Böylece elde tutulması güç olan dinleyici kitlesi Klasik Türk Müziği'nin yanında yer alabilir.

#### **4.5. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamanın Tanımı**

Klasik Türk Müziği için belirlenen amaçların gerçekleştirilebilmesi için tasarlanan uzun dönemli bir eylem planı oluşturmak şeklindeki yaklaşım, Klasik Türk Müziği için stratejik planlamanın tanımı olabilir. Sektör içinde Klasik Türk Müziği'nin en iyi düzeyde yer alabilmesi tümüyle belirlenen doğru stratejilerle olabilir. Serbest piyasa ekonomilerinde, rekabetçi yaklaşımı belirleyen, üretim planlamasını dikte eden, ne üzerine odaklanılacağını söyleyen unsurlar Klasik Türk Müziği için de geçerlidir.

Bu çerçevede Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Planlaması:

- Sonuçların planlanmasıdır; Klasik Türk Müziği, bir endüstri alanı olarak ele alındığında rekabet etmesi gereken büyük güçlerle karşı karşıyadır. Türk Müzik Endüstrisi'nin kapsamında yer alan çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından ifade edilen ortak kanı, Klasik Türk Müziği'nin fazla kâra sahip

olmadığı, bu nedenle pazarlama ve reklam gibi alanlarda da yatırım yapılmadığıdır. Bu durumda Klasik Türk Müziği için verilen hizmetler ile elde edilecek sonuçların analizi, çözümleri önemlidir.

- Değişimin planlanmasıdır; düşük bütçelerle yapılan albümler için pazarlama imkanlarının azlığı sebebiyle, çok geniş bir taban üzerine oturtulmayan müzik çalışmaları, değişen serbest piyasa koşullarında değerini ortaya koyamadan yitip gitmektedir. Geleneksel bir yaklaşımla, "iyi müzik satar" mantığı etkin olarak kabul görmektedir. Oysaki stratejik pazarlamanın iyi bir ürün üzerindeki olumlu etkisi, tartışmasız kabul edilebilir bir durumdur.
- Gerçekçidir; Bir Klasik Türk Müziği eserinin, potansiyel hedef kitlesine ulaştırılmama olasılığı, talep edilmemeyi de beraberinde getirmektedir. Arz-Talep dengesi yaratılmayan bir ürünün serbest piyasa koşullarında var olabilme olasılığı güç hale gelmektedir.
- Kaliteli yönetim aracıdır; Ürün satışları istenilen oranda sağlanamadığında ortaya çıkan kısıtlı gelirler nedeniyle, üretim yapan şirketlerde kârlarını koruma gayreti ile giderlerini azaltma çabası hasıl olur. Bu durumda Klasik Türk Müziği'nin şu andaki hareketsiz, üretkenliği durağan küçük yapısının gelişmesine engel teşkil eder. Klasik Türk Müziği için, yeni bir tanımlamanın, neler yapıldığının ve yapılan herşeyin yeniden değerlendirilerek şekillendirilmesi ile yapılması mümkündür.
- Hesap verme sorumluluğuna temel oluşturur; tanıtımı iyi yapılan diğer ürünlere kayan satın alma gücü, kısıtlı bütçeler içinde hareket eden Klasik Türk Müziği sektörü için kaçırılmış fırsatlardır. Kaçırılan fırsatların ne ölçüde gerçekleştirileceği konusu değerlendirme ve denetlemeye uygun kılınır.
- Katılımcı bir yaklaşımdır; Klasik Türk Müziği için yapılan stratejik planlamada en üst düzey yetkilisi ile diğer söz sahibi kurumlar, idareciler, mensuplar, izleyiciler, öğrenciler, akademisyenler, özel sektör, devlet sektörü gibi ortak çaba bir aradadır.

#### **4.6. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlamada Hazırlık Çalışmaları**

Klasik Türk Müziği'nin stratejik planlanması yapılırken, farklı görevlere ve donanımlara sahip birçok kişinin bir araya getirilerek, çalışmalar yapılmasının sağlanması öncelikli sırada yer alır.

#### **4.6.1. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planın Sahiplenilmesi**

Kültürel anlamda tam da her şeyin ortasında yer alan Klasik Türk Müziği için farklı disiplinlerden yararlanılması gereklidir. Pazarlama, Sosyoloji, Ekonomi, Psikoloji, Sanatçı, Devlet sektörü, Özel sektör, Medya, Sanat Yönetmeni gibi disiplinlerin bir arada Klasik Türk Müziği'ni sahiplenmesi ve çözüm üretebilir çalışma ortamında yer alması önemlidir. Bir projenin başarılı olabilmesi için farklı bakış açılarına hakim olmak gerekliliği yanında, içinde sorumluluk alınabilen çalışma ortamları yaratılması hızlı ve doğru sonuçları da beraberinde getirir. Ekip çalışmasının önemi ve başarılı olabilme koşulları sağlanmalı ve titizlikle takip edilmelidir.

#### **4.6.2. Klasik Türk Müziği'nde Stratejik Planlama Sürecinin Organizasyonu**

Üst yöneticiden başlayarak her kademede çalışanların katılımı önemlidir. Klasik Türk Müziği için hazırlanan stratejik planlamada gereken birim, kişi ya da gruplar şöyle sıralanabilir:

- Koordinatör Birim: Stratejik plan çalışmalarını koordine edecek bir birim olarak, toplantı organizasyonu, iç ve dış iletişim, belge yönetimi gibi konuları sağlar. Olabildiğince farklı disiplinlerden kişileri barındıran, çalışabilen, üretebilen kişilerin yer aldığı bir komisyon olmalıdır.
- Üst Yönetici: Klasik Türk Müziği için hazırlanan stratejik plana yön veren misyon, vizyon, ve ilkelerin belirlenmesi çalışmalarına katılan ve çalışmalarını her aşamada destekleyen birimdir.
- Stratejik Planlama Ekibi: 8-16 arası olarak belirlenebilen sayıda, grupla uyumlu çalışabilme, değer ve ilkeleri benimseyebilme niteliklerine sahip, yeterli zaman ayırabilecek, çalışmalara katkıda bulunacak bilgi ve birikime sahip olan kişilerden oluşturulmalıdır. Üst düzey yöneticiler arasından seçilen ekip başkanı, ekibin oluşturulması çalışmalarının planlanması, ekip içi görevlendirmelerin yapılması ve motivasyonun sağlanması gibi görevlerle Klasik Türk Müziği stratejik planlama ekibinin içinde yer almalıdır.

#### **4.6.3. Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Planlama İhtiyaçlarının Tespiti**

Klasik Türk Müziği Stratejik Planlama Ekibi tarafından tespit edilecek ihtiyaçlar, yine çalışmalar sırasında ekip için gerekli olan ihtiyaçlardır. Gerekli görüldüğünde ekibin ihtiyaçlarına göre eğitim alması sağlanmalıdır. Ekip içi iletişimi arttırıcı

faaliyetler olarak drama, kişisel gelişim, performans çalışmaları gibi eğitimlere de yer verilebilir. Farklı disiplinlerden kişilerin bir arada bulunması nedeniyle örneğin ekonomi ya da pazarlama yönetiminin önemini anlatan uygulamalara gidilebilir.

Danışmanlık hizmeti ile planın içeriğine müdahale edilmeden, yöntem, süreç ve eğitim ile sınırlandırılmış destek sağlanabilir. Klasik Türk Müziği alanında veri yetersizliği sebebiyle mevcut durum tespiti, hedef kitlenin beklenti ve memnuniyetlerinin belirlenmesi, gelişmelerin ölçülmesi, gibi çalışmalara önemle eğilinmelidir. Mali kaynak ihtiyacı, Klasik Türk Müziği için yapılan stratejik planlamada yer alan amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesi için gerekenin dışında, Klasik Türk Müziği Stratejik Planın yapılabilmesi için gerekli harcamalar olarak ele alınmalıdır.

#### **3.6.4. Klasik Türk Müziği Stratejik Planının Zaman Çizelgesi**

Klasik Türk Müziği için hazırlanmaya çalışılan stratejik planlama uzun bir süreçtir. Belli aşamalar belirlenerek takip edilme kolaylığı sağlanabilir. Bu aşamalar, yıllara bölünerek veya senelik dökümlerle netleştirilerek yapılabilir. Klasik Türk Müziği için uzun vadede yapılacaklar ve kısa vadede yapılacaklar tablolarında tarihlendirilebilir.

#### **3.6.5. Klasik Türk Müziği Stratejik Planının Hazırlık Programı**

Klasik Türk Müziği stratejik planının hazırlık programı, eğitim ihtiyacı, danışmanlık hizmeti ihtiyacı, planlama sürecinin gerektirdiği masraflar ile beşeri ve teknik kaynak ihtiyacı, zaman planı, stratejik planlama sürecine dahil olacak kişiler ve görevleri hususlarının ayrıntılı olarak yer aldığı dökümandır.

### **4.7. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Pazarlamada Durum Analizi**

#### **4.7.1. Klasik Türk Müziği'nin Tarihi Gelişimi**

Klasik Türk Müziği doğal dönüşümünü tamamlarken etki alışverişinde bulunmuş, ancak çok daha kapsamlı etkiler bırakan bir tarih sürecinden geçmiştir. 1926-1976 yılları arasında resmi öğretiminin yasaklanması ile Klasik Türk Müziği kültür erozyonuna uğramıştır. 1700'lerden beri Klasik Batı Müziği'ne temel oluşturan, dizinin 12 eşit parçaya bölünmesi şeklinde tanımlanabilen Tempare Sistem, gelişmiş insan kulağının ihtiyacını karşılayacak yeni sistem arayışlarını getirmiştir. Klasik Türk Müziği sistemi, doğal sesleri ve eşit olmayan aralıkları ile bu ihtiyacı karşılayacak en güçlü aday niteliğindedir. Prof.Ercüment Berker, Türk Müsiki Vakfı

Ortak Yön Arama Konferansı'nda Atatürk'ün sözüne yer vermiş ve değerlendirmiştir. '1 Kasım 1934 'de Atatürk TBMM IV.Dönem 4. Toplantısını açış konuşmasında: “*Ulusal Musikimizin yükselmesi ve evrensel musikide yerini almasını*” ana ilke olarak tesbit ve ifade etmiştir. Bu ana ilkenin açık anlamı *Türk Musikisi'ni kökten kopmadan geleceğe ulaştırmaktır.*” (Prof.Berker, Ercüment, Türk Musikisi Vakfı, OYA Konferansı, sf.4)

Bilimsel anlamda, dönemsel özellikleri, bestekarları, netilikleri, üslupları anlatan bir Türk Müziği tarihi yoktur. Düzgün çözüm yapılabilmesi, tanımlanabilmesi ve tarif edilebilmesi için gerekli olan bilimsel terminolojinin de oluşturulması gerekmektedir. Klasik Türk Müziği dilinin oluşturulamamış olması mensuplar arasındaki iletişim sorunlarını doğurmakta ve anlaşılabilir ve anlatılabilir kılınmasını zorlaştırmaktadır. Klasik Türk Müziği'ne ait kaynaklar dil kaybına uğrayan ilgili kesimin araştırma planlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Destanlardan, menkıbelerden, risaleler ve nazariyat kitaplarından elde edilecek bilgilere bilimsel yaklaşım getirilmelidir.

Klasik Türk Müziği enstrümanlarının imalatı, formlarının tespiti, uluslar arası standartlarla belirlenmesi, Klasik Türk Müziği eserlerinin nota yazımı ve yayınlanması, dolayısıyla solfej sisteminin tespit edilmesi gerekenler arasında görülmektedir. Klasik Türk Müziği'nde orkestra ve koro kavramlarının sistemleştirilmesi gerekmektedir. Klasik Türk Müziği'ne ait kitapların arttırılması ve icranın günümüze uygun gelişimi doğrultusundaki çalışmalara hız verilmelidir. Bilgisayar ve internet üzerinde yeni çalışmalardan yararlanarak, üretim tüketim zincirini genişletme kolaylığından faydalanılmalıdır.

#### **4.7.2. Klasik Türk Müziği İçin Yasal Yükümlülükler ve Mevzuat Analizi**

Klasik Türk Müziği için hazırlanmış yasal yükümlülükler doğrultusunda, faaliyet alanlarının belirlenmesi ve misyon oluşturulmasına katkı sağlamak amacıyla araştırma yapılabilir. Yararlanılacak başlıca kaynak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenmiş stratejilere göre, dar ya da geniş açılı bir bakış açısı sağlamaktır.

Klasik Türk Müziği için hazırlanmış yasal yükümlükler, devlet koroları kurmak ve özlük haklarının düzenlenmesi kapsamında kalan dar bir çerçeve içindedir. Daha çok, var olan eserlerin icrasına yönelik oluşumlar olan devlet koroları, tarihi yüzyıllara dayanan Klasik Türk Müziği'nin, henüz açığa çıkarılamamış kaynak ve

belgeleri aydınlatma çalışmalarını yerine getiremez konumdadır. Bu nedenle, araştırmacı, arşivci, konservatif ve iletişim bilişimci kişi ve kurumlara ya da kuruluşlara kaynak yaratılması gerekliliği sözkonusudur.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 4848 sayılı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanun çerçevesinde belirlenen mevzuat; Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, Fikir ve Sanat Eserlerinin Kanunu, Yunus Emre Vakfı Kanunu gibi kanunları içermektedir. Öncelikle direkt olarak ilişkilendirilemeyen bu kanunların çerçevesi araştırılarak, Klasik Türk Müziği için yararlanma olasılıkları incelenebilir. Yönetmelikler içinde yer alan Yerel Yönetimlerin, Derneklerin, Vakıfların ve Özel Tiyatroların Projelerine yapılacak yardımlara ilişkin hususların ne derece Klasik Türk Müziği ile ilişkilendirilebileceği bakanlık ile karşılıklı olarak incelenebilir.

Klasik Türk Müziği'nin yasal yükümlülükler çerçevesindeki yeri oldukça sınırlı tutulmuştur. Klasik Türk Müziği bölümünün, bakanlık içinde bağımsız bir birim haline getirilmesi için gösterilecek girişimlerle işe başlamak çok önemlidir. Bağımsız olarak kısa ve uzun vadeli planlamalara ve bütçeleme yapabilen bir birimin başarılı olması çok daha uygun kabul edilmelidir. Kültürü koruma kapsamında yer alan kanun içinde, Klasik Türk Müziği'nin varlığı tartışılır durumdadır. Kanunlar, yönetmelikler ve tüzükler kapsamında yeni düzenlemelere gidilmesi gerekli görülmektedir. Klasik Türk Müziği'nden yararlananlar direkt olarak halkın kendisidir.

#### **4.7.3. Klasik Türk Müziği İçin Faaliyet Alanları İle Ürün ve Hizmetlerin Belirlenmesi**

Yasal yükümlülükler ile yürütülmekte olan program ve faaliyetler arasındaki bağlantı ele alındığında, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 Faaliyet Raporunda, Avrupa Birliği Projeleri adı altında aşağıdaki faaliyetler yer almıştır:

*“AB Üyesi olan ve olmayan ülkelerden kentler Avrupa Kültür başkenti olabilmektedir. ‘Uluslararası Jüri’nin 11 Nisan 2006 tarihinde açıkladığı karar ile İstanbul, Essen ve Peç kentleri 2010 Avrupa Kültür Başkentleri olarak seçilmiştir. İstanbul’un 2010 yılında Avrupa Kültür Başkenti olması çalışmalarını koordine edecek özerk bir yapılanma öngören “İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti Hakkında Kanun 2 Kasım 2007 tarihinde kanunlaşmıştır.*

*2007 – 2013 yıllarını kapsayan “AB Kültür Programı”, üçüncü nesil program olarak nitelendirilen ve küresel bir vizyon içeren yeni bir programdır. AB’ye üye ve*



*aday ülke kültür aktörleri arasında, kültürel kaynaşmayı ve karşılıklı anlayış geliştirmeye yönelik bir programdır. 2007 yılına ilişkin 140.000 AVRO'luk katkı payı ödenmiş olup, bu rakam 2008 için 220.000, 2009 yılı için 300.000, 2010 yılı için 370.000, 2011 yılı için 450.000, 2012 yılı için 520.000 ve 2013 yılı için 600.000 AVRO' dur.*

*AB kültür aktörleri ve bunların Türk ortakları arasında kalıcı diyalog ve sürdürülebilir ortaklıklar oluşturmayı amaçlayan ortak kültürel etkinliklere destek sağlanması hedeflenmektedir. Projeler 2008 yılında uygulamaya geçecektir” (Kültür Bakanlığı 2007 Faaliyet Raporu, sf.153)*

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırladığı 2007 Faaliyet Raporu'nda Kurul Faaliyetleri başlığı altında Klasik Türk Müziği ile ilişkilendirilebilecek faaliyetler şöyle yer almıştır:

*“10 Ekim 1988 tarihli ve 19955 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Kültür ve Turizm Bakanlığı Türk Halk Müziği Repertuar İnceleme ve Danışma Kurulu Yönetmeliği gereğince; Kültür ve Turizm Bakanlığı Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezinde toplanan halk ezgilerinin notaya alınabilir değerde olanlarını tespit etmek; uzman ve araştırmacıların yaptıkları notaya alma çalışmalarını ve bu tür hizmetleri yürüten kurum, kuruluş, özel-tüzel diğer kişilerin değerlendirilmek üzere gönderdikleri derleme ve notaya alma çalışmalarını incelemek ve basılması hususunda karar vermek için bir Kurul oluşturulmuştur.*

*2007 yılında; 16 Ocak, 30 Ocak, 15 Şubat, 13 Mart, 27 Mart, 10 Nisan ve 8 Mayıs 2007 tarihleri arasında Türk Halk Müziği Repertuar İnceleme ve Danışma Kurulu Toplantıları yapılmış ve bu toplantılar sonucunda incelenen 100 halk ezgisinden 66'sının notalarının yazılmasına karar verilmiştir.*

*Bakanlık Makamınının 8 Şubat 2001 tarihli ve 512 sayılı oluru ile Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü tarafından Türk Halk Müziği Mahalli Sanatçıları Değerlendirme Kurulu oluşturulmuştur. Genel Müdürlüğümüzün “Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi”ne kayıt edilmek üzere başvuran kendi yöresine ait halk türkülerini yerel ağızla yani yöresel tavırla ses ve saz ile icra eden mahalli sanatçıların sağlıklı ve objektif biçimde tespit edilmesi sürecini bu kurul belirlemektedir. Bu kurul, Halk Müziği ve Oyunları Şubesinin bağlı olduğu ilgili Daire Başkanı'nın başkanlığında, Halk Müziği ve Oyunları Şube Müdürü, Halk Müziği ve Oyunları Şubesi Folklor Araştırmacıları ile Halk Edebiyatı Şubesinde*

*görevli edebiyat konusuyla ilgili bir folklor araştırmacısından oluşmaktadır.*

*1 Mart, 1 Haziran, 3 Eylül ve 3 Aralık 2007 tarihlerinde Türk Halk Müziği Mahalli Sanatçıları Değerlendirme Kurulu Toplantıları yapılmış ve bu toplantılar sonucunda 89 mahalli sanatçıdan 35'inin Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi'ne kaydının yapılmasına karar verilmiştir.*

*8 Mart 2000 tarihli ve 932 sayılı Genel Müdürlük Onayı ile Yaşayan Halk şairleri (âşık-ozan) Değerlendirme Kurulu oluşturulmuştur. Araştırma Eğitim Genel Müdürlüğü Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi'ne kaydedilmek üzere başvuran halk âşığı-ozanı, halk şairi ve gelenek aktarıcılarının sağlıklı ve objektif tespitinin yapılmasına yönelik işlemleri bu kurul belirlemektedir.*

*Yaşayan Halk şairleri (âşık-ozan) Değerlendirme Kurulu; Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Başkanı'nın Başkanlığında Halk Edebiyatı ve Tiyatrosu şube Müdürü, Ankara Devlet Halk Ozanları Topluluğu Müdürü, Halk Edebiyatı ve Tiyatro şubesi folklor araştırmacıları ile Halk Müziği ve Oyunları şubesi'nden bir folklor araştırmacısı ve Gelenek, Görenek ve İnançlar şube Müdürlüğünden bir folklor araştırmacısından oluşmaktadır.*

*Söz konusu Kurulda, Halk Âşığı-Ozanları (Doğu Anadolu ve Doğu Karadeniz orijinli âşık-ozanlar, Orta Anadolu, Çukurova ve Batı Anadolu orijinli âşık-ozanları (Saz çalan)), Halk şairleri (Ozanı) (Saz çalmamaları nedeniyle klasik âşık-ozan tanımı içine girmeyenler, Kalem şairi) ve Gelenek Aktarıcıları (Kendi yaratması olmayıp usta malı yaratmaları olanlar, Hikâyeciler, Destancılar, Zakirler - Cem Âşıkları vb.) değerlendirilerek Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi'nde kayıt altına alınmıştır.*

*3 Mart, 4 Nisan, 4 Eylül ve 4 Aralık 2007 tarihlerinde Yaşayan Halk Aşıkları – Ozanları- Değerlendirme Kurulu Toplantısı yapılmış ve değerlendirmeye katılan 69 halk ozanından 56'sının Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezine kaydının yapılmasına karar verilmiştir.*

*2007 yılında Geleneksel Halk Ozanları Tanıtım Kartı almaya hak kazanan 14 ozana ait tanıtım kartları hazırlanmış ve ilgililere teslim edilmiştir.” (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007 Faaliyet Raporu, sf.94-95)*

Yasal yükümlülüklerden yola çıkarak, farklı birimlerde yer alan bu hizmetlerin tespit edilmesi, birbirleriyle ilişkilendirilebileceği düşünölen faaliyetlerdir. Bu yöntemle Klasik Türk Müziği'nin stratejik planlamasının sonraki aşamalarında

yararlanılabılır.

Klasik Türk Müziği için yetersiz konser salonları sorununa çözüm üretilebilir düşüncesiyle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açıklanan Kültür Merkezleri'ne ait bilgiler şöyledir:

Faaliyette Olan Kültür Merkezleri	:56
Devredilen Kültür Merkezleri-Faaliyette Olanlar	: 9
Yapımı Devam Eden Kültür Merkezleri	:61
Kesin Hesap İşlemleri Devam Eden Kültür Merkezleri	:10
Devredilen Kültür Merkezleri-Yapımı Devam Edenler	:14
2007 yılının ilk altı ayında açılan Kültür Merkezi	: 6
2008 Yatırım Programına Alınması İçin Teklif edilen Kültür Merkezleri	:10
2008 Yatırım Programına Kabul Edilen Kültür Merkezleri	: 2
2008 Yılında Hizmete Açılması Planlanan Kültür Merkezleri	:14

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın doğrudan Klasik Türk Müziği ile ilgili olarak yaptığı girişimlere örnek olması sebebiyle şu bilgiyi verebiliriz:

*“Türk Müziğinin önemli değerlerinden biri olan form zenginliğini yeniden canlandırmak, bestecileri son dönemde yeterince eser bestelenmeyen geleneksel formlarda eser bestelemeye ve yeni form arayışlarına teşvik ederek, Türk Müziğine yurt dışı özellikli eserler ve yeni formlar kazandırmak amacıyla bu yıl “Türk Müziği Formları Beste Yarışması” düzenlenmiştir. Seçici Kurulun değerlendirmesi sonucunda 6 (altı) gruba ayrılarak 50 eser ödüllendirilmiştir.*

*Her grup için;*

<i>1. grupta yer alan 5 eser sahibine</i>	<i>5.000'er YTL,</i>
<i>2. grupta yer alan 10 eser sahibine</i>	<i>4.000'er YTL,</i>
<i>3. grupta yer alan 10 eser sahibine</i>	<i>3.000'er YTL,</i>
<i>4. grupta yer alan 10 eser sahibine</i>	<i>2.000'er YTL,</i>
<i>5. grupta yer alan 10 eser sahibine</i>	<i>1.000'er YTL,</i>
<i>6. grupta yer alan 5 eser sahibine</i>	<i>500'er YTL,</i>

*Ödül verilmiş; söz konusu yarışmaya 627 eser teslim edilmiştir.*

*Ayrıca belediyeler, vakıflar vb. tarafından düzenlenen ulusal, uluslararası, yurt içi ve yurt dışı festivaller ile yerel festivallere bakanlığımızca sanatsal destek verilmektedir. 2007 yılı boyunca ayda bir olmak üzere Kültür Merkezi bulunan*

*illerde, Bakanlığımıza bağlı sanat kurumlarımız konserler vermiştir.” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007 Faaliyet Raporu, sf.25-26)*

#### **4.7.4. Klasik Türk Müziği İçin Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Analizi**

Klasik Türk Müziği için hedef kitle tanımlaması yapılırken anlatılmak istenen, doğrudan veya dolaylı olarak etki altında bırakılan veya bırakan kişiler ya da kurumların incelenmesidir. Klasik Türk Müziği'nin hedef kitlesi, üretilen müziğin, alıcısı konumunda olan kişilerdir. Bu elbetteki bugün var olan dinleyici, potansiyel olarak var olup, henüz etki altına alınmamış dinleyici ve diğer alanları tercih eden dinleyicileri de kapsamaktadır. Tedarikçiler adı altında ifade edilmek istenen, Klasik Türk Müziği ile ilgili olarak, kamu ve özel sektörün yanında, sektör birlikleri ve Sivil Toplum Kuruluşları'nı da içine alan geniş kapsamlı bir alandır. Mensuplar, Klasik Türk Müziği alanında çalışanlar, yöneticiler, bağlı olunan devlet kuruluşlarındaki memurlar, akademisyenler, vakıf, dernek, sivil toplum kuruluşları çalışanları şeklinde açıklanabilir.

##### **4.7.4.1.Klasik Türk Müziği İçin Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Tespiti**

Klasik Türk Müziği ile ilgisi olan kişiler halkın kendisidir. Yönlendirenler kapsamında; devlet sektöründe, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak çalışan Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü altında, Türk Sanat Müziği Şubesi olarak yer almaktadır. Ayrıca özel sektör ve devlet sektörüne bağlı konservatuarlar, mensup yetişmesini sağlayan kurumlar olarak vardır. Sivil toplum örgütleri içinde yer alan küçük-büyük vakıf, dernek gibi kuruluşların yanında, yerel yönetimlere bağlı kültür merkezlerinin koroları ve halk eğitim merkezlerine bağlı korolar bünyesinde de mensup kabul edebileceğimiz Klasik Türk Müziği kitlesi bulunmaktadır. Türk Müziği Vakfı tarafından tespit edilen amatör koro sayısı yaklaşık olarak 250 civarındadır.

##### **4.7.4.2.Klasik Türk Müziği İçin Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Önceliklendirilmesi**

Klasik Türk Müziği ile ilgili kişi ve kurumlarla etkili bir iletişim kurulması için hazırlanan öncelikli liste, kolaylık sağlayacaktır. Faaliyetlerin etkileme gücü ile faaliyetlerin etkilenme derecesi öncelik sırasına göre dikkat alınacak hususlar olarak belirlenmelidir.

ADI	HEDEF KİTLE TEDARİKÇİLER MENSUPLAR	BAĞLANTISI	ÖNCELİKLİ GRUP
Devlet Klasik Türk Müziği Koroları	Mensuplar	Direkt	Öncelikli
Türk Musikisi Vakfı	Tedarikçi	Direkt	Öncelikli
İTÜ Devlet Türk Müziği Konservatuvarı	Mensup	Direkt	Öncelikli
HÜTürk Müziği Konservatuvarı	Mensup	Direkt	Öncelikli
Yerel Yönetim Koroları	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Halk Eğitim Merkezi Koroları	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Milli Eğitim Bakanlığı	Tedarikçi	Dolaylı	Önceliksiz
TRT Kurumu	Tedarikçi	Direkt	Öncelikli
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Mensup	Direkt	Öncelikli
Sivil Toplum Kuruluşları	Tedarikçi	Dolaylı	Önceliksiz
Müzisyenler, Sanatçılar, Bestekarlar, Güftekarlar	Mensup	Direkt	Öncelikli
Dil Bilimciler	Tedarikçi	Dolaylı	Öncelikli
İzleyiciler	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
TV İzleyicisi	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Diğer alanların İzleyicisi	Hedef Kitle	Dolaylı	Önceliksiz
Konser İzleyicisi	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Enstrüman İmalatçıları	Tedarikçi	Direkt	Öncelikli
Yurtdışı Koroları	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Turkish Cultural Foundation	Tedarikçi	Dolaylı	Öncelikli
Müzik Okulları	Mensup	Direkt	Öncelikli
Üniversite Koroları	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Özel Sektör Koroları	Hedef Kitle	Direkt	Öncelikli
Müzik Eğitim Dernekleri	Tedarikçi	Dolaylı	Önceliksiz
Cemiyetler	Mensup	Direkt	Öncelikli

Tablo 9. Klasik Türk Müziği Hedef Kitle, Tedarikçi ve Mensupların Önceliklendirmesi İçin Yapılan Örnek Tablo

#### **4.7.4.3.Klasik Türk Müziği İçin Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Değerlendirilmesi**

Belirlenen liste doğrultusunda, Klasik Türk Müziği için yapılacak faaliyet ile ilgili olarak etki/önem matrisinden yararlanılabilir. Verilecek hizmetlerden kimlerin yararlanacağı tespit edilerek, beklentileri, etkilenme-etkileme seviyesi ölçülmeye çalışılabilir. Klasik Türk Müziği alanında yapılacak olan hizmetlerle yararlananlar arasındaki ilişki tablolarla düzenlenebilir.

#### **4.7.4.4.Klasik Türk Müziği İçin Hedef Kitle, Tedarikçiler ve Mensupların Görüşlerinin Alınması ve Değerlendirilmesi**

Klasik Türk Müziği için hazırlanan stratejik planlamada, hedef kitle ve mensuplarının görüşlerinin alınması için anket uygulaması uygun görülmüştür. Hedef kitle için düzenlenen anket soruları, basit, anlaşılır, kısa soru-cevap özelliği dikkate alınarak 32 soru hazırlanmış ve 101 izleyiciye uygulanmıştır. Mensuplar için düzenlenen anket sorularında ise Klasik Türk Müziği'ne bakış açılarının irdelenebilmesi için çapraz soru tekniği kullanılarak 50 soru hazırlanmış ve 91 mensuba uygulanmıştır. Konser izleyicileri, Halk Eğitim Merkezi Koro elemanları, Yerel Yönetim Koro elemanları hedef kitle olarak kabul edilmiş, İstanbul Devlet Korosu sanatçıları, müzisyenler, konservatuar öğrencileri ve yöneticileri mensup kapsamında değerlendirilmiştir.

#### **Hedef Kitle:**

Anket sonuçlarına göre, hedef kitle %44.6 oranında 36-55 yaş arasında bulunmaktadır. %31.7 oranındaki 56-75 yaş arasını da beraber değerlendirirsek, hitap edeceğimiz kitlenin orta yaş düzeyinde olacağını varsayabiliriz. Klasik Türk Müziği için belirlenecek stratejilerde, %45.54 oranındaki erkek izleyici ve %54.46 oranındaki kadın izleyici profili ile cinsiyet ayrımı gözetmeden düzenlemeler yapmak mümkün görünmektedir. Hedef kitlenin sahip olduğu çocuk sayısı 1-2 çoğunluğundadır. Gelecek nesillerdeki olası hedef kitle durumunun belirlenmesi için önemli olan çocuk sayısındaki oran %25.7 ve %27.7 şeklindedir. Hedef kitlenin medeni durumunun % 56.4 evli olması, karşılıklı etkilenme sebebiyle yapılacak faaliyetlere katılımın iki kişi olarak değerlendirilmesini öngörmektedir. Eğitim durumu %44.6 oranında üniversite seviyesinde görülmektedir. % 32.7 oranında serbest çalışan ve %34.7 oranında emekli olarak belirlenen hedef kitle için, niteliği ve niceliği iyi olan projelerin sunulması gerekliliği öngörülmektedir.

### Hedef Kitlenin Demografik Değerlendirmesi

YAŞ	18-25	%20.8
	36-55	%44.6
	56-75	%31.7
	76 ve üzeri	%3.0
CİNSİYET	Erkek	%45.54
	Kadın	%54.46
MEDENİ DURUM	Bekar	%32.7
	Evli	%56.4
	Dul	%10.9
ÇOCUK SAYISI	Bir	%25.7
	İki	%27.7
	Üç	%11.9
	Dört ve üzeri	%1.0
	Yok	%33.7
EĞİTİM DURUMU	İlkokul	%5.0
	Lise	%28.7
	Ortaokul	%8.9
	Üniversite	%44.6
	Yüksek Lisans	%12.9
ÇALIŞMA POZİSYONU	Emekli	%34.7
	İşçi	%2.0
	Memur	%16.8
	Sözleşmeli	%13.9
	Serbest	%32.7
ÇALIŞMAKTA OLDUĞU KURUM	Devlet Sektörü	%23.76
	Özel Sektör	%41.58
	Diğer	%34.65

Tablo 10. Klasik Türk Müziği Hedef Kitlesinin Demografik Değerlendirilmesi

Klasik Türk Müziği hedef kitle üzerinde yapılan anket sonuçlarında, Klasik Batı Müziği konserlerine gitmeyen izleyici oranı %22.8 iken, Klasik Türk Müziği konserlerine gitmeyen izleyici oranı %5.9'dur. Klasik Batı Müziği konserlerine üç haftada bir giden izleyici oranı %33.7, Klasik Türk Müziği konserlerine haftada bir giden izleyici oranı ise %25.7'dir. Klasik Batı Müziği konserlerine üç haftada bir giden izleyici oranı ve iki üç ayda bir Klasik Türk Müziği konserine giden izleyici oranı, tercihleri değiştirilebilir potansiyel Klasik Türk Müziği hedef kitlesi olarak değerlendirilebilir.

Günlük gazete okuma oranı %92.1, internet üzerinden bilgi sahibi olabilme oranı %53.4, düzenli kitap okuma alışkanlığı oranı %73.3 olan hedef kitlenin ilgi alanına Klasik Türk Müziği ile ilgili olarak kitap, yazılı basın ve internet üzerinden ulaşımı da eklemek gerekliliği görülmektedir.

Klasik Türk Müziği izleyicisinde, herhangi bir müzik aleti çalabiliyor olma oranı, %31.7 seviyesindedir. Hedef kitle ile Klasik Türk Müziği arasındaki müzikal bağın seviyesi için önemli olan bu oran, Türk Müziği enstrümanlarının tanıtılması, öğretilmesi için bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Klasik Türk Müziği izleyicisinin öğrenmek istediği müzik türünün, %69.3 oranında Klasik Türk Müziği olarak ortaya çıkmış olması da birbirini tamamlayan unsurlar olarak ele alınabilir. %12.9 oranında öğrenmek istenilen müzik türü de Caz olarak, %9.9 oranındaki Türk Halk Müziği'nin önünde yer almıştır. Klasik Batı Müziği, %4.0 oranında, yeniden değerlendirilmesi gereken bir alan olarak ele alınabilir.

Klasik Türk Müziği icrasında kadın ya da erkek solist olmanın önemi olmadığı %73.3 oranında kabul edilmiş, %75.2 oranında konservatuar eğitimi alan solistlerin daha başarılı olduğu, %64.4 oranında eğitim almayan icracıların başarılı olamayacağı, Klasik Türk Müziği izleyicisi tarafından belirtilmiştir. %46.5 oranında Atatürk Kültür Merkezi'nin, %44.6 oranında da Cemal Reşit Rey'in Klasik Türk Müziği icrasına uygun olduğu hedef kitle tarafından belirlenmiştir.

Klasik Türk Müziği izleyicisi %78.2 oranında Klasik Türk Müziği'ni bir eğlence müziği olarak görmemekte ve toplum tarafından yeterli seviyede bilinmemesinden %54.5 oranında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın, %22.8 oranında medyanın, % 12.9 oranında da akademisyenlerin sorumlu olduğu fikrine sahiptir. Klasik Türk Müziği konserlerinin olumlu ya da olumsuz yönlerinin bir televizyon programında



tartışılması fikrine %76.2 oranında doğru bir değerlendirme şeklinde yaklaşmaktadır. Bu da Klasik Türk Müziği üzerindeki konuşulmazların konuşulabilir hale getirilmesi için önemli bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

%86.1 oranında Klasik Türk Müziği'nin Batıda kabul edilebileceğini düşünen hedef kitlenin, Klasik Türk Müziği'ni bilen kesim olarak, Klasik Türk Müziği'nin kalitesini vurguladığı düşünülebilir. Klasik Türk Müziği'nin doğru olarak icra edilebilmesinin zorluğunu %83.2 oranında kabul eden izleyici, Klasik Türk Müziği'nde kalite ve eğitimin gerekliliğini vurgulamaktadır.

Klasik Türk Müziği'nde en sevilen besteci, %29.7 oranında Münir Nurettin Selçuk, %28.7 oranında Hacı Arif Bey, %24.8 oranında Dede Efendi ve %9.9 oranında diğerleri şeklindedir. Belli dönemleri simgelemeleri açısından ele alındığında yakın tarihten başlamak gerektiği, ancak bestekarların biyografik yapımlarda yer almasının hedef kitle tarafından tanınmasını sağladığı gerçeğinin de dikkate alınması gerekliliği söz konusudur. Klasik Türk Müziği konserleri için %74.3 oranında izleyici bütçelerinde yer ayırabilir durumdadır. İnternet üzerinden alışverişe %78.4 oranında güvenmemekle beraber, internet üzerinden Klasik Türk Müziği albümlerine %63.4 oranında ulaşabiliyor, %77.2 oranında dinlemek istiyor.

### **Mensuplar:**

Klasik Türk Müziği mensuplarının anket sonuçları değerlendirilirken genel kabul gören kriterler dikkate alınmıştır. Görüş alma aşamasında bazı temel sorulara uygun cevap arayışı söz konusudur: Klasik Türk Müziği mensupları için hangi faaliyet ve hizmetlerin önemli olduğu, olumlu bulunan yönler, geliştirilmesi gereken yönler, beklentiler gibi konular irdelenmeye çalışılmıştır.

Klasik Türk Müziği mensupları, 20 ile 74 yaş arasında geniş bir yaş açılımına sahiptir. %54.95 oranında evli, %34.07 oranında bekar ve %10.99 oranında dul olarak görülmektedir. Çocuk sahibi olmayan Klasik Türk Müziği mensubu %45.5'tir. Oldukça yüksek görünen bu oran, bir meslek olarak Klasik Türk Müziği'nin aile içinde tanınma olasılığının zayıf olduğunu düşündürülebilir.

Klasik Türk Müziği mensuplarının %54.95 oranında üniversite eğitimi almış olması, mesleki açının yeterlilik göstergesi olarak görülebilir. %21.98 oranındaki lise mezunu sonucu, konservatuar öğrencilerinin henüz mezun olmadıkları için ortaya çıkan durumdur. Klasik Türk Müziği mensupları için, %29.67 oranında sözleşmeli, %28.57 oranında memur, %24.18 oranında ise serbest olarak görev yapmakta

oldukları tespiti yapılmış, %38.46 oranında devlet sektörü, %31.87 oranında özel sektör ve %27.47 oranında diğer sektörlerde çalışmakta oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Devlet ve özel sektörde çalışma oranlarının eşit şekilde paylaşılır görülmesi, Klasik Türk Müziği mensuplarının çalışma pozisyonlarının, özel konservatuarlar ile dengelendiği sonucunu göstermektedir.

### Klasik Türk Müziği Mensuplarının Demografik Yapısı

YAŞ	20-74	%100
CİNSİYET	Erkek	%49
	Kadın	%42
MEDENİ DURUM	Evli	%54.95
	Bekar	%34.07
	Dul	%10.99
ÇOCUK SAYISI	Yok	%45.05
	Bir	%18.68
	İki	%30.77
	Üç	%1.10
EĞİTİM DURUMU	Dört	%0.01
	Ortaokul	%7.69
	Lise	%21.98
	Üniversite	%54.95
ÇALIŞMA POZİSYONU	Yüksek Lisans	%15.38
	İşçi	%13.19
	Memur	%28.57
	Sözleşmeli	%29.67
	Serbest	%24.18
ÇALIŞMAKTA OLUNAN KURUM	İşsiz	%4.40
	Devlet Sektörü	%38.46
	Özel Sektör	%31.87
ARABA SAHİBİ	Diğer	%27.47
	Var	%56.04
	Yok	%43.96

Tablo 11. Klasik Türk Müziği Mensuplarının Demografik Değerlendirilmesi

Klasik Türk Müziği mensuplarının %56.04 oranında araba sahibi olmaları, meslekleri gereği ulaşımdaki zorlukları giderebildiklerini, ancak %43.96 oranındaki araba sahibi olmama oranına dikkat edilmesi gerekliliğini ortaya dökmektedir.

Klasik Türk Müziği mensupları, **1.** Soruda, eserin doğru okunması gerektiğine %87.5 oranında, **2.** Soruda esere duygu yüklemenin önemine de %76.9 oranında kesinlikle katılıyor. **3.** Soruda Klasik Türk Müziği icrasında dinleyici esastır fikrine %30.8 oranında kesinlikle katılıyor, %30.8 oranında katılıyor. “Kesinlikle katılıyor” ve “Katılıyor” olmak eş anlamlı ele alınırsa, Klasik Türk Müziği mensubunun dinleyiciyi esas aldığı söylenebilir. **17.** Soruda dinleyiciye hizmetin her türlü menfaatin üzerinde bir görev olduğu bilinci ile hizmet etmek %40.7 kesinlikle katılıyorum ve %23.1 oranında katılıyorum ile kabul edilmektedir. Bunun yanında, Klasik Türk Müziği mensupları, **23.** Soruda geçmişe saygılı olma fikrine %69.2 oranında kesinlikle katılıyor, %23.1 oranında katılıyor. **39.** Soruda Klasik Türk Müziği mensupları, mensubu oldukları sanata saygılı ve nazik olmaları gerektiğine %76.9 oranında kesinlikle katılıyor, %18.7 oranında katılıyor. **42.** Soruda, geleneksel icra şeklinin önemli olduğu fikrine, %51.6 oranında kesinlikle katılıyor, %36.3 oranında katılıyor. **9.** Soruda, Klasik Türk Müziği’ni icra eden kişiler yorumlarında özgür olma fikrine, %29.7 oranında kesinlikle katılıyor, %19.8 oranında katılıyor. **14.** Soruda, Klasik Türk Müziği’nin sunumunda eserlerin korunması gerektiği bilinci önemlidir fikrine, %76.9 oranında kesinlikle katılıyor, %15.4 oranında katılıyor. **19.** Soruda, eser sahiplerinin hak ve özgürlükleri her zaman gözetilemez fikrine %39.6 oranında katılmıyor. Bu durumda Klasik Türk Müziği mensupları için, hedef kitleyi önemsiyen ama geleneksel icra şeklini benimseyen, geçmişe saygılı olma bilincine sahip olarak hareket eden, eserlerin korunması gerektiğini kabul eden ama yorumlarında özgür olmak isteyen ve eser sahiplerinin hak ve özgürlüklerinin gözetilmesi gerekliliğine katılmayan fakat mensubu oldukları sanata saygılı bir çalışma gurubu sonucuna varılabilir.

Klasik Türk Müziği mensupları, **4.** Soruda dinleyici isteklerinin en hızlı şekilde yerine getirilmesi fikrine %31.9 oranında katılmıyor, %27.5 oranında kesinlikle katılıyor. **17.** Soruda, dinleyiciye hizmetin her türlü menfaatin üzerinde bir görev olduğu bilinci ile hizmet etmek fikrine, %40.7 oranında kesinlikle katılıyor, %23.1 oranında katılıyor. Bu durumda dinleyici isteklerinin yerine getirilmesi konusunda kararsızlık yaşayan bir tavır var denilebilir. Ancak Klasik Türk Müziği hakkında

halkı bilgilendirme fikrine, 5. soruda, %38 oranında katılıyor, %48.4 oranında kesinlikle katılıyor.

8. Soruda, Geleneksel Klasik Türk Müziği'ni korumak her koşulda önceliklidir fikrine %60.4 oranında kesinlikle katılıyor, %31.9 oranında katılıyor. 41. Soruda, Klasik Türk Müziği'nin bugünkü durumu, gerçek değerleri yok etmektedir fikrine, %33.0 oranında kesinlikle katılıyor. 43. Soruda, Klasik Türk Müziği için görseelliği öne çıkararak yenilikler yapılmalıdır fikrine, %31.9 oranında kesinlikle katılıyor, %27.5 oranında katılıyor. 40. Soruda, Klasik Türk Müziği kendi alanında değişiklikler yapmalıdır fikrine %54.9 oranında kesinlikle katılıyor, %27.5 oranında katılıyor. 45. Soruda, konservatuar eğitiminin önemine %72.5 oranında kesinlikle katılıyor, %16.5 oranında katılıyor. 46. Soruda, geleneksel icra için yeni bir eğitim sistemi gerekli olduğu fikrine, %42.9 oranında kesinlikle katılıyor, %23.1 oranında katılıyor. Bu durumda, Klasik Türk Müziği mensupları, mensubu oldukları müziği her koşulda korumak gerekliliğine inanıyor, konservatuar eğitiminin gerekli olduğuna ve geleneksel icra için yeni bir eğitim sistemi olması gerekliliğine inanıyor fakat görseelliği öne çıkararak yeniliklere ve Klasik Türk Müziği alanında değişiklikler yapılmasına olumlu bakıyor.

Klasik Türk Müziği mensupları, 49. soruda, Klasik Türk Müziği'nin anlaşılabilir kılınması yetkililerin görevidir fikrine, %44.0 oranında kesinlikle katılıyor, %29.7 oranında katılıyor. 44. Soruda, devlet desteğine ihtiyacı olduğu fikrine, %76.9 oranında kesinlikle katılıyor, %19.8 oranında katılıyor. 32. Soruda, yetkili kişilerin haksızlıkları önleyebilmeleri fikrine, %46.2 oranında kesinlikle katılıyor, %38.5 oranında katılıyor. 37. Soruda, yapacakları atılımlarda desteklenmeli fikrine, %59.3 oranında kesinlikle katılıyor, %35.2 oranında katılıyor. 38. Soruda, dinleyici istekleri doğrultusunda devlet imkanlarını kullanmakta kısıtlanmamalı fikrine, %47.3 oranında kesinlikle katılıyor, %27.5 oranında katılıyor. Bu durumda, Klasik Türk Müziği mensupları, yetkili kişilerin haksızlıkları önlemesinden, hak ve hukuklarının gözetilmesine kadar ve mensubu oldukları müziğin dinleyici tarafından anlaşılabilir olmasına kadar devlet desteğini bekliyor, denilebilir.

Klasik Türk Müziği mensupları, 7. soruda, buldukları kurumların amaçlarına uygun davranma fikrine %45.1 oranında kesinlikle katılıyor, %38.5 oranında katılıyor. 12. Soruda, ahlaki kurallara aykırı davranışların ilgili makamlara bildirilmesi fikrine %31.9 oranında kesinlikle katılıyor, %30.6 oranında katılıyor. 13.

Soruda, bazen kendi amaçlarına uygun davranabilirler fikrine, %38.5 oranında katılmıyor. **15.** Soruda, kendi çevrelerinden olan kişilere öncelikli davranabilir fikrine, %46.2 oranında katılmıyor, %24.2 oranında kesinlikle katılmıyor. **18.** Soruda, çıkar çatışmaları konusunda dikkatli olmalı fikrine, %46.2 oranında kesinlikle katılıyor, %41.8 oranında katılıyor. **20.** Soruda, herhangi bir parti kişi veya zümre yararına olacak şekilde davranma fikrine, %39.6 oranında katılmıyor, %39.6 oranında kesinlikle katılmıyor. **24.** Soruda, haklarını korumakta özgür olmak fikrine %53.8 oranında kesinlikle katılıyor, %36.3 oranında katılıyor. **25.** Soruda, çalışma saatlerini verimli bir şekilde düzenleyebilme fikrine, %53.8 oranında kesinlikle katılıyor, %38.5 oranında katılıyor. **27.** Soruda, kişisel gereksinimlerinin önemli olduğu fikrine %39.6 oranında kesinlikle katılıyor, %29.7 oranında katılıyor. **31.** Soruda, yaptıkları işlerle ilgili hesap verebilme fikrine %38.5 oranında kesinlikle katılıyor, %33.0 oranında katılıyor. **16.** Soruda, buldukları kurumun hizmet idealleri doğrultusunda hareket etmek zorunda olmamalı fikrine, %28.6 katılmıyor, fakat %27.5 oranında kesinlikle katılıyor. **28.** Soruda, kurum kaynaklarını diledikleri gibi kullanabilmelidir fikrine, %31.9 oranında kesinlikle katılıyor, %23.1 oranında katılıyor. **29.** Soruda, savurganlıktan kaçınılmalıdır fikrine, %54.9 oranında kesinlikle katılıyor, %33.0 oranında katılıyor. Bu durumda, Klasik Türk Müziği mensuplarının, buldukları kurumla bütünleşerek, çıkar çatışmalarının ve herhangi bir siyasi oluşumun uzağında kalmayı tercih eden, kendi çıkarlarını düşünmeden belirlenen ahlaki kurallara uyan, çalışma saatlerini kendilerinin düzenleyebildiği, kişisel gereksinimlerinin önemli olduğu ve haklarını koruyabilecekleri bir ortamda çalışmayı istedikleri söylenebilir. Kurum kaynaklarını kendi inisiyatifinde ancak, dikkatli kullanmayı isteyen, bununla beraber buldukları kurumun hizmet ideallerine uygun davranmak konusunda yaklaşık aynı oranda zıt görüşlere sahip olduğu söylenilebilir.

Klasik Türk Müziği mensupları, **33.** soruda, bu alanda görevli olmanın önemli olduğu fikrine, %45.1 oranında kesinlikle katılıyor, %34.1 oranında katılıyor. **34.** Soruda, ahlaki davranışlar hakkında bilgilendirilme fikrine %42.9 oranında kesinlikle katılıyor,, %35.2 oranında katılıyor. **35.** Soruda, yetki dağılımında yolsuzluklar olabilir fikrine, %30.8 oranında katılmıyor, %39.6 oranında kesinlikle katılmıyor. **36.** Soruda, atamaların yeniden düzenlenmesi gerekliliği fikrine, %45.1 oranında kesinlikle katılıyor, %19.6 oranında katılıyor, %20.9 oranında kararsız kalıyor. **30.**

Soruda, görevleri sırasında yetkilerini aşma fikrine, %45.1 oranında katılmıyor. **22.** Soruda, gizli nitelikteki bilgilerin kesinlikle açıklanmaması fikrine, %44.0 oranında kesinlikle katılıyor. **21.** Soruda, edinilen bilgilerin önemli olduğu fikrine, %70.3 oranında kesinlikle katılıyor. Bu durumda, Klasik Türk Müziği mensupları, bu alanda görevli olmayı önemli görüyor, ahlaki bilgilendirme ile mesleğini koruma altına almayı istiyor, yetki dağılımının adil olduğuna inanıyor fakat yeniden düzenlemesini kabul edebiliyor, önemseydiği görev alanı hakkında ketum olmayı ve yetkileri dahilinde hareket etmeyi tercih ediyor sonucu çıkarılabilir.

Klasik Türk Müziği mensupları, **48.** Soruda, dinleyici ile mensubu oldukları müzik arasında iletişim sorunu olduğu fikrine, %44.0 oranında kesinlikle katılıyor, %22.0 oranında katılıyor. **47.** Soruda, gençler tarafından dinlenir hale getirilmesi gerekli fikrine, %64.8 oranında kesinlikle katılıyor, %23.1 oranında katılıyor. 50.soruda, yeni nesile öncelikle yeniden tanıtılmalıdır fikrine, %74.7 oranında kesinlikle katılıyor, %20.9 oranında katılıyor. Bu durumda, Klasik Türk Müziği mensuplarının, Klasik Türk Müziği'nin yeni nesile tanıtılmasını önemseydiğini, dinleyici ile müzik arasındaki iletişimin yeniden sağlanabilmesi için çalışmalar gerektiğini ve gençlerin dinleyici kitlesi içinde yer almasını gerekli gördüğü söylenebilir.

#### **Tedarikçiler:**

Klasik Türk Müziği için tedarikçilerin değerlendirilmesi adı altında belirtilen, Türkiye'de yapımcılık, ses stüdyoları, ses kayıt sanayi, müzik şirketleri, dizi, reklam ve film müzik endüstrisi ve ajanslar şeklindeki iş kollarının inceleme altına alınmasıdır.

Klasik Türk Müziği'nin bir ürün olarak ele alınmasındaki süreç, yaratım, üretim, satış ve pazarlama fonksiyonlarını bir arada toplama eğilimini de beraberinde getirmektedir. İnternet ve mobil telefonlar üzerinden dijital müzik sektörünün ele alınması da diğer önemli bir alandır. Diğer bir değişle, Türkiye'deki müzik endüstrisinin içinde yer alan tüm alanların ele alınması şeklinde özetlenebilir.

#### **4.7.5. Klasik Türk Müziği'nin İç Analizi ve Çevre Analizi**

Klasik Türk Müziği'nin iç analizi ve çevre analizinde kullanılacak temel yöntemlerden birisi de SWOT analizidir. Bu analizde, bir planın geliştirilmesi için karar verme aşamasında Klasik Türk Müziği ile ilgili olarak kuvvetli/zayıf, avantajlı/dezavantajlı noktaların aynı çerçevede görünebilmesi sağlanabilir.

#### **4.7.5.1.Klasik Türk Müziği İçin SWOT Analizi**

Klasik Türk Müziği'nin mevcut durumunun tüm yönleriyle, iç ve dış dinamiklerin göz önünde bulundurularak tespit edilmesidir. Klasik Türk Müziği'nin iç analizinde; var olan yetenekler incelenerek güçlü ve zayıf yönler belirlenir. Dış analizinde ise çevre etkenler belirlenerek fırsat ve tehditler saptanır. Bu doğrultuda genel bir bakış açısı şöyle yapılabilir:

Klasik Türk Müziği, Abdülkadir Meragi, Dede Efendi, Hacı Arif Bey, Yunus Emre gibi değerli bestekarları kimliğinin içinde barındıran, birinci sınıf bir ihraç ürünüdür. Ancak Klasik Türk Müziği tarihinin bir yandan yenilikçi bakış açısıyla, uygun bir zemin arayışı ile çığır açıcı hareketlerle belirlenmesi gerektiği de gerçekler arasındadır.

Klasik Türk Müziği'nin makamsal bir müzik türü olması, müzik tarihinden dünyaya sunulacak farklı nameleri de beraberinde getirmektedir. Bu bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Bu alanda bireysel yeteneklerin öne çıkarılması ile bir müzik akımının temsilciği yapılabilir.

Eğitimin yetersizliği, kimlik sorunu ve ahlaki, ekonomik değerlerin değişmesi sebebiyle, Klasik Türk Müziği'nin tarihinde sahip olduğu değerde, yeni eserlerin yaratılması günümüzde oldukça güç bir olasılık olarak görülmektedir. Yenileşmeye güncel bir form olarak, elektronik ortamda üretilecek yaratıcılık ile elimizdeki değerlerin bilinmesi yaygınlaştırılabilir.

Klasik Türk Müziği, bilimsel disiplinlerden hareketle çok yönlü bakış açıları getirilerek çözümler üretilebilecek bir alandır.

#### **4.7.5.2.Klasik Türk Müziği'nin İç Analizi**

Klasik Türk Müziği için kontrol edilebilir koşulların ve eğilimlerin incelenerek, güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmesi ve değerlendirilmesidir.

### **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN İÇ ANALİZİ**

#### **İÇ ANALİZİN KUVVETLİ YÖNLERİ-STRENGTH**

##### **1. YAPI**

- Ses ve makam sistemi, usulleri, formları ve dili ile özgün olması
- Tek olması
- Batı müziği karşısında farklı olması
- Dahi bestekarlara sahip olması

- Doğal ses sisteminin en iyi temsilcisi olması
- Tek sesli bir sisteme sahip olması
- Enstrümanlarının zengin çeşitliliğe sahip olması

## 2. BEŞERİ KAYNAKLAR

- Analitik düşünebilen, müziğe meraklı genç insan gücü
- Konservatuarlardan yetişen eğitim düzeyi yüksek, yetkinliği ve deneyimi olan insan gücü
- Sivil toplum örgütlerine sahip olması

## 3. KÜLTÜR

- Kültürel zenginliğe sahip olması
- Kişisel ve kamusal düzlemde zengin bir koleksiyona sahip olması
- Yazılı kaynaklara dayandırılmayan bir tarihe rağmen günümüze gelebilmiş olması
- Dans ve ayin gibi hareket unsurunun kullanılabilmesine uygun olması

## 4. TEKNOLOJİ

- Üstün bir teknolojiye ihtiyacın duyulmaması
- Teknolojinin kullanılabilir olması

## 5. MALİ DURUM

- Mali kaynaklarının geliştirilme potansiyeline sahip olması
- Bütçesinin arttırılma imkanı hatta yaratılabilir olması

## İÇ ANALİZİN ZAYIF YÖNLERİ-WEAKNESS

### 1. YAPI

- Temel kaynak eserlerinin günümüz diline çevrilmemiş olması
- Yeni eserlerin yazılamıyor olması
- Çok sesliliğe uygun olmaması
- Nazariyat ve solfejnin farklı olması

### 2. BEŞERİ KAYNAKLAR

- Konservatuarların ayrımcı bir yapıya sahip olması
- Araştırmacıların, akademisyenlerin Osmanlı Türkçesi, Arapça, Farsça ve diğer dillere hakim olmaması
- Müzisyenlerin, sanatçıların kendi kültür tabanını bilmiyor olması
- Müzikologların yetersiz çalışma koşulları



- Kültür Bakanlığı'nda Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'nün bir Şubesi olarak yer alması

- Kütüphane, müze, sergi gibi oluşumlarının yetersiz oluşu

### 3. KÜLTÜR

- BaŐvuru kaynaklarının güvenilir ve yaygın olmaması
- Gelenekçi ya da modern yaklaŐıma sahip olunması
- İçine kapanık, korku kültürü ve iletiŐimsizlik içinde yer alması
- Süreli-süreksiz yayın eksikliğinin bulunması
- Bilgi dağınlıklığı ve bilgiye ulaşmada güçlüklerin bulunması

### 4. TEKNOLOJİ

- Görselliği  n plana çıkaracak teknolojik yeniliklerden yoksun bırakılması
- İnternet ve mobil telefonlar üzerinden yararlanılamaması
- Digital kayıt, arşiv sistemlerinin geliŐtirilememesi

### 5. MALİ DURUM

- Ekonomik bakımdan yeterli araç, gereç ve çalışma ortamına sahip olunamaması
- Pazar payının d Őuk olması
- Mali kaynaklarının zayıflığı
- Arz-talep dengesinin kurulamamıŐ olması

#### 4.7.5.3.evre Analizi

Klasik Türk Müziği için evre analizi, kontor dışı koşulların incelenerek, kritik fırsat ve tehditlerin belirlenmesi olarak tanımlanabilir. Analiz kapsamında ekonomik, sosyal, demografik, kültürel, politik, çevresel, teknolojik ve rekabete yönelik etkenler belirtilmelidir.

Klasik Türk Müziği, uluslar arası gelişmelere bağlı olarak üretim ve distr biyon alanlarında ve klasik satış alanlarının sahip olduğu değer üretim zincirinde, gerileme ve duraklama arasında gidip gelmektedir. Var olanı yeniden keŐfetmek yerine, müzik ekonomisine önem veren ülkeleri incelemek yol gösterici olabilir. Müzik ekonomisi olarak iŐgücü kullanımı ve değer üretimi anlamında, tekstil sanayi, kağıt sanayi, kimya sanayi, plastik sanayi ve turizm sanayinden daha önemli hale getirilebilir görülmektedir. Klasik Türk Müziği'nin aslında önemli bir ekonomi ve turizm gelirine sahip olduğu geçerliliğini kabul ederek baŐlanılacak yolculukta, gelenek,

çağdaşlık ve öncülük kavramları, aralarında birliktelik oluşturulması gereken en önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır.

## **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN ÇEVRE ANALİZİ**

### **DIŞ ÇEVRENİN FIRSATLARI-OPPORTUNITY**

- Küreselleşme
- Sponsorluk ve devlet desteği
- Yurt içi ve yurt dışı festivaller, yarışmalar, ödüller, fuarlar
- Yurtiçi ve yurtdışı üniversiteler
- İnternet, telekomünikasyon araçları
- Dökümantasyon, arşiv, canlı kayıt
- Telif hakları
- Köklü tarih bilincinin geliştirilmesi
- Sivil toplum hareketlerinin başlatılması
- Özelleştirme, fırsat eşitliği
- Türk musiki dernek ve vakıfları
- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Avrupa Birliği'nin kültürel mirasa yönelik çalışmaları
- Uluslar arası müzik federasyonları
- Uluslar arası kültürel anlaşmalar
- Uluslar arası eğitim, bilim ve kültürel anlaşmalar
- Korunması gerekli taşınır kültür varlıklarının koleksiyonu
- İnternet erişim merkezli kütüphaneler
- E- kütüphaneleri
- Eserlere internet ortamında erişim
- Süreli yayın aboneliği
- Anma, açılış törenleri
- Yurtdışı ve yurtiçi kültürel etkinlikler
- Meslek birlikleri
- Dünya özel gün kutlamaları
- Avrupa destek fonu-EURIMAGES
- Müzik eseri yapımcı belgesi

- Somut olmayan kültürel mirasın korunması
- Müzik Fonları

#### DIŞ ÇEVRENİN TEHDİTLERİ-THREAT

- Küreselleşme
- Telif haklarının korunamaması
- Eğitimin yetersizliği, kimlik sorunu
- Yurt içi ekonomik problemler, ahlaki sorunlar
- Milli eğitim sistemi
- Türk kültürünün gericilikle özdeşleştirilmesi TMV,OYA konferansı sf.16
- Turizm ve Kültür Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın yaklaşımı
- Devlet politikası
- Medya
- Mensupların genel duyarsızlığı
- Sosyolog ve filozoflarla ilişkiler
- Çocuklara yönelik yetersiz çalışmalar
- Müzik kurumlarının iletişim eksikliği
- Standartlaşma yetersizliği
- Bilimsel yaklaşım eksikliği-marka yönetimi
- Yapımcılığın yetersiz disiplini
- Teknolojinin yetersiz kullanımı
- Terminoloji eksikliği ve zorluğu
- Batı müziği karşıtlığı
- Orkestra, koro ve kompozisyon kavramlarında sistem yetersizliği
- Solist icrasında farklı kabuller
- Sahne sanatları eksikliği
- Sanat yönetmenliği kavramı
- Popüler yaklaşım
- Denetim eksikliği
- Gençlik faaliyetleri eksikliği
- Proje geliştirme yetersizliği
- Fikir hareketleri eksikliği-bibliyografi, biyografi, roman, senaryo, hikaye, şiir, destan, öykü, makale, vb.

#### 4.8. Klasik Türk Müziği İçin Stratejik Planlama Ve Geleceğe Bakış

Klasik Türk Müziği için misyon ve vizyonların ifade edilerek, temel değerlerin, amaçların, hedeflerin ve stratejilerin belirlendiği aşamadır. Klasik Türk Müziği'nin stratejik planlamasındaki bir işlev de, kimlik ile hizmetler arasında güçlü bir ilişki kurmaktır. Disiplinli bir şekilde bütünü algılamaya yönelik bir çalışma olarak Klasik Türk Müziği'nin stratejik planlaması, üst düzeyden yayılan aynı doğrultuda hareket kabiliyeti anlamında önemlidir.

##### 4.8.1. Klasik Türk Müziği'nin Misyon Bildirimi

Misyon, Klasik Türk Müziği için varlığının sebebi olarak belirlenir; ne yapıldığını, nasıl yapıldığını ve kimin için yapıldığını açıkça ifade etmelidir. Klasik Türk Müziği için yapılan stratejik planlamanın temelidir.

##### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN MİSYONU

**Geçmiş ile geleceği birbirine bağlayan gelenek zincirinin kopmasına meydan vermeden, kültür değerlerimizi koruyarak geliştirecek nesiller yetiştirmek; kültürümüzü insanlık ailesince paylaşılan değerler bütünü içine katmaktır. Türk Musiki Vakfı, OYA Konferansı, sf.13**

##### 4.8.2. Klasik Türk Müziği'nin Vizyon Bildirimi

Klasik Türk Müziği için ideal geleceğin sembolize edildiği vizyon bildirimi, uzun vadede nelerin yapılmak istendiğini gösteren güçlü bir anlatımdır. Klasik Türk Müziği için ulaşılmak istenen geleceğin iddialı ve gerçekçi bir ifadesidir. Klasik Türk Müziği mensuplarını ve karar alıcıları ilerlemeye teşvik eder ve ulaşılabilir olmalıdır. Kısa ve akılda kalıcı, gelecekteki başarıları ve ideal olanı tanımlayıcı olmalıdır.

##### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN VİZYONU

**Müzik eğitiminde yeniden yapılanmak suretiyle; varisi olduğumuz kültür mirasının değerini fark ve idrak etmek, ettirmek, kültürel yozlaşmaya meydan vermeden, toplumdaki kimlik bunalımını aşıcı bir ufuk çizmek, Türk Müziği'nin tüm değerleri ile dünyada itibar görmesini sağlamaktır. Türk Musiki Vakfı, OYA Konferansı, sf.12**

#### 4.8.3. Klasik Türk Müziği İçin Temel Değerler

Klasik Türk Müziği için geliştirilen temel değerler, kararların, seçimlerin ve stratejilerin belirlenmesine rehberlik eden öğelerdir. Temel değerler, Klasik Türk Müziği ile ilişkide olan kişilere, süreçlere ve performansa yönelik olarak belirlenir.

#### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN TEMEL DEĞERLERİ

**Kalite, Güncellik, Güvenilirlik, Mesleki Uzmanlık, Tarafsızlık ve Şeffaflık, Kültürel Saygınlık, Geleneği Koruyarak Çağdaşlık, Yaratıcılık, Yenilikçilik, Sosyal İçerme, Ulaşılabilirlik, Hesap Verebilirlik, Katılımcılık**

#### 4.8.4. Klasik Türk Müziği'nin Amacı

Klasik Türk Müziği'nin amacı, hizmetlere ilişkin politikaların uygulanması ile elde edilecek sonuçları ifade eder. Genellikle orta vadede başarılması hedeflenenler ile misyona yaklaşmak şeklinde açıklanabilir.

#### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN AMACI

**Klasik Türk Müziği'nin üzerindeki durağanlık azaltılarak, yaratılacak yeni fikirler kalıcı kılınacak ve bu fikirlerin geniş kitlelere iletilerek kültürel değer seviyesi yükseltilecektir.**

#### 4.8.5. Klasik Türk Müziği'nin Hedefleri

Klasik Türk Müziği'nin hedefleri, amacının gerçekleştirilmesine yönelik spesifik ve ölçülebilir alt amaçlar şeklinde belirlenebilir. Miktar, maliyet, kalite ve zaman cinsinden ifade edilebilir. Sonuca odaklı, yeterince açık ve anlaşılabilir olarak, belli bir zaman çerçevesi içinde belirlenmelidir.

## KLASİK TÜRK MÜZİĞİ'NİN HEDEFLERİ

**Hedef 1. Klasik Türk Müziği'ni birinci sınıf bir ihraç ürünü olarak, müzik ekonomisinde gayrisafi milli hasılanın önemli bir oranı haline getirmek**

**Hedef 2. Uluslar arası boyutta Klasik Türk Müziği etkinliklerinin standartlara uygun, etkin ve eksiksiz olarak yerine getirilmesini sağlamak**

**Hedef 3. Klasik Türk Müziği'nin akustik bir kimlik olarak yaratılması, geliştirilmesi ve güncelleştirilmesi için uygulama alanları oluşturulacaktır**

**Hedef 4. Klasik Türk Müziği'nin uluslar arası boyutta, standartlara uygun olarak var olması sağlanacak ve denetimi yapılarak, kültürel değerleri koruma altına alınacaktır.**

**Hedef 5. Klasik Türk Müziği için, her kesimden katılımcı desteği sağlanarak, sosyal sorumluluk bilinci yapılandırılacak.**

### 4.8.6. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Performans Göstergeleri

Klasik Türk Müziği için hedefler, ölçülebilir olarak ifade edilememektedir. Sonuçların önceden belirlenen hedeflere ne ölçüde ulaşılabildiğinin ortaya konulabilmesi için performans göstergeleri oluşturulabilir. Klasik Türk Müziği için performans göstergeleri, girdi, çıktı, verimlilik, sonuç ve kalite göstergeleri olarak sınıflandırılabilir:

Girdi: Klasik Türk Müziği amatör korolarının üye sayılarının tespiti

Çıktı: Konservatuarlardan mezun olan öğrenci sayısı

Verimlilik: Mezun olan Klasik Türk Müziği mensuplarının başarılı olma süresi

Sonuç: Klasik Türk Müziği alanında yapılan yatırım, sermayedeki artış

Kalite: Klasik Türk Müziği mensuplarının eğitim hizmetlerinden memnuniyeti

Çıktı ve Sonuç arasındaki farka dikkat edilmelidir. 'mezun sayısı' bir çıktıdır. Eğitimin öğrenciler üzerindeki etkisi belirsizdir. Mezun olan ve hayatını kazanabilen kişilerin sayısı bir sonuç göstergesidir. Sonuç üzerinden hareketle yapılan araştırmalar daha detaylı bilgi verebilir. Konservatuardan mezun olan mensupların, mesleki alandan beklentileri ve bu anlamda hayatlarındaki olumlu-olumsuz değişiklikler ölçülebilmektedir. Benzer şekilde bazı sonuç göstergeleri, aynı zamanda kaliteyi de ölçülebilmektedir. Konservatuar eğitiminden memnun olan mensupların mesleki alanda kaliteli yer almaları ya da aldıkları iyi eğitimi, mesleki alanlarında yatırıma dönüştürebilmeleri olasılığı öngörülebilir.

#### 4.8.7. Klasik Türk Müziği İçin Belirlenen Stratejiler

Klasik Türk Müziği'nin stratejileri, amaçlarına ve hedeflerine ulaşabilmesi için alınan kararlar bütünüdür. Bu bölümde Klasik Türk Müziği için belirlemeye çalıştığımız strateji alanları için Türk Musiki Vakfı tarafından düzenlenen, OYA-Ortak Yön Arama Konferansı kapsamında yapılan çalışmadan yararlanılmıştır. Bu çalışmadaki bilgiler, bireysel fikirlere tercih edilmiştir: Konusunda uzman 55 kişinin katılımı ile gerçekleştirilen bu çalışmanın, Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Pazarlama Planı için gerekli görülen ekip oluşturma yaklaşımına uygunluğu öngörülmüştür.

#### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 1

TÜRK MÜZİĞİ BİRİKİMİ STRATEJİ 1: Türk Müziği-görsel/işitsel- kaynaklarının ve 'Türk Müziği Külliyesi'nin belirlenmesi, toplanması ve değerlendirilmesi- arşiv, kütüphane, diskotek, sonotek, neşriyat

TÜRK MÜZİĞİ BİRİKİMİ STRATEJİ 2: Türk Müziği bilimsel altyapı çalışmalarının başlatılması, geliştirilmesi, sürdürülmesi

#### PROJELER:

- Türk Sanatları Arşivi'nin kurulması
- Türk Sanatları Külliyesi'nin kurulması
- Türk Müziği Arşiv ve Dökümantasyon Merkezi kurulması
- Türk Müziği Müzesi'nin kurulması
- Türk Müziği Tarihi, Teorisi, Terminolojisi çalışmaları
- Türk Müziği Araştırma Merkezi'nin kurulması
- Ulusal/uluslar arası Türk Müziği Ansiklopedisi
- Türk Müziği çalgı metodları ve solfej kitabı
- Türk Müziği icra prensiplerinin tespiti
- Proje bazlı düzenli ulusal/uluslar arası bilimsel toplantılar
- Temel kaynak eserlerin transkripsiyonu için Türkoloji bölümleriyle ilişki kurmak
- Arşiv taraması ile bütün belgelere ulaşmak, gereken tercümelemleri yapmak, bir veritabanı oluşturmak, dökümantasyon merkezi ve arşivler kurmak, terminoloji hazırlamak
- Müzik bibliyografyasını oluşturmak

## **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 2**

EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 1: Türk Müziği ile ilgili iç ve dış çevrenin eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve Türk Müziği için yeniden yapılanmanın sağlanması

EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 2: Türk Müziği'nin gericilikle özdeşleştirilmesinin ve bu konudaki algılma yanlışlığının değiştirilmesi

PROJELER:

- Batı dünyasının medyatik şahıslarının ilgisini çekmek
- Üst düzey politikacıların ilgisini çekmek
- Dışişleri Bakanlığı misafirlerine konserler vermek
- Medya ile üst düzeyde bağlantı kurmak
- İyi tanınan ve takdir edilen gençlerin ilgisini çekmek

EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 3: Okul öncesi Türk Müziği eğitimine gereken önemin verilmesi

PROJELER:

- Türk ailelerinin 'müzik yapar' özelliklerine yeniden kavuşturulmaları
- Çocuklara servis araçlarında Türk Müziği kayıtlarının dinletilmesi
- Diyanet camiasında çocuk ilahi gruplarının oluşturulması
- Çocuk oyuncaklarına Türk Müziği ezgilerinin yerleştirilmesi
- Okul öncesi eğitimde, karşı kültürlerin etkisine mani olunması
- Çizgi film, reklam cıngılı, bilgisayar oyunlarında Türk Müziği kullanılması ve özendirilmesi

EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 4: Okul çağında eğitim; Milli Eğitim Bakanlığı'nın Türk Müziği eğitiminin düzenlenmesi

PROJELER:

- Milli Eğitim içinde müzik müfredat programının yeniden ele alınması. Konservatuar mezunlarına pedagojik formasyon alma hakkı verilmesi. Yeterli bilgiye sahip öğretmenlerin yetiştirilmesi
- Müzik kültürü dersi okutulması
- Müzik kampları oluşturulması
- Türk Müziği belgeselleri okutulması
- Türk Müziği müzikalleri geliştirilmesi
- Türk Müziği ve işletme yaklaşımının öğretilmesi



EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 5: Okul çağında eğitim; Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde müzik meslek eğitiminin düzenlenmesi

**PROJELER:**

- Ayrımcı tavrı yok edici ve gerekli iyileştirici yasal düzenlemelerin talep edilmesi; “Türk-Batı” nitelemeli devlet konservatuarlarının “Türk Konservatuarı” adıyla yeniden örgütlenmesinin sağlanması
- Konservatuar öncesi –ilk,orta/8 yıl temel eğitim, tam ya da yarı zamanlı müzik okulu uygulamasını başlatma, harika çocukların özel eğitiminin sağlanması, yüksek –yaygın- öğretimde kurs, sertifika programı
- Müzik eğitimi müfredatının temel sanat ve bilim donanımını geliştirici ders ve konularla –doğu ve batı dilleri, tarih, sosyoloji, vb.- desteklenmesi
- Yurtdışı üniversite müzik ve müzikbilim öğrenci değişim programları, akademik ilişkilerin geliştirilmesi
- Ulusal ve uluslar arası eğitime yönelik internet alt yapısının düzenlenmesi
- Türk müziği camiasında kendi kültürünün ve dünya kültürlerinin derinliklerini kavrayacak, disiplinlerarası bir anlayışa sahip nesiller yetiştirilmesi
- Kültürel değerleri araştırabilecek Osmanlı Türkçesi, Arapça, Farsça, Krill ve yabancı dil eğitiminin verilmesi
- Yurtiçi ve yurt dışı üniversitelerde Türk Müziği Kürsüleri kurulmasına çalışılması
- Yurtdışı üniversitelerin müzikoloji bölümlerinin lisansüstü eğitimlerinden yararlanılması
- Dil bilen yetenekli gençlere imkan tanınması

EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 6: Kitle eğitimine önem verilmesi

**PROJELER:**

- Üniversitelerce ve konservatuarlarca düzenlenecek sertifika, atölye, yaz okulu, iş başı mesleki eğitim programlarıyla nitelikli müzik dinleyicilerinin çoğaltılması
- Yazılı, görsel işitsel yayıncılık faaliyetleri yapılması –Dergi, Radyo, TV, CD, VCD, DVD, Kaset, vb
- Musiki dernekleri dahil sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerinin

desteklenmesi

- Toplumunu besleyecek Türk Müziği el kitapları –sürelî/süresiz-, görsel/işitsel yayınlar

**EĞİTİM GELİŞTİRME STRATEJİSİ 7:** Diyanet camiasında eğitim faaliyetleri ile yozlaşmanın önlenmesi

**PROJELER:**

- Müftülükler ve Haseki Eğitim Merkezi gibi meslek içi eğitim veren kurumlarda, nitelikli müzik eğitiminin verilmesi
- Eğitim amaçlı Kur'an, Ezan ve benzeri CD ve kasetlerin Diyanet Camiası'na dağıtılması

### **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 3**

**ARAŞTIRMA GELİŞTİRME –ARGE:** Türk Müziği'nin dayandığı bilimsel ve estetik kuralların ortaya konması, bunların eğitim, üretim ve uygulama yöntemleriyle gelişmesinin sağlanması

**PROJELER:**

- Yurtiçi ve yurt dışındaki etkinliklerin takibi
- Kaynakların güncelleştirilmesi
- Müzik festivallerinin araştırılması ve ilişkiye geçilmesi
- Türk Müziği eserlerinin arşivi ve seslendirilmesi için yazılım geliştirilmesi
- Kültür değerlerimizi oluşturan diğer disiplinlerle ortak projeler geliştirmek ve ortak düşünce platformu oluşturmak
- Kültür ürünlerinin topluca sergilenerek birbiriyle bağlarının gösterilmesi
- İnternet ortamında ürünlerin sergilenmesi

### **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 4**

**ÜRÜN GELİŞTİRME –ÜRGE:** Türk Müziği ürünlerinin üretim ve sunum aşamalarında nicelik–sayısal ve nitelik–kalite boyutlarının gözetilerek geliştirilmesinin sağlanması

**PROJELER:**

- Medyaya yönelik film, müzik, dizi gibi çalışmalar sunulması
- Çalgılarda ve aksesuarlarında standardizasyona gidilmesi
- Türk Müziği çalgı üreticilerinin desteklenmesi, çalgıların belli bir standartta

uygun fiyatla satılabilir hale getirilmesi

- Ulusal veya uluslar arası bestecilik, icra ve çalgı yapım yarışmaları; seviyeli şenlik ve festivaller düzenlenmesi
- Yeni formlar, besteler, çalgı yapım tekniği gibi unsurlarla icranın geliştirilmesi, kaydedilmesi ve özendirilmesi
- İcra topluluklarının rekabetçi bir ortama getirilmesi
- Faaliyetlerin icra edileceği ve ürünlerin sergileneceği mekanların yapılması

## **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 5**

İNTERNET VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ -IT:

PROJELER:

- Türk Müziği web sayfalarının linklerle birleştirilmesi ve nitelikli hale getirilmesi
- Ulusal ve uluslar arası haber grupları oluşturulması
- Eğitim amaçlı interaktif CD oluşturulması
- Türk müziği eserlerinin arşivi ve seslendirilmesi için yazılım geliştirilmesi
- Dünya çapında merkezi ve ücretli bir Türk Müziği sitesine sahip olmak – Telif haklarını koruyarak

## **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 6**

TEMSİL, TANITIM, TEŞVİK VE PAZARLAMA –TTTP: Türk Müziği'nin geliştirilmesi, yanlış kanaatlerin düzeltilmesi bakımından temsil, tanıtım, teşvik ve pazarlama faaliyetlerinin organize edilmesi

PROJELER:

- Türk Müziği 'sanatçı duruşu'nun iyileştirilmesi. İyileştirme için gerektiğinde profesyonel kişi ve kuruluşlardan destek alınması
- Ulusal ve uluslar arası medya ve temsil platformalarında nitelikli tanıtım ve temsil faaliyetleri
- Türk Müziği'nin kendi dönemine ait mekanlarda, dar, entelektüel çevrelere konserler verilmesi
- Hz. Mevlana'nın eserlerinin başta Amerika'da en çok okunan kitaplar arasında yer alması nedeni ile bu kültürel değerimize sahip olunması ve bu

- düşüncenin müzik boyutunun da dünyada yaygınlaştırılmasının sağlanması
- Musiki dernek ve vakıfları arasında diyalog kurulması, işbirliğine gidilmesi
  - Eleştirmenler yetiştirilmesi, teşvik edilmesi
  - Gazetelerde sanat sayfalarını oluşturacak ve/veya yönlendirecek lobiler kurulması
  - TV’lerde yayın kalitesinin yükseltilmesi
  - Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bulunulması; müzik ajansları ile ilişki kurulması, Türk Müziği’ne yönelmelerinin sağlanması
  - Açık oturumlar düzenlenmesi
  - TRT ile diyalog kurulması
  - Türk Müziği radyosu kurulması, var olanlarla sıcak temas sağlanması, gerektiğinde danışmanlık hizmeti sunulması
  - Periyodik olarak beste icra yarışmaları düzenlenmesi
  - Türk Müziği konservatuvarı mezunları arasından nitelikli gönüllülerin-moderator tespit edilmesi
  - Medyada özendirici programların desteklenmesi
  - Güçlü bir sonuç bildirgesi hazırlanması. Bildiride devlet baskısı, gericilik, ilgi ve bilgi noksanlıkları, “halk böyle istiyor” baskısının Türk Müziği üzerindeki hırpalayıcı, küçültücü etkilerinin irdelenmesi. Diğer kültür dallarının sorunlarının da aynı bildiriye dahil edilmesi

## **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 7**

İNSAN KAYNAĞI YÖNETİMİ VE ÖRGÜTLENMESİ STRATEJİSİ 1: Genel örgütlenme; Türk Müziği’nin toplumda gönüllü ve yaygın sivil toplum hareketi haline getirilmesi

### **PROJELER:**

- Nitelikli müzik/müzişyen ilişkileri ve politikaları üretecek, denetleyecek, yön verecek İstanbul merkezli lider kuruluşun belirlenmesi. Müzik derneklerinin de bu çatı altında temsil edilmesi
- Projelerin hayata geçirilmesi amacıyla Türk Müziği insan kaynağı envanterinin oluşturulması ve bu kaynakların hedefe yönelik olarak organize edilmesi ve örgütlenmesi

- Gönüllü ve devamlı çalışma gruplarının oluşturulması
- Düşünce üretimi ve eylem gruplarının oluşturulması

İNSAN KAYNAĞI YÖNETİMİ VE ÖRGÜTLENMESİ STRATEJİSİ 2: Mesleki Örgütlenme; Müzik meslek örgütlenmelerinin yaygınlaştırılması

PROJELER:

- Besteciler İcracılar Birliği
- Telif Hakları Örgütlenmesi
- Luthierler-Enstrüman Yapımcıları Birliği
- Müzikoloji Meslek Birliği
- Klasik Türk Müziği Meclisi
- Sanat Medya ve Serbest Meslek Sendikası
- Türk Çağdaş Müzik Derneği
- Türk Müzik Bilimleri Topluluğu
- Ses/Görüntü ve Film Sanayi Meslek Birliği
- Türk Müziği Loncası
- Türk Müziği Yorumcular Derneği
- Türk Müziği Yeni Müzik Seksiyonu Uluslar arası Topluluğu
- Türk Müziği Bilgi Merkezi
- Değerlendirme Şirketleri
- Türk Müzik Atlası
- Türk Müziği Strateji Geliştirme Merkezi

### **KLASİK TÜRK MÜZİĞİ STRATEJİ ALANI 8**

GELİR KAYNAKLARI –GEKA: Türk Müziği'nin dünyaya tanıtılması, hak ettiği yaygınlığa, nitelik ve niceliğe kavuşabilmesi için, geliştirilen stratejilerin ve projelerin uygulanmasını sağlayacak mali kaynakların oluşturulması hedeflenmektedir.

PROJELER:

- Yurtdışı sponsorluklarının temini –yurtdışı vakıflar, Birleşmiş Milletler Örgütü Fonları, Avrupa Birliği Fonları
- Yurtiçi sponsorluklarının temini – Devlet sponsorlukları, Özel sponsorluklar
- Özkaynak geliştirici etkinlikler, fonlama

- İnternet ortamında gelir getirecek düzenlemeler –Müzik indirme siteleri
- Türk Müziği Fonları
- Türk Müzik Ekonomisi Birliği

### 3.9. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamada

#### Maliyetlendirme

Klasik Türk Müziği'nin maliyetlendirme sürecindeki temel amaç, geliştirilen projelerin gerektirdiği maliyetlerin ortaya konulması suretiyle, karar alma sürecinin gerçekçi kılınmasıdır. Amaç ve hedeflere yönelik stratejiler doğrultusunda gerçekleştirilecek faaliyetlere kaynak tespiti yapılmasını kolaylaştıran bu süreçte, hedefle ilişkisi kurulamayan projelere yer verilmemelidir.

#### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ MALİYETLENDİRME TABLOSU

PLAN	YIL 1	YIL 2	YIL 3
<b>Amaç 1: TÜRK MÜZİĞİ BİRİKİMİ</b> <b>Hedefler:</b> Arşiv Külliye Müze Tarih Teori Terminoloji Araştırma Merkezleri Ansiklopedi Çalgı Metodu Solfej Kitabı Bilimsel Topluluklar İcra Prensipleri			
<b>Amaç 2: EĞİTİM GELİŞTİRME</b> <b>Hedefler:</b> KTM İçin Tanıtım Programları Okul Öncesi Çocuklar Okul Çağında Eğitim Meslek Eğitimleri Kitle Eğitimi Diyanet Camiası			

<p><b>Amaç 3: ARGE</b></p> <p><b>Hedefler:</b></p> <p>Kaynakların güncelleştirilmesi</p> <p>Yurtiçi-dışı etkinliklerin takibi</p> <p>Müzik festivalleri takibi</p> <p>Ortak düşünce platformları</p> <p>Sergiler</p> <p>İnternet</p> <p>Bilgisayar yazılımları</p> <p>Kanun, yönetmelik ve teşvik takibi</p>			
<p><b>Amaç 4: ÜRGE</b></p> <p><b>Hedefler:</b></p> <p>Medyaya yönelik çalışmalar</p> <p>Standardizasyon</p> <p>Çalgı üreticilerinin desteklenmesi</p> <p>Yarışmalar, festivaller düzenlenmesi</p> <p>Kayıt teknikleri</p> <p>Topluluklar için rekabet ortamı</p> <p>Mekan tespitleri</p>			
<p><b>Amaç 5: IT</b></p> <p><b>Hedefler:</b></p> <p>Web Sayfaları</p> <p>Haber gurupları</p> <p>İnteraktif CD çalışmaları</p> <p>Yazılım Geliştirilmesi</p> <p>KTM sitesi kurulumu</p>			
<p><b>Amaç 6: TEMSİL, TANITIM, TEŞVİK VE PAZARLAMA</b></p> <p>Sanatçı duruşu</p> <p>Tanıtım faaliyetleri</p> <p>Mekan ilişkisi ile konserler</p> <p>Mevlana kitapları</p> <p>Yazılı basın ile iletişim</p> <p>Televizyon kalitesinin yükseltilmesi</p> <p>Pazarlama faaliyetlerinin artırılması</p> <p>Açık oturumlar</p> <p>Radyolar</p> <p>Yarışmalar</p> <p>Sonuç bildirgesi yayını</p>			

Lobi kurulması			
Müşteri profilinin çıkartılması			
<b>Amaç 7: İNSAN KAYNAĞI YÖNETİMİ VE ÖRGÜTLENMESİ</b>			
Genel Örgütlenme			
Mesleki Örgütlenme			
<b>Amaç 8: GELİR KAYNAKLARI</b>			
<b>Hedefler:</b>			
Sponsorluklar			
Özkaynak geliştirme			
İnternet ortamından yararlanma			

Tablo 12. Klasik Türk Müziği İçin Geliştirilen Maliyet Tablosu Örneği

Klasik Türk Müziği için geliştirilen maliyet tablosundan yararlanarak yapılacak projeler için bir kaynak tablosu da oluşturulmalıdır. Klasik Türk Müziği için oluşturulan kaynak tablosu, bütçenin yıllara göre hangi alanlardan sağlandığının gösterildiği bir tablodur. Gelecek yıllar içinde yapılacakların, geçmiş yıllarda yapılanlarla karşılaştırmalı olarak görülebilir olması, bütçe kaynaklarının yenilenmesi, geliştirilmesi gibi konulara da yardımcı olacaktır. Tablo 13'te yararlanılacak kaynakların çeşitliliği görülmektedir.

### KLASİK TÜRK MÜZİĞİ KAYNAK TABLOSU

KAYNAKLAR	YIL 1	YIL 2	YIL 3
Genel Bütçe			
Özel Bütçe			
Yerel Yönetimler			
Sosyal Güvenlik Kurumları			
Bütçe Dışı Fonlar			
Döner Sermaya			
Vakıf/Dernekler			
Dış Kaynak			
Diğer Kaynaklar			
<b>TOPLAM</b>			

Tablo 13. Klasik Türk Müziği İçin Geliştirilen Kaynak Tablosu Örneği



#### **4.9. Klasik Türk Müziği İçin Hazırlanan Stratejik Planlamada İzleme Ve Değerlendirme**

Klasik Türk Müziği için hazırlanan stratejik planlamada izleme, stratejik plan uygulamasının sistematik olarak takip edilmesi anlamındadır. Raporlama ile ilgili birimlerin bilgilendirilmesi, gerçekleştirilen projelerin, gelecek yıllar için rehber oluşturmasını sağlar. Değerlendirmesi ise uygulama sonuçlarının amaç ve hedeflere uygunluğunun takip ve kontrol edilmesi anlamındadır.

İzleme, seçilen planlama ekibine yardımcı olan bir sistemdir. Raporlama da izleme faaliyetinin en önemli aracıdır. İş akış planları değerlendirilmeye uygun tablolar halinde yapılabilir. Performansın izlenmesi ile veriler elde edilerek ilerleme sağlamayı getirir.

Klasik Türk Müziği mensuplarının ve tedarikçilerin hatta hedef kitlenin yöneticilere hesap verme sorumluluğu sağlanarak faaliyetlerin sürekli iyileştirilmesi sağlanmış olur. Her yeni faaliyette eksiklikler giderilerek ilerleme kaydedilmesi mümkün kılınır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırma sonucunda şöyle bir değerlendirme yapılabilir:

Toplumlarda birbirinden farklılık gösteren sosyal yapı, coğrafi şartlarla beraber o topluma ait müziğin yapısını belirleyen en önemli faktördür. Tarih boyunca “Klasik” kabul edilen müzik türleri, toplumun folklorik üretimi içinde, üst düzey ürünler olarak göze çarpmaktadır. Hem Doğu, hem de Batı dünyası içinde gelişen Klasik Müzik’ler incelendiğinde, yaratıcılarının üst düzey tarafından himaye edilerek, uygun çalışma ortamları ile desteklendiği görülür.

15. Yüzyıl sonlarına doğru Osmanlı Sarayı’nın yeşik hal almaya başlaması ile gelişmeye başlayan Klasik Türk Müziği, bilinçli olarak gerçekleştirilen kurumsallaşma-Enderun ile eğitime önem verilen bir alan olarak kabul edilmiştir. Klasik Türk Müziği’nin halife ve çevresi, hakan, sultan, hükümdar gibi Havasü’l Havas denilen üst düzeye icra edilmesi, yüksek ilimlerden kabul edilmesini de beraberinde getirmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu’nun yayıldığı geniş alanlarda, toplumsal devinimini tamamlayan Klasik Türk Müziği, aynı zamanda kullandığı dili anlayanlara, tarihsel bilgi veren bir alandır. Türk Musiki kültürü, hem musikiyi yaratan ve icra edenlerce, hem de musiki üstüne yazılanlarla oluşturulan değerli bir alan olarak kabul edilmelidir. Klasik Türk Müziği’nin içindeki kültürü anlamak, sahip olduğu kültürlerarası etkileşimin derinliği açısından önemlidir. Klasik Türk Müziği, yetkinliği ve kalıcılığını ispatlamış, ‘Klasik’ tanımına uygunluğu kabul edilebilir bir müziktir. Toplumların üzerine sinen kültürel değerler, yeniliklere de açık olarak gelişir. Klasik Türk Müziği’nin klasik özelliklerini üzerinde taşıyarak, günümüze kadar gelebilmesi, hiç eskimeyen müzikler arasında yer alması, her çağda, herşeyin üstünde yer alması gerekliliğinin de göstergesi durumundadır.

Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk elli yılında, Klasik Türk Müziği’ne karşı alınan, birbirinden çok ayrı iki yaklaşım, geleneksellik ve modernliği karşı karşıya bırakmıştır. Türk devlet ve topluluklarının birbirinden farklı kültürlerle iç içe yaşayıp, kaynaşması ile oluşturulan kültürel zenginlik, doğal olarak Klasik Türk Müziği’nin üzerinde günümüze taşınmıştır. Siyasi otoriteler ile düzenlenmeye çalışılan dönem içinde ise Klasik Türk Müziği, tarihi gelişimini yavaşlatmak zorunda bırakılmıştır.

Klasik Türk Müziği eserleri, en uygun usulün seçilmesi ile başlayan ve meşk usulu ile ezbere öğrenilen metodlarla ortaya çıkarılmış bir sisteme sahiptir. Bu

sebeple, müziğe kabiliyetli öğrenciler seçilerek, yaygın eğitim yerine, özel eğitim yöntemi uygulanmıştır. Klasik Türk Müziği'ne sahip çıkan dönemin musikişinastları, kendilerini, eserlerin emanetçisi olarak kabul etmiş ve bestelere duydukları sadakat ve vefa ile hareket etmişlerdir. Sözlü öğretim ve aktarıma dayanan Klasik Türk Müziği eğitiminde, eserlerin standart doğrusu olduğu söylenemez. Ancak, eserlerin icrası sırasında oluşan bu farklılık, zenginlik ve çeşitlilik olarak günümüze ulaşmış, yaratıcılık ve yaşama belirtisi olarak kabul edilebilir.

Klasik Türk Müziği'nin sahip olduğu usul ve melodi bütünlüğü üzerine kurulu, makamsal yapısının nağmeler ile süslenmesi özelliği, öğrenme ve beste yapma zorluğunu arttıran bir özelliktir. Yeni bir eser yapılması, melodi, ahenk ve geçkilerin başka usullerde bestelenmemiş olması ile mümkündür.

Klasik Türk Müziği, politik yaklaşımlarla direkt etki altında kalan bir sanat alanıdır. Tarihte, dans ve ayin için yapılan müziklerin Klasik Türk Müziği'ni etkilediği kabul edilebilir bir gerçektir. Bir oda müziği olarak küçük topluluklarla icra edilmesi, Klasik Türk Müziği'nin kalitesini arttırıcı özellik olarak görülmüştür. Klasik Türk Müziği bir eğlence aracından çok, örf, anane, tarih, dil ve estetik beğenilerin sunulduğu meta olarak kabul edilmiştir. Ancak, Cumhuriyet Dönemi'nde Klasik Türk Müziği, ulusal çevrenin ürettiği bir ürün olmaktan çıkarılarak, kültürel alışverişin, gelişmenin göstergelerinden kabul edilmiştir. Konservatuarlarda Klasik Türk Müziği'nin dışlanması, batılılaşma yolundaki kültürel, siyasal ve ekonomik politikalar ile Klasik Türk Müziği'ne egemenlik ve mücadele açısından bakılmıştır.

Günümüzde müzik üretim endüstrisi en zengin endüstrilerden biridir. Kayıt araçlarının geliştirilmesiyle, müzikte üretim materyalleştirilmiş ekonomik bir emtia haline getirilmiştir. Bir ürün olarak müzik, kendi yan ürün sistemini de ortaya çıkararak, 'Serbest Pazar Sistemi'nde önemli bir konuma sahiptir. Egemen ideolojiler ve kültürel ilişkileri destekleyen müzik üretimi, pazarın temel yapısını belirlerken, Klasik Türk Müziği'ne alternatif ideolojik yaklaşım getirilmesi gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Serbest piyasa ortamında, müzikle ekonomik kazanç sağlama isteğini, 'halka istediğini verme' düşüncesinin arkasına saklayarak, egemen müzik politikaları ön plana çıkarılmıştır. Uluslar arası müzik üretim şirketleri, materyal üretim tarzı ile kültürel ilişkileri egemen iç yapı çerçevesinde ele alıp, yanlış yönlendirmelere sebep olmaktadır.

1980'lerde sosyal devlet anlayışının olumsuz etkilerinin giderilebilmesi için yeni dünya düzeni olarak adlandırılan ekonomik düzenlemelere gidilmiştir. Dünya'daki bu önemli değişim, Türkiye üzerinde de etkili olmuş ve ilk defa uluslar arası kurallar uygulanmaya başlanmıştır. Radikal, cesur ve vizyon sahibi olan görüşler ekonomik, politik ve sosyolojik alanlarda yerini almış, sade bir model yaratma anlayışı hakim olmuştur. Bu da demografik gelişmeler, çevre sorunları etnik çatışmalar şeklindeki yeni unsurları gündeme getirmiştir. Kısaca, bir ülkenin temel direği olarak insan faktörü ön plana çıkarılmıştır. Dünyada yaşanan ekonomik dalgalanmaların, gelişmekte olan bir ülke konumundaki Türkiye Cumhuriyeti üzerindeki etkileri, dolayısıyla toplum bireylerinin yaşadığı sorunlar, geniş çerçevede ele alınması gereklidir.

Serbest piyasa ekonomisi, Türkiye'de müzik endüstrisi üzerindeki yatırımların artmasına sebep olmuştur; kayıt sistemleri, müzik enstrümanları ithalatı, ticari televizyon kanalları ve radyo istasyonları yaygınlaşmıştır. 2001 verilerine göre ülke ekonomisinin %46'sını Müzik Endüstrisi paylaşmıştır ve Türkiye, Avrupa'da 6. sırada yerini almıştır.

Müzik Endüstrisi ile Türkiye'de dinleyici ve müzisyen arasında var olan doğal ilişki bozulmuş, müzik, mekanik olarak üretilir ve para kazanma aracı olarak sunulan bir hal almıştır. Standardizasyon ve monotonluk olarak dinleyiciye alıştırmış bu hal, şehirlî kimliğin anlatımı olmuştur. Tüketim toplumunun simgeleri, batılı şarkıcı şekilleri benimsetilir hale getirilerek, ilgi çekici olmak, eserin önüne çıkarılmıştır. Televizyonun, ardından gelen internetin etkili gücü, görsel kültürün ve gösteri kültürünü etki altına almıştır. Endüstrileşme ile beraberinde gelen bu şekil, medya ile toplum ilişkisine yeni boyut kazandırmış, teknolojik gelişmelerle toplumların yaşama şekilleri basite indirgenmiştir.

Klasik Türk Müziği, endüstrileşme ile birlikte dünyadan bağımsız bir halde, toplum ile iletişim kırılmaları yaşatılarak, yabancılaştırılan bir müzik türü haline getirilmiştir. Daha çok hızlı tüketimin ve süreksizliğin, kalıcı olmayan ürünlerin ve buna dayalı olarak insan ilişkilerinin ortaya çıkardığı bir toplumsal ve ekonomik dönüşüm halini, yine, yeni dünya kuralları ile çözümleme yolu geçerlidir. Diğer bir deyişle, bilimsel disiplinlerden yola çıkılarak hazırlanması mümkün olan bir modelin, Klasik Türk Müziği üzerinde uygulanması zorunluluğu kabul edilmelidir.

Stratejik Pazarlama Planı, hemen her alanda uygulanabilir özelliklere sahip olması sebebiyle, metod olarak tartışmasız kabul edilebilir bir yöntemdir. Farklı disiplinlere bağlı hareket etmekle yükümlü olan bir alanda, planlı hizmet sunumu, politika geliştirme, somut iş planları oluşturma ve uygulamayı izleme ve değerlendirmeye yönelik olarak belirlenen bir harekette stratejik planlama temel araç olarak benimsenmelidir. Bu çerçevede Klasik Türk Müziği'nin bir ürün olarak ele alınabilir olmasının sorgulanması ve cevaplarına yer verilmesi de önemlidir. Klasik Türk Müziği'ni sadece müziksel bir yapı olarak kabul etmek, başka hiçbirşeyle ilgisi olmadığını düşünmek, gelenekselliği akademik düzeye taşımak anlamına gelir. Klasik Türk Müziği'nin birçok bilimsel disiplinlerle bir bütün olarak ele almak en doğru yöntemdir. Klasik Türk Müziği, tarihsel süreç içinde üzerinde barındırdıklarıyla olgunluğun, genişletildiğinde ise aile ve topluma karşı sorumluluğun gerektirdikleriyle özdeşleştirilebilir. Günümüzde dinlenecek müziği seçerken, müzik ile ne olunduğuna karar verilmektedir. Klasik Türk Müziği'nin zaten var olan kalitesi ve değeri, dinleyici kitlesine aktarıldığında, etkili olacaktır.

Klasik Türk Müziği'nde pazarlama alanı müzik değil, icracı olarak belirlenmelidir. Burada anlatılmak istenen sanatçının ön plana çıkarılması değil, eserin icra edilirkenki koşullarının, yaratıcı unsurlarla desteklenmesi şeklindedir. Klasik Türk Müziği Endüstrisi yaratılırken en çok dikkat edilecek husus, büyük eserlerin tekrar üretilenlerini düşünmekten çok, bu eserlerin yorumları sırasında yeniden üretiliyor olmasını ön plana çıkarmak olmalıdır.

Klasik Türk Müziği'nin sahip olduğu diğer bir özellik olarak, güfte ile beste ikilisinin homojen bir karışımla oluşturduğu kültürel etki, önemle üzerinde durulması gereken bir diğer konudur. Klasik Türk Müziği için kullanılan dil, anlatılan hikayeler, neyin kastedildiği ya da dinleyici için ne anlama geldiğini de belirlemektedir. Klasik Türk Müziği zaman ve mekana sıkı sıkıya bağlı olarak ele alınmalıdır.

Klasik Türk Müziği'ni, malın üretildikten sonra dağıtılıp, halkın tüketimine sunulan klasik tüketim modeli yaklaşımından ziyade, hizmet ekonomisi, yani ürünlere dayalı bir sistemin içinde ele almak daha doğru olacaktır. Beste üretimi, sonra icrası ve dinleyici kitlesinin beğenisine sunulması şeklindeki yaklaşım, üretim, dağıtım ve tüketim süreci olarak ele alınabilir. Kapitalizmin temel ilkelerinden biri olan emeğin ürünlerinin stoklanabilmesi özelliğine de, Klasik Türk Müziği'nin uçucu

bir düşünce olmaktan çıkarılmasına olanak sağlayan besteler adres gösterilebilir. Belli bir sürede var olup bitmesi gerekli sermaye kavramı ise repertuar ile özdeşleştirilebilir.

Klasik Türk Müziği'nde profesyonel yapılanmalardan amatör gruplara kadar yayılan geniş alanda, ortak bir payda bulunmaktadır. Kendi kültürüne yakın durma çabası, hatları belirlenmemiş bir ortamda, bireysel bazda şekil alması ile sonuçlanır. Uygun bir marka oluşturmada isteğin ve yeteneğin kontrolsüz kalması ile sonuçlanan bu durum, Klasik Türk Müziği'nin rekabet ortamında yalnız kalmasını sağlar. Esnek ve uygun nitelikli bir Klasik Türk Müziği markası yaratmak, belirsizleşen ve bazen de karmaşıklaşan serbest piyasada bir çözüm olabilir. Stratejik pazarlama planı, Klasik Türk Müziği'nin bir marka boyutuna taşınması sürecinde, mali yönden etkili bir duruş kazandırırken, kültür ve kimliğin gelişimine ve güçlenmesine de destek sağlayan bir unsurdur.

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak konumlandırılmış Klasik Türk Müziği'ne ait kanun ve yönetmelikler, yetersiz düzeydedir. 3 Daire başkanlığı, 12 Şube Müdürlüğü ve 54 İş ve İşlem yürüten Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'ne bağlı durumda faaliyet göstermeye çalışan, Klasik Türk Müziği Şubesi'nin bağımsız kılınması hiç kuşkusuz hareket kabiliyetini arttıracaktır. Bağımsız kısa ve uzun vadeli planlamalar ve bütçeleme yapabilen bir birim, yapılan planları aksaksız ve sorumluluğunu üstlenerek daha kolay yerine getirebilecektir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ortak düşünce olarak kabul edilen; *“Yasal düzenlemelerin çerçevesi genişletilerek, özel kurum ve kuruluşların bu katkılarının direkt olarak vergi indirimine tabii tutulması gibi”* destekleyici önlemler alınması gereklidir.

Klasik Türk Müziği için geliştirilen stratejik planlamada, Klasik Türk Müziği'nin rekabet ortamında büyük güçlerle karşı karşıya olduğu kabul edilmeli, 'iyi müzik satar' düşüncesi değiştirilerek, kalitenin tanıtım ile desteklenmesi çalışmaları yapılmalıdır. Arz-Talep dengesinin kurulması ile var olma olasılığı güçlendirilmeli, kaçırılan fırsatlar değerlendirme ve denetlemeye alınmalıdır. Elbetteki bu planlamaya, söz sahibi kurumlar, idareciler, mensuplar, izleyiciler, öğrenciler, akademisyenler, özel sektör, devlet sektörü gibi geniş katılımcı bir yaklaşım sağlanmalıdır.

Klasik Türk Müziği, yapısal olarak incelendiğinde; değerli bestekarları içinde barındırması, makamsal bir müzik türü olması, farklı nameleri içinde barındırıyor olması, enstrümanlarının zengin çeşitliliğe sahip olması ve doğal ses sisteminin en iyi temsilcisi olma özellikleriyle birinci sınıf bir ihraç ürünü olarak kabul edilebilir. Kültürel açıdan, zenginliğe sahip, teknolojinin kullanılmasına uygun, ancak üstün teknolojiye ihtiyaç duymaması açısından da güçlü özelliklere sahiptir.

Klasik Türk Müziği alanında yeni eserlerin yazılamıyor olması, çok sesliliğe uygun olmaması, nazariyat ve solfejinin farklı olması, ve kaynak ve eserlerin günümüz diline çevrilmemiş olması, Klasik Türk Müziği'nin zayıf yönleridir. Ancak bu zayıf yönler giderilebilir, hatta avantaja dönüştürülebilir yönler olarak ele alınabilir. Günümüzde var olan bütün kurumların üzerinde oluşturulacak ekip tarafından belirlenen misyon, vizyon, temel değerler, amaçlar, hedefler, stratejiler ve planlar doğrultusunda hazırlanan kısa ve uzun vadeli projeler ile hareket edilmeli ve gerçekleştirilen her çalışma izleme ve değerlendirmeye alınmalıdır.

Klasik Türk Müziği, Türkiye'de ve dünyada yeni yeni keşfedilmeye başlanıyor; Doğu müziklerine yönelen ilgi, eğitimin verdiği bilgelikle birleşince Klasik Türk Müziği'nin tek olma özelliği keşfedilmekte ve dinleti alanlarında aranır olmaktadır. Geniş bir çalışma gurubu gerektiren Klasik Türk Müziği'nin tanıtım süreci içinde müzisyenlerin görevi, bu ilgiyi artırıp ülkenin her yanına yayabilmektir. Ancak böylelikle, Klasik Türk Müziği'nin çağdaş bir düzeye ulaştırılabileceği açıktır.

Sanatsal eğitim, insanın yetiştiği ortamdır. İnsanın yeteneği, yaşadığı toprakların kültür zenginliğine göre şekillenir. Doğuştan gelen genetik faktörlerin de etkileri kabul edilse de bunun önemli bir rol oynamadığı bilimsel olarak kabul edilmiş gerçektir. Belirli bir alanda çalışıldığında kişilerin yetenekleri de gelişmektedir. Bilimadamları, ana rahmindeyken düzenli olarak kaliteli klasik müzik dinleyen bebeklerin kulaklarının ve müzikal zevklerinin çok geliştiğini ortaya koydular. Sonuçta, Klasik Türk Müziği'nin temele inilerek eğitiminin öne çıkarılması gereklidir.

Klasik Türk Müziği'nin kendine has bir dinleyici kitlesi vardır. Klasik Türk Müziği'nin dinlenme oranının arttırılması gereklidir. Klasik Türk Müziği halkın seviyesine indirilmeden, halkın Klasik Türk Müziği'ni anlaması sağlanmalıdır. Klasik Türk Müziği ile modern müziğin birbirine yaklaştırılmaya çalışması çabaları yeniden gözden geçirilerek, dönüşümün müziğin kendisinde değil de dinleyici

kitlesinin değişen yaşamına uygun dinleti noktalarını içine alan yeni pazarlama stratejileri oluşturulmaya çalışılması, en doğru çözüm olacaktır. Klasik Türk Müziği'nin değeri 'tek' olmasından gelmektedir. Değişime uğraması gereken, bu tek olmakla sahip olunan değerliliğinin, geniş kitlelere duyurulma çabası olmalıdır.

### **Klasik Türk Müziği'nin Stratejik Pazarlaması İçin Kısa Vadeli Öneriler**

Stratejik pazarlama kampanyaları, Klasik Türk Müziği üzerindeki durağanlığı azaltacak etkenler olarak görölmektedir. Pazarlama kampanyaları, Klasik Türk Müziği alanında yaratılacak yeni fikirlerin kalıcı kılınabilmesi ve bu fikirlerin geniş kitlelere iletilmesinde önemli rol oynamaktadır. Geliştirilen bir fikrin, kalıcı olması için 6 temel niteliğe sahip olması gerektiği kabul edilir; Basitlik, beklenmedik olmak, somutluk, inanılrlık, duygusallık ve hikayeler.

1. Basitlik: Verilmek istenen bilginin, tek ifade edilmesi en uygun yöntemdir. Atasözleri gibi, ancak çıkarılacak bir şey bir cümleye yüklenerek kalmadığında mükemmele ulaşılmış olduğu kabul edilmelidir. Yaratılan fikir etrafında en az özü kadar değerli olan diğer fikirler, asıl fikrin hatırlanmasını zor kılar.

Televizyon ve Radyo Reklamları'nın geniş kitlelere ulaşabilme özelliği düşünöldüğünde önem verilecek bir alan olarak kabul edilebilir. Müzik şirketlerinin kataloglarında yer alan albümlerinin tanıtımı, reklama önem verilmesi ile hızla aşılabilir. Reklam bilinen bir gerçektir, ancak önemli olan kalıcı olabilmek için uygulanan yöntemdir. Hedef kitleye uygun saatlerde yayınlanan bir reklamda, şarkı örneklemesine yer verilmesi, albümün varlığının bilinmesinde ve benimsenmesinde yardımcı olabilecek küçük bir ayrıntıdır. Bu ulaşılmak istenen Klasik Türk Müziği kitlesine verilen net bir bilgidir.

2. Beklenmedik Olmak: Klasik Türk Müziği dinleyicisinin ilgisini, yaratılan fikre çekebilmek ve bu ilginin sürdürülebilirliğini sağlamak önemlidir. İlgi yaratmak için sürpriz içeren, sürdürülebilirliği sağlamak için ise ilgi ve merak gereklidir. Alışılmışın dışında geliştirilen beklenmedik müşteri hizmetleri ile hedef kitle şaşırtabilir ve böylelikle ekstra hizmetin fiyatını ödemeye hazır ve istekli dinleyici kitlesi yaratılabilir.

Çeşitli indirim aktiviteleri'nin korsan albümler üzerinde etkili olduğu görölmüştür. Ancak bu yöntem, maliyeti düşük korsan albümlerin satış potansiyelini azaltmamaktadır. Orijinal albümün ulaştırılacağı doğru kitle ekonomik refaha sahip kitle olmalıdır. Çünkü bu sınıf, aldığı albüm ile beraber ulaştırılan beklenmedik



hizmetlere önem verebilir. Zamanı paradan daha değerli olan kitleye sunulacak hizmetler, elindeki beğenmediği bir albümün geri alınmasından, anlık karar verilen bir konser biletinin veya bir albümün eline ulaştırılmasına kadar geniş bir yelpaze içerebilir. Bir Klasik Türk Müziği albümünün ekinde veya konser salonlarında sunulacak Klasik Türk Müziği Klüp Kayıt Formları ile dinleyici kitlesi ile iletişim sağlanarak bilgi akışı doğru ve hızlı bir şekilde sağlanabilir.

Albüm Kitapçıkları, Besteci temalı T-shirtler, grubun albüm hazırlıklarını gösteren bir DVD veya Hidden Track'lar besteci ve sanatçı hakkında bilgilendirmeyi de beraber getirecektir. Orijinal albümlerin sahip olduğu müzik kalitesi, Klasik Türk Müziği'nin sahip olduğu kalite ile orijinal albümlerle sunulan kalite örtüştüğünde ödenen fiyat farkının olumlu olarak görülmesini sağlayabilir. Bu yüzden promosyon aktiviteleri fark ödemeye olumlu bakılmasına yönelik olmalıdır.

3. Somutluk: İşletme alanında misyon taahhütleri, sinerjiler, stratejiler, vizyonlar gibi unsurlar anlaşılabilir somutluğa sahip değildir. Fikirler, duygusal bilgilerle veya insani eylemlerle açıklanmaya çalışılırsa etkileme gücü zayıflayabilir ve kalıcılıktan uzaklaşılabilir. Çünkü beynimiz somut imajları hatırlamaya programlıdır. Somut bilgiler vermek, herkeste aynı anlam yüklemesini de beraberinde getirir. Bu sayede var olan olumsuz önyargılar bile avantaja dönüştürülebilir.

Klasik Türk Müziği'nde yer alan sayısız eserlerden birisi veya ikisi özenle seçilerek, 'özel' olduğu fikrinin yüklendiği bir çalışma ile dinleyici kitlesine ulaştırılabilir. Günümüzde kabul gören uygulamanın tam aksine, eserin sanatçıdan daha önemli olduğu vurgulanarak 'özel' konuma taşınabilmesi mümkündür. Bilinen, uygulanan bir yöntemin yani 'Single' pazarının bu alanda uygulamaya alınması ve avantajlarını da hedef kitleye ulaştırılması anlamına gelmektedir. Tüm albüm maliyetinin oldukça düşürüldüğü böyle bir çalışma ile eserin teknik analizine de yer verilerek, Klasik Türk Müziği alanında bilinmesi, dinlenmesi ve öğrenilmesi gereken daha bir çok kaliteli eser bulunduğu vurgulanabilir.

4. İnanılrlık: Yapılanı söylemek ve söyleneni yapabilmek genel doğru olarak kabul edilebilir. Güven düzeyi yeterince iyi kurulduğunda var olduğu sınırlar aşılabilir ve daha önce farkında olunamayan yeni ve üstün yetenekler keşfedilebilir.

Klasik Türk Müziği alanında görev alan mensuplar arasında geliştirilen güven, Klasik Türk Müziği'ne inanılrlığı destekleyecektir. Daha sonra ise hedef kitle üzerinde bir değer olarak karşılığını bulacaktır. Güven, dürüstlük, saygı, güvenirlilik

ve sorumluluk prensipleri esas alınarak, her bir mensubun yeteneklerini hem kendi yararına hem de Klasik Türk Müziği yararına geliştirmek ve maksimum faydayı sağlamak amacı benimsetilebilir. İnanılabilirlik, hedef kitleye, Klasik Türk Müziği'nin kaliteli üretimi, dağıtımı ve tüketimi için verilen sözün yerine getirilebilmesiyle mümkün kılınabilir.

Klasik Türk Müziği eserlerinin genel ağ –internet- ortamında yasal olarak kısıtlı sitelerde yer almaktadır. Dağıtım maliyetinin oldukça aza indirildiği bu alanda geniş kitlelere hizmet sunulabilir. Albüm satışları, albüm içindeki eserlerin tek tek satışı şeklinde segmentlere ayrılarak yeni satış şekilleri bulunabilir. Hızlı bir dağıtım kanalı olarak müzik alanında sorunsuz çalışma imkanı veren genel ağ bağlantıları ile hedef kitleye ulaşabilmek de bir diğer önemli konu olarak geliştirilebilir.

Bir reklam metodu olarak da genel ağ bağlantıları dikkate alınabilir. 'Banner' usulu reklamlar maliyeti düşük, ama geniş kitlelere ulaşabilme yetileriyle dikkat çekici özelliktedir. Eser hakkında haberler ve bilgiler içeren ve bestekarların şarkı ve albümlerini satan resmi web sitelerinin açılması olumlu etki yaratabilir. Özellikle klasik eserlerde sık dinlendikçe özüne ulaşılabilir olmak, genç Klasik Türk Müziği kitlesi için en uygun pazarlama araçlarından biri olabilir.

Klasik Türk Müziği eğitimi alan gençlerin üretim sürecinde yerlerini alabilmelerini sağlamak oldukça önemlidir. Yeni nesilleri Klasik Türk Müziği'nin içine alabilmek, üretirken öğrenmeyi derinleştirme ihtiyacı ile başlayan araştırma sürecini de beraberinde getirebilir. Genç nesili yeni eserler yapmaya teşvik edebilmek için, gençlerin yaptıkları eserler genel ağ üzerinde yayınlanarak ve elektronik posta haberleri ile hedef kitleye ulaştırılarak, genç bestekarların tanınması sağlanabilir. Bu yöntemle aynı zamanda uygun bir veri tabanı oluşturma imkanı da sağlanarak geri dönüşüm bilgileriyle hedef kitlenin görüşleri doğrultusunda yeni atılımlar yapılabilir.

5. Duygusalılık: Yaratılan yeni fikirlerin insanlar tarafından zaten önemsedikleri şeylerle ilişkili olduğunun gösterilmesi önemli bir yöntemdir. Kişisel çıkarların cezbedilmesi ile aynı zamanda kişiliklere de seslenilir; buldukları hale değil, olmak istedikleri hale işaret edildiğinde hedef kitle kolaylıkla etki altına alınabilir.

Klasik Türk Müziği'nin ilgi alanının tamamen dışında kalan kitleye yönelik hareket etmek şaşırtıcı bir etki yaratabilir. 'Klasik Türk Müziği'ne yazık etmeyin' sloganı etrafında toplanan bir kampanya ile beklenmedik bir başarı sağlanabilir.

Çünkü bu tür yaklaşımlarda ortaya atılan fikirlerde ‘kendisi gibi’ düşünüldüğü imajı verilmektedir ve zaten önemsedikleri bir şeyin analitik olarak düşünülmesi sağlanmaktadır.

Dizi, reklam ve filmlerde Klasik Türk Müziği kullanımının arttırılması oldukça önemlidir. Yeni nesile Klasik Türk Müziği namelerinin tanıtımının yanında, korunmaya alınmış değerli bir ürün imajının oturtulması açısından da dikkate değerdir. Algıda seçicilik kavramı, dolaylı olarak bilgilendirme kapasitesine sahip bu alanda bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

6. Hikayeler: Dar bir bakış açısıyla kâr/zarar odaklı yönetimlerde sadece yatırımcılar için finansal başarıdan söz edilebilir. Oysa bir toplum olarak kalıcı bir miras oluşturulmaya çalışılıyorsa, hedef kitlenin ve dünyanın yapılan çalışmadan yarar görmesi sağlanmalıdır. Hayranlık öykülerinin yaratılması ile var olan ekonomik performansın, hatta tüketicilerin tercihlerine hitap eden ürünlerin çok ötesinde yer alınabilir. Bireylerden başlayan hareketle, topluluklara ve dünyaya yayılan etki üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Klasik Türk Müziği albümlerinin içine yerleştirilen, ya da konser sırasında doldurulabilen Veri Tabanı Kayıt Formları ile hedef kitleden geri dönen bilgileri gündemde bırakmak önemli olabilir. Klasik Türk Müziği dinleyicisinin yaşadığı bir tecrübeyi genel ağ üzerinde paylaşılır kılmak, ya da reklam kampanyasına dönüştürmek etkili bir yöntem olabilir.

Kısa dönem çözümleri gibi görülen bu tür yaklaşımlar, fedakarlık ve artan masrafların göze alınması sonucunda, yapılan yatırımların uzun dönemde Klasik Türk Müziği’nin olumlu bir üretkenlik dönemi içinde bulunacağını göstermektedir.

### **Klasik Türk Müziği’nin Stratejik Pazarlaması İçin Uzun Vadeli Öneriler**

Bu bölümde öncelikle Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkililerine yöneltilen soruların cevaplarına yer verilmiştir. Buradan hareketle, Klasik Türk Müziği’nin sahiplenilmesi çerçevesinde, yetkililere başvurunun mümkün olduğu, planlanan bir çalışmanın güçlü bir şekilde sunulması ile destek alınabileceği vurgulanmak istenmektedir.

Klasik Türk Müziği için yeni yasal önlemler alınmalı ve mutlaka devlet tarafından bir Klasik Türk Müziği politikası oluşturulmalıdır: “Klasik Türk Müziği’nin ihyası için çok katılımlı bir bilgi şöleni düzenlenerek çıkacak sonuçlar devlet düzeyinde bir politika haline getirilmelidir.” Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın Türk Müziği

Şubesi'nden gelen bilgi çerçevesinde şöyle bir öneride bulunulabilir: “Geleneksel icrayı mümkün kılan Geleneksel İcra Grupları oluşturulmalı, teşvik edilmeli ve bunlar günümüzdeki her türlü yayın olanağı kullanılarak yaygınlaştırılmalıdır. Oluşturulacak Klasik Türk Musikisini ihya politikası gereği kamu kurum ve kuruluşları, hastaneler başta olmak üzere kamuya açık alanlarda özellikle geleneksel icraya uygun seçkin ses kayıtlarını insanlarımızın dinleyeceği düzenlemeler yapılmalı, kamuya açık yerlerde klasik musikimizin dinletilmesi çabalarına hız verilmelidir.” 2.Sorunun cevabı

Klasik Türk Müziği için devlet desteği konusu yeniden ele alınmalıdır: Koro kurularak özlük haklarının sağlanması yeterli bir çalışma değildir: “destekler yalnızca koro kurularak yeterli olamaz. Korolar daha çok var olan eserlerin icrasına yönelik çalışmalar yapmakta oysa tarihi yüzyıllara dayanan Klasik Türk Müziğimizin yeterince açığa çıkarılmamış onlarca kaynak ve belgelerin aydınlatılması, açığa çıkartılması ve bunların toplumun her kesimine aktarılmasına yönelik çalışmalara şiddetle ihtiyaç vardır.Bu nedenle, yalnızca var olan korolarla yetinilmeyip araştırmacı, arşivci konservatif ve iletişim bilimci kişi ve kurumlara ya da kuruluşlara kaynak yaratılmalı ve elde edilen birikimler dünya kültür dolaşım sistemine sokulabilmelidir.”4. sorunun cevabı

Konservatuarlardaki eğitim sistemi ele alınarak, Klasik Türk Müziği eğitiminin ağırlıklı hale getirilmesi çalışmaları başlatılmalı, fiziksel anlamda çağın gereklerine uygun hale getirilmelidir: “Meşk kültürü anlatılmalı ve yaşatılmalıdır-belki bir kürsü ile olabilir. Çok seviyeli arşiv repertuarı oluşturulmalıdır. Türk Müziği ve Batı Müziği bestekarlarıyla ilgili, karşılaştırılmalı yazıları bulup araştırmalı ve bunlardan netice çıkarılmalıdır. Yurtdışı dergilerde makale yayınlatabilmek ciddi bir hedef olmalıdır. Çeşitli dönemlere ait kürsüler olmalıdır –Dede Efendi, Abdülkadir Meragi, İtri gibi. Bu kürsü akademisyenleri, o kişileri ve çağdışı batılı müzisyenleri çok iyi bilmeli, karşılaştırmalar yapabilmeli, bununlal ilgili makaleler yazabilmeli ve bunları yurtiçi ve yurtdışı dergilerde yayımlayabilmelidir. Konservatuarlar, uluslararası en az 4-5 yüksek referanslı müzik mecmuasına abone olmalıdır. Akademik, bilimsel, seçici, hakemli ve yurt dışından da makale alabilen en az bir periyodik mecmua çıkarma hedefi olmalıdır. Konservatuarlardaki akademisyenler en az bir lisans makale okuyacak ve yazabilecek kadar bilmelidir.” 8. Sorunun cevabı

## DİZİN

**A****Abdülali efendi, 7****Ağa, 5****Ali Naili Erdem, 10****Ali Ufki bey, 11****Amaçlar, 57, 107****Aristokratlar, 3****Armoni, 7****Aşk, 17****B****Babiller, 19****Bach, 7****Basitlik, 126****Batı müziği, 21****Beethoven, 7****Beklenmedik olmak, 126****Bemol, 16****Beste, 7****C****Charles Fonton, 11, 13****D****Darüşşafaka, 14****Diyez, 16****Dragoman, 11****Dr. Nevzat Atlığ, 10****Dr. Suphi Ezgi, 11****Durum analizi, 47****Tarihi gelişim, 47, 84****Yasal yükümlülükler, 47,85****Faaliyet alanları, 47-48, 86****İç analiz, 47-53, 101-103****Çevre analizi,47-54, 103-106****Duygusallık, 129****E****Efendi, 5****Egemenlik, 21****Enderun, 4****Enderun-i Hümayun, 5****Ekonomi, 23****Emtia, 23, 24****Ercümend Berker, 10****Eski Musiki, 6****F****Farklılaştırma, 34****Zihin kapasitesi, 34****Bellek etkisi, 34****Sosyal kanıt ilkesi, 35****Değişme direnci, 35****Frenk oyunu, 20****G****Garp musikisi, 18****Gazi Giray han, 7****Geçki, 17****Geleneksellik, 16****Gulam, 19**

**H**

Hacı Arif bey, 9  
 Hacı Sadullah ağa, 7  
 Hafız Ahmet efendi, 12  
 Halk musikisi, 18  
 Havasü'l Havas, 5  
 Hedefler, 58, 108  
 Hikayeler, 129  
 Hüseyin Saadettin Arel, 10

**I**

Itri efendi, 7

**İ**

İnanırlık, 128  
 İnteraktiflik, 78  
 İzleme ve değerlendirme, 64, 119

**K**

Kalıcı olmak, 127  
 Kantemiroğlu, 13, 19  
 Kanunlar, 74  
 Kapitalizm, 24, 26  
 Kar, 7  
 Kaynak oluşturma, 63, 119  
 Kenz'ül Elhan, 4  
 Kitab'ul Edvar, 4  
 Klasik, 5, 120  
 Klasik dönem, 3, 5,  
 KTM'nin tanımı, 3, 7  
 KTM'nin ürün olarak tanımı, 65, 66  
 Konçerto, 7

Konservatuar, 7, 21, 22

Kudüm, 13

Kültür, 5, 6, 26, 27

Küreselleşme, 25, 70

**L**

Lale devri, 7, 20

Latif ağa, 9

Lirizm, 7

**M**

Mahmut Ragıp Gazimihal, 18

Makam, 17

Makasid'ul Elhan, 4

Maliyetlendirme, 62, 116

Markalaşma, 76, 78

Marka iletişimcileri, 79, 26

Medya, 22

Meragalı Abdülkadir, 4, 7

Meşk, 14

Mevlevihaneler, 20

Mir Alam, 19

Mir Abdullah, 19

Mir Ali, 19

Misyon, 55, 106

Modernlik, 16

Murabba, 7

Musi, 20

Musiki kültürü, 5

Musiki'de Klasizm, 6

Mücadele, 21

**N**

**Name, 16**  
**Nazariyat, 7, 13**  
**Numan ağa, 9**

**O**

**Olgunluk, 67**  
**Opera, 20**  
**Orkestralar, 7**  
**Orta direk, 30**

**Ö**

**Ömer, 20**

**P**

**Performans göstergeleri, 59,108,**  
**Girdi, 59,108**  
**Çıktı, 59, 108**  
**Verimlilik, 59, 108**  
**Sonuç, 59, 108**  
**Kalite, 60, 108**  
**Popüler müzik, 25**

**R**

**Rauf Yekta bey, 17**  
**Repertuvar, 68**  
**Romantik dönem, 7**  
**Romahlar, 19**

**S**

**Saray-ı Enderun, 12**  
**Schubert, 7**  
**Semai, 7**  
**Senfoni, 7**  
**Senkop, 16**  
**Sermaye, 68**  
**Somutluk, 127**  
**Strateji, 33**  
**Stratejik planlama, 37-65**  
**Önemi, 37**  
**Hukuki çerçevesi, 38**  
**Mikro-makro düzeyi, 39**  
**Stratejik yönetim döngüsü, 40**  
**Tanımı, 42, 81**  
**Strateji, 61, 109-116**  
**Stratejik planlama kavramı, 45, 65**  
**Neredeyiz, 41, 42, 44**  
**Nereye gitmek istiyoruz, 41, 42, 44, 76**  
**Nasıl ulaşabiliriz, 41, 42, 44, 77**  
**Nasıl takip eder ve değerlendiririz, 41, 42, 44, 80**  
**Sözlü öğretim, 15**  
**Sultan IV. Mehmet, 20**  
**Sultan II. Mahmut, 9, 20**  
**Sultan III. Murat, 20**  
**Sultan III. Selim, 7**  
**Suphi Zühdü Ezgi, 17**  
**SWOT analizi, 51-54, 75**  
**Güçlü yönler, 51-54,60,102**  
**Zayıf yönler, 51-54,60,103**

Fırsatlar, 51-54, 60, 104  
Tehditler, 51-54, 60, 105

## Ş

Şakir ağa, 9  
Şark musikisi, 13, 18  
Şarkı formu, 9  
Şerh'ul Kitab'ul Edvar, 4

## T

Tebliğler, 75  
Temel değerler, 56, 107  
Türkler, 19  
Türk Hazine Bankası, 30

## U

Ulaşılabilirlik, 78  
Uluslar arası şirketler, 30  
Urmiyeli Safiyüddin, 4  
Usul, 16

## Ü

Üretim, 68  
Ürün, 65

## V

Vizyon, 28, 29, 56, 106

## W

Weber, 7

## Y

Yaratıcılık, 67  
Yanıt verebilirlik, 79  
Yorgi, 20  
Yönetmelikler, 74  
Yönetici sınıf, 3  
Yunanlılar, 19

## Z

Zekai dede, 12  
Zilkade, 20  
Ziya Gökalp, 10, 18  
Zübdet'ül Edvar, 4



## KAYNAKLAR

- AKSÜT, Sadun, “Zekaizade Hafız Ahmet Irsoy Hayatı ve Eserleri”, Birinci Milli Türkoloji Kongresi-1980, Kervan Yayınları, İstanbul, 1983
- ALTAR,Cevad,Memduh; “Sanat Yolculukları”, Pan Yayıncılık, İstanbul, 2006.
- BEHAR,Cem; “Aşk Olmayınca Meşk Olmaz”,YKY, İstanbul,1998
- BEHAR,Cem; “Musikiden Müziğe”,YKY, İstanbul,2005
- BERKER, Prof.Ercüment,“OYA Konferansı”,TMV Yayınları, İstanbul, 2002
- CHURCHILL,A.Gilbert; “Marketing Research”,JR., *Dryden*, 1996
- COOK,Nicholas, “Müziğin ABC’si”, *Kabalıcı*, İstanbul,1999
- DARÜŞŞAFAKA,“Türkiye’de İlk Halk Mektebi”,Evkaf-ı İslamiye Matbaası, İstanbul, 1927
- DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI MÜSTEŞARLIĞI, “Kamu idareleri İçin Stratejik Planlama Klavuzu, Ankara, 2009
- ERGUN,Sadettin,Nüzhet, “Türk Musikisi Antolojisi-Dini Eserler”, *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını*, Cilt II, İstanbul,1943
- ERDOĞAN,İrfan, “Müziğin Ve Toplumsalın Üretimi: Müziğin Siyasi Ekonomi, Kültür Ve ideolojisi Üzerine Araştırma Gereği”, Makale,İstanbul
- FETIS,F.J, “Biographie Universalle des Musiciens et Bibliographie Generale e la Musipue”, *Fournier*, Cilt 5, Paris,1837
- GALEAZZO, Rozati, “Quanto di piu curioso e Vago apotuto raccorre Cornelio Magni... Parma”, 1679
- GÖKALP,Z.,“Türkçülüğün Esasları”,*Matbuat ve İstihbarat Matbaası*,Ankara, 1998
- HAMMER, M,“The Reengineering Revolution-Değişim Mühendisliği”İstanbul
- ISAACS,William; “Diyalog ve Birlikte Düşünme Sanatı”,Literatür Yayıncılık, 2001
- JONES,Steve; “Pop Music&The Press,” Harverd Press,USA,2002.
- JUDETZ,Eugenia,Popescu; “Meanings in Turkish Musical Culture”, Pan Yayıncılık, İstanbul,1996.
- JUDETZ,Eugenia,Popesc&SIRLI,Adrian,Abibi; “Sources of 18th century Music”,*Pan Yayıncılık*, Istanbul,2000.
- KAPLAN,Ayten; “Kültürel Müzikoloji”, “Bağlam Yayınları, İstanbul,2005.
- KILDEA,Paul,Francis; “Music&The Marketplace Great Britania 20.yy”,Oxford University Press, UK,2003
- KOTLER&ARMSTRONG, “Principle Of Marketing”, Prentice Hall, USA,1999

- KÖRÜKÇÜ,Çetin; “Türk Sanat Müziği,” Pan Yayıncılık, İstanbul,1998
- KOZLU, Cem, “Türkiye Mucizesi İçin Vizyon Arayışları Ve Asya Modelleri”,  
*Kültür Yayınları*, İstanbul, 2003
- LAMARCHEMANUEL,P.; “Cassette Culture, Populer Music&Technology” H.U.
- LE BEAU,Emilie; “Winning isn’t Everyting”, Chicago Tribune, 14 Ekim 2003
- LEVITT, Ann;“Marketing Myopia”, Harvard Business Review, 1975
- MALM,Krister&WALLIS,Roger;“Policy&MüzikAktivity”CHAMBRIDG,1992
- M.C.,Can, N.O., Levendoğlu, “Geleneksel Türk Sanat Müziği Terminolojisinde Çok  
Kültürlü Unsurlar, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Ankara, 2003
- PALEY,Norton; “Stratejik Pazarlama Planı”, Kapital Medya, 2006
- PETTY,R.&CACIOPPO,J.,“Attitudes&Persuasion-Tutumlar ve İkna”,İstanbul, 2001
- RAGIP,Mahmut, “Şarki anadolu Türkü ve Oyunları, İstanbul Konservatuarı  
Neşriyatı, İstanbul, 1929
- REIN,I.,KOTLER,P.&SHILDS,B.,“İşte Taraftar İşte Marketing”*Kapital Medya  
Hizmetleri*, 2007
- SALGAR,Fatih; “III.Selim Hayatı,Sanatı,Eserleri,” *Ötüken Yayınları*, İstanbul, 2001.
- SAY,Ahmet; “Müziğin Kitabı”*Müzik Ansiklopedisi Yayınları*, İSTANBUL,2002.
- SAY,Ahmet; “Müzik Tarihi,”*Müzik Ansiklopedisi Yayınları*, 2001.
- SAYGUN,Ahmet Adnan; “Doğu Batı Arası Müzik Köprüsü,” *YKY*, 2001.
- SIRKATİBİ, Ahmet Efendi, “Rüzname”, İstanbul
- ŞEN,Hasan,Oral; “Alâeddin Yavaşca,”*TRT Yayınları*,İSTANBUL, 2003
- TARCAN,Bülent&İLYASOĞLU,E.;“Bir Hekimin Senfonik Öyküsü”,İstanbul, 2006
- TC.KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, “2007 Faaliyet Raporu”, Ankara, 2007
- TROUT,Jack; “Konumlandırma Stratejileri”,*Optimist Yayınları*, 2004,İstanbul, 2006.
- TÜRK DİL KURUMU, “Türkçe Sözlük”, *Bilgi Yayınevi*, Ankara, 1974
- TÜRK MUSİKİ KLASİKLERİ, “Hafız M.Zekai Dede Efendi Külliyyatı Zeyli”,  
İstanbul Konservatuarı Neşriyatı, İstanbul, 1943
- UĞUR,Aydın; “Kültür Kıtası Atlası”, Aydın Uğur, *YKY*, 2003
- WICKE,Peter; “Mozart’tan Madonna’ya,”*YKY*, 2006
- WEBSTER’S NEW WORLD DICTIONARY
- YOST,Mark; “A Detour Off Nascar’s Fast Track”, Wall Street Journal, 2004, D.10
- ZEREN,Ayhan; “Müzik Sorunlarımız Üzerine Araştırmalar”, *Pan Yayıncılık*, 2003

**EK 1.**

26 Ocak 2009, Cuma

Kültür ve Turizm Bakanlığı  
Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü

ANKARA

Sayın Cihan Varlık,

11 Ocak 2009 Tarihli görüşme sürecinde, Haliç Üniversitesi Türk Müziği bölümü için hazırlamaya çalıştığım 'Klasik Türk Müziği'nde Stratejik Planlamanın Rolü' konulu tezime yardımcı olabilecek bilgi için, her türlü imkanı sunduğunuz için teşekkürlerimi iletirim.

Yönlendirmeniz üzere, Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Şube Başkanı sayın Nurten Ertürk ile görüşmemiz oldukça olumlu geçmiştir. Nurten Hanım'ın önerisi ile doğru ve yeterli bilgiye, internet aracılığı ile karşılıklı olarak ulaşabilmemiz mümkün görünmektedir. Gerekli görüldüğü takdirde tarafınızdan sınırlandırılmak üzere, ekte ihtiyacım olan bilgiyi başlıklar halinde sunarım.

Saygılarımla

Sevgi Canan Aşıroğlu

## YARARLANILMASI DÜŞÜNÜLEN BİLGİ

1. TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı son dönem İdare Faaliyet Raporu.
2. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hiyerarşik yapısını gösteren tablo ve Klasik Türk Müziği'nin bu tablo içindeki konumunu anlatabilen bilgi.
3. “*Kültür Bakanlığı*” dönemi ile “*Kültür ve Turizm Bakanlığı*” dönemlerinde, müzik alanında yapılan faaliyetlerin karşılaştırılmasının yapılabileceği grafik, tablo vb.
4. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son dönem için yaptığı/planladığı Klasik Türk Müziği içerikli faaliyetleri ve yapılan bu faaliyetlere halkın yaklaşık katılım oranları.
5. Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak, Klasik Türk Müziği için düşünülen stratejik planlama nedir? Varsa bu konuda yapılan araştırma sonuçları nelerdir?
6. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen yurtdışı ve yurtiçi konserler ve bu konserlerin sistematik olarak organize edilme şekilleri.
7. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen yurtdışında ve yurtiçinde verilen konserlere, basının gösterdiği ilgiyi tespit edebileceğimiz bilgi.
8. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın müzik ile ilgili tüm organizasyonları içinde Klasik Türk Müziği'nin oranını gösteren tablolar, grafikler, vb.
9. Yurt genelinde konser salonlarının listesi ve fiziki koşullarının durumu.
10. Kültür ve Turizm Bakanlığı için ayrılan bütçede Klasik Türk Müziği için ayrılabilen oranı görebileceğimiz tablolar, grafikler, vb. Bütçe yetmezliği söz konusu ise özel sektörden sağlanacak desteğe bakış açısının ifade edilebildiği bilgi.
11. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan çalışma planında, özel sektör, yerel yönetimler ve Klasik Türk Müziği akademisyenlerinin birlikte çalışabilme olasılıkları, varsa böyle yapılabilmiş çalışma örnekleri.
12. Kişisel görüş ve önerileriniz.

Teşekkür ederim.

**EK 2.**

26 Ocak 2009, Cuma

Türkiye Cumhuriyeti  
Kültür ve Turizm Bakanlığı

ANKARA

Sayın İbrahim Sarıtaş,

11 Ocak 2009 Tarihli görüşme sürecinde, Haliç Üniversitesi Türk Müziği bölümü için hazırlamaya çalıştığım 'Klasik Türk Müziği'nde Stratejik Planlamanın Rolü' konulu tezime yardımcı olabilecek bilgi için, her türlü imkanı sunduğunuz için teşekkürlerimi iletirim.

Yönlendirmeniz üzere, doğru ve yeterli bilgiye, internet aracılığı ile karşılıklı olarak ulaşabilmemiz mümkün görünmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nı temsilen, Klasik Türk Müziği için planlanan gelecek dönemlere dair yapılacak girişimler hakkında verebileceğiniz her türlü görüş, öneri ve bilginin tarafınızdan iletilmesini rica ederim.

Saygılarımla

Sevgi Canan Aşıroğlu

## SORULAR

1. Klasik Türk Müziği'nin bugünkü durumuna yönelik neler söyleyebilirsiniz?
2. Klasik Türk Müziği için kısa vadede ve uzun vadede yapılması gerekenler nelerdir?
3. Klasik Türk Müziği için "Devlet Desteği" konusunda neler yapılabilir?
4. Klasik Türk Müziği için devletin koro kurması, özlük haklarını sağlaması yeterli destek midir? Reklam, iletişim konularının yaygınlaştırılması için neler yapılabilir?
5. Klasik Türk Müziği'ni yaşatan kimlerdi? Günümüzde yaşama şansı nedir?
6. Klasik Türk Müziği'nin "Geleneksel İcra Tarzı" hakkında ne düşünüyorsunuz?
7. Klasik Türk Müziği, görselliği içeren bir alan. Teknoloji düşünüldüğünde bu konuda yapılması gereken birkaç şey sıralayabilir misiniz?
8. Klasik Türk Müziği eğitimi için öngörülen konservatuar sistemi, "Geleneksel Türk Müziği" icrası için uygun mudur? Sistemin yeniden düzenlenmesi gerekli midir? Bu yapılabilir mi?
9. Klasik Türk Müziği nitelikleri incelendiğinde dünyanın dikkatini çekebilecek kalitede bir müzik türüdür. Avusturya'nın bir "Müzik Ülkesi" olması gibi Türkiye'nin de zengin müzik tarihine sahip çıkarak, bir değer üretim zinciri oluşturması mümkün müdür? Bu konuda özel sektör, devlet sektörü ve akademisyenlerin beraber çalışabilecekleri bir ortam yaratılabilir mi?
10. Klasik Türk Müziği Belgeseli , Türk Müzik Atlası, Türk Müziği Kütüphanesi, Klasik Türk Müziği Fonları, Klasik Türk Müziği'ni Destekleme Topluluğu, Klasik Türk Müziği Festival Haftası, Ankara Festivali, İstanbul Festivali, Türk Müzik Toplulukları, Türk Müzik Loncası, Türk Müziği Bilgi Merkezi gibi oluşumları hayata geçirerek sistemli büyüme sağlanabilmesi için neler yapılabilir? Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak bu yönde yapılan çalışmalar nelerdir?
11. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın aynı çatı altına toplanmasının getirdikleri ve götördükleri nelerdir?
12. Yönetim sisteminde Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'ne bağlı olan Klasik Türk Müziği bölümünün işleyişte karşılaştığı zorluklar veya kolaylıklar nelerdir? Klasik Türk Müziği'nin de, Devlet Opera ve Balesi GM ve Devlet Tiyatro GM gibi bağımsız bir birimi olması hareket kabiliyetini arttırır mı yoksa azaltır mı?

Teşekkür ederim.

## CEVAPLAR

1. *“Türkiye’de Batı klasik müziği eğitimi almış ve bu müziği icra eden kimi çevreler, “evrensel” ve “ileri” kabul ettikleri çoksesli Batı müziğine karşı, teksesli geleneksel müziği ideolojik bir yaklaşımla “geri” ve “çağdışı” gibi sıfatlarla anabilmektedir. Cumhuriyet Dönemi’nde bu müzik geleneği genellikle göz ardı edilmiştir. Bu ideolojik yaklaşımın bir sonucu olarak Klasik Türk Müziği’ni modern yöntemlerle öğreten konservatuarlar ancak 1970’lerde kurulabilmiştir. Oysa Klasik Türk Müziği, Batı Klasik Müziği ve Hint Müziği ile beraber, dünya üzerinde süreklilik ve gelenek oluşturma bakımından üç klasik müzikten birisi olarak kabul edilmektedir.*

*20. yüzyılın ortalarından bugüne kadar gelen çağdaş dönemde kar, beste, ağır ve yürük semai gibi formlar, revaçtan düşmüş, modern müzik anlayışına uygun kısa süreli, kısa güfteli ve hareketli şarkı ve fantezi formları hakim duruma gelmiştir. Bu anlayışın Batı müziğini model alması sonucunda koro ve konser gibi uygulamalar yaygınlık kazanmış, keman, piyano, klarnet gibi Batılı sazlar da saz heyetine girmiştir.*

*Bu modern anlayışı destekleyen unsurlardan birisi de klasik müzikde en önemli aktarım ve anlayış aracı olan meşk geleneğinin sekteye uğramasıdır. Klasik sanatların hepsinde geçerli olan ve talebenin bir üstadından “eser geçerek” musikiyi öğrenmesi süreci büyük ölçüde sona ermiş, yerine modern anlayışla, nota üzerinden eser öğretilen koro ve dernekler geçmiştir.*

*Tasavvufi felsefeye, dolayısıyla aşkınlığa tefekküre dayanan klasik musiki anlayışı yerine eğlence odaklı bir müzik anlayışı yerleşmiştir. Buna rağmen Klasik Musiki geleneğini sürdüren ve yeni eserler verenler yok değildir.*

2. *Başta yayıncı kamu kuruluşları olmak üzere musiki ile ilgili dernek, vakıf gibi kuruluşlar klasik musikimizin beste, ağır semai, yürük semai gibi sözlü eserlerini ve peşrev, saz semai gibi saz eserlerini esas alan beste yarışmaları düzenlemeli, “pop star” türü anlamsız ve içeriksiz yarışmalarla imkanlar çar çur edilip boşuna vakit kaybedilmemelidir.*

*Geleneksel icrayı mümkün kılan “Geleneksel İcra Grupları” oluşturulmalı ve bunlar teşvik edilmelidir. Geleneksel İcra Grupları’nın yapacağı örnek icralar günümüzdeki her türlü yayın olanağı (albüm, tv ve radyo, internet olanakları vb.) kullanılarak yaygınlaştırılmalıdır.*

*Oluşturulacak Türk Klasik Musikisi’ni ihya politikası gereği, kamu kurum ve kuruluşları, hastaneler başta olmak üzere kamuya açık alanlarda özellikle geleneksel icraya uygun seçkin ses kayıtlarını insanlarımızın dinleyebileceği*

*düzenlemeler yapılmalı, kamuya açık yerlerde klasik musikimizin dinletilmesi çabalarına hız verilmelidir.*

3. *Var olan devlet desteklerinin yan sıra özel, yarı özel kurum ve kuruluşların her tür kültür faaliyetlerine yapacakları katkılar desteklenmelidir. Örneğin, yasal düzenlemeler çerçevesi genişletilerek özel kurum ve kuruluşların bu katkılarının direkt olarak vergi indirimine tabi tutulması gibi. Türk müziğinin ihyası için çok katımlı bir bilgi şöleni düzenlenerek çıkacak sonuçlar devlet düzeyinde bir politika haline getirilmelidir.*
4. *Destekler yalnızca koro kurularak yeterli olamaz. Korolar daha çok var olan eserlerin icrasına yönelik çalışmalar yapmakta oysa tarihi yüzyıllara dayanan Klasik Türk Müziği'mizin yeterince açığa çıkarılmamış onlarca kaynak ve belgelerin aydınlatılması, açığa çıkarılması ve bunların toplumun her kesimine aktarılmasına yönelik çalışmalara şiddetle ihtiyaç vardır. Bu nedenle yalnızca var olan korolarla yetinilmeyip araştırmacı, arşivci konservatif ve iletişim bilimci kişi ve kurumlara ya da kuruluşlara kaynak yaratılmalı ve elde edilen birikimler dünya kültür dolaşım sistemine sokulabilmelidir.*
5. *Klasik Türk Müziği'miz eşsiz beste düzeyine sahip olduğu gibi, dünyada ender görülen bir güfte ve edebiyat düzeyine de haizdir. Değişen günümüz koşullarında müzikte endüstrileştirilerek tüketim nesnesi haline gelmiştir. Rafine bir müzik olan Klasik Türk Müziği'nin dinlenmesi entelektüel birikim ve asgari bir eğitimi gerektirmektedir. Bu müziğin yaşamını sürdürebilmesi için kendi dinleyici kitlesini yine kendisi yaratması gerekmektedir. Bu yaratım sürecine devletin yanı sıra sivil toplum örgütleri, konservatuarlar, musiki cemiyetleri gibi katılımları gerekmektedir. Dolayısıyla Klasik Türk Müziği'nin yaşaması ve gelişmesi isteniyorsa bu kurumların gerek tek tek gerekse bir arada koordineli çalışmaları sağlanmalı, buralardan gelen bilgiler ehil ellerde işlenip aktarılmalıdır. Bu müziğin yaşamı tüm bu çalışmalarla birlikte vücut bulabilir.*
6. *Geleneksel İcra Grupları'nın oluşumu desteklenip teşvik edilmelidir. Bu gruplarda gitar, piyano gibi tampereman batılı sazlara kesinlikle yer verilmemelidir. Geleneksel İcra Grupları'nın yapacağı örnek icralar için olanaklar yaratılmalı etkinlikler düzenlenmelidir. 7-8 sanatçıyı geçmeyecek sayıda oluşturulacak olan bu grupların yapacağı icralarla, küçük salonlarda maksimum 20-30 kişiyi geçmeyen dinleyici gruplarına klasik musikimizin seçkin örnekleri, öncelikle doğal akustik imkanlar kullanılarak ve mümkünse ses yükseltici cihazlar kullanılmadan ya da bu cihazlar illa da kullanılacaksa mümkün olduğunca kısılarak dinletilmelidir. Bu icralar sırasında salonlarda dinyici ve icracıların iç içe olmasını sağlayacak*



düzenlemeler yapılmalıdır. Bu salonlarda bir sahne yapılanması olmamalıdır. Geleneksel İcra Gruplarında aynı zamanda tefzen olan serhanende grubun başı olmalı ve icrada yarım ay şeklinde yerleşecek olan grubun merkezinde yer almalıdır.

7. *Klasik Türk Müziği görselliği içeren bir alandır. Bu görselliği, teknolojik olanaklar eliyle izleyiciye/dinleyiciye daha hızlı ve daha yaygın olarak ulaşabilmek mümkündür. Ancak, Klasik Türk Müziği'nin içeriği gözönünde tutulduğunda, sürecin iletişim boyutunu atlayıp, müziği popüler bir gösteri nesnesine dönüştürmemek gerekir. Zira yukarıda bahsedilen tüketim nesnesine dönüşmüş bir klasik müziğin, öz kaynaklarının ve ulvi içeriğinin yok olması riski bizi amacın tamamen dışına itme tehlikesiyle karşı karşıya getirecektir.*
8. *Klasik Türk Musikisi eğitimi veren eğitim kurumları fiziksel anlamda çağın gereklerine uygun hale getirilmeli, bunun için;*
  - *Konservatuarlar uluslararası en az 4-5 yüksek referanslı müzik mecmuasına abone olmalıdır.*
  - *Akademik, bilimsel, seçici, hakemli ve yurt dışından da makale alabilen bir periyodik mecmua çıkarma hedefi olmalıdır.*
  - *Konservatuarlardaki akademisyenler en az bir lisansı makale okuyacak ve yazabilecek kadar bilmelidir.*
  - *Türk Müziği ve Batı Müziği bestekarlarıyla ilgili, karşılaştırmalı yazıları bulup araştırmalı ve bunlardan netice çıkarabilmelidir. –yurtdışı dergilerde makale yayımlayabilmek ciddi bir hedef olmalıdır- Çeşitli dönemlere ait kürsüler olmalıdır. (Abdülkadir Meragi, Dede Efendi kürsüleri gibi) Bu kürsü akademisyenleri, o kişileri ve çağdaşı batılı müzisyenleri çok iyi bilmeli karşılaştırmalar yapabilmeli bununla ilgili makaleler yazabilmeli ve bunları yurtiçi ve yurtdışı dergilerde yayımlayabilmelidir.*
  - *Meşk kültürü anlatılmalı ve yaşatılmalıdır. (Belki de bu da bir kürsüyle olabilir)*
  - *Çok seviyeli arşiv repertuarları oluşturulmalıdır.*
  - *Bütün bunlar konservatuarlar arası koordinasyonla yürütülmelidir.*
9. *Kökleri derinde yatan Klasik Türk Müziği'nin dünya kültür sahnesinde yer alabilmesinin koşullarının yaratılmasında gerek bizzat devletin gerek özel sektörün gerekse akademik çevrelerin üstüne düşen sayısız ödev bulunmaktadır. Öncelikle devletin öncülüğünde ve koordinasyonunda gerçekleştirilecek uluslar arası forum, festival gibi etkinlikler gerekli altyapı ve düzey sağlanarak oluşturulup yaygınlaştırılmalı, akademisyenler bu etkinliklerin teknik analizlerini karşılaştırmalı olarak yapmalı, eksikleri tespit edip takviye etmeli, bu çalışmalarını uluslar arası*

*müzik literatürüne uygun hale getirerek gerek özel sektör eliyle – basın, yayın, reklam gibi - dolaşıma sokmalı ve bu süreçte devlet teşviki sağlanmalıdır.*

10. *Soruda geçen tüm oluşumlar teknik bir analizi gerektirmektedir. Ne yazık ki ülkemizde müzik konusunda belirgin ve belirleyici ulusal politika sürekliliği bulunmamaktadır. Elbette söz konusu oluşumları sağlamak gerekli ve faydalıdır. Bu konuda taraf olanların başlatacağı bir tartışma ortamının öncelikli olarak sağlanması gerektiğini düşünmekteyiz.*
11. *Soruda söz edilen yapılanma geniş katılımlı bir tartışmayı gerektirdiği kanısını taşıyoruz. Kanımızca kültür ve turizm ayrı ayrı ele alınması gereken alanlardır. Kültür, üretmeye, yaratmaya dayalı bir alanken, turizm sahip olunan varlıkların pazarlanması ve hizmet üreterek katma değer üretmeye yönelik bir alandır. Üstelik her iki alanın ayrı ayrı bütçelendirilerek uzun vadeli planlamaların yapılması gerekir. Farklı uzmanlık alanları içeren bu iki alan farklı politikalar izlemeyi de gerektirir.*
12. *Klasik Türk Müziği bölümünün bağımsız olması hiç kuşkusuz hareket kabiliyetlerini arttıracaktır. Bağımsız olarak kısa ve uzun vadeli planlamalara ve bütçeleme yapabilen bir birimin yapılan planları aksaksız ve sorumluluğunu üstlenerek daha kolay yerine getirebilecektir. Bağlı olduğu bir üst birime, alanıyla ilgili detaylı çalışmalar, raporlar ve programlar sunacaktır. Klasik Türk Müziği'nin gelişimine katkı koyabilecek öneri ve tartışma zeminlerini hazılamada daha hızlı yol katedeceği kanısını taşıyoruz.”*

Not: Yukarıda ifade edilen cevaplar, Kültür Ve Turizm Bakanlığı'nın Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'ne bağlı bulunan Türk Sanat Müziği Şubesi tarafından belirlenen danışman grup tarafından yazılan bilgilerdir. Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü'nden talep edilen diğer bilgiler edinilemediğinden, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın internet üzerinde yer alan, 2007 Faaliyet Raporu'ndan yararlanılmıştır.

**HALIÇ ÜNİVERSİTESİ TÜRK MÜZİĞİ BÖLÜMÜ YÜKSEK LİSANS  
TEZ ÇALIŞMASI ANKETİ**

*Bu çalışma, Klasik Türk Müziği alanında alınması gereken önlemlerin belirlenmesi amacıyla planlanmıştır. Toplumsal, eğitim, iletişim ve ekonomik alanlara yönelik sorulara verilecek eksiksiz yanıtlar, çalışmanın sağlıklı yürütülmesi ve sonuçlanabilmesi için oldukça önemlidir.*

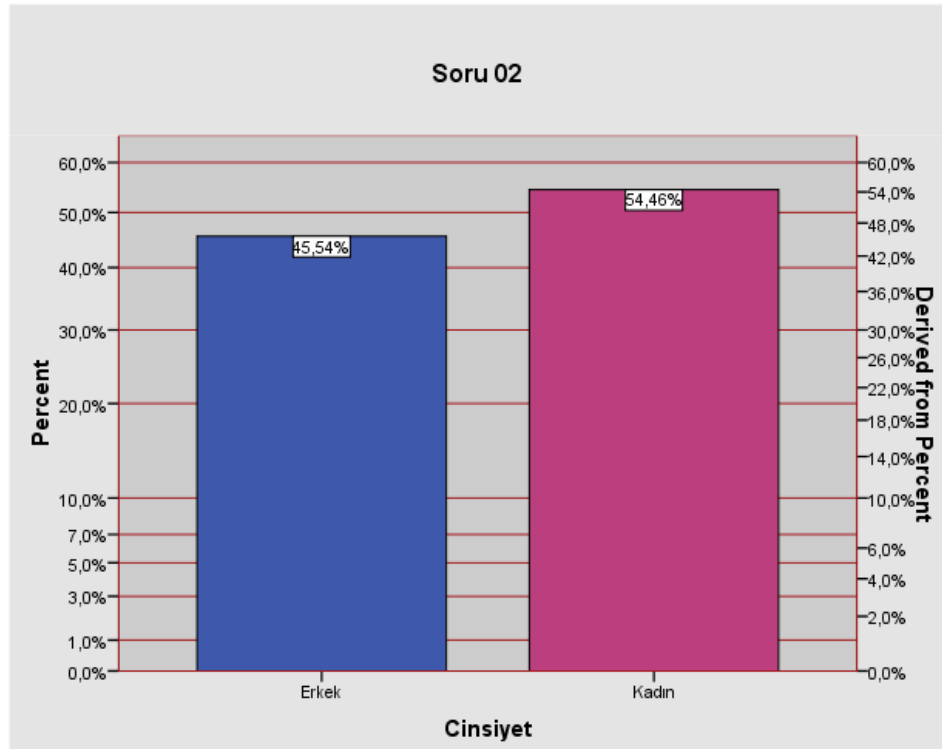
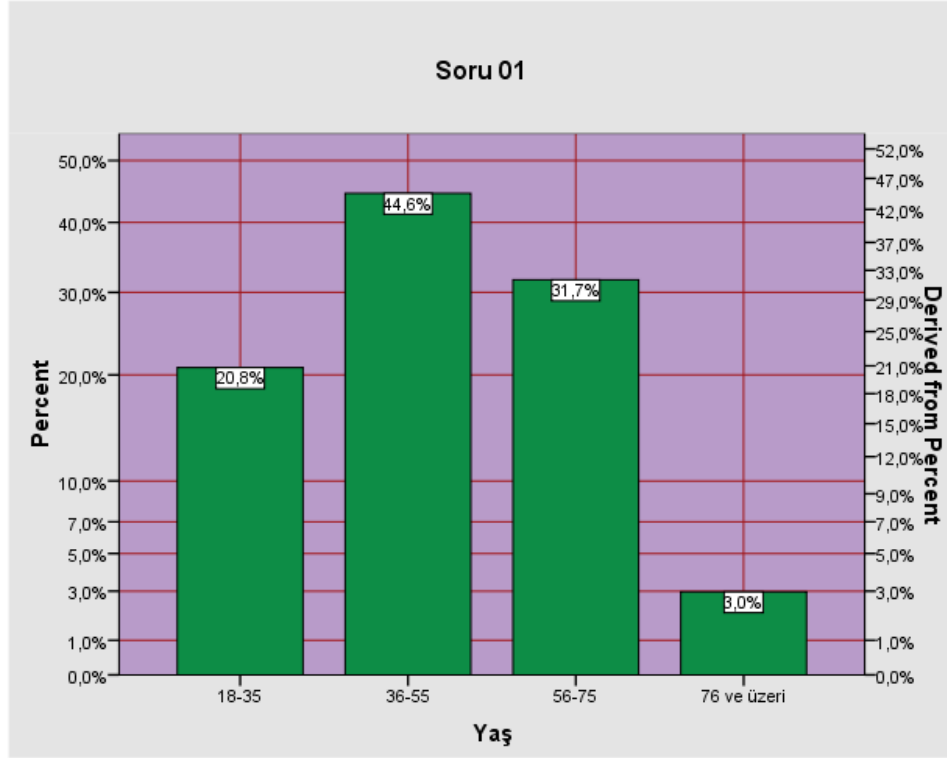
Aşağıda Klasik Türk Müziği'nin dinleyici kitlesi hakkında bilgi edinebilmek amacıyla hazırlanmış 32 soru bulunmaktadır. **Lütfen her soruyu dikkatle okuduktan sonra, her soruyu eksiksiz ve her soru için seçeneklerden sadece birini “☺” işaretlemek şeklinde yanıtlayınız.**

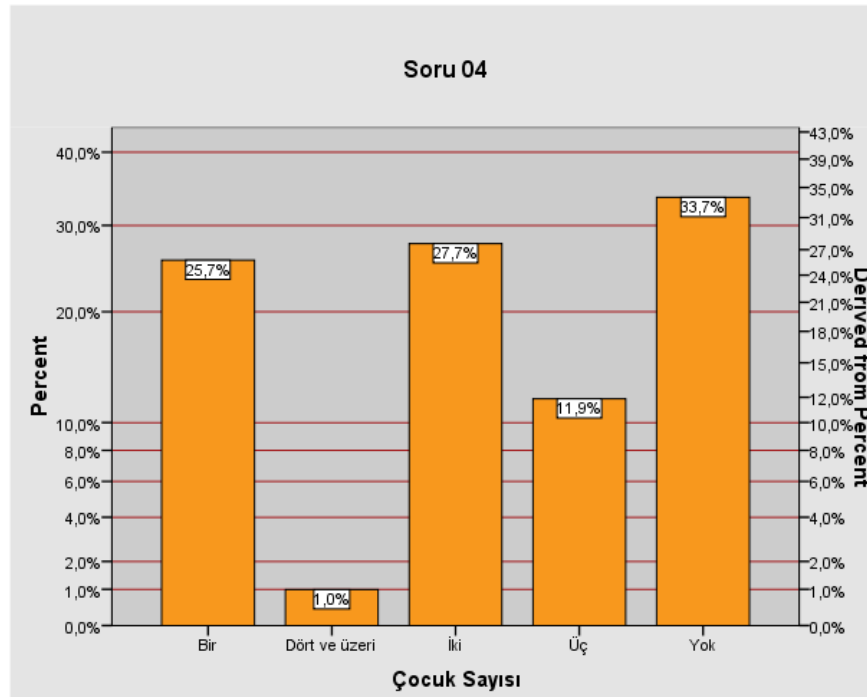
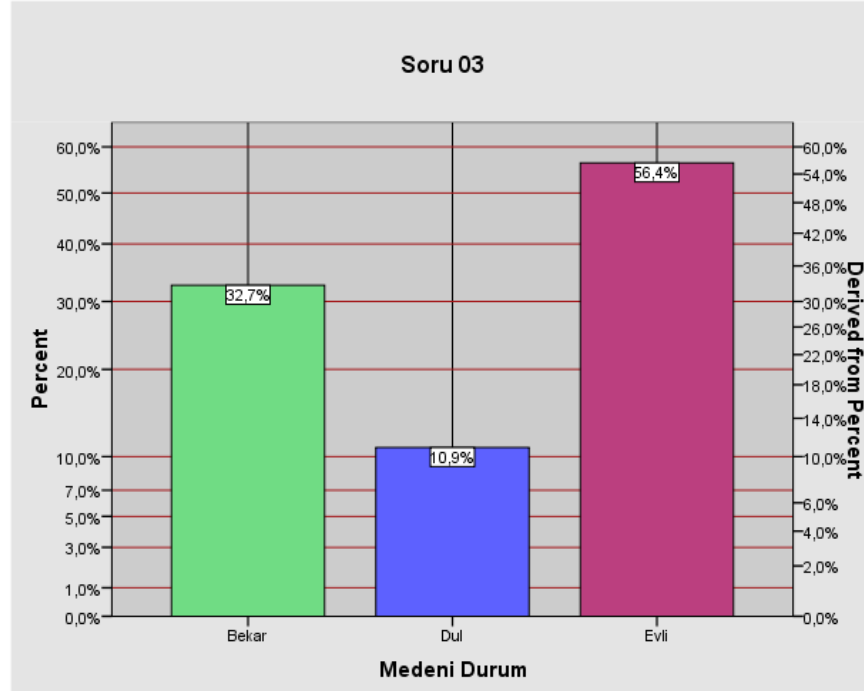
1. Yaşınız  
 18-35 arası     36-55 arası     56-75 arası     76 ve üzeri
2. Cinsiyetiniz  
 Kadın     Erkek
3. Medeni Durumunuz  
 Evli     Bekar     Dul
4. Çocuk Sayınız  
 Bir     İki     Üç     Dört ve üzeri     Yok
5. En son mezun olduğunuz okul  
 İlkokul     Ortaokul     Lise     Üniversite     Yüksek Lisans
6. Çalışma pozisyonunuz  
 Memur     Sözleşmeli     İşçi     Serbest     Emekli
7. Çalışmakta olduğunuz sektör  
 Özel Sektör     Devlet Sektörü     Diğer
8. Klasik Türk Müziği konserlerine ulaşımı nasıl sağlamak istersiniz?  
 Özel arabamla     Toplu taşıma ile     Servislerle
9. Klasik Batı Müziği konserlerine hangi sıklıkla gidersiniz?  
 Haftada en az bir kez     İki haftada bir     Üç haftada bir

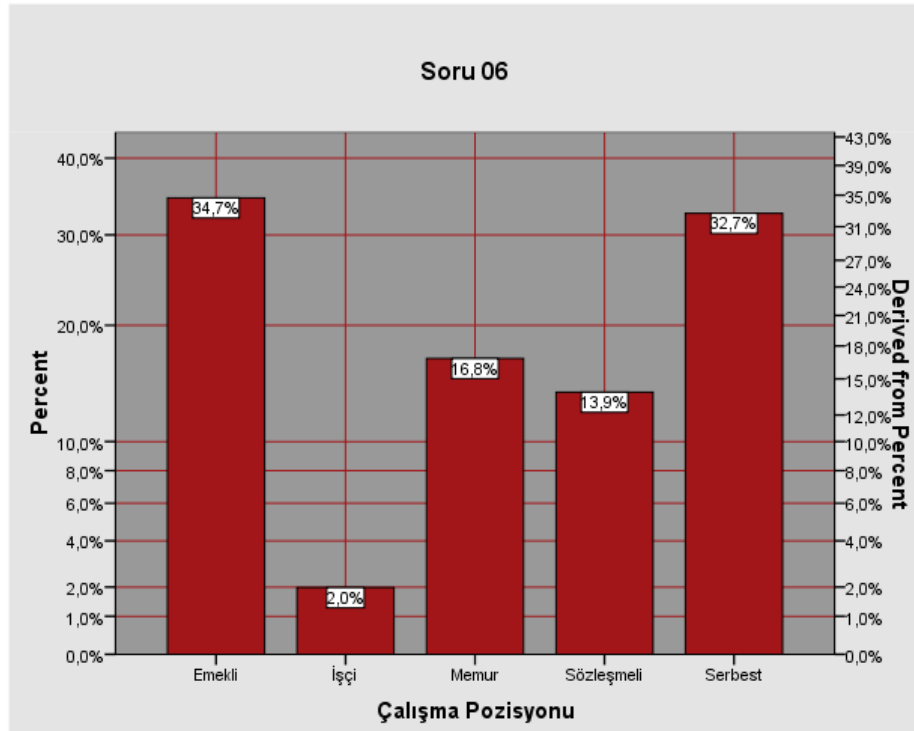
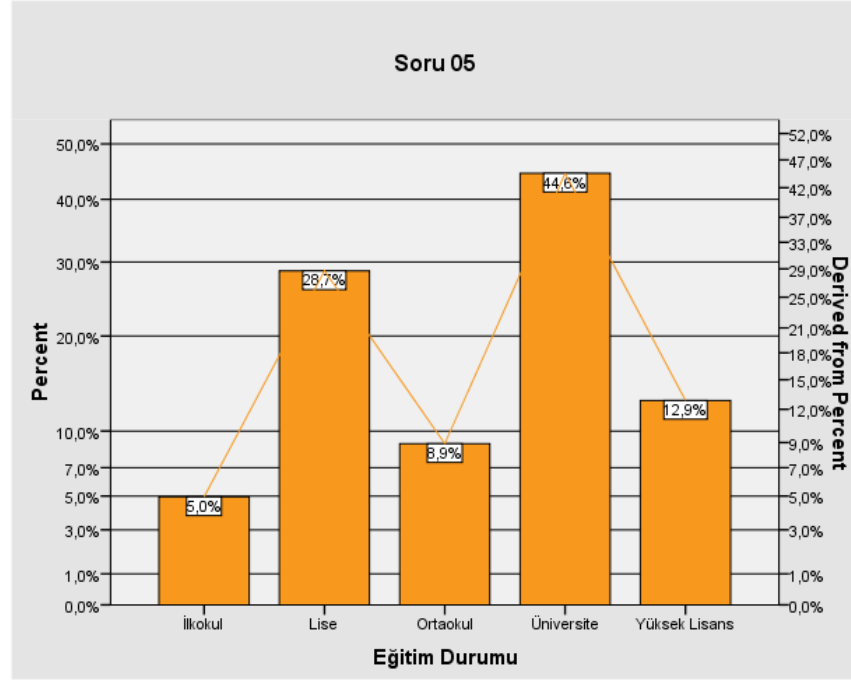
- O Ayda bir                      O 3-5 ayda bir                      O Senede bir  
 O Klasik Batı Müziği Konserlerine gitmem
10. Klasik Türk Müziği konserlerine hangi sıklıkla gidersiniz?  
 O Haftada en az bir kez      O İki haftada bir                      O Üç haftada bir  
 O Ayda bir                      O 3-5 ayda bir                      O Senede bir  
 O Klasik Türk Müziği Konserlerine gitmem
11. İnternet üzerinden Klasik Türk Müziği ile ilgili bilgiye ulaşabiliyor musunuz?  
 O Evet, ulaşabiliyorum.                      O Hayır, ulaşamıyorum.
12. Günlük gazete alır mısınız?  
 O Evet, alırım.                      O Hayır, almam
13. Düzenli olarak kitap okuma alışkanlığınız var mı?  
 O Evet, var.                      O Hayır, yok.
14. Herhangi bir müzik aleti çalıyor musunuz?  
 O Evet, çalabiliyorum.                      O Hayır, çalamıyorum.
15. Hangi müzik türünü öğrenmek isterdiniz?  
 O Klasik Türk Müziği      O Caz                      O Klasik Batı Müziği  
 O Türk Pop Müziği      O Rock                      O Batı Pop Müziği  
 O Arabesk                      O Opera                      O Türk Halk Müziği
16. Müziğin icrasında erkek solist mi, bayan solist mi daha etkilidir?  
 O Erkek solist                      O Bayan solist                      O Önemi yoktur
17. Sizce konservatuar eğitimi alan solistler mi, yoksa pratikten yetişen solistler mi daha başarılı olmaktadır?  
 O Konservatuar eğitimi olan solistler      O Pratikten yetişen solistler  
 O Önemi yoktur
18. İstanbul'da Klasik Türk Müziği icrasına en uygun konser salonu hangisidir?  
 O CRR                      O Süreyya Opera Salonu                      O Atatürk Kültür Merkezi  
 O Kadıköy Halk Eğitim Merkezi      O Yunus Emre Konser Salonu  
 O Lütfü Kırdar
19. Klasik Türk Müziği bir eğlence müziği midir?  
 O Evet, eğlence müziğidir      O Hayır, eğlence müziği değildir.
20. Eğitim almayan icracılar Klasik Türk Müziği'nde başarılı olabilirler mi?  
 O Evet, olabilirler                      O Hayır, olamazlar.
21. Klasik Türk Müziği'nin toplum tarafından yeterli seviyede bilinmemesinden kim sorumludur?  
 O Klasik Türk Müziği alanındaki akademisyenler  
 O Klasik Türk Müziği icracıları  
 O Kültür Bakanlığı  
 O Medya

- Halk Eğitim Merkezleri
- Koro Şefleri
22. Bir Klasik Türk Müziği konserinin ardından, olumlu ya da olumsuz yönlerinin, bir TV programında tartışılması doğru mudur?  
 Evet, doğrudur.  Hayır, doğru değildir.
23. Klasik Türk Müziği batıda kabul edilebilir mi?  
 Evet, kabul edilebilir?  Hayır, kabul edilemez.
24. Hergün takip ettiğiniz Klasik Türk Müziği programı var mı?  
 Evet, var.  Hayır, yok.
25. Klasik Türk Müziği'nin doğru olarak icra edilebilmesi gerçekten zor mudur?  
 Evet, zordur.  Hayır, zor değildir.
26. En sevdiğiniz Klasik Türk Müziği bestecisi kimdir?  
 Hacı Arif Bey  Abdülkadir Meragi  Dede Efendi  
 İtri  III. Selim  Tamburi Cemil  
 Münir Nurettin Selçuk  Diğerleri
27. Klasik Türk Müziği ile ilgili kitaplara kolay ulaşabiliyor musunuz?  
 Evet, ulaşabiliyorum.  Hayır, ulaşamıyorum
28. Klasik Türk Müziği'ni internet üzerinden dinlemek ister misiniz?  
 Evet, dinlemek isterim.  Hayır, dinlemek istemem.
29. Klasik Türk Müziği albümlerine kolayca ulaşabiliyor musunuz?  
 Evet, ulaşabiliyorum.  Hayır, ulaşamıyorum.
30. Klasik Türk Müziği konserleri için bütçenizde yer ayırabiliyor musunuz?  
 Evet, ayırabiliyorum  Hayır, ayıramıyorum
31. İnternet üzerinden alışverişe güveniyor musunuz?  
 Evet, güveniyorum.  Hayır, güvenmiyorum.
32. Klasik Türk Müziği ile ilgili programları hangi TV kanalında izlemek istersiniz?  
 ATV  SHOW  SAMANYOLU  
 TRT 1  TRT 2  TRT 4  
 KANAL TÜRK  TV 5  KANAL 7  
 STAR  TV 8  FOX  
 DİĞERLERİ

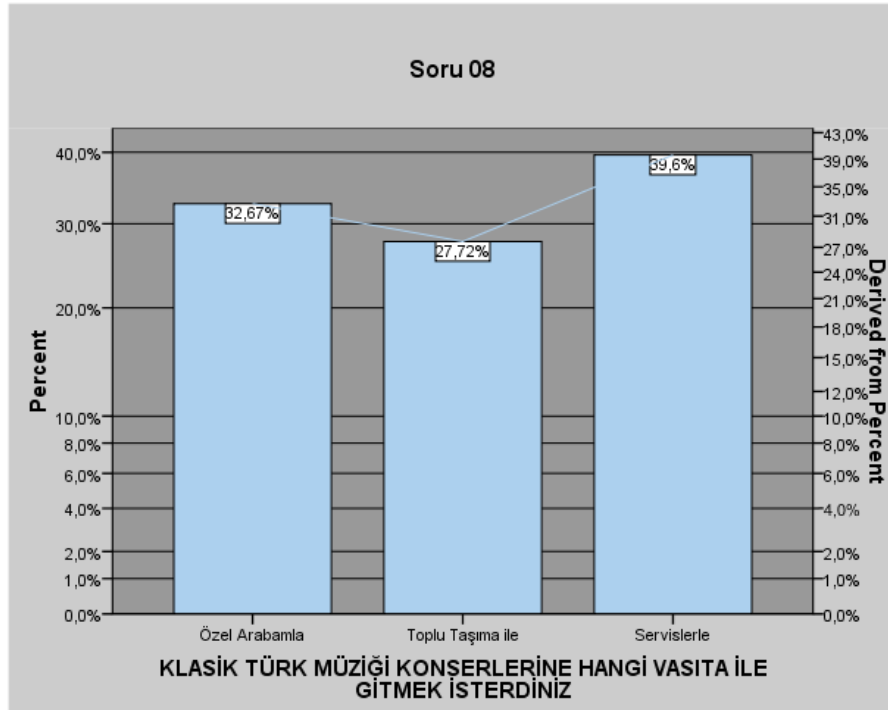
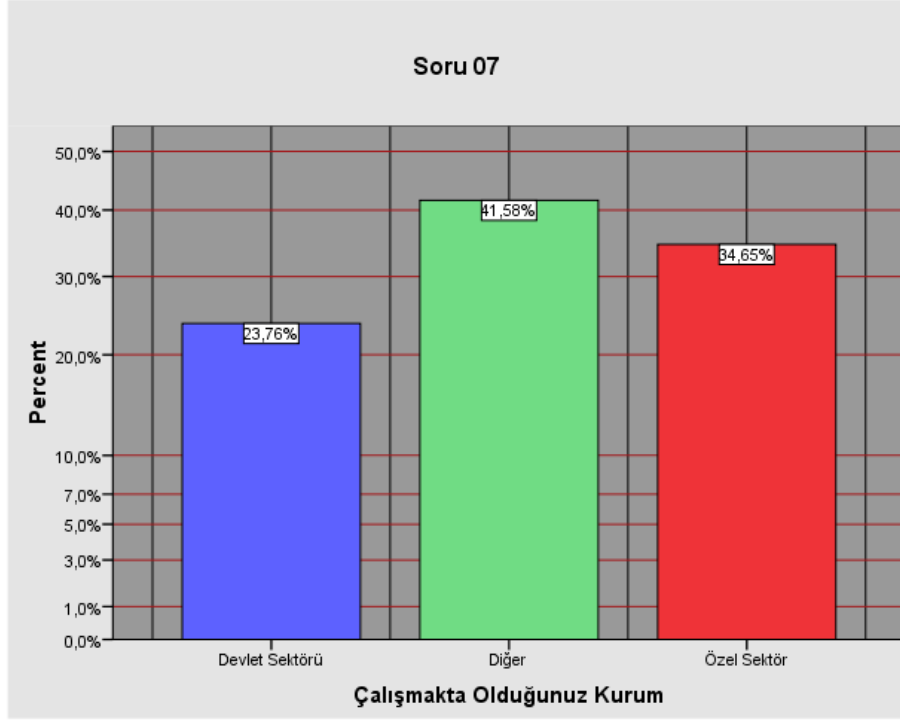
Teşekkür ederim.

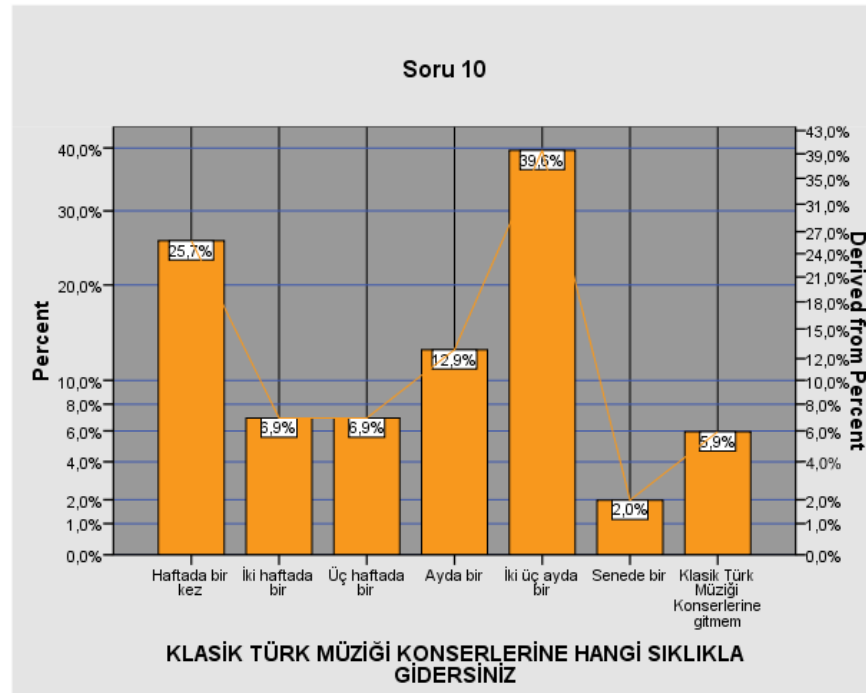
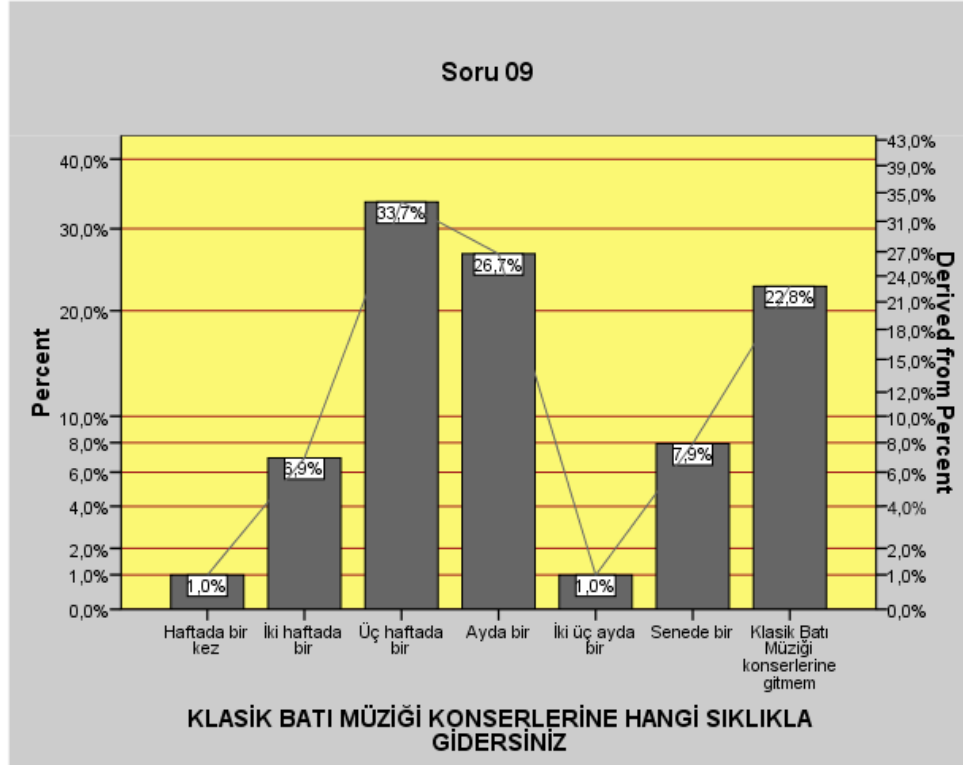


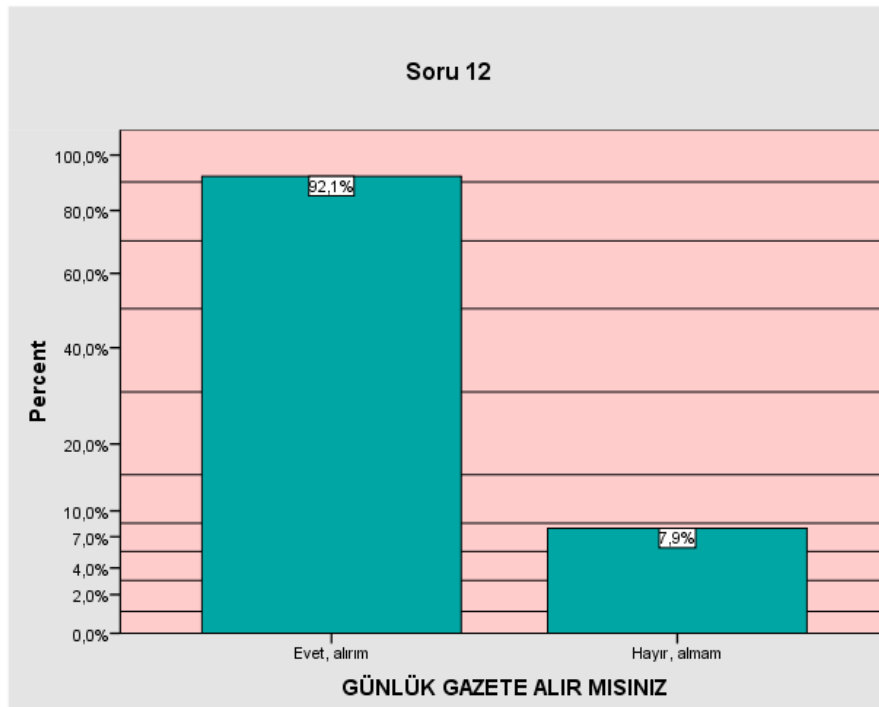
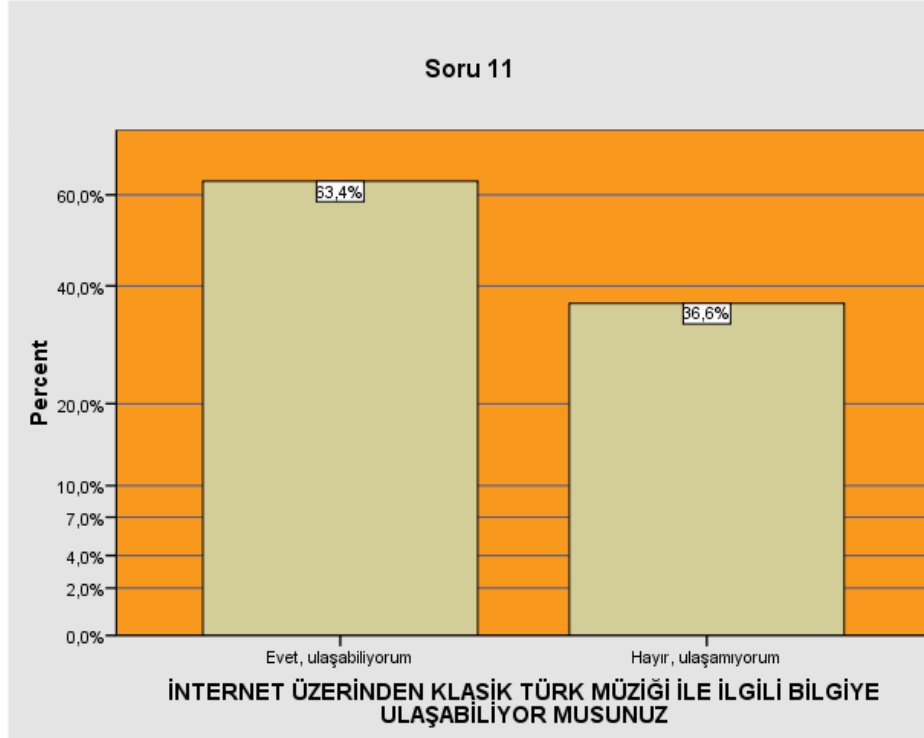


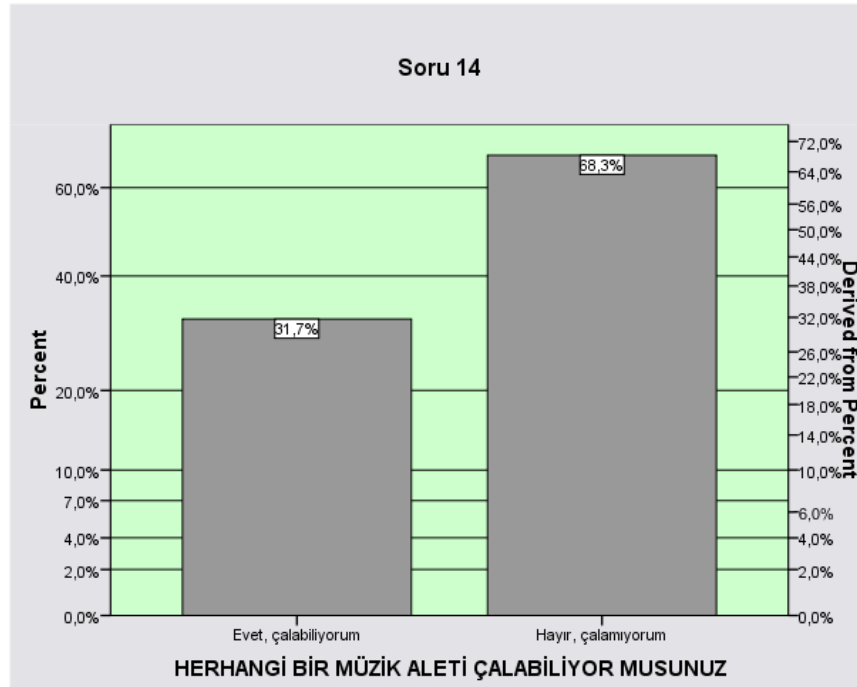
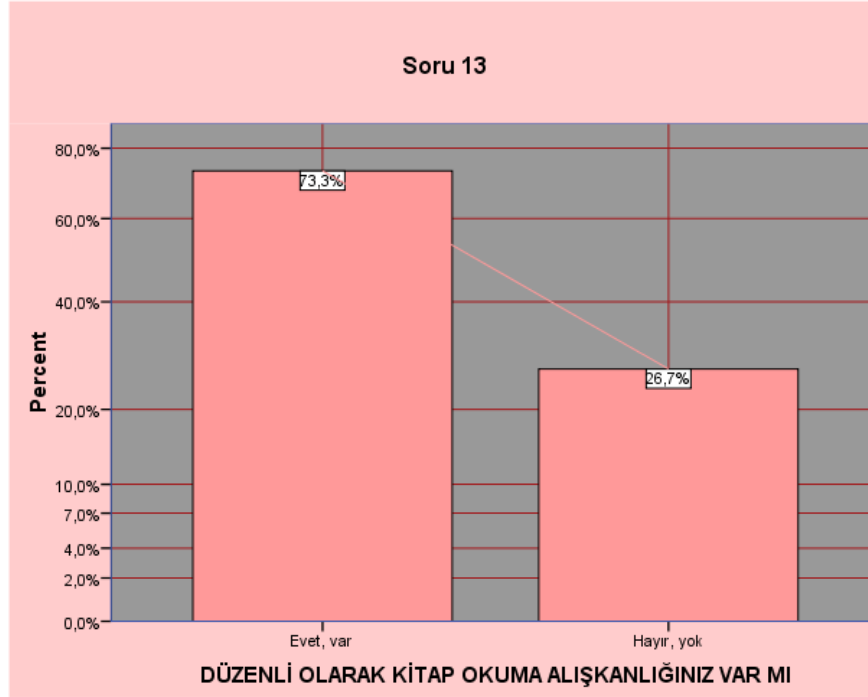


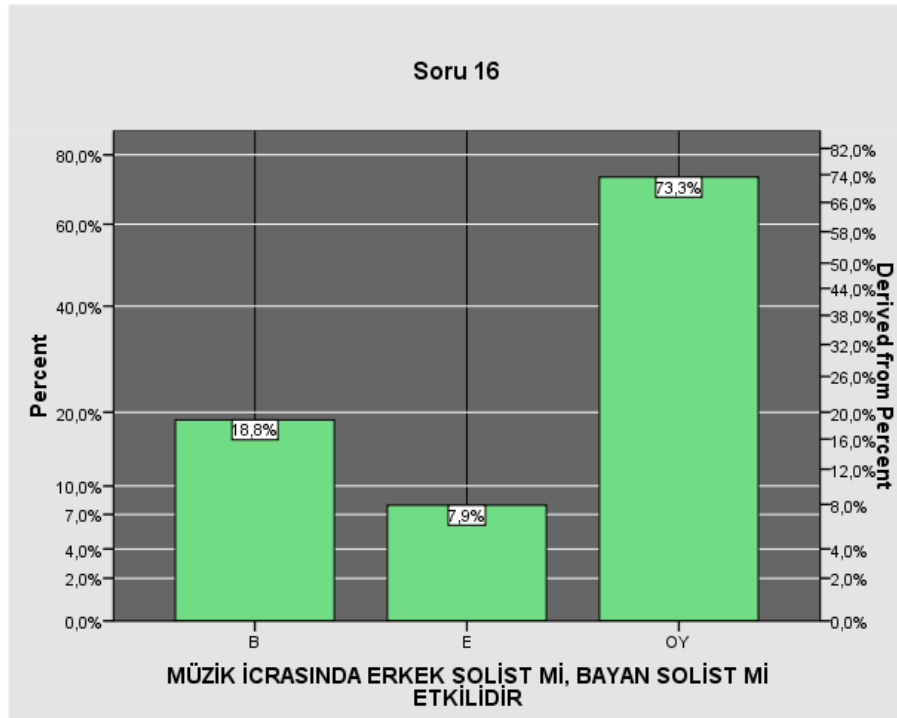
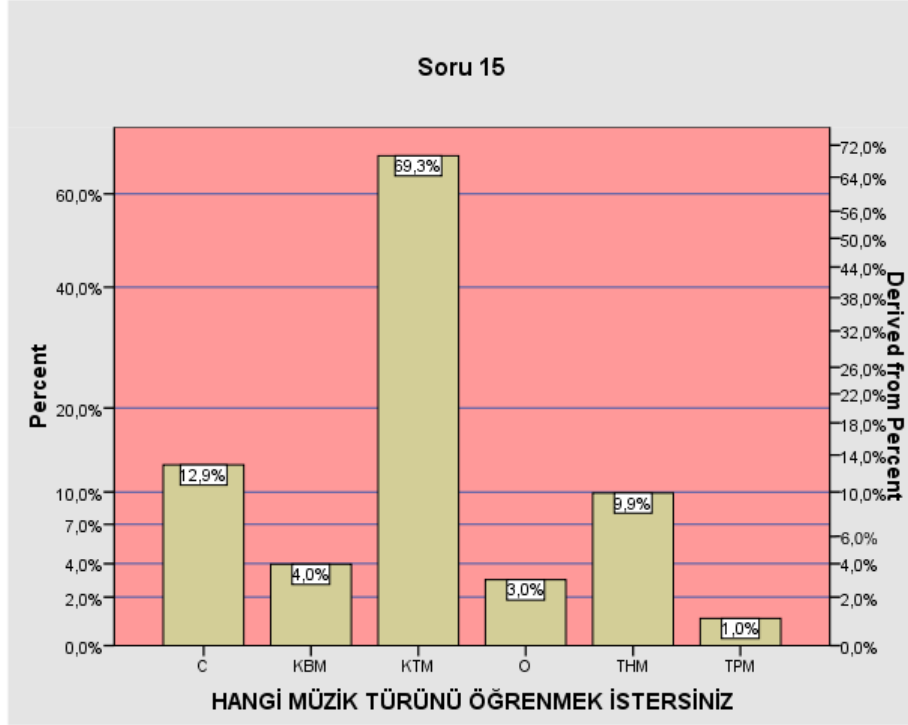




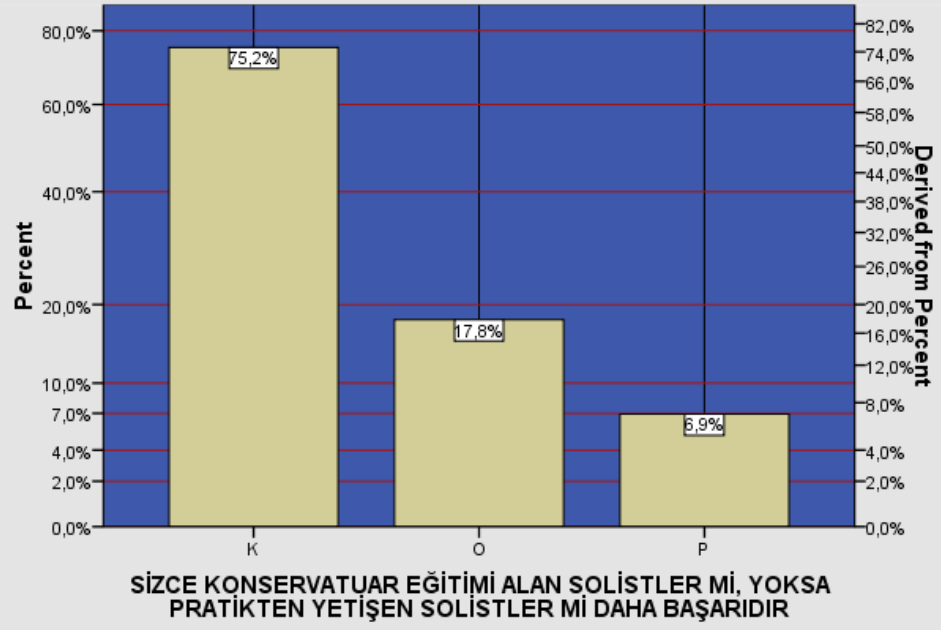




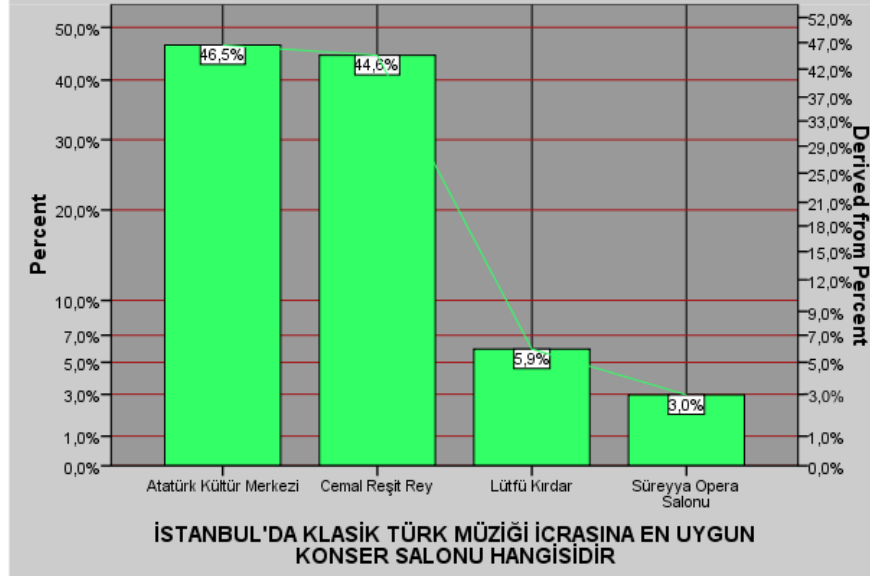


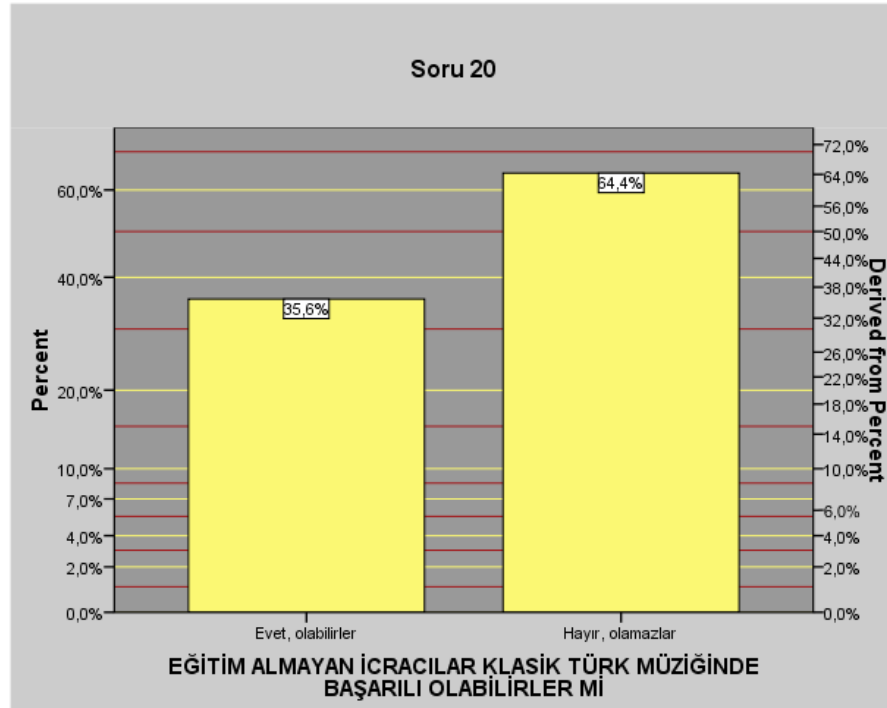
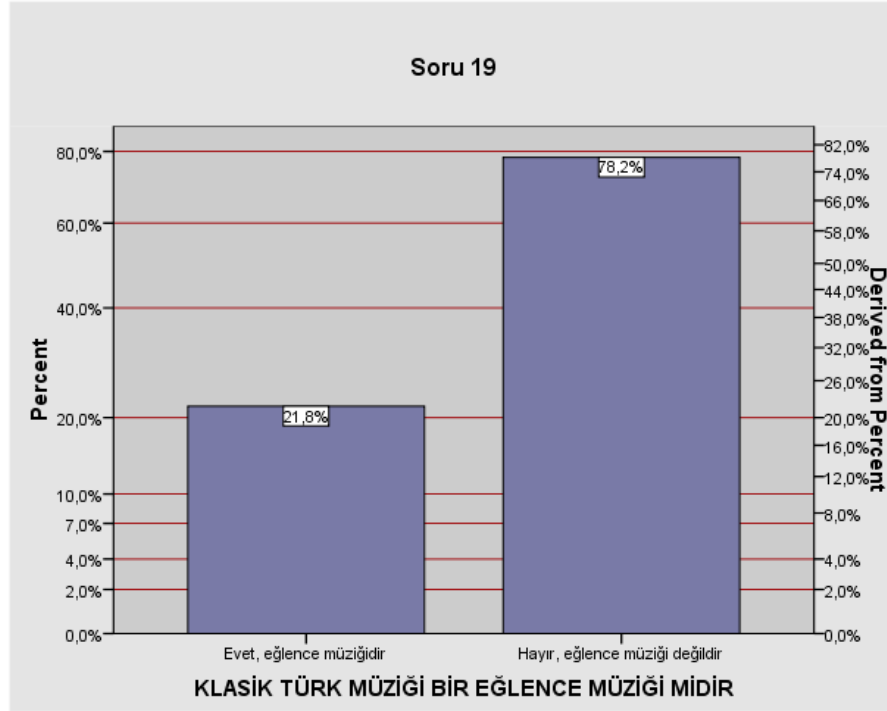


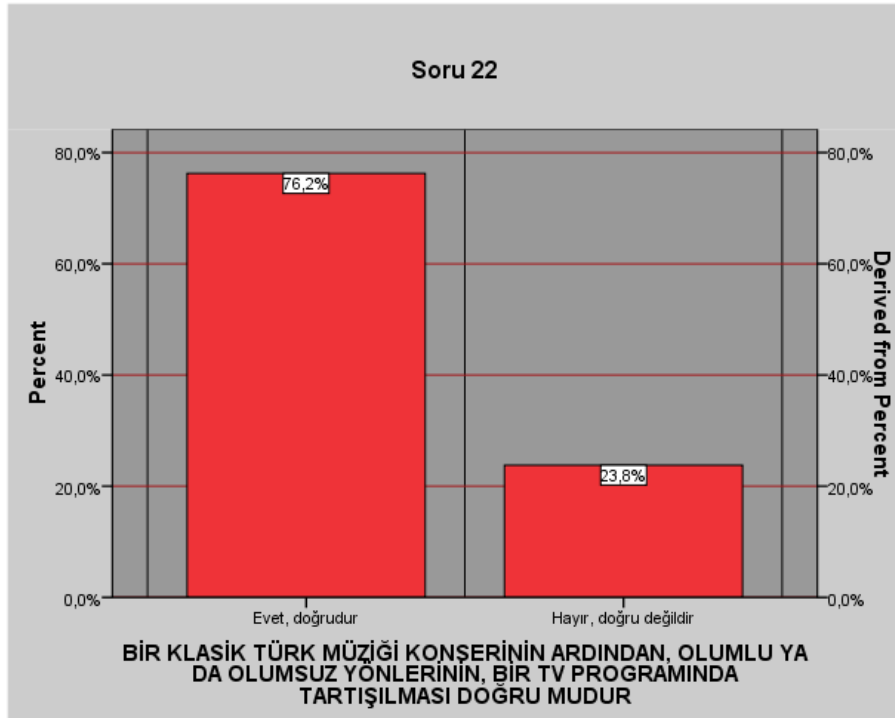
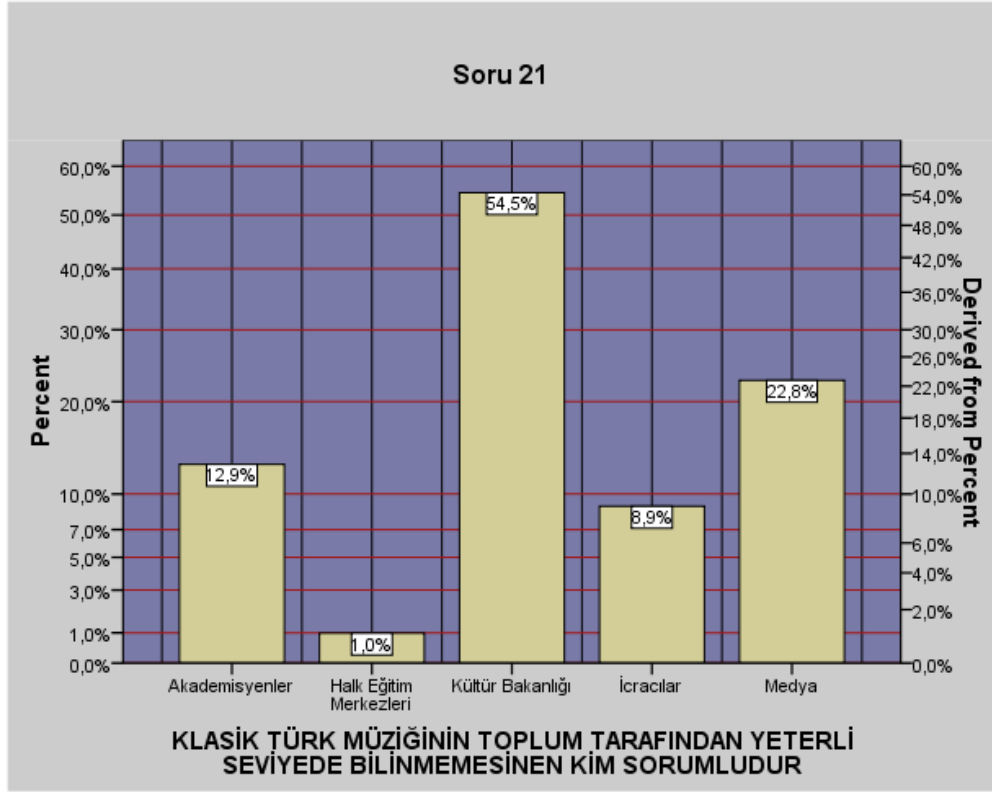
## Soru 17



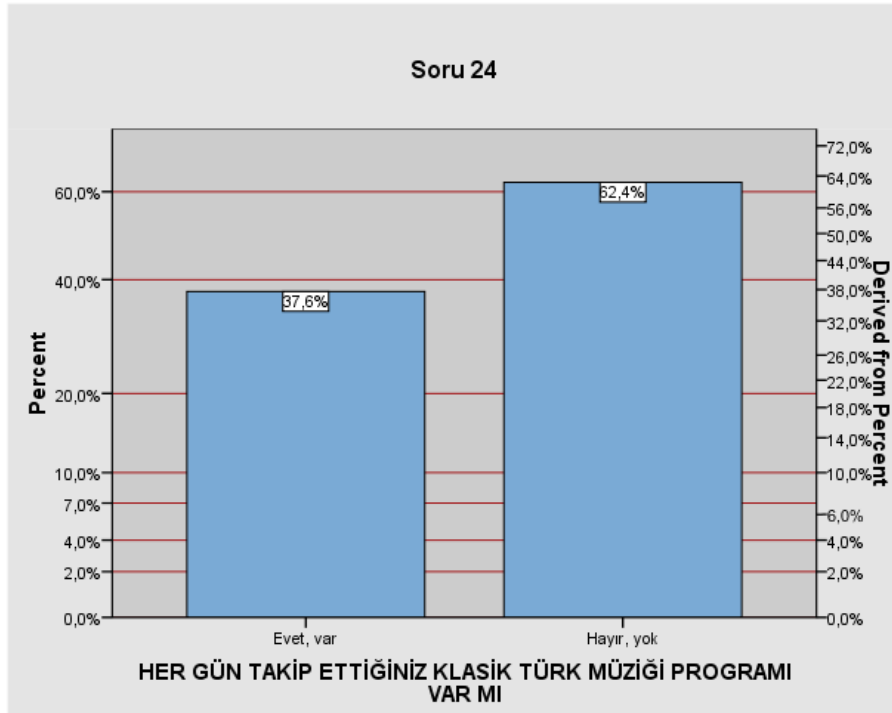
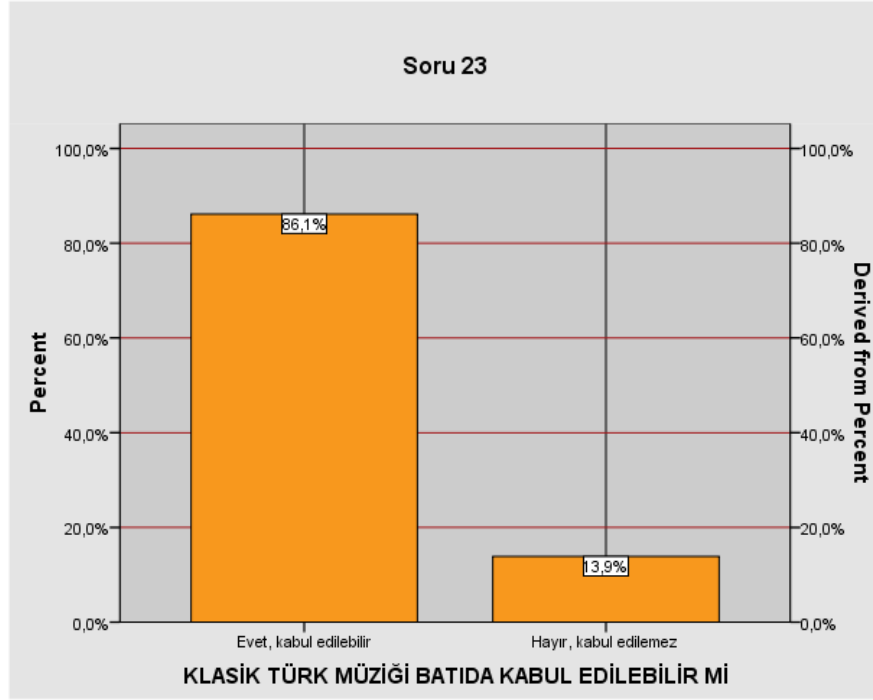
## Soru 18

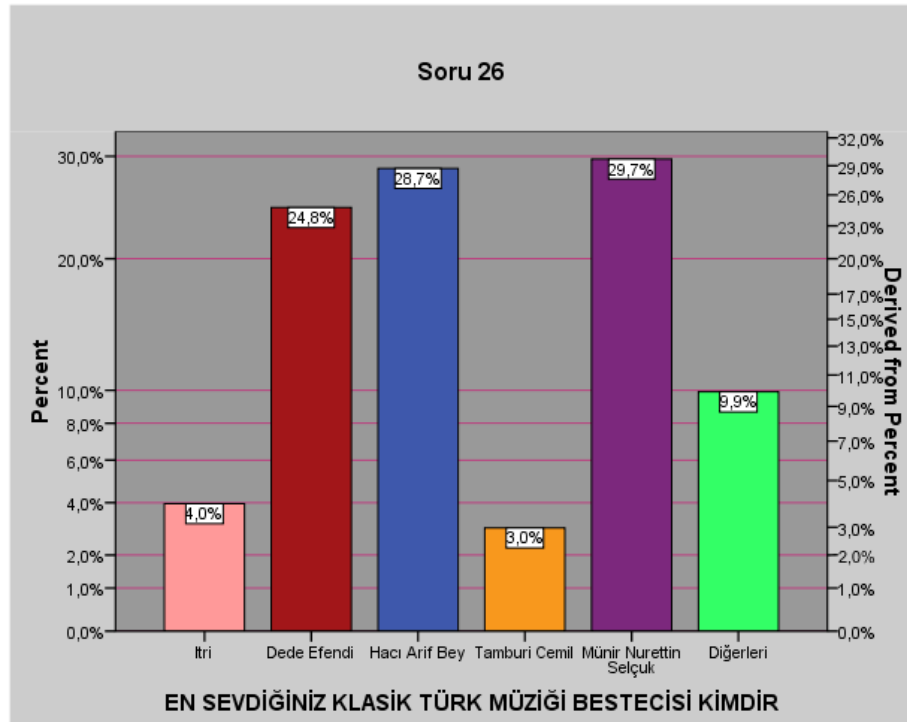
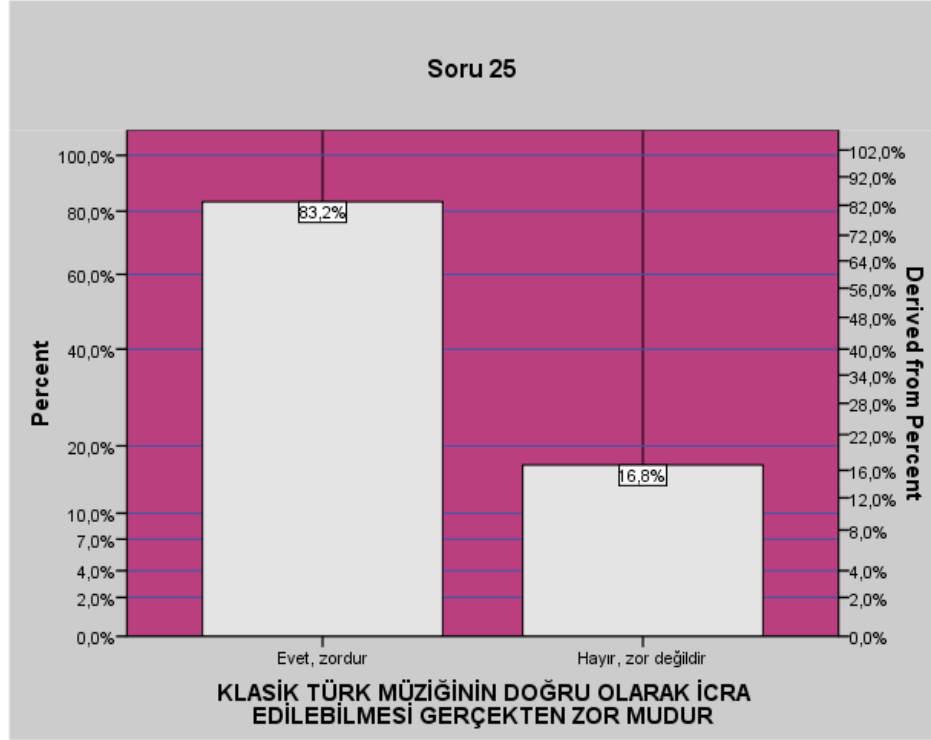


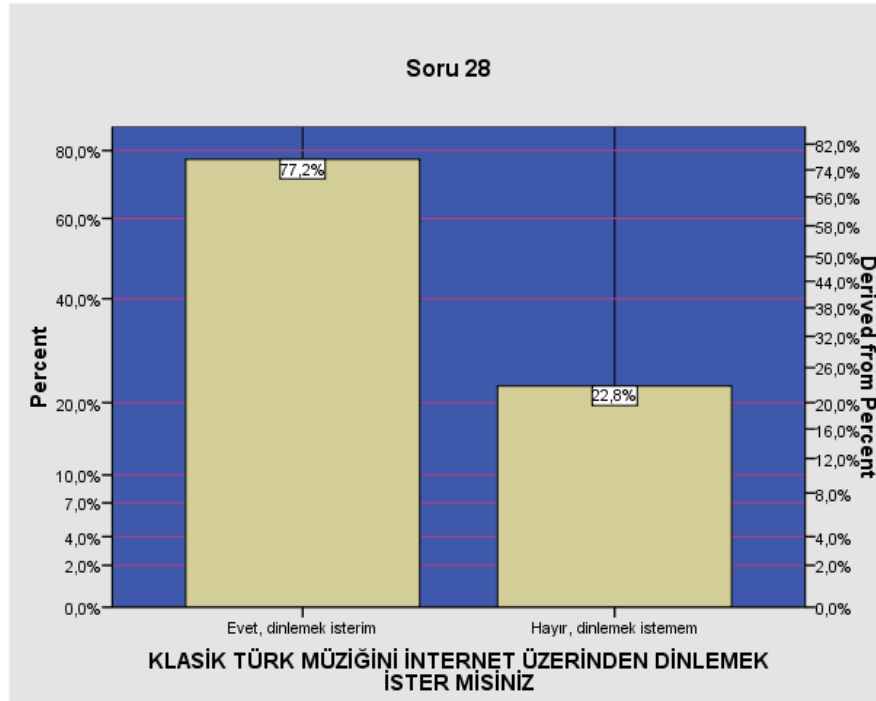
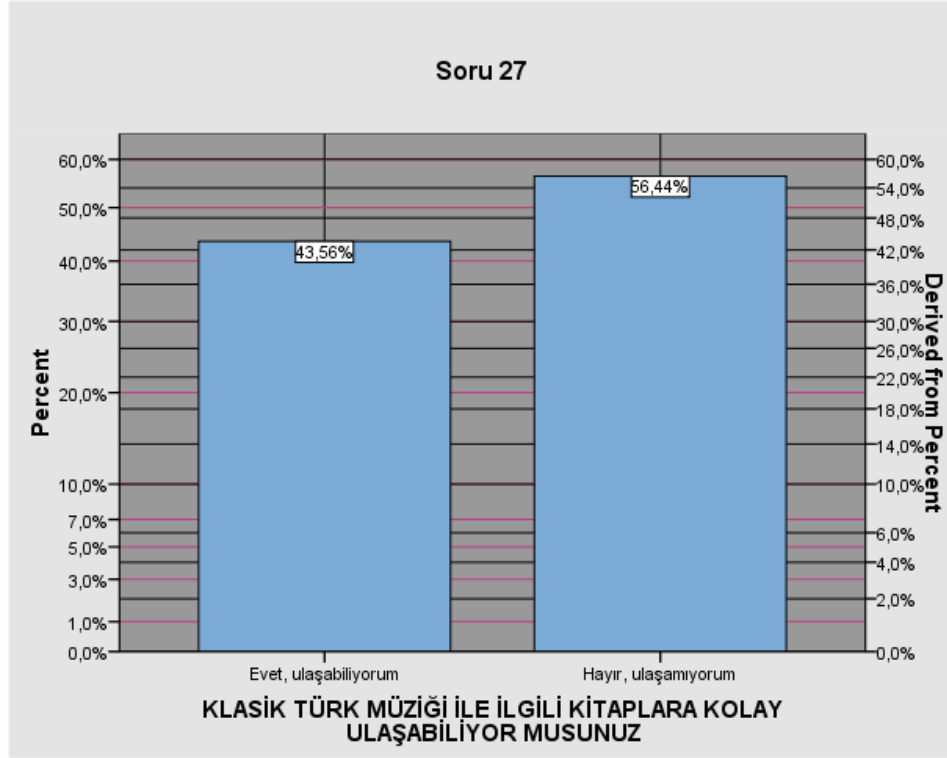


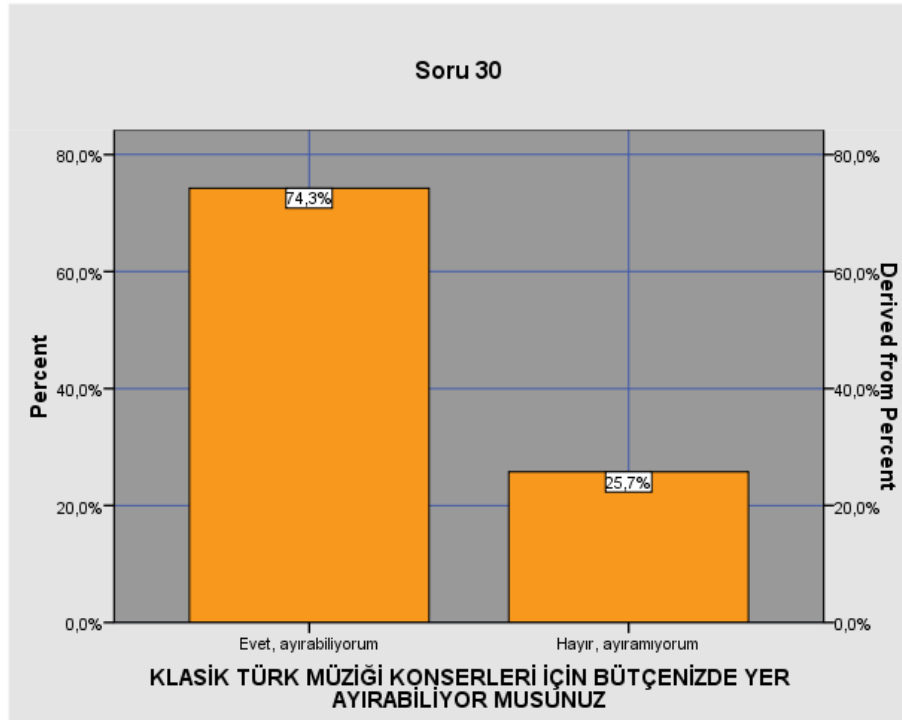
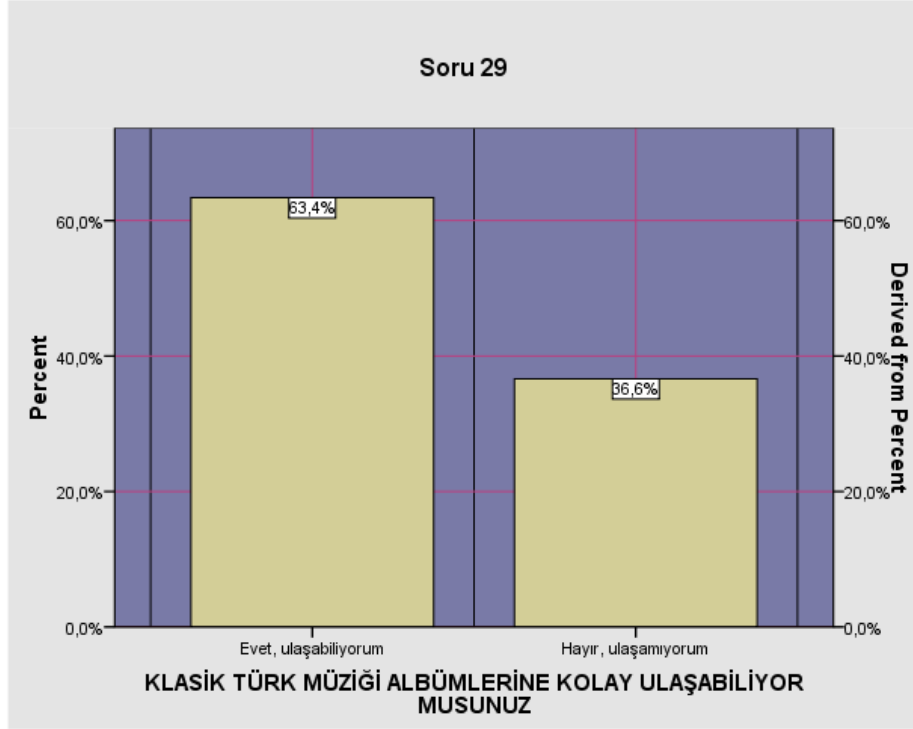


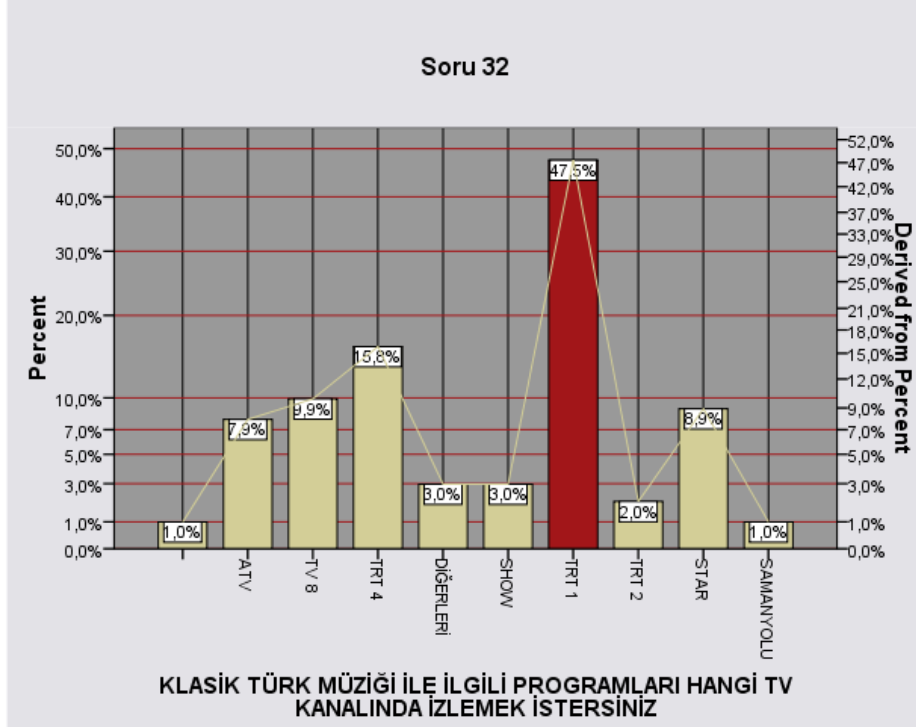
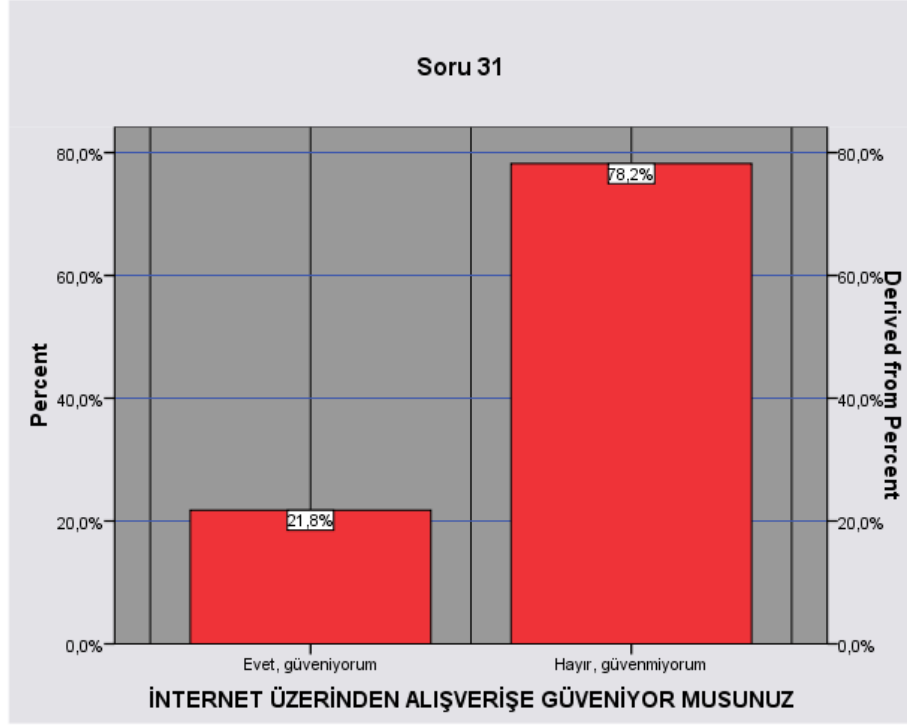












EK 4.

**HALIÇ ÜNİVERSİTESİ TÜRK MÜZİĞİ BÖLÜMÜ YÜKSEK LİSANS  
TEZ ÇALIŞMASI ANKETİ**

Bu çalışma, Klasik Türk Müziği alanında alınması gereken önlemlerin belirlenmesi amacıyla planlanmıştır. Genel bilgiler ve bir ölçekten oluşan sorulara verilecek eksiksiz yanıtlar, çalışmanın sağlıklı yürütülmesi ve sonuçlanabilmesi için oldukça önemlidir.

9. Yaşınız
10. Cinsiyetiniz  
 Kadın                       Erkek
11. Medeni Durumunuz  
 Evli                       Bekar                       Dul
12. Çocuk Sayınız
13. En son mezun olduğunuz okul  
 İlkokul     Ortaokul     Lise     Üniversite     Yüksek Lisans
14. Çalışma pozisyonunuz  
 Memur                       Sözleşmeli     İşçi                       Serbest                       İşsiz
15. Çalışmakta olduğunuz sektör  
 Özel Sektör     Devlet Sektörü                       Emekli
16. Arabanız  
 Var                       Yok

Aşağıda Klasik Türk Müziği alanındaki çalışanların görevlerini yürütürken uymaları gereken ahlaki davranış ilkeleri ile ilgili 50 ifade bulunmaktadır. Lütfen her ifadeyi dikkatle okuduktan sonra tüm ifadeleri eksiksiz ve her ifade için beş seçenekten sadece birini (X) işareti koyarak yanıtlayınız.

A	B	C	D	E
Kesinlikle	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle
Katılıyorum				Katılmıyorum

NO	İFADELER	A	B	C	D	E
1	Klasik Türk Müziği icrasında eseri doğru okumak önemlidir.	( )	( )	( )	( )	( )
2	Klasik Türk Müziği icrasında esere duygu yüklemek önemlidir.	( )	( )	( )	( )	( )
3	Klasik Türk Müziği icrasında dinleyici esastır.	( )	( )	( )	( )	( )
4	Klasik Türk Müziği'ni icra eden kişiler dinleyicilerin isteklerini en iyi şekilde karşılayabilmelidirler.	( )	( )	( )	( )	( )
5	Klasik Türk Müziği mensubu kişiler gerektiğinde halkı bilgilendirmelidirler.	( )	( )	( )	( )	( )
6	Klasik Türk Müziği mensubu kişiler bu alandaki hizmetlerin sunumunda dikkatli olmalıdırlar.	( )	( )	( )	( )	( )
7	Klasik Türk Müziği mensubu kişiler, buldukları kurumların amaçlarına uygun davranmalıdırlar.	( )	( )	( )	( )	( )
8	Geleneksel Klasik Türk Müziği'ni korumak, her koşulda önceliklidir.	( )	( )	( )	( )	( )
9	Klasik Türk Müziği'ni icra eden kişiler, yorumlarında özgür olmalıdır.	( )	( )	( )	( )	( )
10	Klasik Türk Müziği görevlileri, dinleyiciye hizmetin her türlü menfaatin üzerinde bir görev bilinci ile çalışmalıdırlar.	( )	( )	( )	( )	( )
11	Klasik Türk Müziği görevlileri, dinleyiciden gelen, geleneksel yapıya aykırı talepleri karşılayabilir.	( )	( )	( )	( )	( )
12	Klasik Türk Müziği görevlileri, ahlaki kurallara aykırı davranışları, ilgili makamlara bildirmelidir.	( )	( )	( )	( )	( )
13	Klasik Türk Müziği görevlileri, bazen kendi amaçlarına uygun davranabilirler.	( )	( )	( )	( )	( )

14	Klasik Türk Müziği'nin sunumunda, eserlerin korunması gerektiği bilinci önemlidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
15	Klasik Türk Müziği görevlileri, kendi çevrelerinden olan kişilere öncelikli davranabilir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
16	Klasik Türk Müziği görevlileri, buldukları kurumların hizmet idealleri doğrultusunda hareket etmek zorunda olmamalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
17	Klasik Türk Müziği görevlileri, dinleyiciye hizmetin, her türlü menfaatin üzerinde bir görev olduğu bilinci ile hizmet etmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
18	Klasik Türk Müziği görevlileri, her zaman çıkar çatışmaları konusunda dikkatli değildir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
19	Klasik Türk Müziği icracıları, eser sahiplerinin hak ve özgürlüklerini her zaman gözetemez.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
20	Klasik Türk Müziği görevlileri, herhangi bir parti, kişi veya zümre yararına olacak şekilde davranabilir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
21	Klasik Türk Müziği hakkında edinilen bilgiler önemlidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
22	Gizli nitelikte olan bilgiler kesinlikle açıklanmamalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
23	Klasik Türk Müziği görevlileri, geçmişe saygılı olmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
24	Klasik Türk Müziği görevlileri, haklarını korumakta özgür olmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
25	Klasik Türk Müziği görevlileri, çalışma saatlerini verimli bir şekilde düzenleyebilmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
26	Klasik Türk Müziği görevlileri, istek üzerine üstlerine her türlü bilgiyi vermelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )

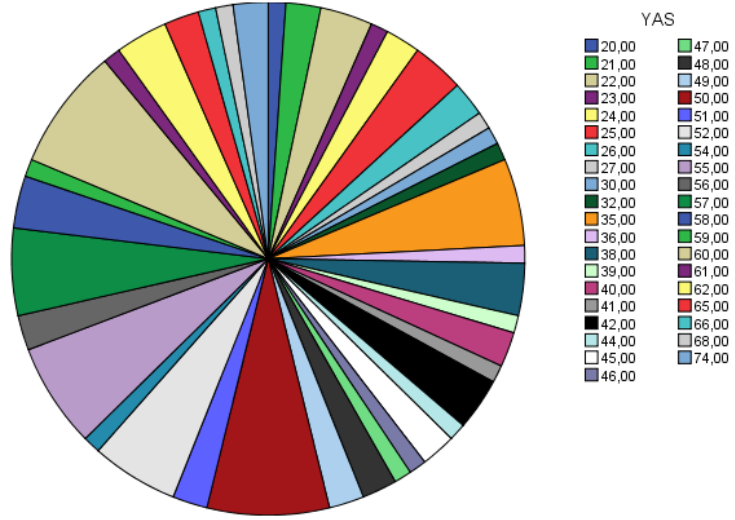


27	Klasik Türk Müziği görevlilerinin kişisel gereksinimleri önemlidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
28	Klasik Türk Müziği görevlileri, buldukları kurumun kaynaklarını diledikleri gibi kullanabilmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
29	Klasik Türk Müziği görevlileri savurganlıktan kaçınmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
30	Klasik Türk Müziği görevlileri, görevleri sırasında yetkilerini aşabilir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
31	Klasik Türk Müziği görevlileri, yaptıkları işlerle ilgili hesap verebilmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
32	Klasik Türk Müziği alanındaki yetkili kişiler, haksızlıkları önleyebilmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
33	Klasik Türk Müziği alanında görevli olmak önemlidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
34	Klasik Türk Müziği alanındaki görevli kişiler, ahlaki davranışlar hakkında bilgilendirilmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
35	Klasik Türk Müziği alanında yetki dağılımında yolsuzluklar olabilir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
36	Klasik Türk Müziği alanındaki atamaların yeniden düzenlenmesi gereklidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
37	Klasik Türk Müziği görevlilerinin yapacakları atılımlar desteklenmelidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
38	Klasik Türk Müziği görevlileri, dinleyici istekleri doğrultusunda devlet imkanlarını kullanmakta kısıtlanmamalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
39	Klasik Türk Müziği görevlileri, mensubu oldukları sanata saygılı ve nazik olmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
40	Klasik Türk Müziği, kendi alanında yenilikler yapmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
41	Klasik Türk Müziği'nin bugünkü durumu, gerçek değerleri yok etmektedir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )

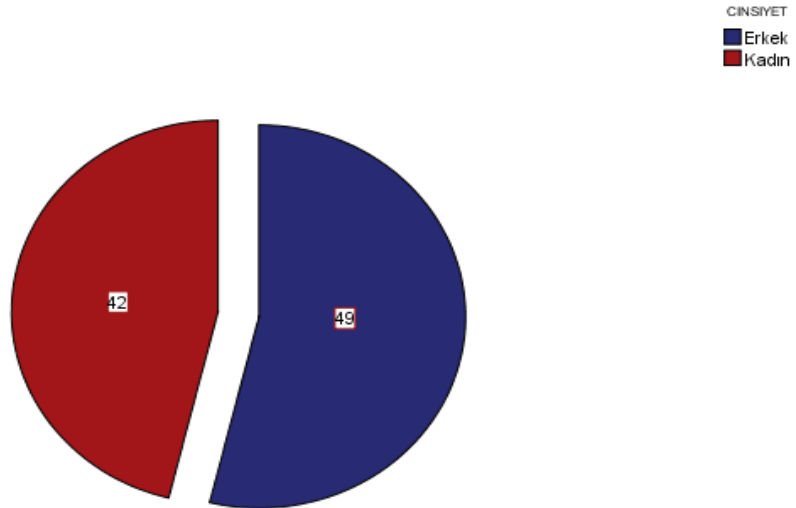
42	Klasik Türk Müziği için geleneksel icra şekli önemlidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
43	Klasik Türk Müziği için görselliği öne çıkaran yenilikler yapılmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
44	Klasik Türk Müziği'nin devlet desteğine ihtiyacı vardır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
45	Klasik Türk Müziği'nde konservatuar eğitimi önemlidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
46	Klasik Türk Müziği'nde geleneksel icra için yeni bir eğitim sistemi gereklidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
47	Klasik Türk Müziği'nin gençler tarafından dinlenilir hale getirilmesi gereklidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
48	Klasik Türk Müziği'nin dinleyici ile arasında iletişim sorunu vardır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
49	Klasik Türk Müziği'nin anlaşılır kılınabilmesi yetkililerin görevidir.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )
50	Klasik Türk Müziği yeni nesile öncelikle yeniden tanıtılmalıdır.	( ) ( ) ( ) ( ) ( )

## ANKET SONUÇLARINDAN ÇIKARILAN GRAFİKLER

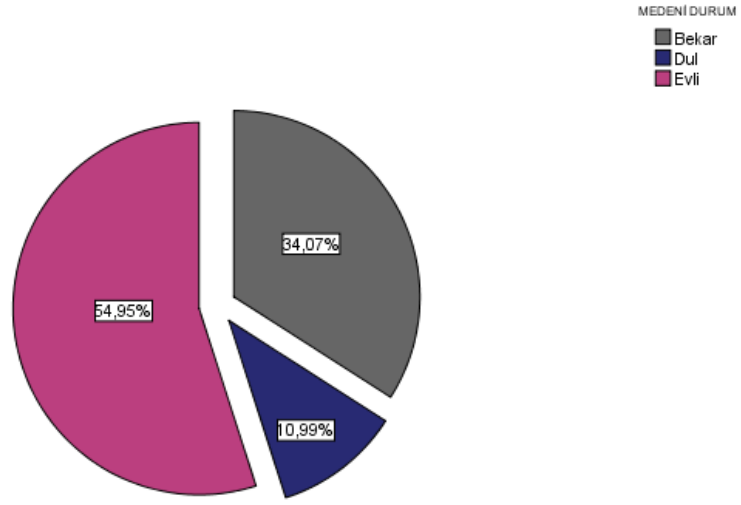
YAŞ



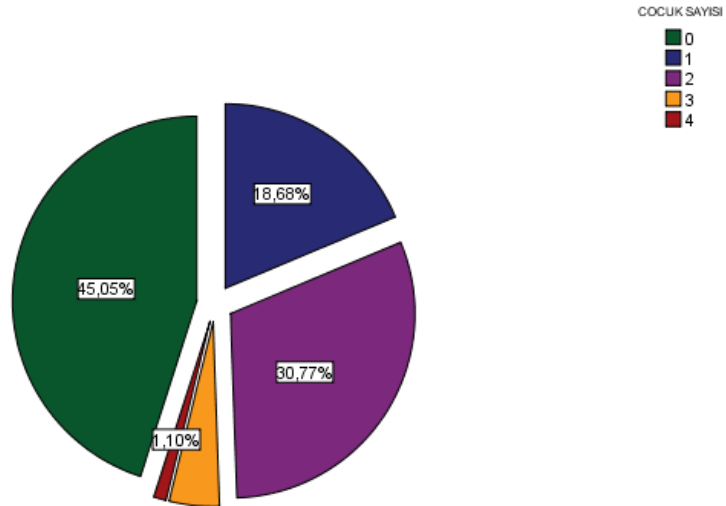
CİNSİYET



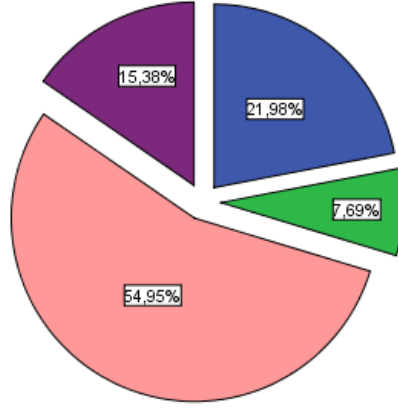
### MEDENİ DURUM



### ÇOCUK SAYISI



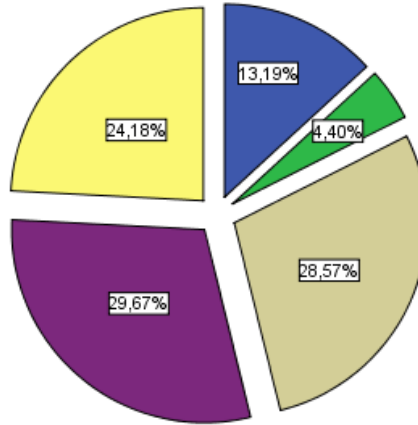
## EĞİTİM DURUMU



## EĞİTİM DURUMU

- Lise
- Ortaokul
- Üniversite
- Yüksek Lisans

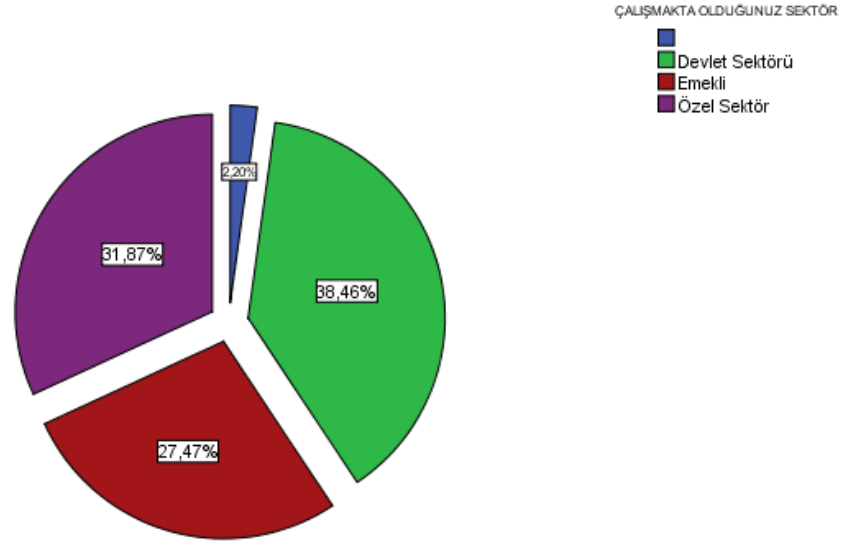
## ÇALIŞMA POZİSYONU



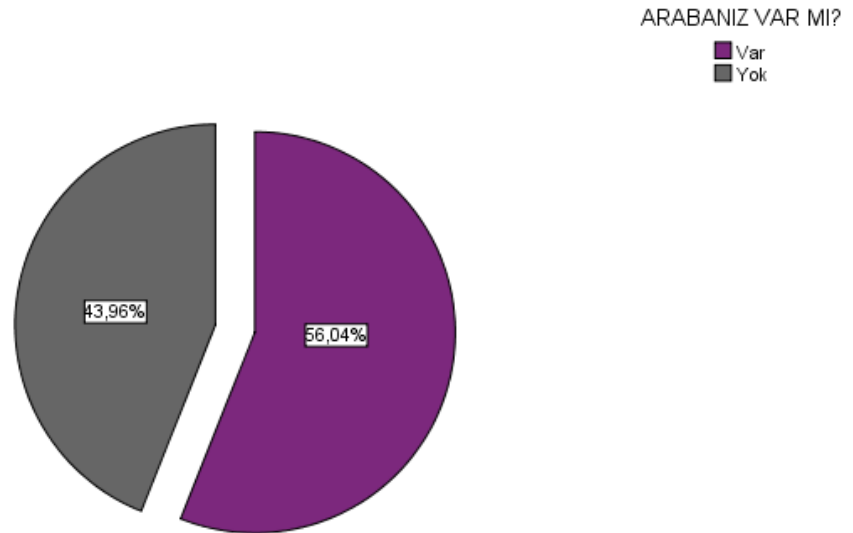
## ÇALIŞMA POZİSYONUNUZ

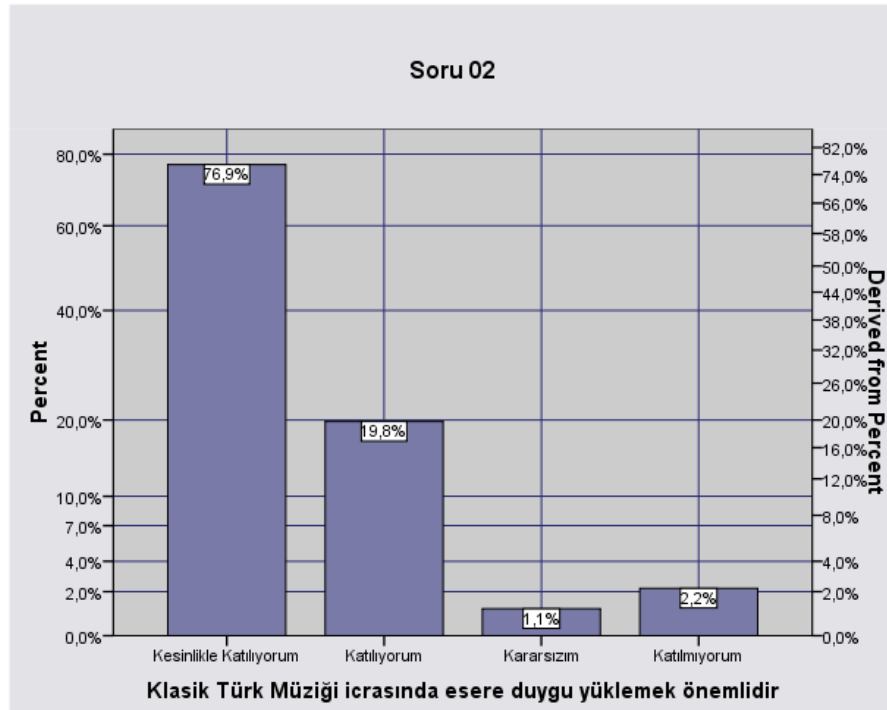
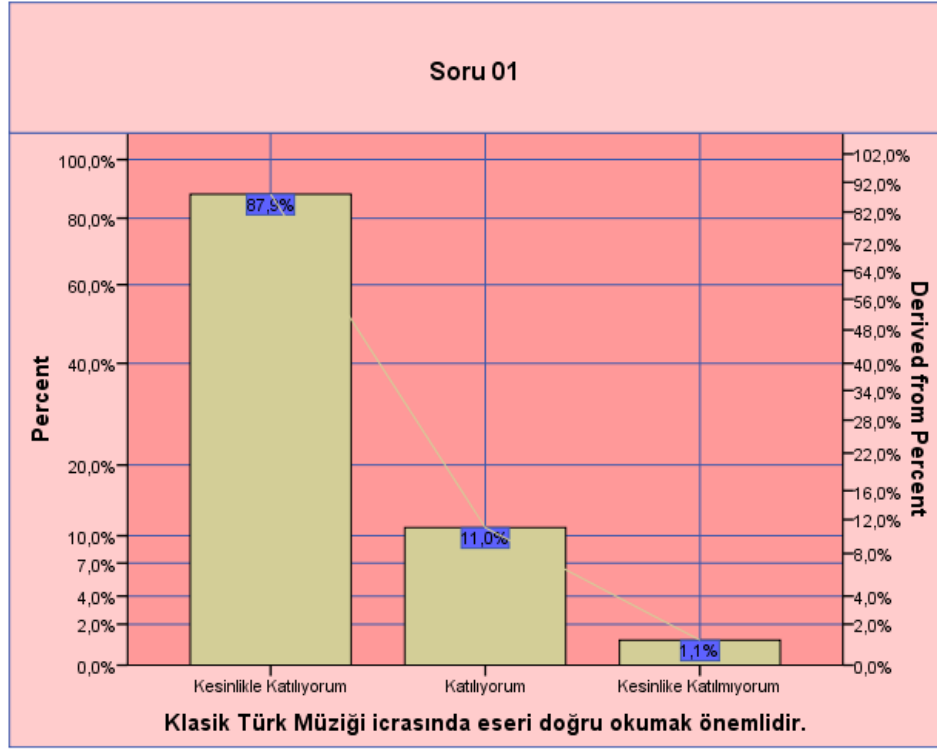
- İşçi
- İşsiz
- Memur
- Sözleşmeli
- Serbest

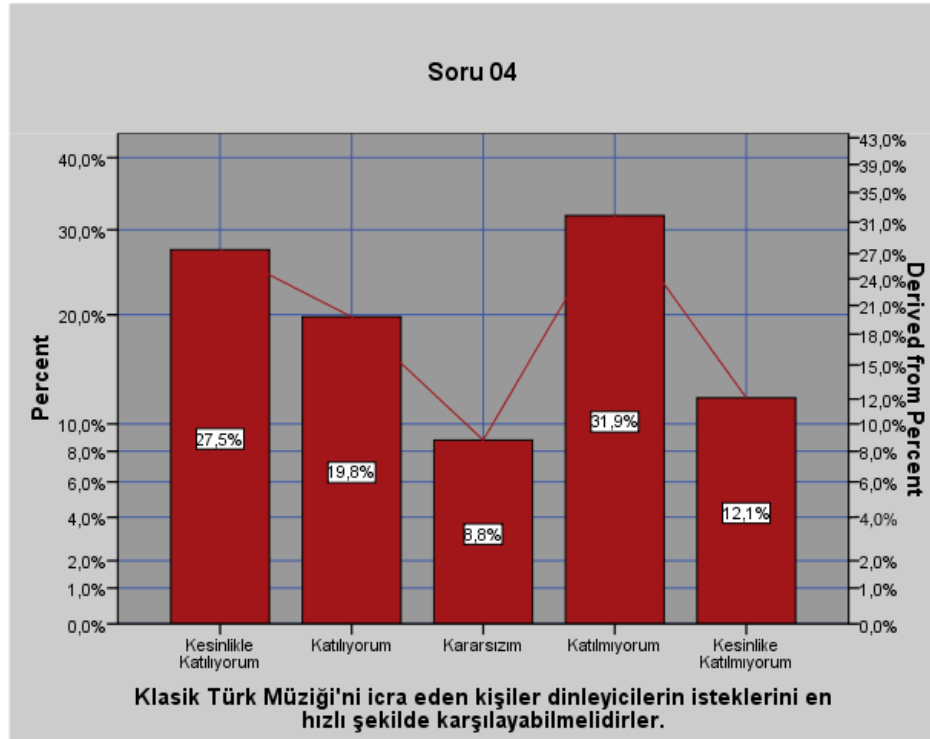
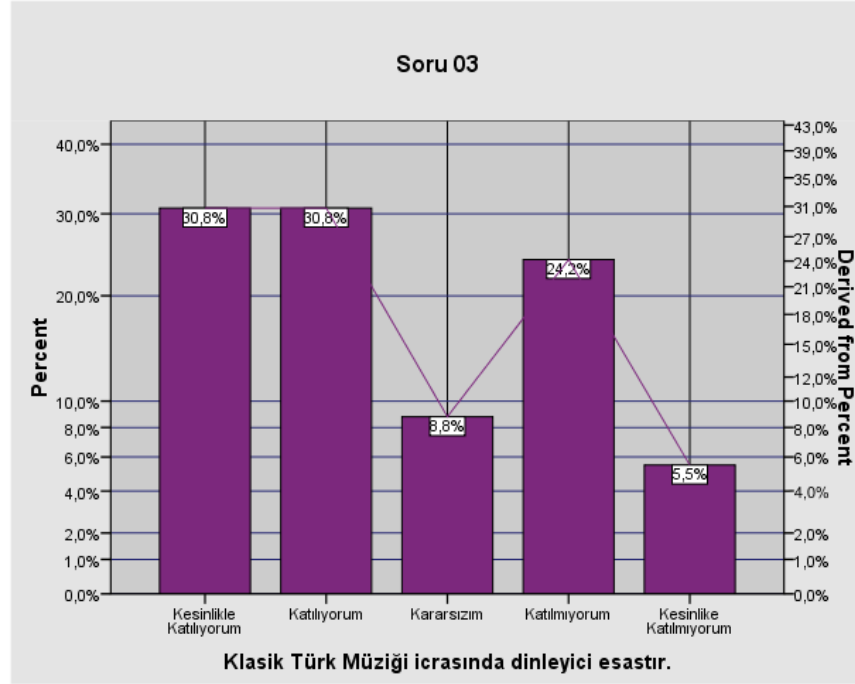
### ÇALIŞMAKTA OLUNAN KURUM



### ARABA SAHİBİ

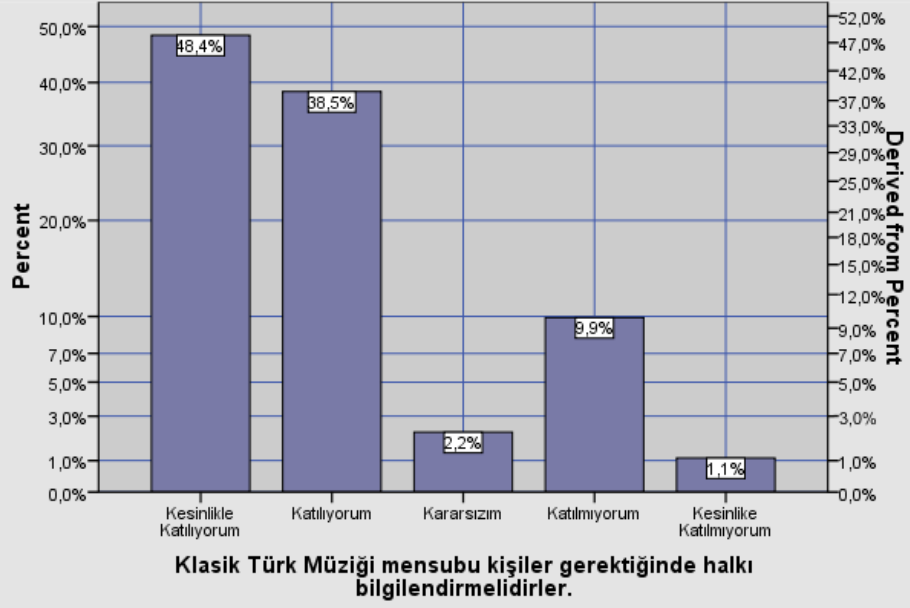




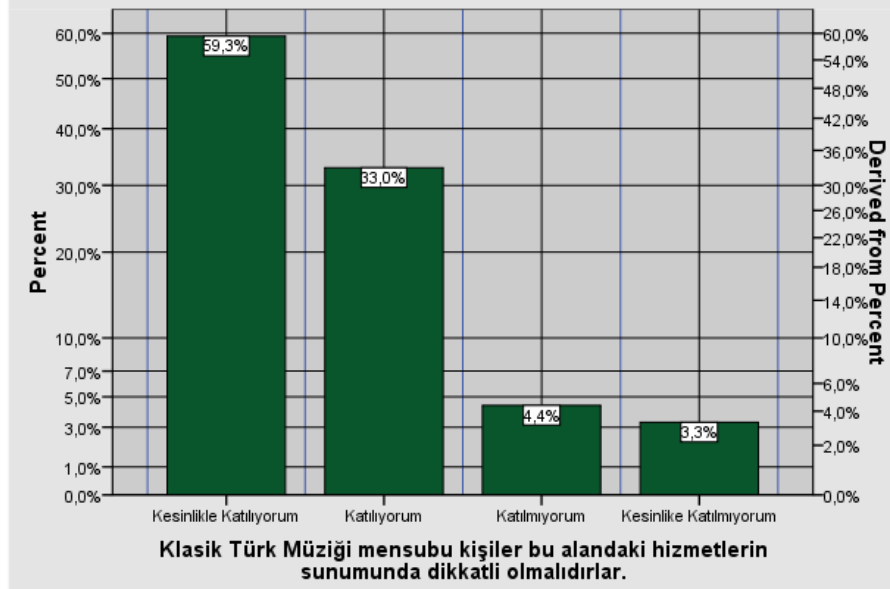


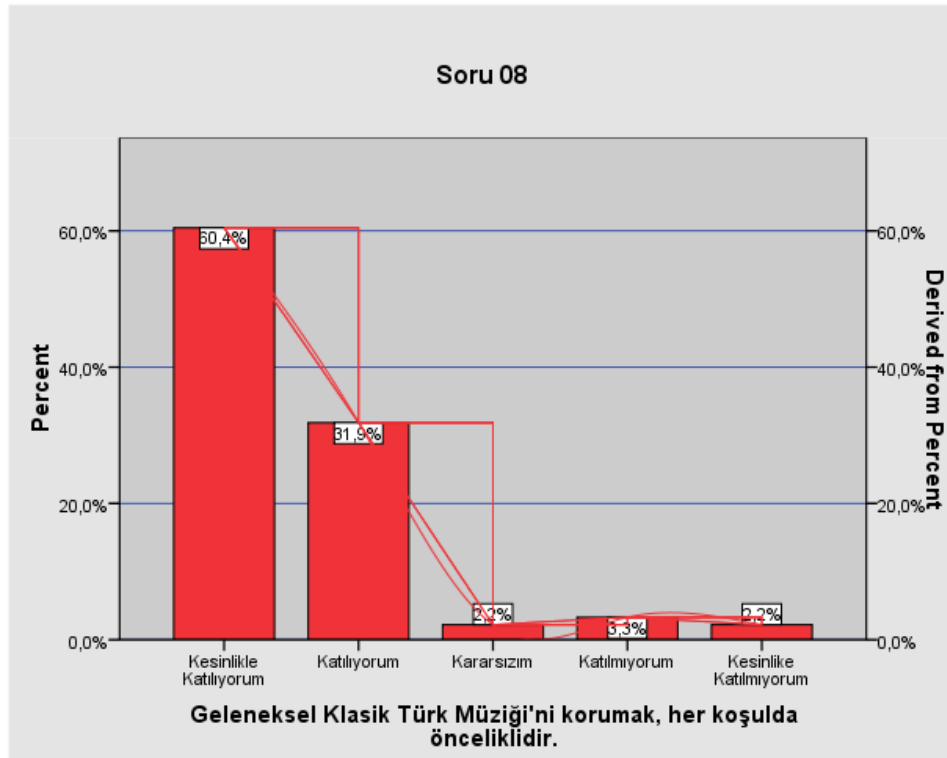
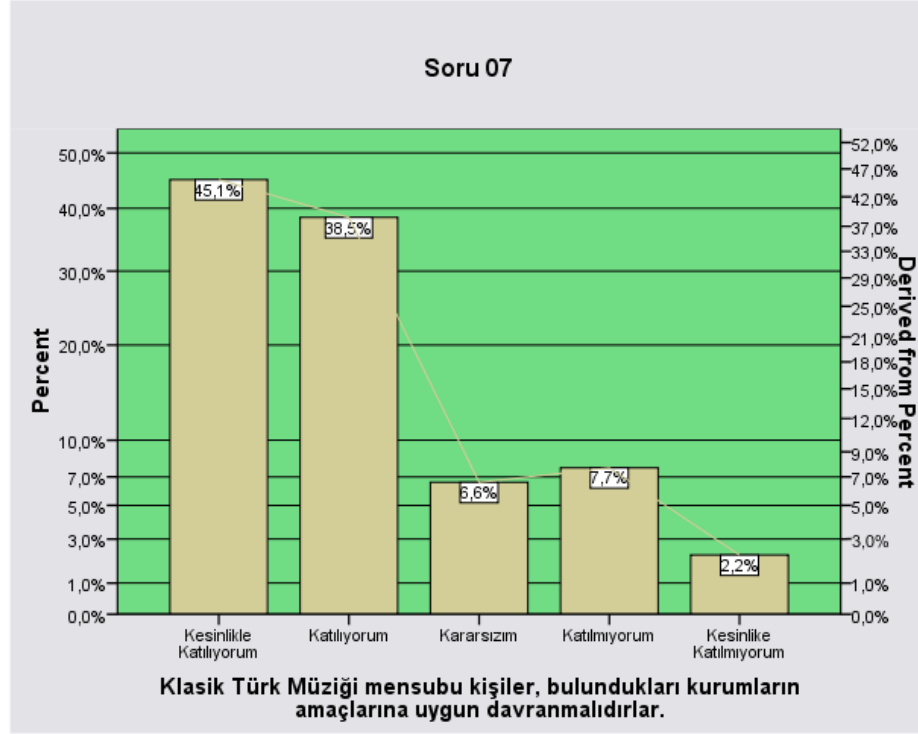


## Soru 05

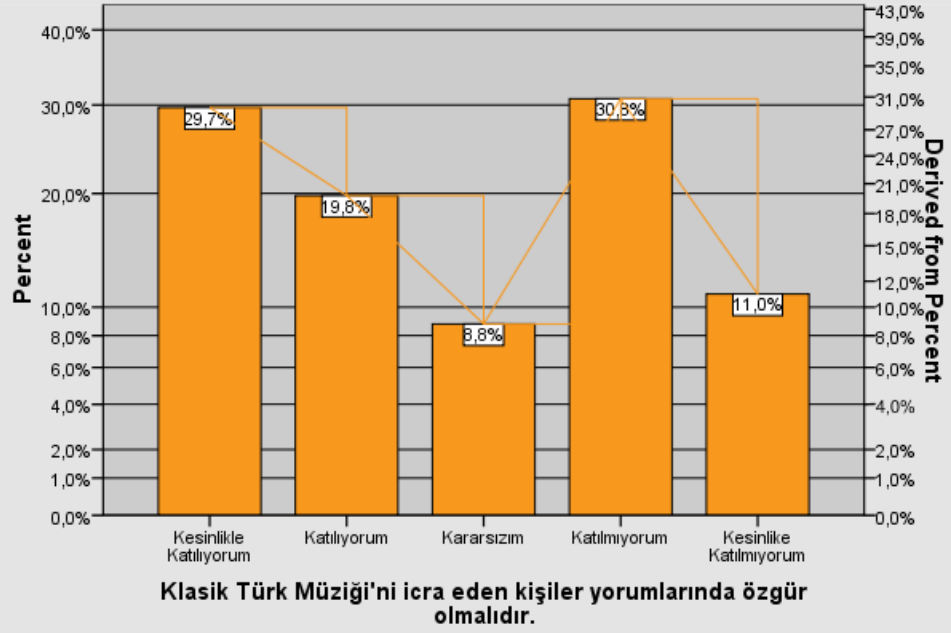


## Soru 06

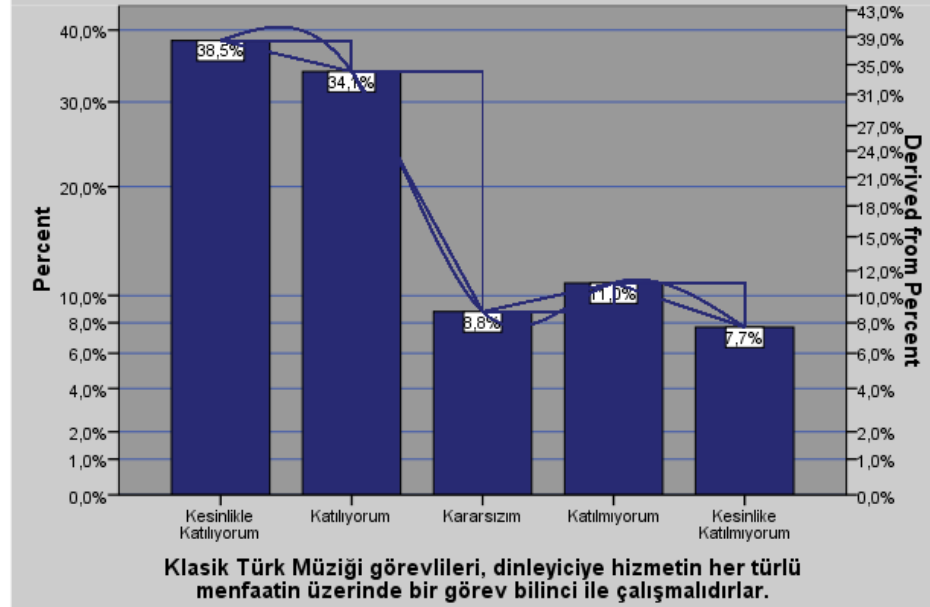




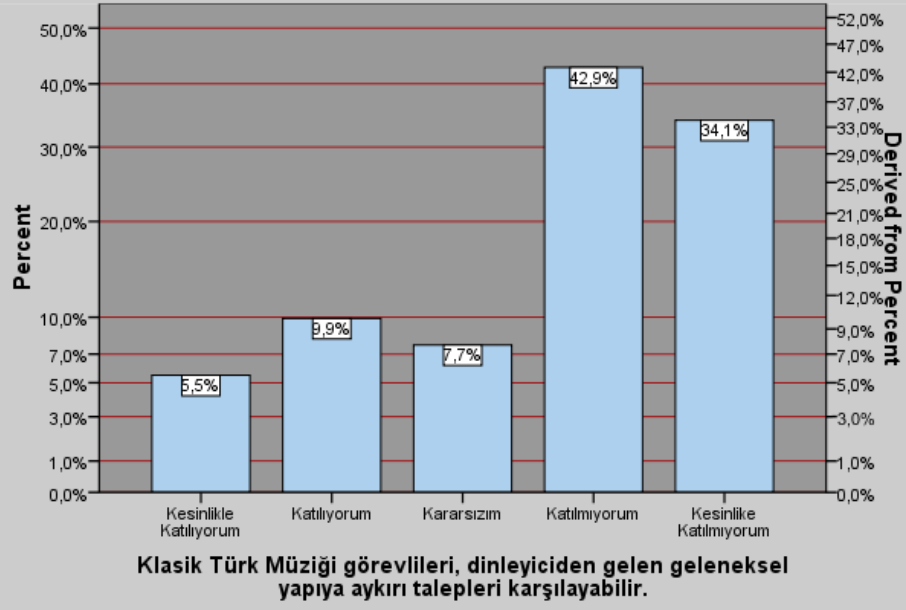
## Soru 09



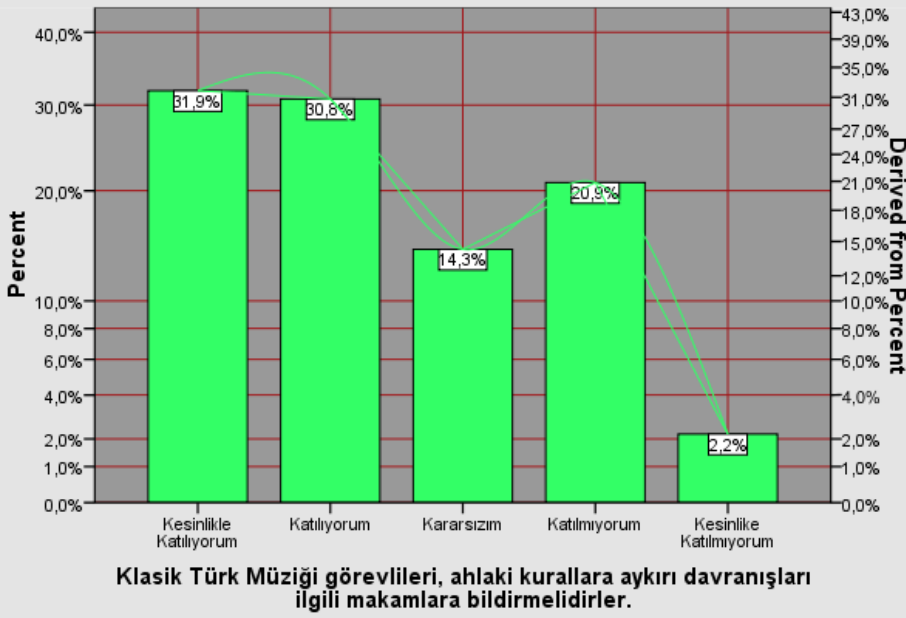
## Soru 10



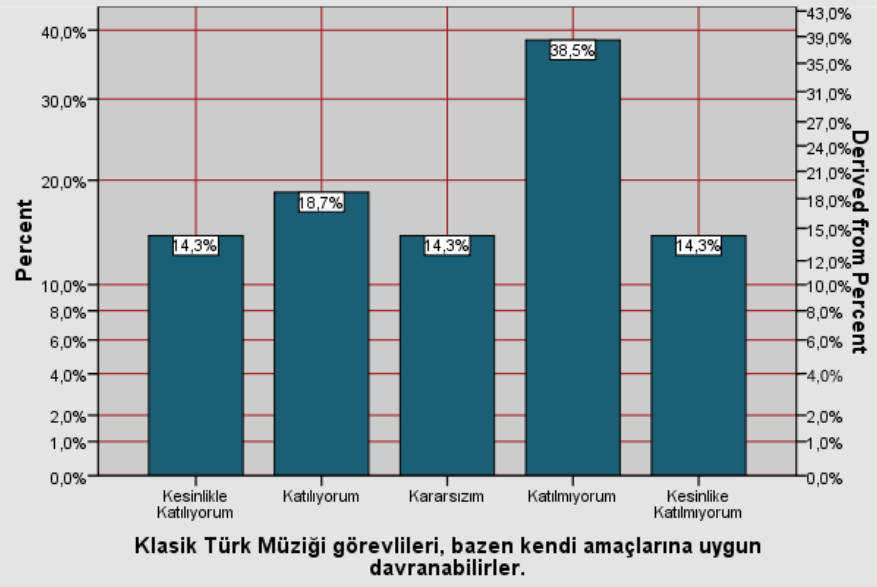
## Soru 11



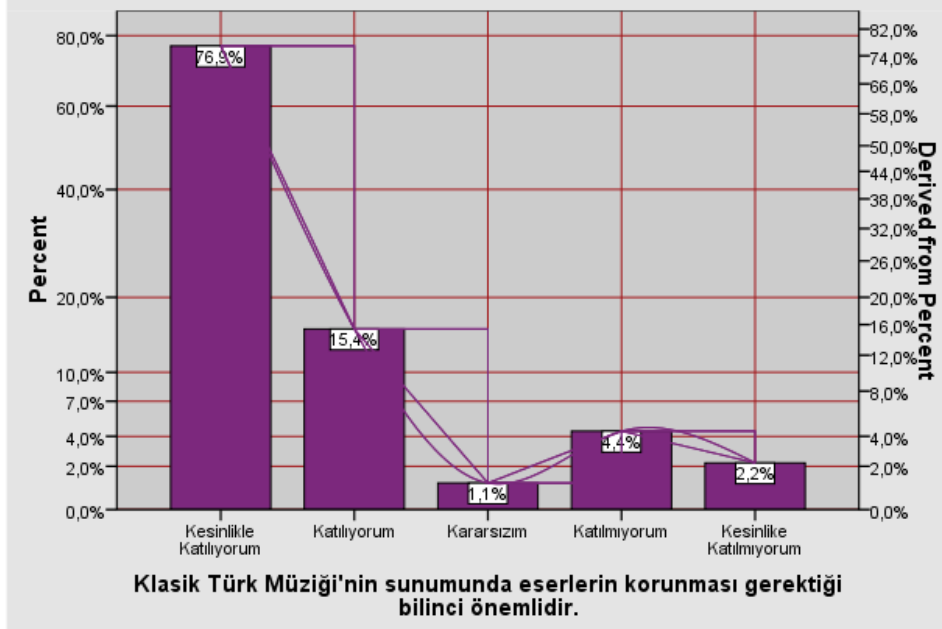
## Soru 12

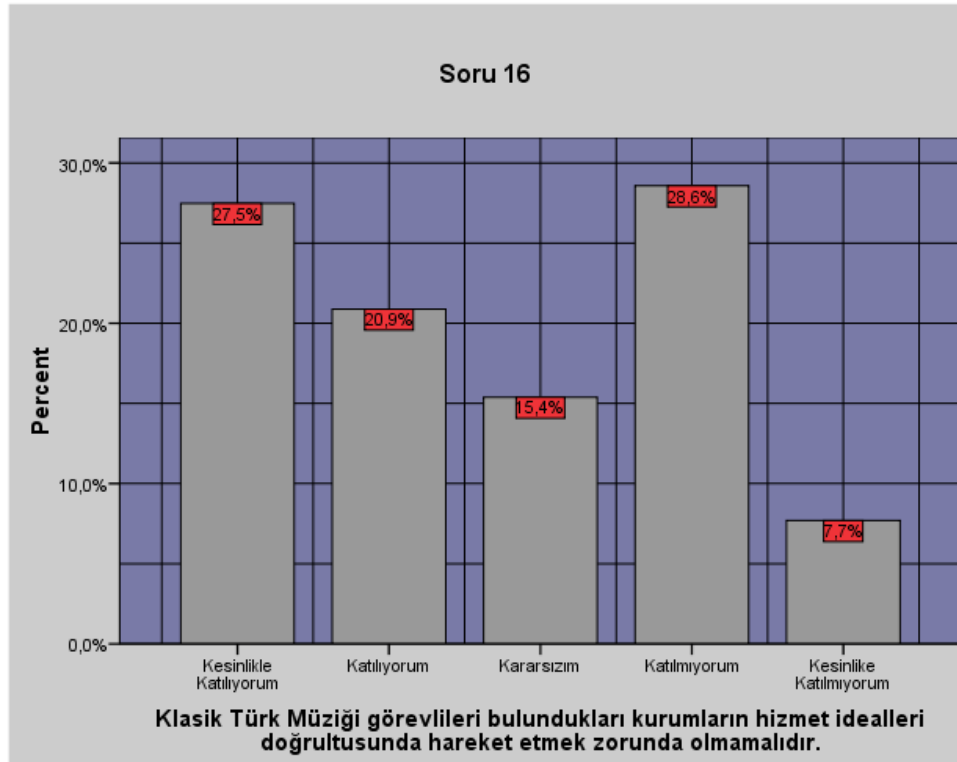
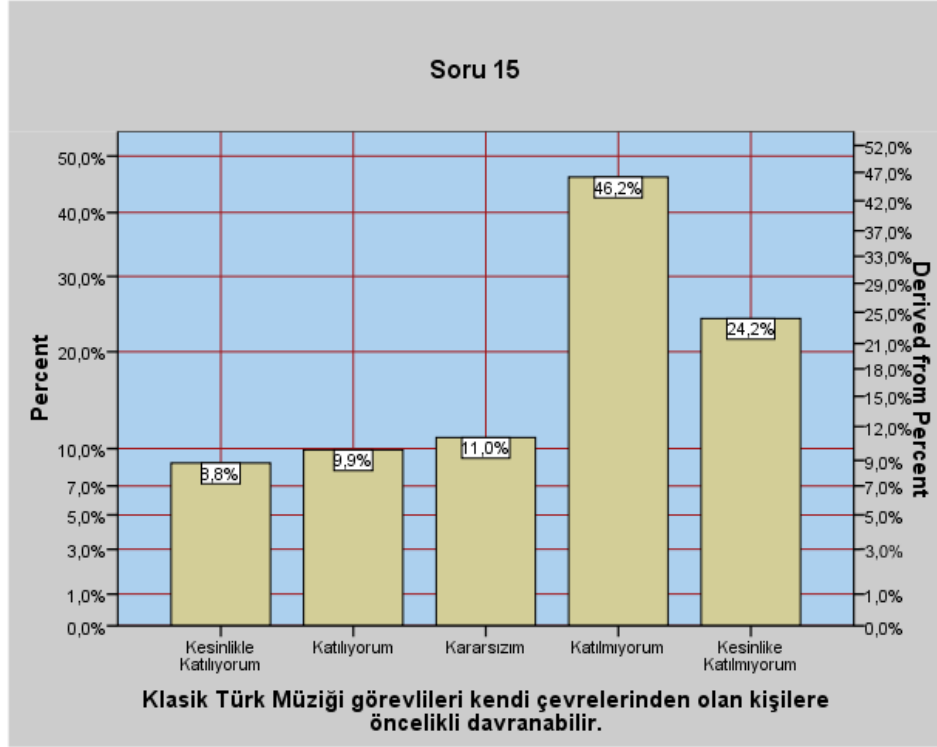


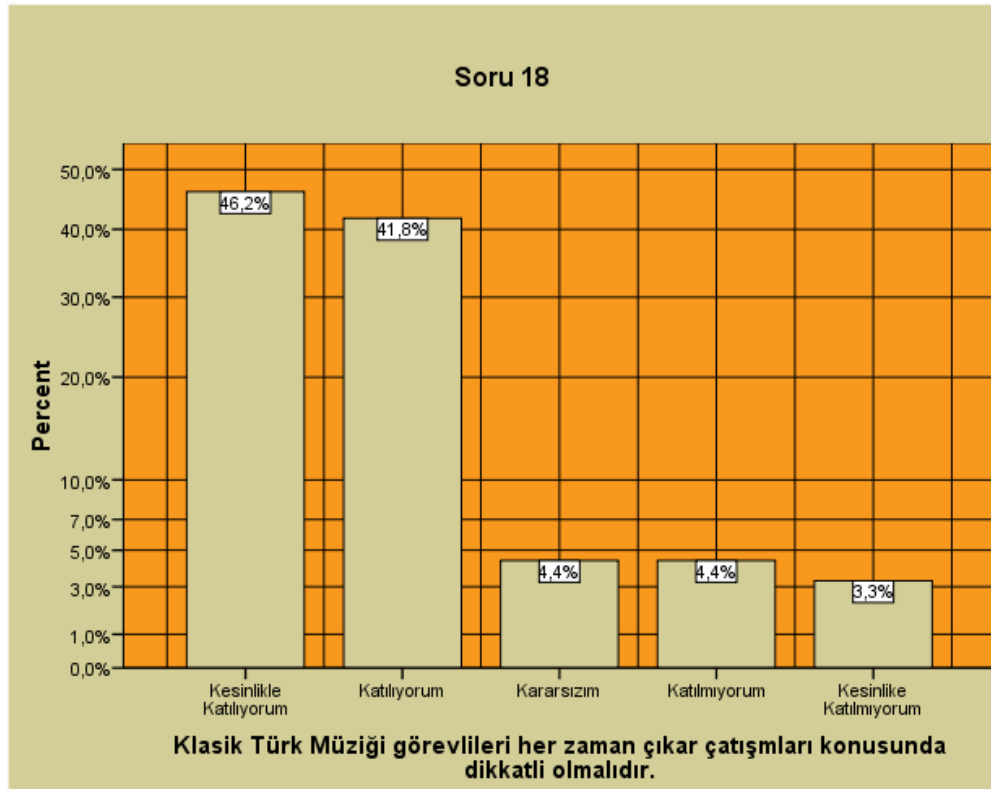
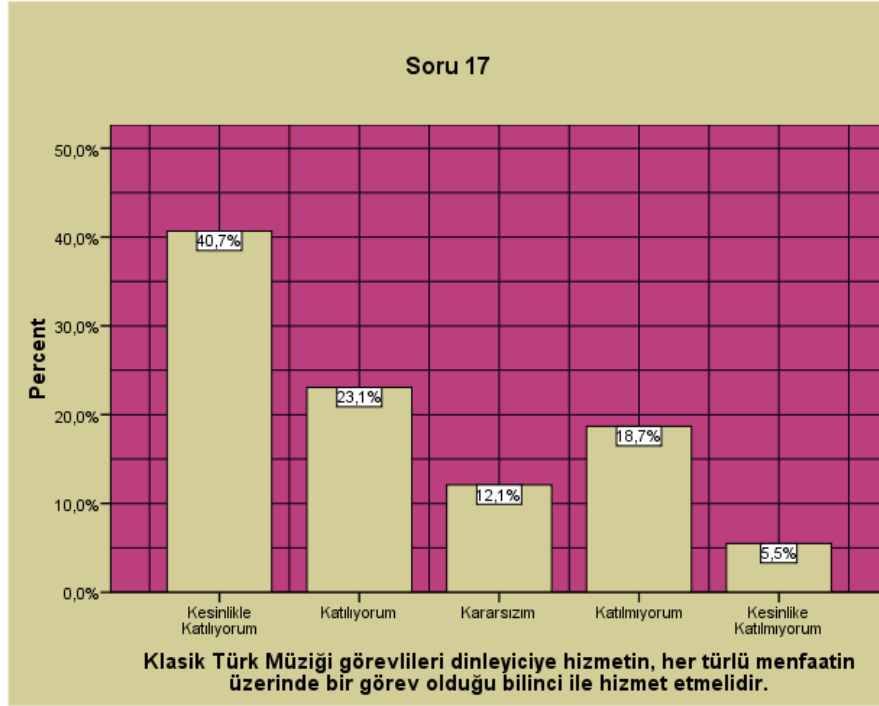
## Soru 13



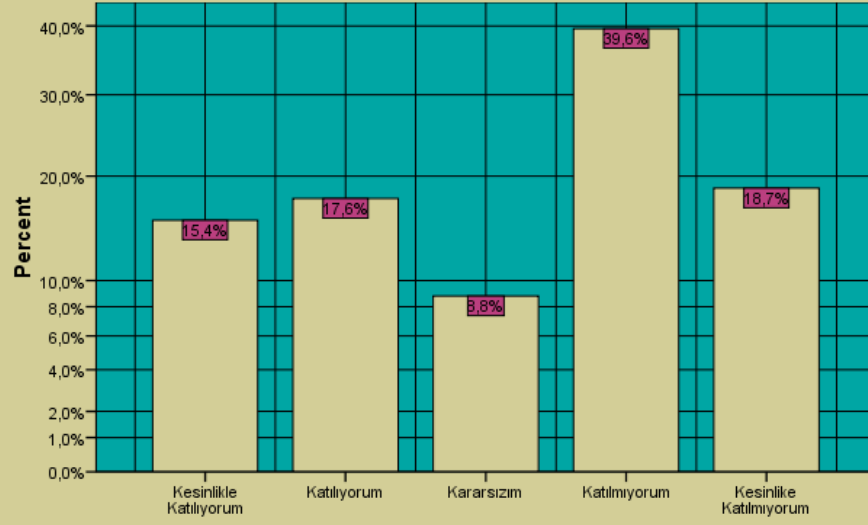
## Soru 14





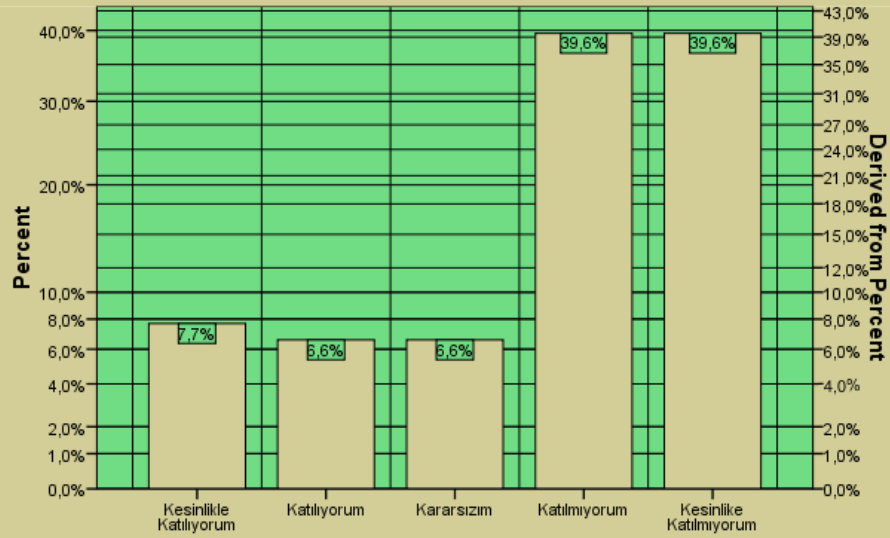


## Soru 19



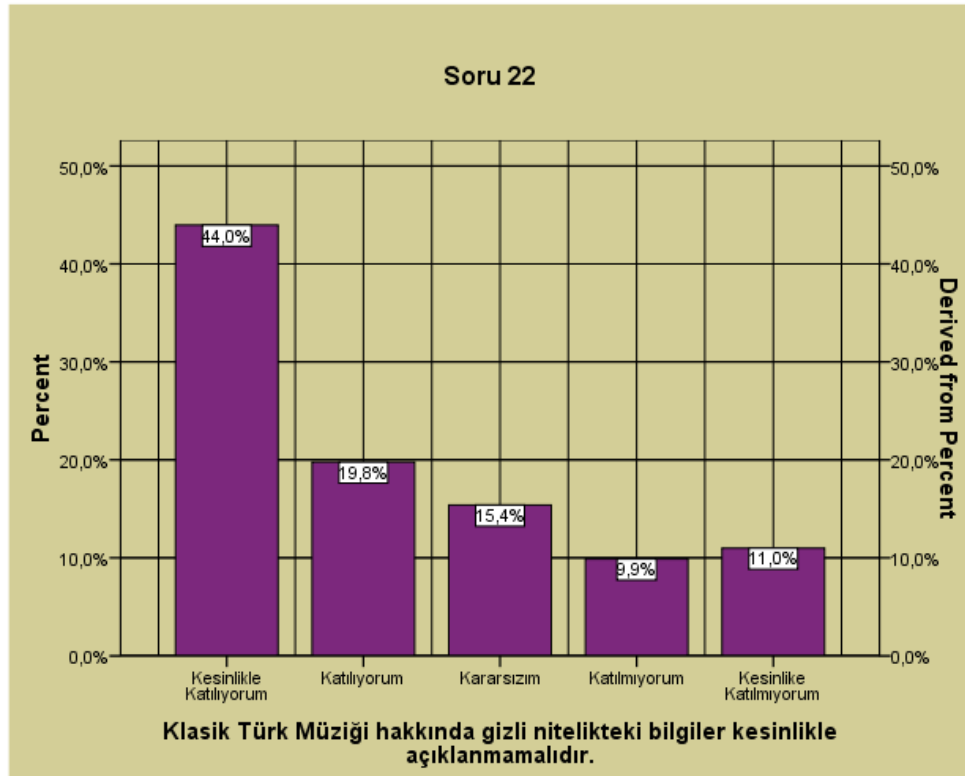
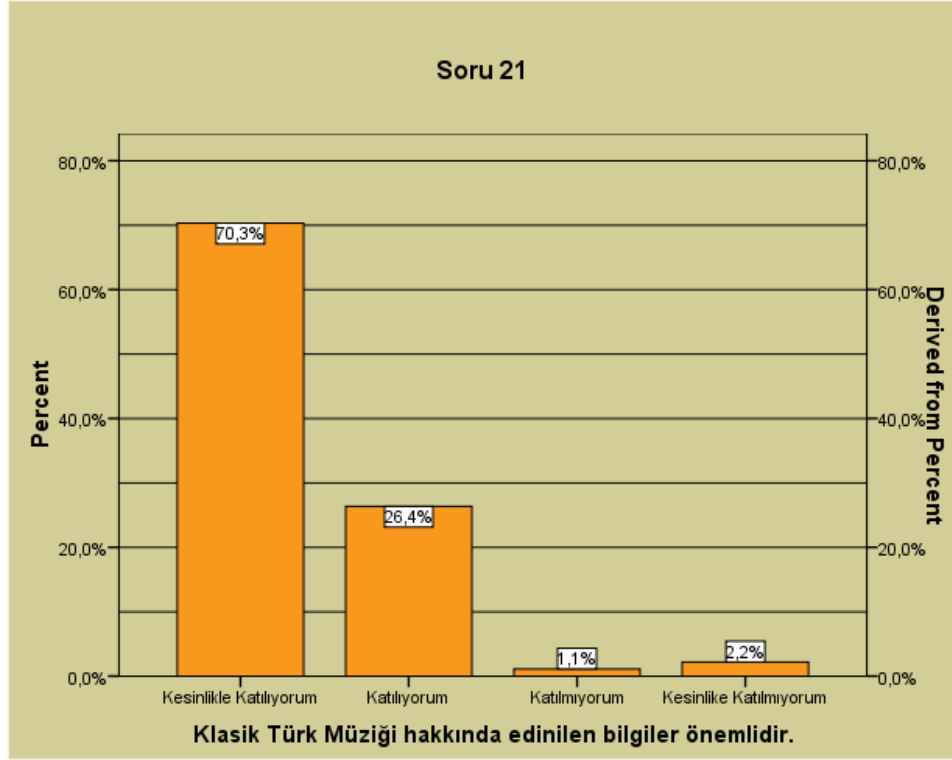
**Klasik Türk Müziği icracıları eser sahiplerinin hak ve özgürlüklerini her zaman gözetmez.**

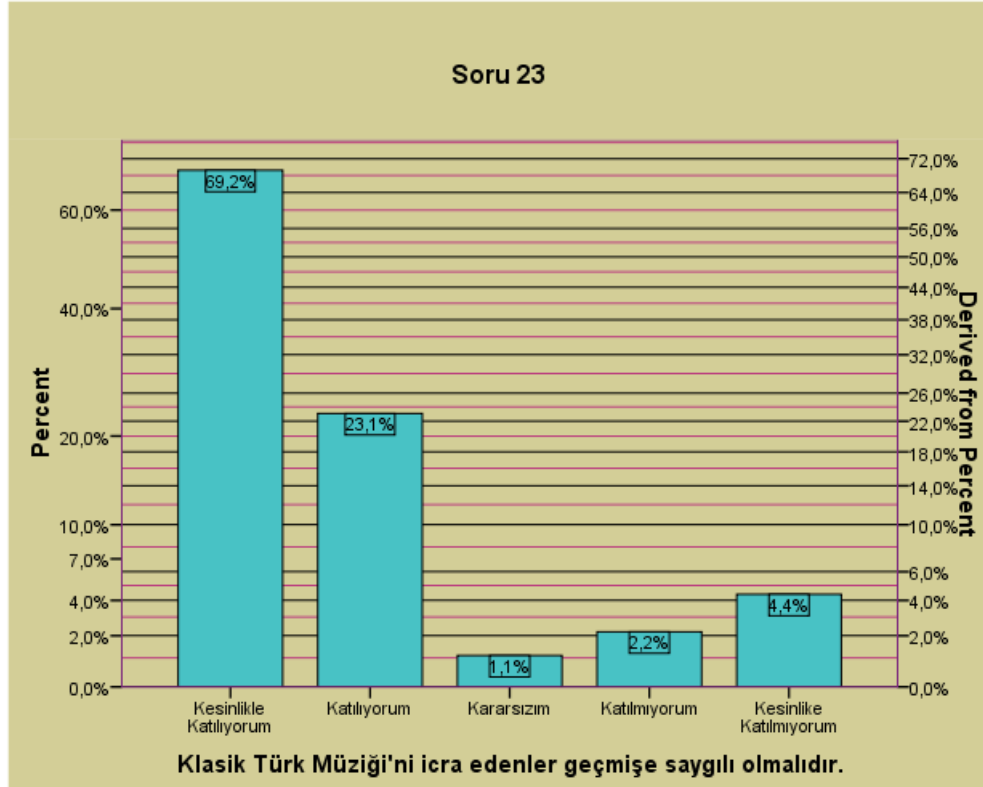
## Soru 20

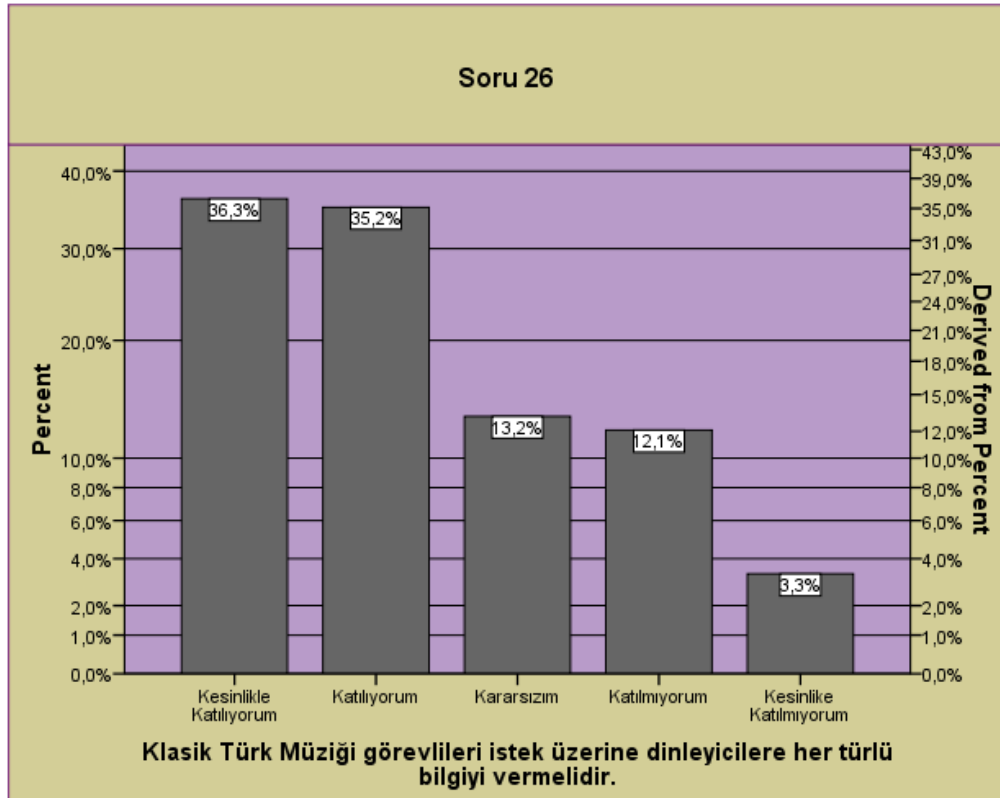
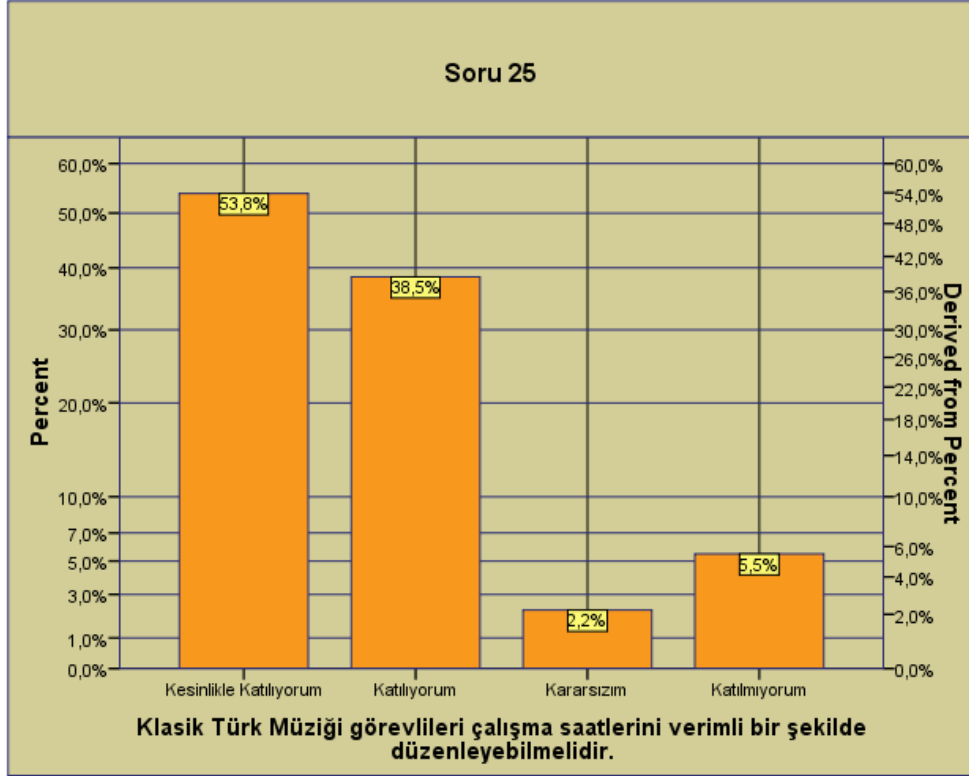


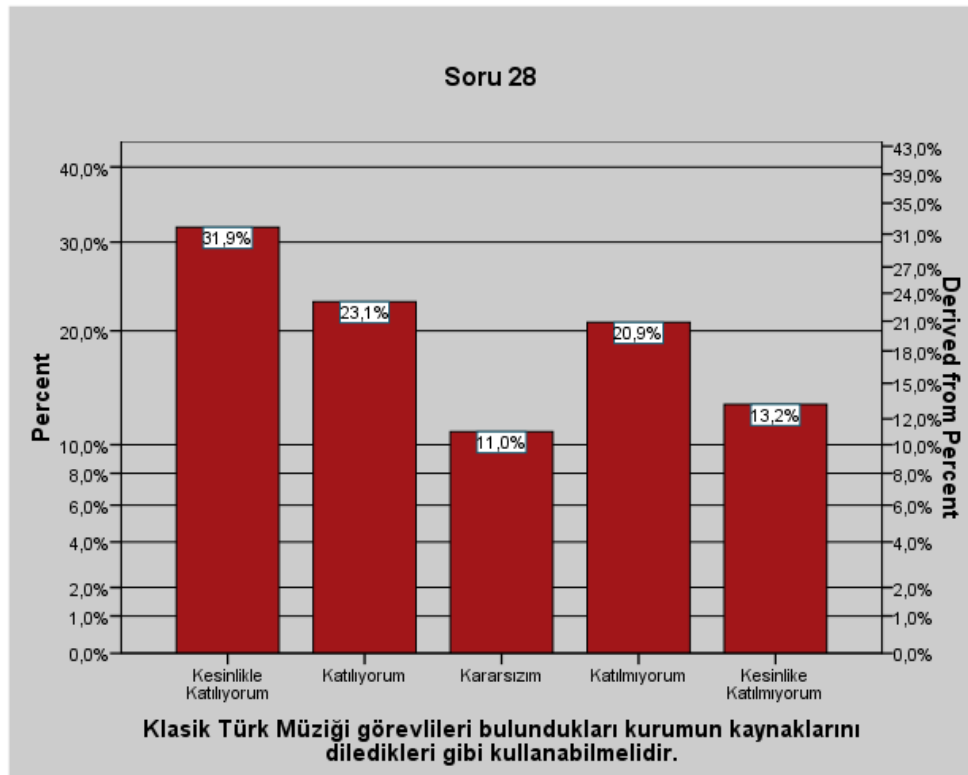
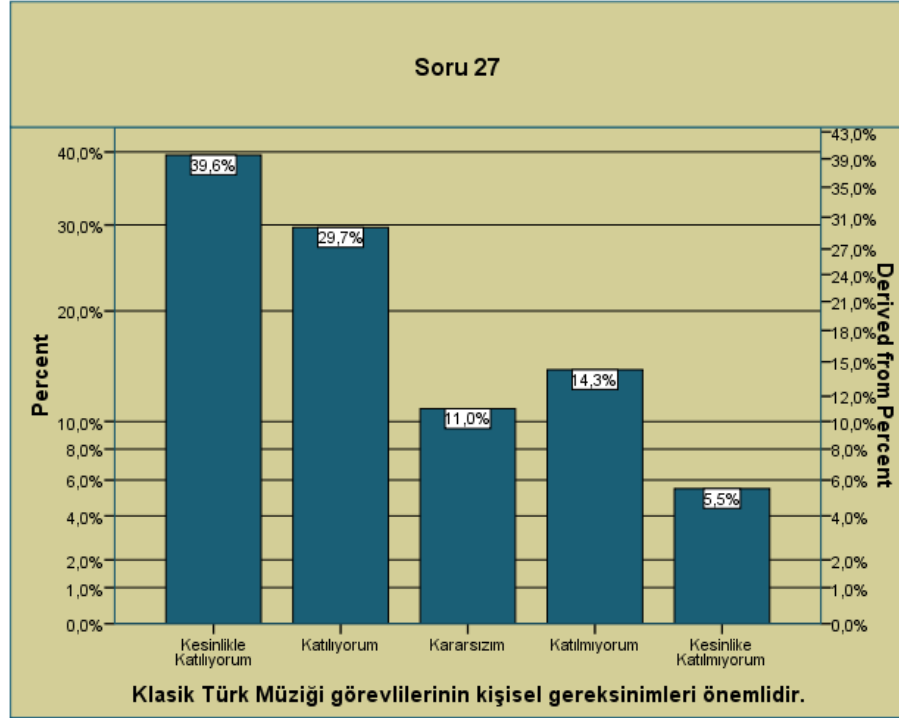
**Klasik Türk Müziği görevlileri herhangi bir parti kişi veya zümre yararına olacak şekilde davranabilirler.**



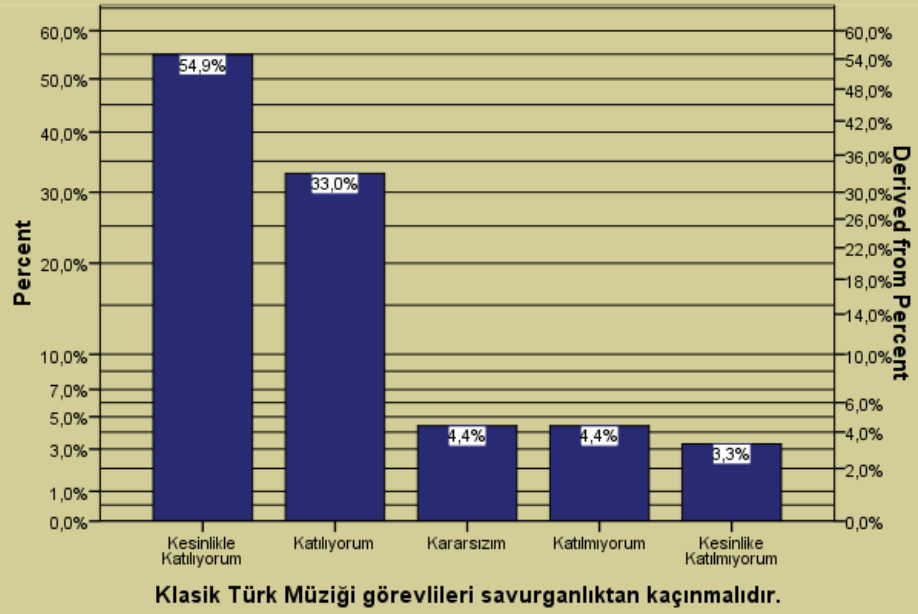




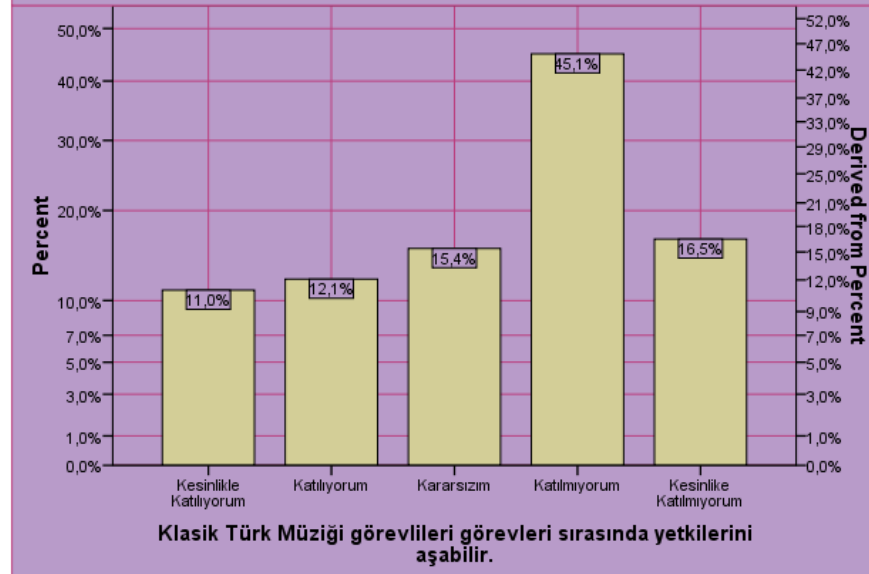


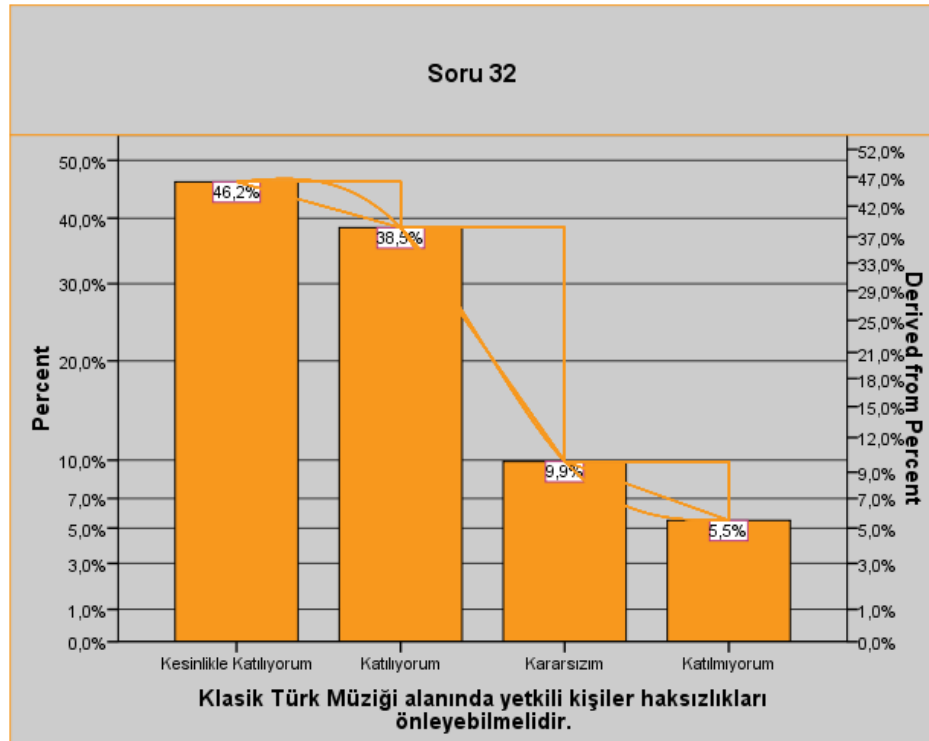
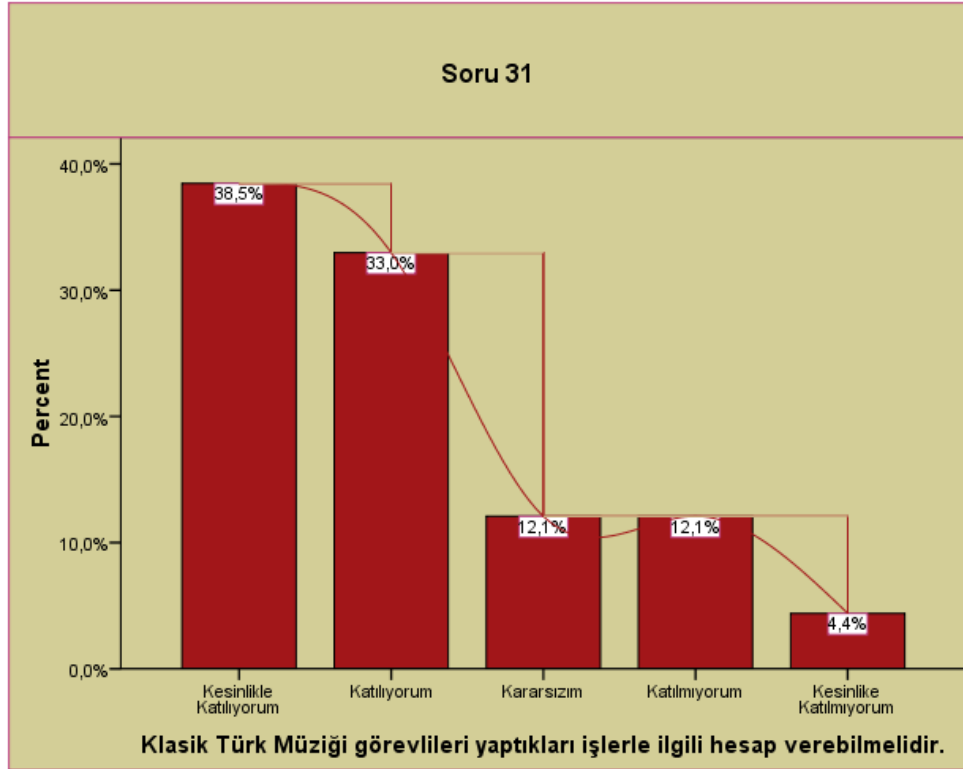


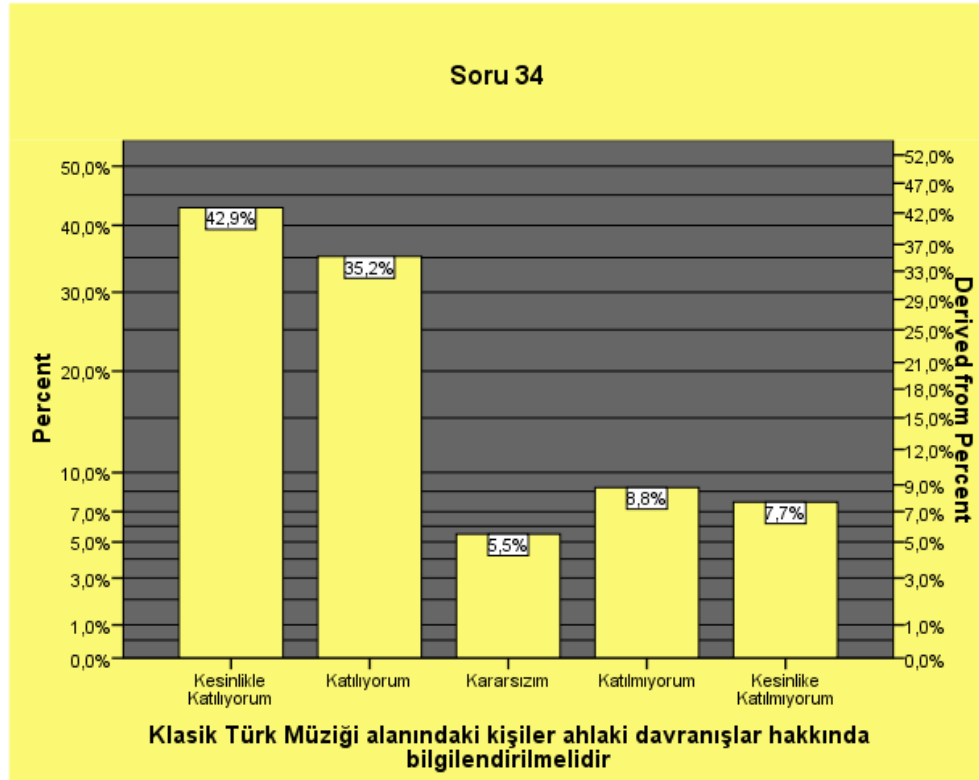
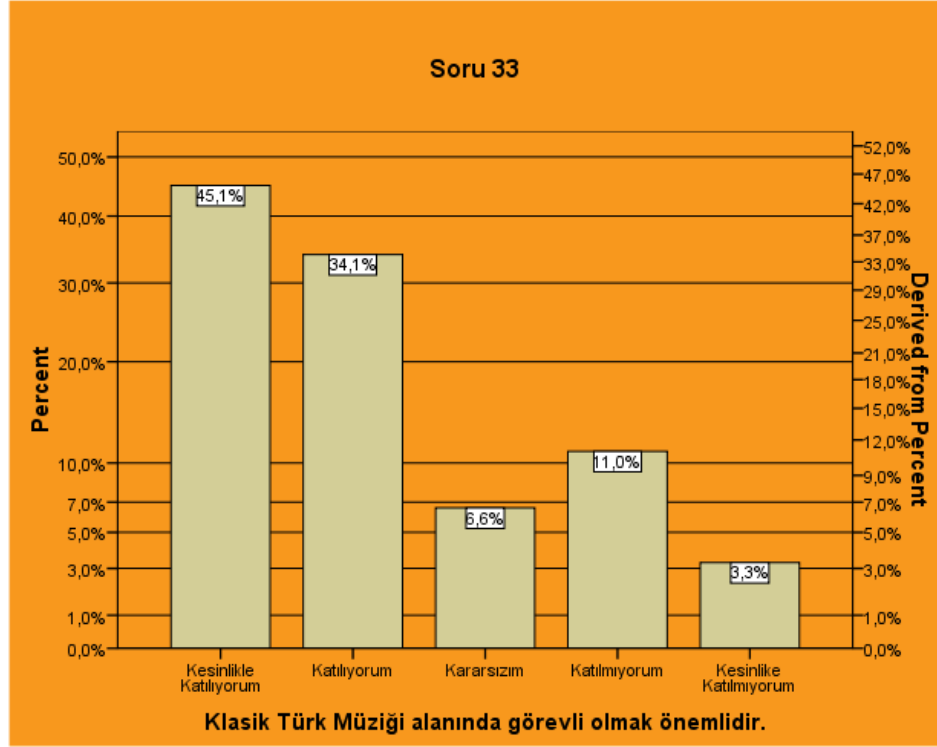
## Soru 29

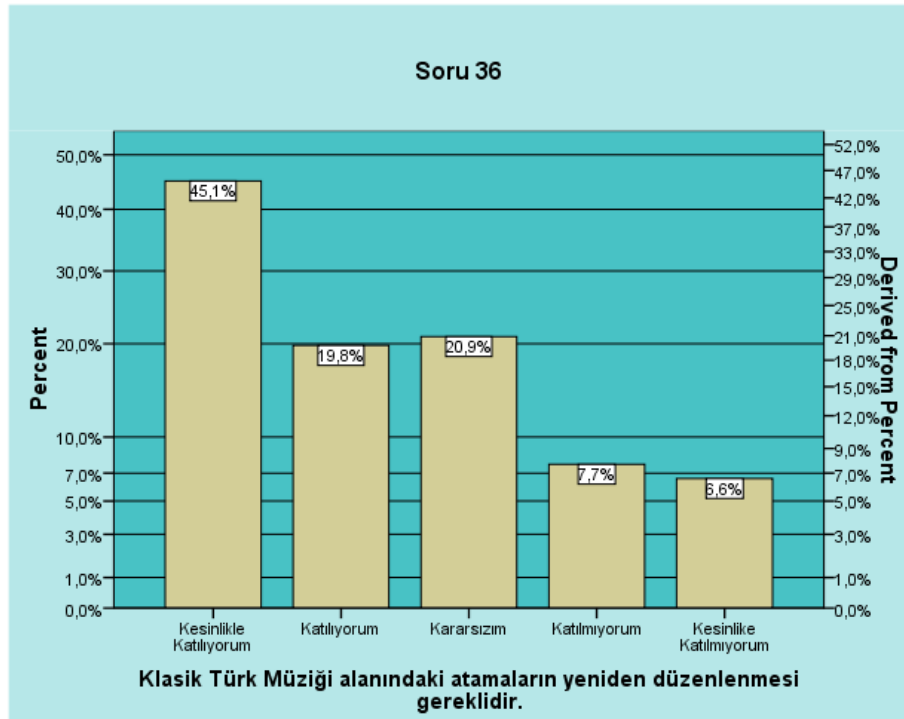
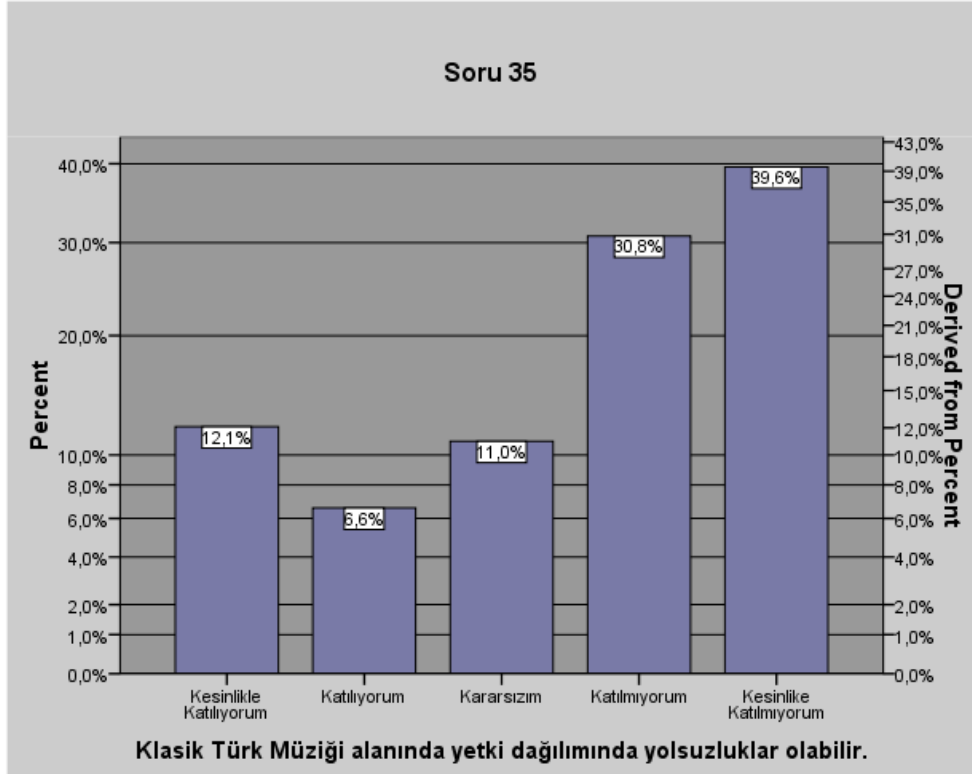


## Soru 30

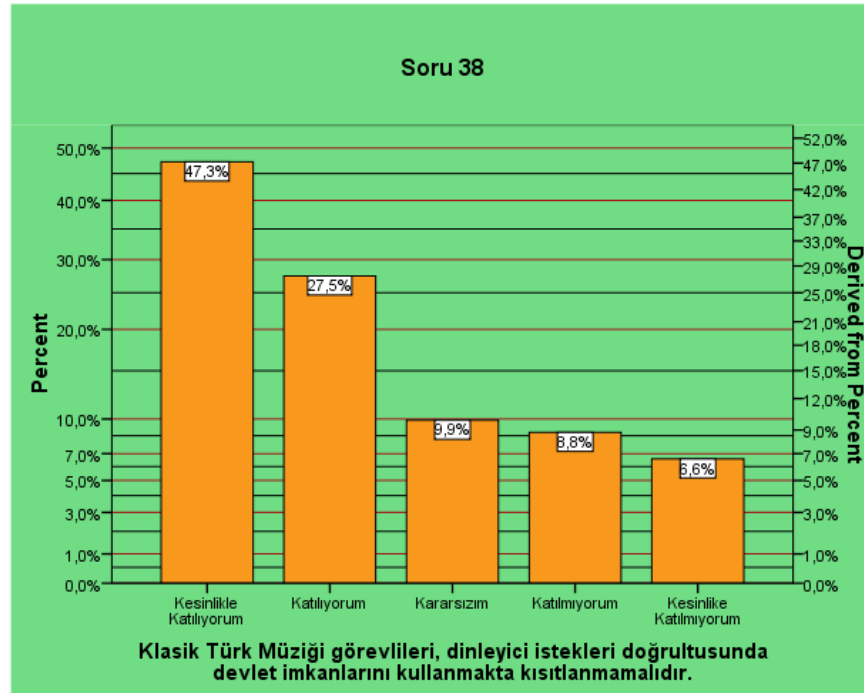
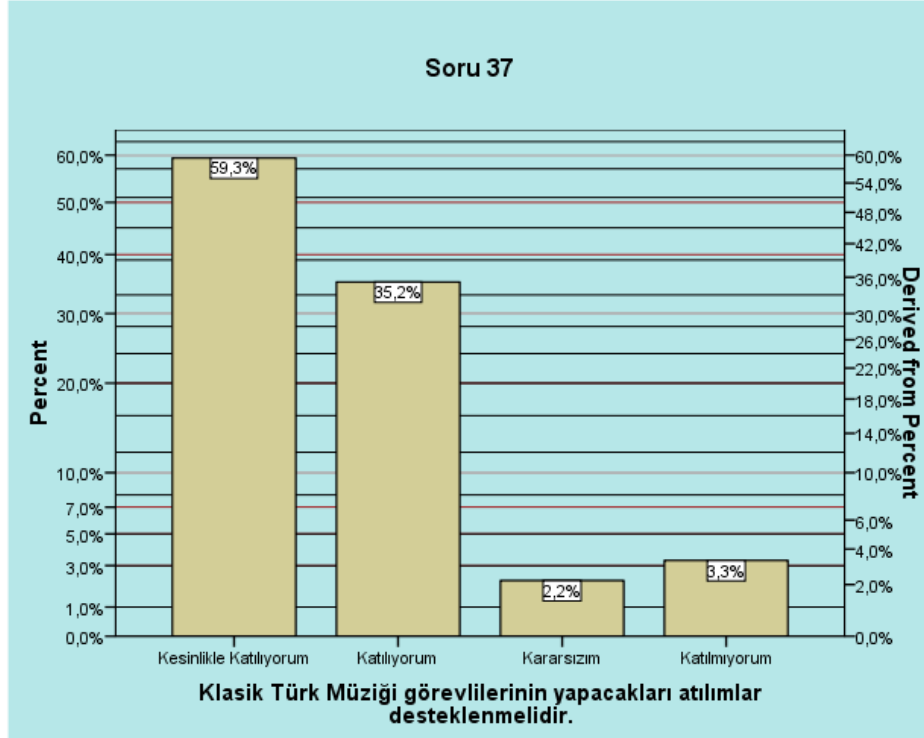


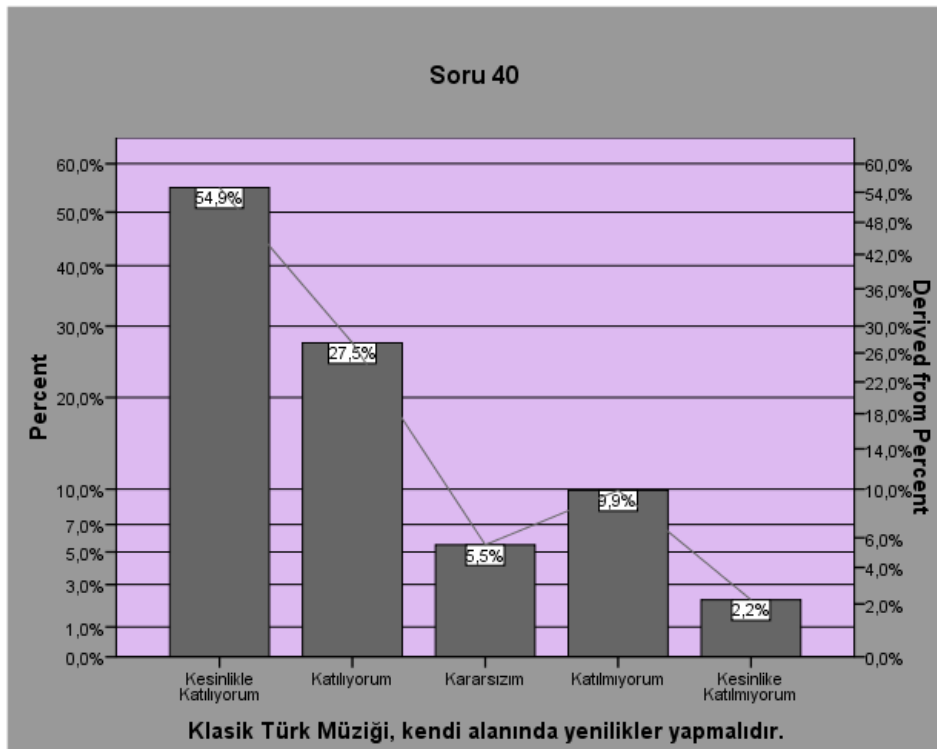
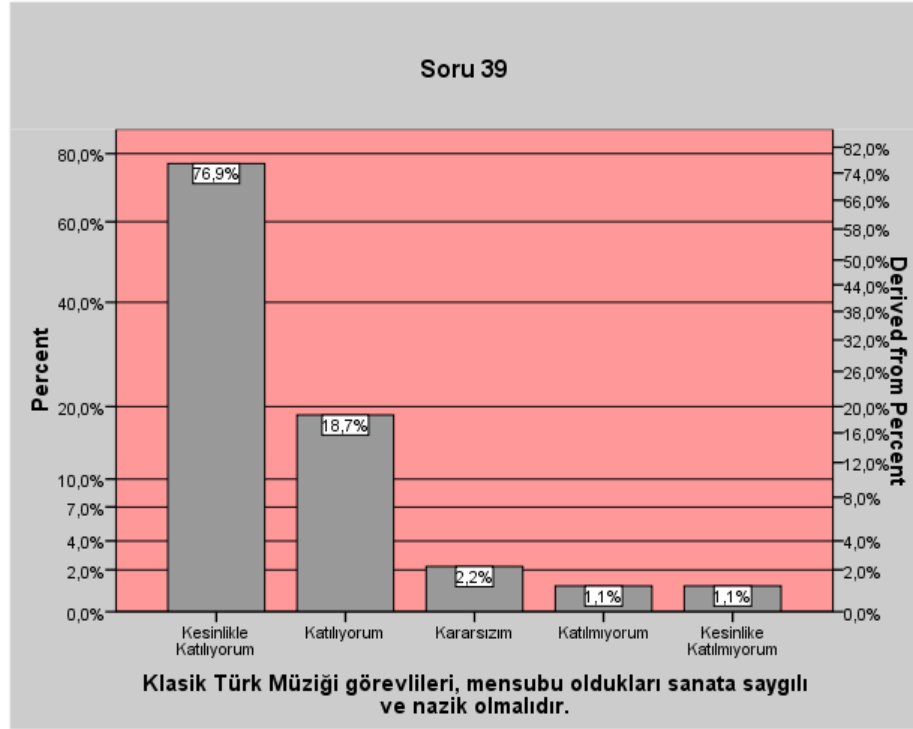


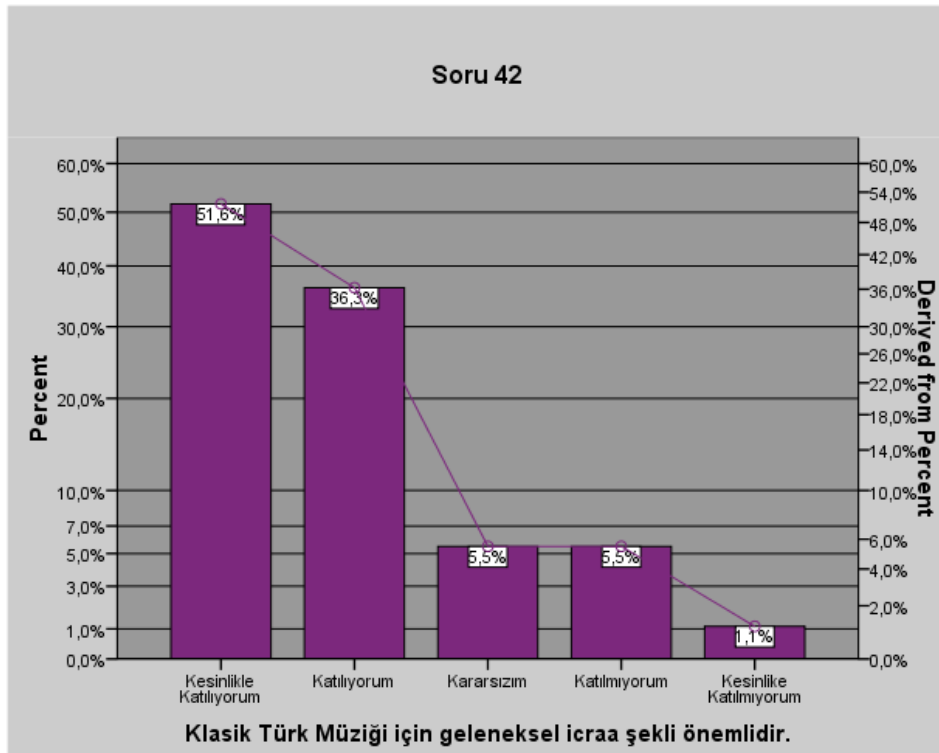
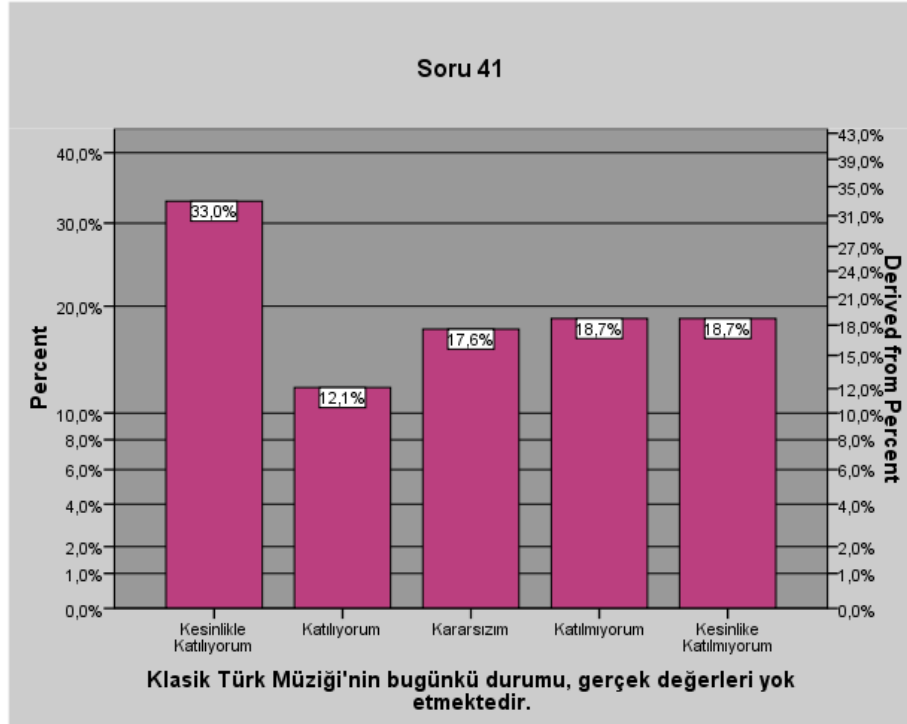




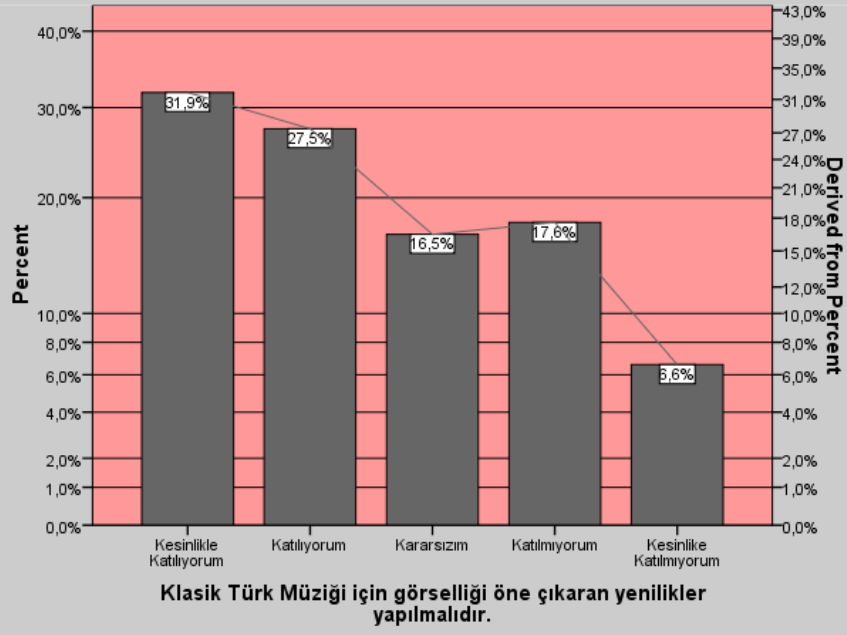




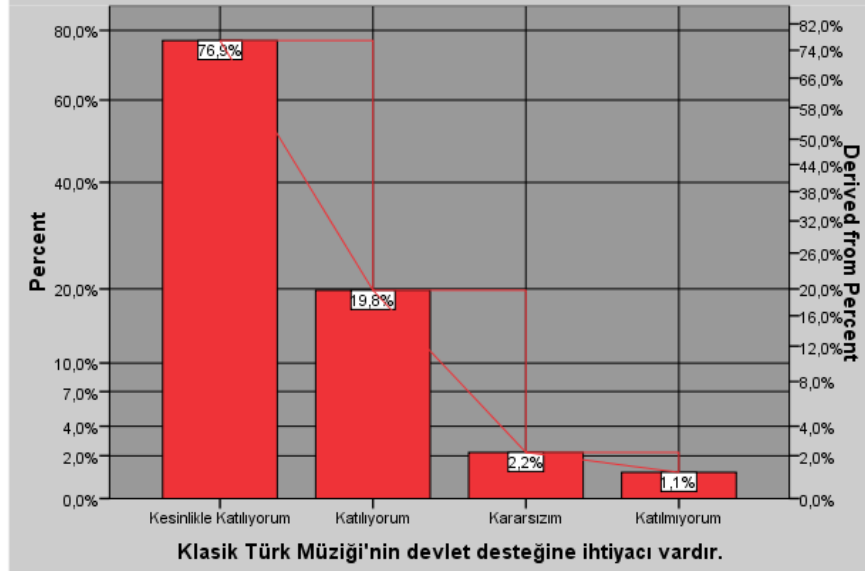




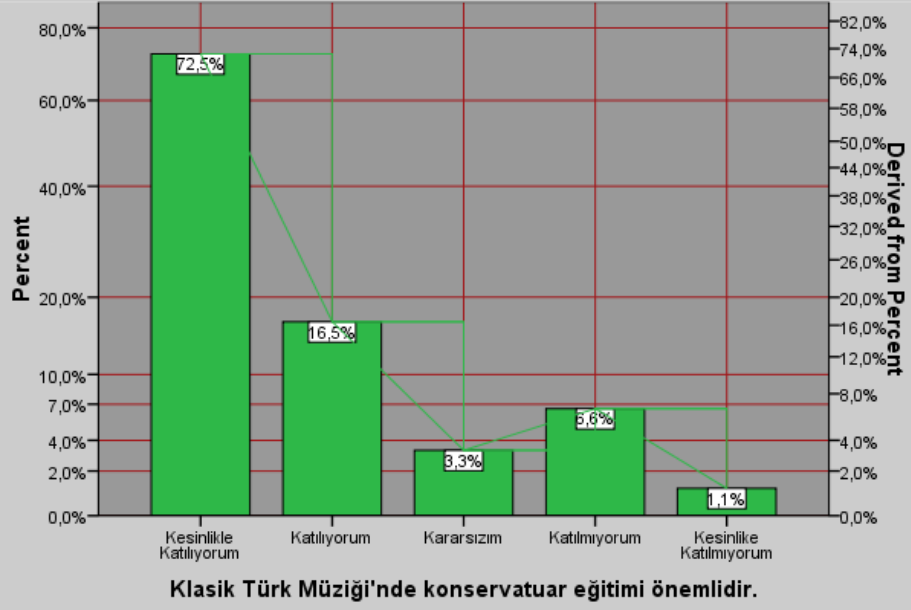
## Soru 43



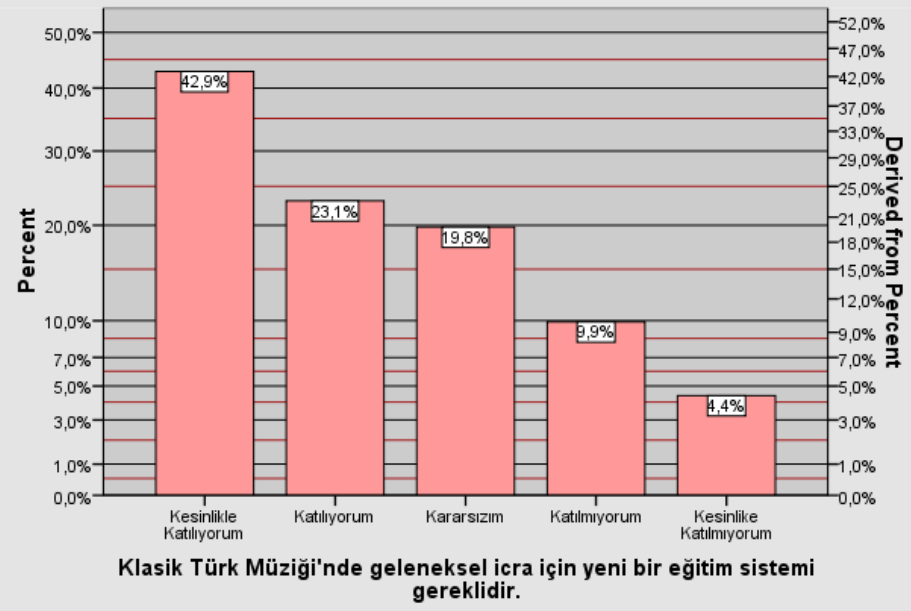
## Soru 44



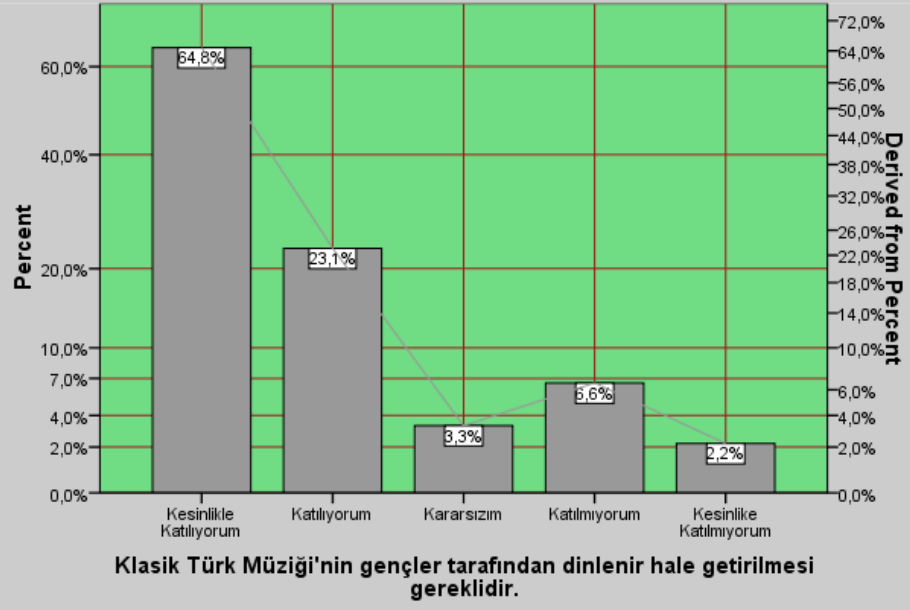
## Soru 45



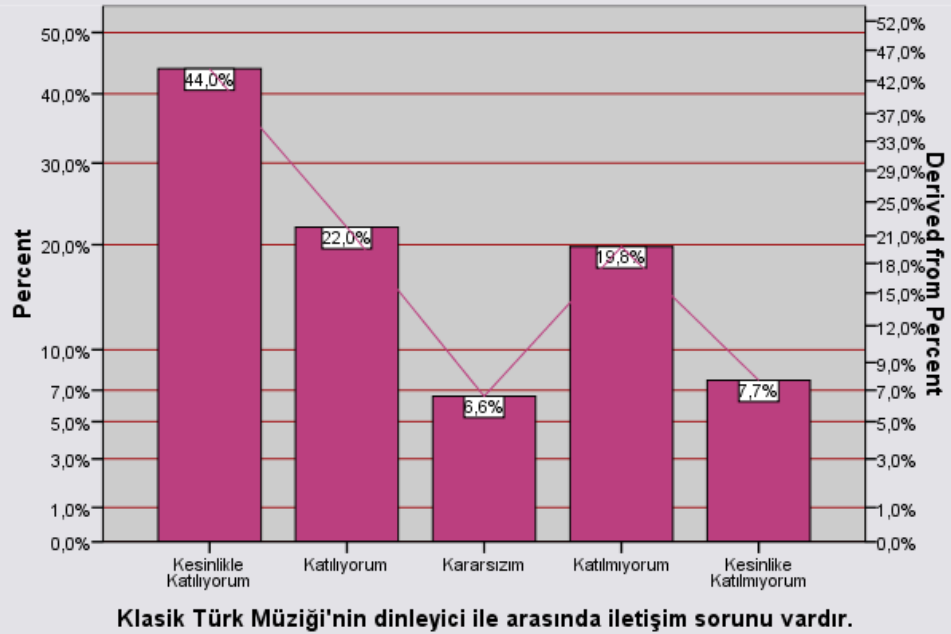
## Soru 46

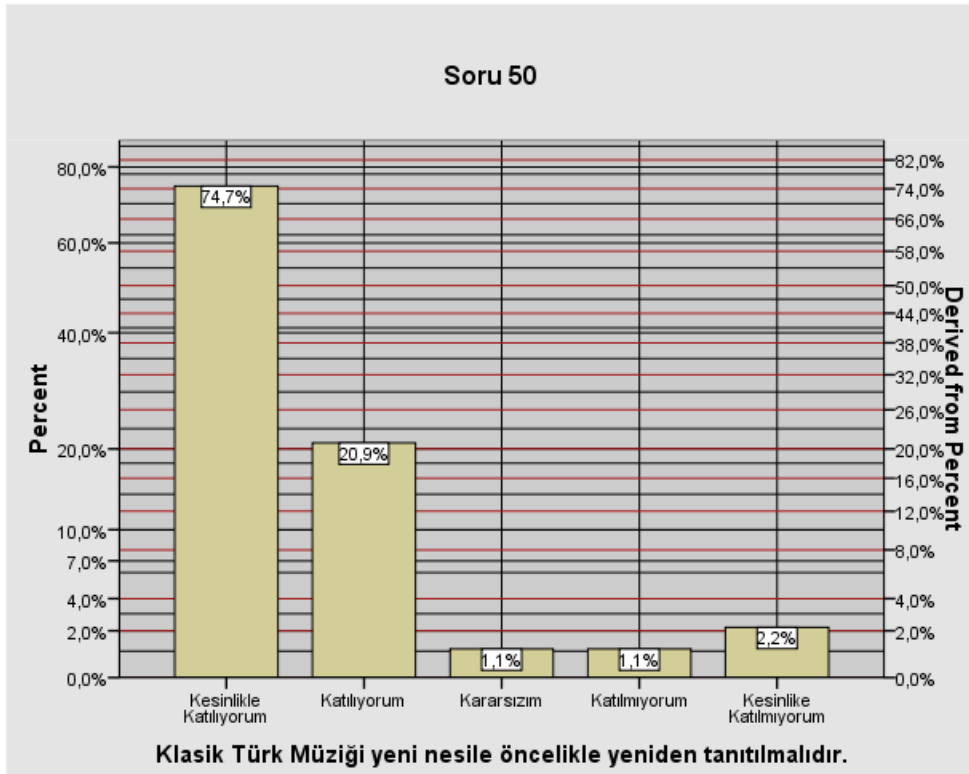
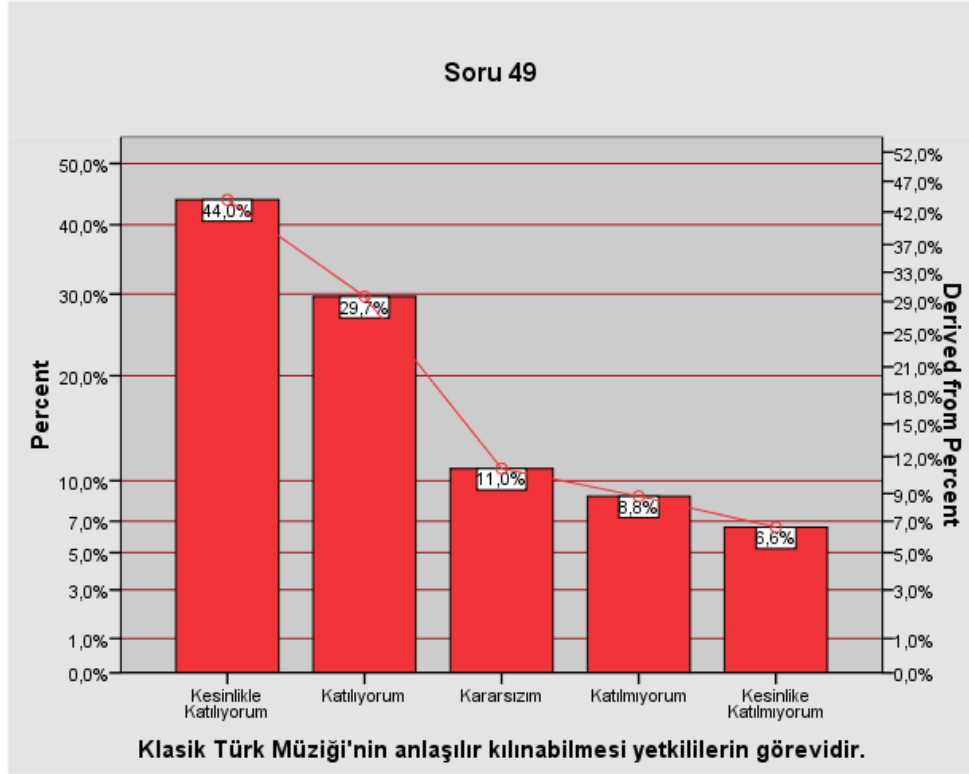


## Soru 47

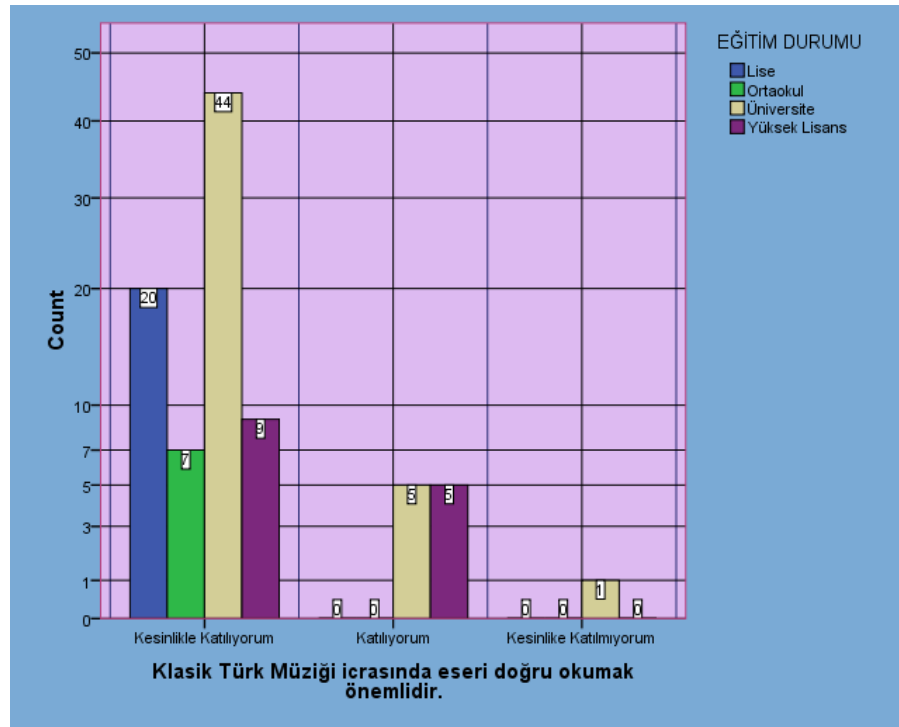
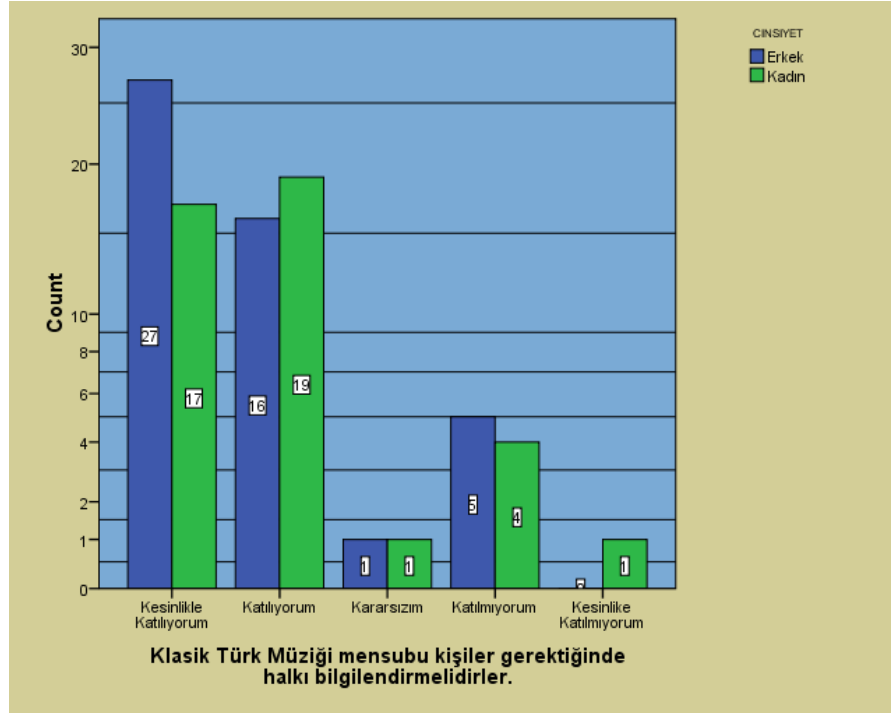


## Soru 48

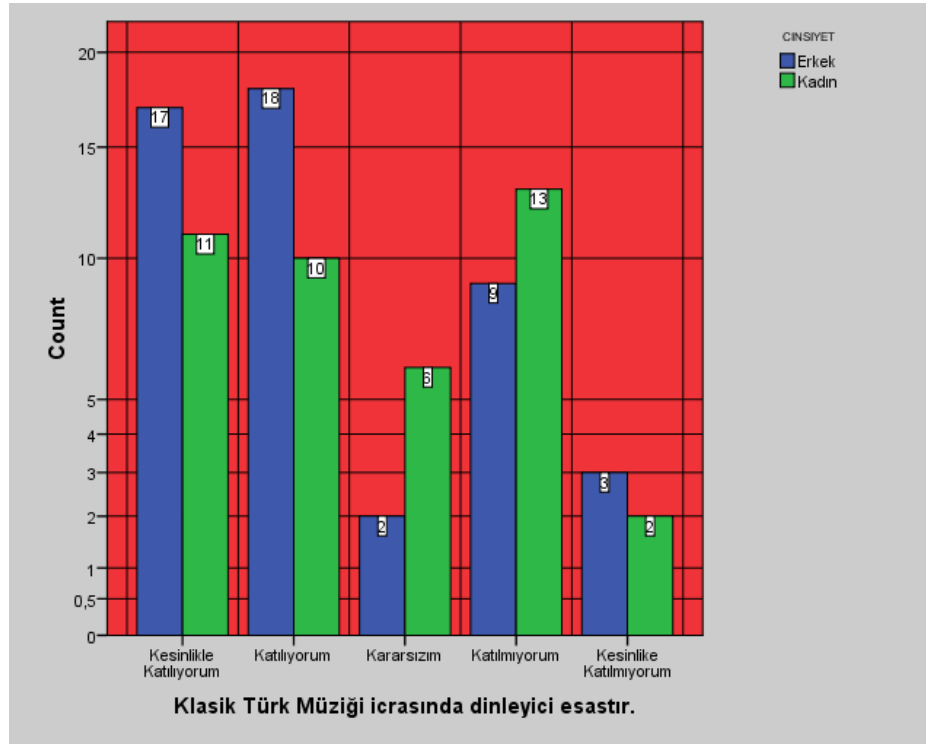
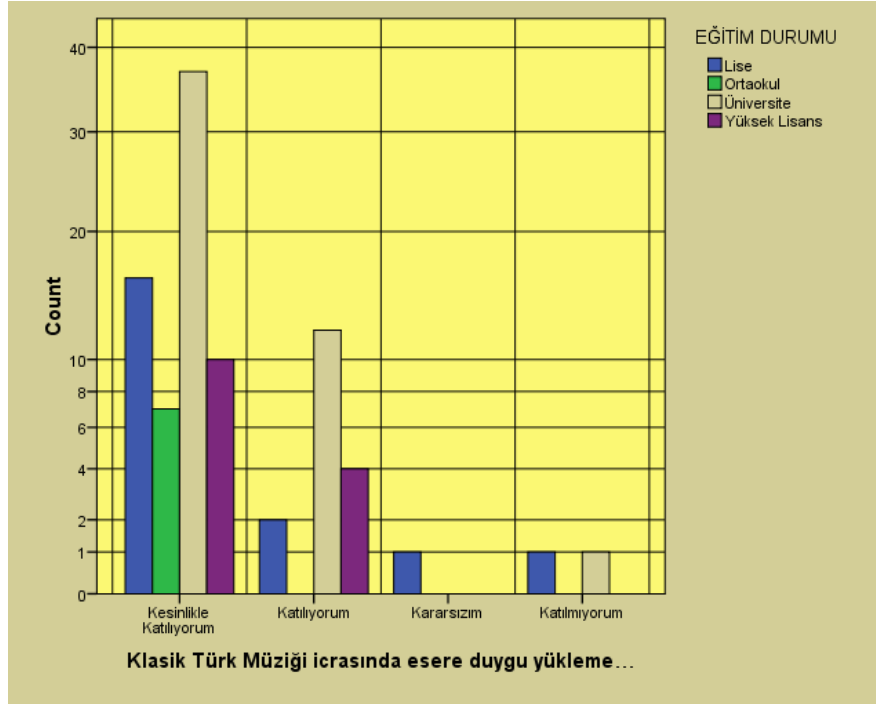


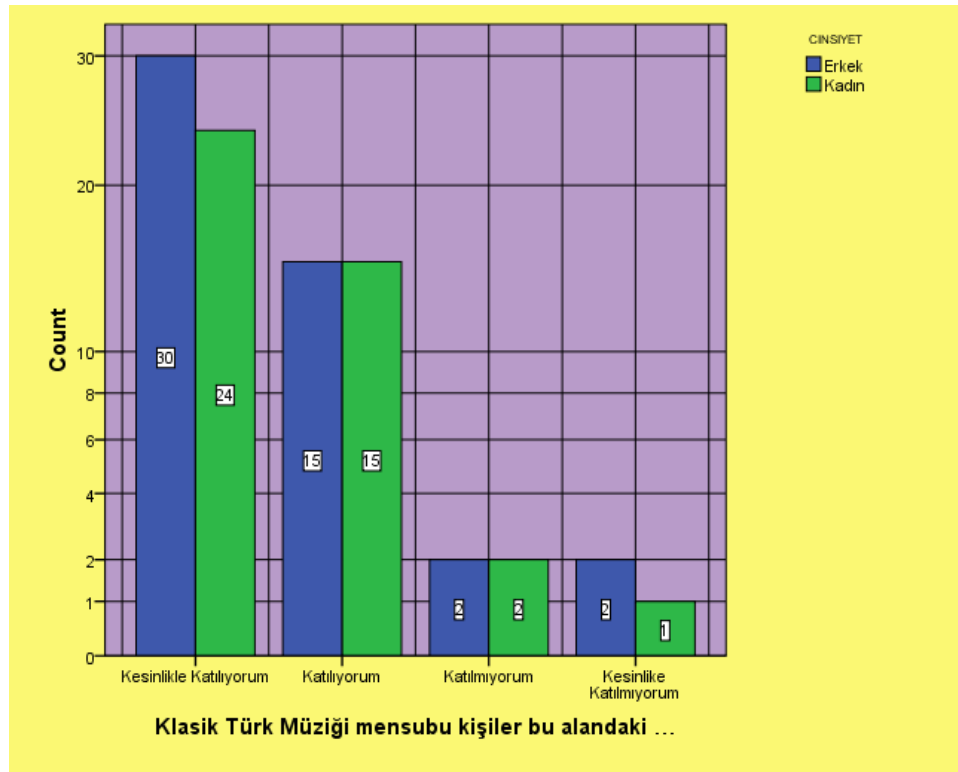
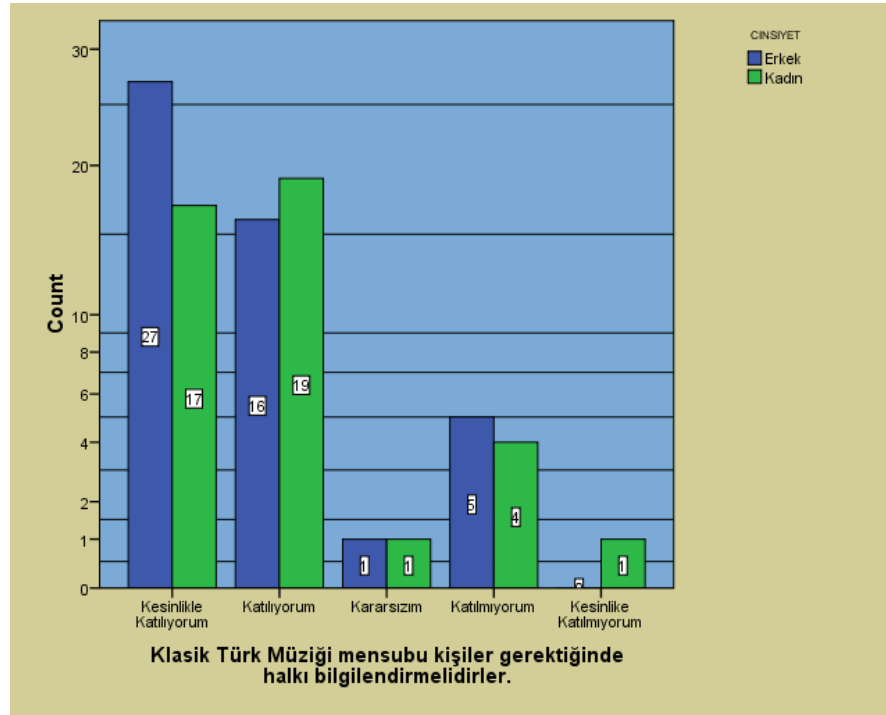


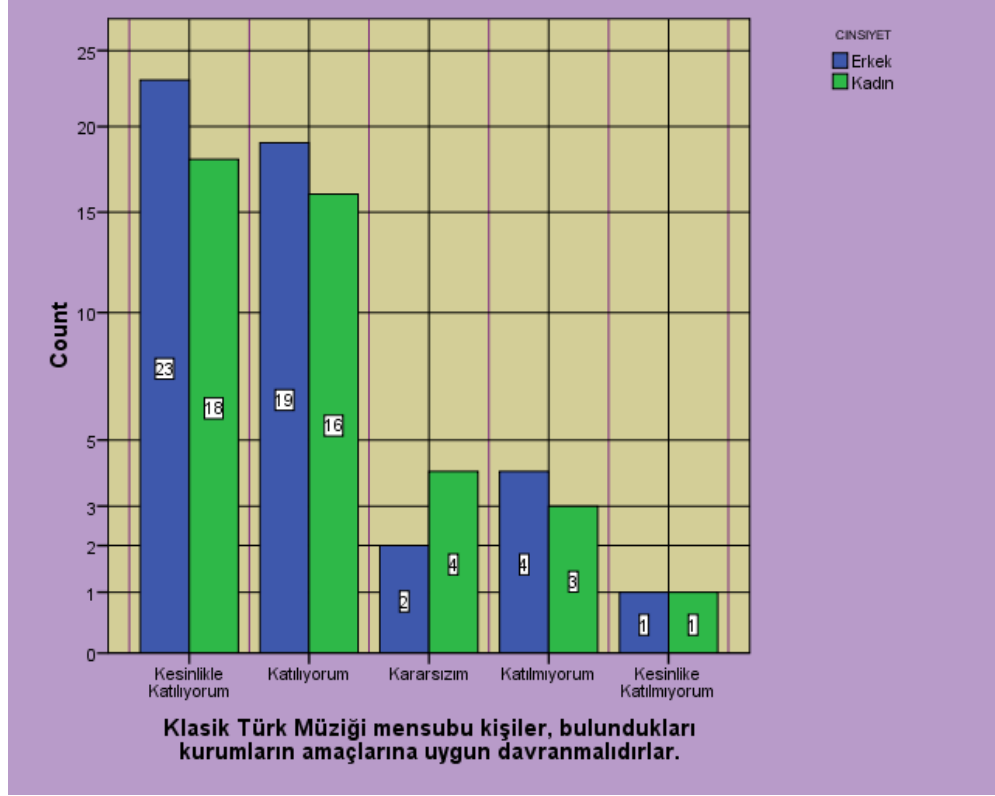
KARŞILAŞTIRMALI GRAFİKLER











## ÖZGEÇMİŞ

Başarıyı kendimce şöyle tanımlamak istiyorum; geçmişe baktığımızda hayatımıza artarak eklenen her yeni etkinlik. Kısa özgeçmişime baktığımda, yapacaklarımın yaptıklarımın daha fazla olduğunu görüyorum. Gerekli olan temel üniversite eğitimi ile başladığım mücadele, hem akademik hem de bireysel yeni eğitimlerle devam etme çabası içindeyim. Zaman zaman müzik de dahil olmak üzere, yaşadığımız hayatla ilgili olarak ne kadar az şey bildiğimi farkederek dehşete düşebiliyorum. Öğrendiğim her yeni şeyin bir mutluluk verdiğini hissederek, boşa geçecek zamanımın olmadığı ile de yüz yüze geldim. ‘Araştırmak’ kavramının temel bir yapı oluşturduğu üniversite ile yeniden buluşabilmemi sağlayan ve ‘Türk Müziği’ni anlamamda yardımcı olan herkese derin saygı ve sevgilerimi sunarım.

Adı: Sevgi Canan Aşıroğlu (Yıldırım)  
 Adres: Vişne 1 Mah. 6. Cad. No:6 Zekeriyaköy- İSTANBUL  
 Telefon: 0212/202 64 65  
 0532/611 77 28  
 Faks: 0212/202 64 47  
 E-Mail: [asiroglu@ttnet.net.tr](mailto:asiroglu@ttnet.net.tr)  
 Doğum Tarihi: 06/07/1966  
 Doğum Yeri: İstanbul, Üsküdar  
 Medeni Hali: Evli ve 1 çocuklu  
 Eğitim Seviyesi: Anadolu Üniversitesi – İşletme (ESKİŞEHİR) ,1983  
 LCC-Grafik eğitimi (İSTANBUL), 1991  
 Bilgi Üniversitesi&University of Portsmouth -  
 Business (İSTANBUL), 1995  
 Haliç Üniversitesi-Türk Müziği, Yüksek Lisans  
 (İSTANBUL), 2008

Bildiği Diller: İngilizce (İyi)  
 Deneyim: Ertunga Mimarlık, Muhasebe (1984-1988)  
 UTTO- Uluslararası Turizm Ticaret ve Organizasyon  
 AŞ.,Muhasebe (1988-1989)  
 Pars/McCANN-ERICSON, Copy Writer (1989-1990)  
 Lapis Hediyelik Eşya Ticaret AŞ., Finans-Bütçe  
 Departmanı (1990-1992)  
 Bakırköyspor Vakfı Sosyal Tesisleri Gazetesi- Editör  
 (1991-1992)  
 Birleşik Uzmanlar YMM, Denetçi (1993-2007)  
 OBİV-Ortadoğu Balkan İncelemeri Vakfı-Raportör  
 (2001-2005)  
 Marmara Üniversitesi, Türk Dış Politikası Öğretmenliği  
 (2002-2003)  
 Zekeriyaköy İlköğretim Okulu, Türkçe Öğretmenliği  
 (2004-2005)

Hobiler: Sinema, Roman-Öykü Yazmak, Seyahat, Müzik, Resim, Tenis ve Binicilik.

Üye Olduğu Klüpler: Zekeriyaköy Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği, TED Projeler:

- The Scala-Nova Golf & Country Club-Söke,Tanıtım broşürü, 1990
- Kampana Deri-El broşürü, 1990
- Restoration, 1995
- Advertising, 1995
- The meaning of the budget, Budget classification, Social security and the budget, What makes for large deficit?, The mechanic of deficit financing- UP, 1996
- Re-engineering- UP, 1997
- Case analyze – What do they want?- UP, 1997
- Sarkuysan Budget Analize- UP, 1998
- Competition of soft drinks- UP, 1998
- Economies of scale and market structure, manufacturing industry, Tabaco Industry- UP, 1999
- Environmental analysis of a milk distribution company- UP, 1999
- Thesis-The role of strategic budgeting in organization- UP, 2000
- Zekeriyaköy Rotary Bahar Şenliği- ZRK, 2001
- Suriye-OBİV, 2001
- Irak- OBİV, 2002
- İran- OBİV, 2003
- Kıbrıs-OBİV, 2004
- AB- OBİV, 2005
- Dış politika analizi, Türk Dış Politikası Esasları, Cumhuriyet Döneminde Türk Dış Politikası- MÜ, 2002
- “100 Yıl 100 Lezzet”- ZRK, 2003
- Annona Doğal Sabun, Basılı Reklam-Broşür-ANNONA 2004
- Haşa, Yeşil Erik, Resim, Kırk, Beklemesi Gerekıyor-CEY, 2005
- Zekeriyaköy Güz Eğlencesi-ÇYDD, 2006
- Sarıyer Kültür Merkezi Korosu-ÜYE,2006
- Sipahi Ocağı Türk Müziği Koroso-ÜYE,2006
- İTÜSEM Türk Müziği Korosu-ÜYE,2007
- Zekeriyaköy Türk Müziği Topluluğu-KURUCU,2008