T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜZİKOLOJİ ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

TÜRKİYE'DE ÖZEL SEKTÖRÜN KLASİK MÜZİK ETKİNLİKLERİNİ DESTEKLEME SİSTEMİ

Gamze TOPRAK
2502100365

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Seyit YÖRE

İSTANBUL, 2017

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DOKTORA
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı	: GAMZE TOPRAK	**Numarası**	: 2502100365
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı	: MÜZİKOLOJİ/ DOKTORA	**Danışmanı**	: DOÇ. DR. SEYİT YÖRE
Tez Savunma Tarihi	: 04.12.2017	**Saati**	: 14.00
Tez Başlığı	: TÜRKİYE'DE ÖZEL SEKTÖRÜN KLASİK MÜZİK ETKİNLİKLERİNİ DESTEKLEME SİSTEMİ		

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **50. Maddesi** uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. CEYDA UZGÖREN		Kabul
2- PROF. BEGÜM ÇELEBİOĞLU		Kabul
3- PROF. SONGÜL KARAHASANOĞLU		Kabul
4- DOÇ. DR. SEYİT YÖRE		Kabul
5- DOÇ. DR. İLKE BORAN		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- DOÇ. DR. ELİF DAMLA YAVUZ		
2- YRD. DOÇ. DR. MEHTAP DEMİR		

Versiyon: 1.0.0.2-61559050-302.14.06

ÖZ

TÜRKİYE'DE ÖZEL SEKTÖRÜN KLASİK MÜZİK ETKİNLİKLERİNİ DESTEKLEME SİSTEMİ

Gamze TOPRAK

Türkiye'de, özel sektörün[1] klasik müzik[2] alanını destekleme nedenlerinin ve biçimlerinin araştırıldığı bu çalışmada, klasik müzik alanında oluşmaya başlayan destekleme sisteminin yapısı incelenmiştir. Özel sektör tarafından doğrudan ya da dolaylı olarak desteklenen, yönetim merkezi İstanbul'da olan klasik müzik etkinlikleri ve toplulukları kapsamında bu araştırma gerçekleştirilmiştir.

Klasik müzik etkinliklerini gerçekleştirme süreci, karşılaşılan sorunlar, alana etkileri, uygulanan stratejiler, yönetim biçimleri ve etkinliklerin devamlılığı için sağlanması gereken koşullar hakkındaki bilgiler, araştırma kapsamındaki klasik müzik etkinliklerinin yetkili kişileri ile derinlemesine görüşme yapılarak ve gözlem yoluyla elde edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda, Türkiye'de klasik müzik alanındaki destek sisteminin ikiye ayrıldığı, özel sektörün klasik müzik alanını destekleme nedenlerinin bireysel beğeniye bağlı olduğu, girişimlerin farklı yönetim anlayışlarıyla yönetildiği, bu yapılar arasındaki benzerliklerin sanatsal kaygılarla ilgili olduğu, işbirliği ve işbölümünün etkinlikleri yönetimsel açıdan etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Klasik müzik, özel sektör, sponsorluk, kurumsallaşma, kültürel ve ekonomik sermaye, etnomüzikoloji, ekomüzikoloji

[1] Özel sektör, devletten bağımsız olarak kendi özel sermayesi olan iş alanlarıdır.

[2] Klasik müzik terimi, yaygın olarak uluslararası alanda İngilizce kullanılan Classical Music teriminin karşılığıdır. Klasik müzik, Avrupa temelli çoksesli sanat müziği ve diğer adıyla Avrupa Sanat Müziği'ni ifade eder.

ABSTRACT

SUPPORT SYSTEM FOR CLASSICAL MUSIC EVENTS OF PRIVATE SECTOR IN TURKEY
Gamze TOPRAK

In this study, which explores private sector's reasons and forms of supporting the classical music field in Turkey, the structure of the supporting system that started to develop in the field of classical music has been examined. This research has been carried out within the context of classical music events and ensembles in Istanbul, which are directly or indirectly supported by the private sector.

Information about the process of realizing the classical music events, the problems encountered, the effects on the classical music field, the strategies applied, the forms of the management and the conditions for the continuity of the activities were obtained through in-depth interviews and observations with the authorized persons of the classical music events in the research.

As a result of the research, it is seen that the classical music support system is divided into two, the reasons for supporting the classical music field of the private sector are based on the taste of the person and the cultural capital, the different management approaches of the initiatives and the similarities between these structures are related to artistic concerns which influences cooperation and division of labor.

Key Words: Classical music, private sector, sponsorship, institutionalization, cultural and economic capital, ethnomusicology, ecomusicology

ÖNSÖZ

Özel sektör, klasik müzik alanındaki girişimleriyle Türkiye'nin kültür ve sanat yaşantısına katkıda bulunmaktadır. Özel sektörün sanat etkinliklerini desteklemesiyle ilgili çalışmalara bakıldığında bunların genellikle kültür ve sanat sponsorluğunun şirketlere sağladığı faydalara odaklandığı görülür. Sanat sponsorluğunun bir tanıtım aracı ve hedef kitleler ya da iş çevreleri tarafından bilinirliğin artması için yapılan bir yatırım olarak değerlendirilir. Ancak, özel sektörün sanat girişimlerinin ve sanat sponsorluğunun sanat etkinliklerine etkileri de vardır. Daha önce yapılan araştırmalarda, şirketlerin klasik müzik alanındaki girişimleri ve sponsorluğunun, klasik müzik etkinliklerine etkilerinin araştırılmadığı görülmüş, bu konuda bilimsel bir çalışma yapma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu gereklilikten yola çıkarak, bu doktora tezinde Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinliklerine destek sistemi araştırılarak, müzikoloji disiplini içerisinde bilimsel bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

Tez çalışmam süresince bilgi birikimini paylaşan, sürekli yönlendiren ve destekleyen danışmanım Doç. Dr. Seyit Yöre'ye, çalışmamı okuyup değerlendiren, görüşleriyle yönlendiren tez izleme kurulu üyeleri Prof. Ceyda Uzgören'e ve Prof. Begüm Çelebioğlu'na, tez savunma kurulu üyeleri Prof. Dr. Songül Karahasanoğlu'na ve Doç. Dr. İlke Boran'a, yüksek lisans ve doktora eğitimim boyunca destekleyen ve yönlendiren hocam Prof. Dr. Feza Tansuğ'a, eleştirileri, kaynak paylaşımları ve destekleri için dostlarım Yrd. Doç Dr. Mehtap Demir ve Müge Eraydın'a, teşekkür ederim.

Yoğun çalışma programları içinde bana zaman ayırarak sorularımı yanıtlayan Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası Genel Sanat Yönetmeni ve Orkestra Şefi Cem Mansur'a, Devlet Sanatçısı ve Arkas Trio Üyesi Tuncay Yılmaz'a, Arkas Holding İletişim Bölümü Direktör Yardımcısı İlkay Sayılan'a, Borusan Sanat Genel Müdürü Ahmet Erenli'ye, Pozitif Live Proje Direktörü Banu Tunçağ'a, Siemens Türkiye İletişim Departmanı Siemens Ulusal Opera Yarışması Sorumlusu Buket Yaman'a, İKSV Kültür Politikaları Çalışmaları Direktörü Özlem Ece'ye, Kadıköy Belediyesi Kültür Müdürlüğü'nden Yücel Canyaran'a değerli katkıları ve paylaştıkları belgeler

için teşekkür ederim. Görüşme yapılan kişilerle iletişime geçmemi sağlayan ve bilgilerini paylaşan İKSV İstanbul Müzik Festivali Direktörü ve Genel Müdür Yardımcısı Dr. Yeşim Gürer Oymak'a ayrıca teşekkür ederim. Tüm eğitim sürecinde her türlü desteklerinden ve sabırlarından dolayı aileme de teşekkür ederim.

Gamze TOPRAK
İstanbul, 2017

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZ iii

ABSTRACT iv

ÖNSÖZ v

TABLOLAR LİSTESİ ix

ŞEKİLLER LİSTESİ x

KISALTMALAR LİSTESİ xi

GİRİŞ

AVRUPA'DAN TÜRKİYE'YE KLASİK MÜZİĞİN DESTEKLENME BİÇİMLERİ

Avrupa'da Klasik Müziğin Desteklenmesi 1

Türkiye'de Klasik Müziğin Desteklenmesi 3

Problem 5

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi 6

Araştırmanın Kapsamı 6

Araştırma Modeli 7

Veri Toplama Teknikleri 8

Veri Çözümleme Teknikleri 9

Kavramsal Çerçeve 10

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Müzikolojik Bağlam 17

1.2. Kültürel Bağlam 18

İKİNCİ BÖLÜM

KLASİK MÜZİĞİ DESTEKLEME SİSTEMİNİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

2.1. İlk Örnekler 23

2.2. Strateji 27

2.3. Destekleme Nedenleri 29

2.4. Sürdürülebilirlik 30

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KLASİK MÜZİĞİ DESTEKLEME SİSTEMİNDE KURUMSALLAŞMA

3.1. Kurumsal Destek Biçimleri 34

3.1.1. Kurumsal Himaye 35

3.1.2. Kurumsal Sponsorluk 41

3.2. Desteklenen Kurumsal Etkinlikler ve Topluluklar 47

3.3. İdeal Destekleme Sistemi 49

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Sonuç 52

Tartışma 54

Öneriler 58

KAYNAKÇA 59

EKLER 69

ÖZGEÇMİŞ 73

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1. Klasik Müzik Alanını Destekleme Biçimleri 35
Tablo 3.2. Borusan Sanat Yönetimi 39
Tablo 3.3. DÇSO Sanat Yönetiminde İşbölümü 40
Tablo 3.4. İKSV İstanbul Müzik Festivali Sponsorluk Kategorileri 43
Tablo 3.5. TUGFO Yönetici Ekip 45
Tablo 3.6. TUGFO Eğitmen Ekibi 45
Tablo 3.7. İKSV İstanbul Müzik Festivali Ekibi 45

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Kurumsal himaye ile desteklenen sanat kurumlarının ve etkinliklerin yönetim biçimleri 37
Şekil 3.2. Kurumsal sponsorlukla desteklenen etkinliklerin çatısı altında bulundukları vakıflar 44

KISALTMALAR LİSTESİ

Akt. : Aktaran

BİFO : Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası

Bkz. : Bakınız

DÇSO : Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası

İKSV : İstanbul Kültür Sanat Vakfı

TUGFO : Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası

URL : Uniform Resource Locator (Standart Kaynak Bulucu)

Vb. : Ve benzeri

GİRİŞ
AVRUPA'DAN TÜRKİYE'YE KLASİK MÜZİĞİN DESTEKLENME BİÇİMLERİ

Avrupa'da Klasik Müziğin Desteklenmesi

Klasik müziğin temelleri, Batı uygarlığının bilim, edebiyat, sanat, felsefe ve politika alanlarında olduğu gibi Antik Yunan ve Roma döneminin kaynaklarına dayandırılır. Antik dönemden günümüze kadar gelen ve bu yüzden "mükemmel müzik" (Johnson, 2002: 91) olarak kabul edilen klasik müzik, Avrupa toplumunun sanatsal ve kültürel bir değeridir. Tarihsel dönemler boyunca doğayı insana anlatma, Tanrı'yı insana anlatma ve insanı insana anlatma gibi görevler yüklenen müzik, ideolojik amaçlarla dönemin güçlü yöneticileri tarafından desteklenmiştir.

Klasik müzik tarihine bakıldığında iktisadi ve toplumsal düzenin sağlanması ve değerler sisteminin temsil edilmesi için oluşan güç dengelerinin müziği etkilediği görülür. Antik dönemde imparatorlar, ünlerini korumak ve arttırmak için müzisyenleri ve müzik topluluklarını saraylarında barındırmışlar, halka açık klasik müzik etkinlikleri düzenlemişlerdir. Bu dönemde klasik müzik doğayı, doğadaki ilahi gücü insanlara anlatmıştır. Ortaçağ'da klasik müziğin destekçisi kilise olmuştur. Soyluların ve rahiplerin ayrıcalıklı olduğu bu dönemde, Yunan ve Roma'nın kültürel değerlerine sahip çıkan kilise (Tanilli, 2010: 59), bu amaçla müziği de standartlaştırmaya çalışmış, kilise dışındaki müziğe de müdahale etmiştir (Wright, 2014: 61). Müzik, Tanrı'yı ve Tanrı inancını insanlara anlatmak ve benimsetmek için kullanılmıştır.

11. yüzyıldan itibaren ekonomik düzenin toprak üretiminden zanaat üretimine ve ticarete geçmesiyle, burjuvazi yeni güç merkezi durumuna yükselmiştir. Batı uygarlığı, Ortaçağ'ın sonlarına doğru başlayan bu gelişmenin bir ürünü ve kapitalizmin habercisi (Tanilli, 2010: 33) olarak kabul edilir. Bu gelişmeyle alışveriş yani para değiş tokuşu başlamıştır. Özellikle İtalya'da büyük sermaye sahibi aileler ortaya çıkmıştır[3]. Bu aileler diğer sanat dalları gibi müziği de desteklemişlerdir. İtalya'daki değişimin aksine hanedanlıkla yönetilen Fransa'da ise 12. Louis

[3] Medici, Sforza, Fugger, Gonzaga, Este, Borgia, Malatesta aileleri ve diğerleri (Burckhardt, 1995).

döneminden itibaren klasik müzik kurumsallaşmaya başlamıştır. 17. yüzyılda 13. Louis döneminde "Kralın 24 Kemanı" (24 Violons du Roi) adlı bir oda müziği topluluğu oluşturulmuştur. Klasik müzik, 14. Louis döneminde ise "Kralın Şapel Müziği" (Musique de la Chapelle Royale), "Kralın Eküri Müziği" (Musique de la Grande Ecurie) ve "Oda Müziği" (Musique de la Chambre) olmak üzere üç kurum adı altında toplanmıştır (Büke ve Altınel, 2006: 67). Bu dönemlerde Fransa, Almanya, İngiltere ve İspanya kraliyet aileleri klasik müziğin patronları olmuşlardır. Bununla birlikte kilise de müziği desteklemeye devam etmiştir (Grout ve Palisca, 2001: 315). Müzisyenler, saraylarda maaşlı olarak çalışmışlar, hizmetli sınıfında sayılmışlardır ve hizmet ettikleri kralın ya da hanedan üyesinin istekleri doğrultusunda müzik yapmışlardır. Soylu kişinin istekleri doğrultusunda müzik yapma, ilerleyen yüzyıllarda da devam etmiştir (Wright, 2014).

14. yüzyıldan itibaren müzisyenlerin kilise ve saray dışında çalışarak geçimlerini sağlamasıyla birlikte müzik alanında yeni bir dönem başlamıştır. Kilise ve soyluların yanı sıra tiyatrolarda ücret karşılığı çalışmaya başlayan müzisyenler, ödeme gücü olan, ticaretle uğraşan orta sınıfa ders vererek de bütçelerine katkıda bulunmuşlardır. Burjuva sınıfının gösteriş merakının bir sonucu olan bu değişim, klasik müziğin gösteri mekânlarına taşınmasının başlangıcı sayılabilir. 17. yüzyılda ayrıca, operanın gelişmesiyle opera binaları yapılmaya başlamıştır. Aynı zamanda soylular için orkestra ya da müzisyen kiralayan girişimciler ortaya çıkmıştır. Bu girişimciler, ilerleyen zamanlarda gösteriş yapmak isteyen soylular için konserler düzenlemeye başlamışlardır. Kapı girişinde bilet satılan bu konserler, yavaş yavaş yönetici sınıfın kontrolünden çıkarak, burjuvanın hizmetine girmiştir. Müzisyenler ve besteciler, halka açık konserler vermişler, girişimcilerle ticari anlaşmalar yapmışlardır. 18. yüzyıla kadar klasik müzik mekânları kiliseler ve saraylar olmuştur (Grout ve Palisca, 2001; Wright, 2014).

Klasik müzikte esas değişim 18. yüzyılda dinleyici kitlesinin değişmesiyle olmuş, etkinlikler halka açılmıştır. Yüzyılın ortasına gelindiğinde konser organizasyonu için yeterli finansal güce sahip kişiler (ticaret yapanlar, doktorlar, vb.) kendi konserlerini düzenlemeye başlamışlardır. Başka bir deyişle, müzikte ticaret dönemine girilmiştir. Konser biletleri satan organizatörler, daha fazla konser seyirci sayısına ulaşabilmek için kampanyalar ve tanıtımlar yapmışlardır. Paris'te,

Londra'da ve Viyana'da konser salonları açılmış, bu salonlarda sınıf ayrımı yapılmamıştır. Müziksever burjuvaların artmasıyla müziğin kontrolü bu sınıfa geçmiştir (Wright, 2014).

19. yüzyıl, müzik endüstrisinin geliştiği dönem olarak adlandırılır O zamandan bugüne kadar müzik eserleri ve etkinlikler, kültürel değerin yanında ekonomik değerleriyle de ölçülürler. Ancak yine de klasik ekonomi kuramlarının dışında kalan klasik müzik, devlet yöneticileri tarafından kültürel değer, girişimciler tarafından da tanıtım aracı olarak desteklenmiştir (Attali, 2005: 83).

Sonuç olarak, yönetici sınıf ve burjuvanın klasik müziğe devamlı olarak destek verdiği, bunun günümüze kadar sürdüğü, ancak bu desteğin farklı amaçlar doğrultusunda biçim değiştirdiği söylenebilir. Bugün, Avrupa'da klasik müzik kurumları devlet tarafından desteklenirken, aynı zamanda kurumsal sponsorluklar ve bireysel bağışlarla etkinliklerini sürdürmektedirler.

Türkiye'de Klasik Müziğin Desteklenmesi

Klasik müziğin Türkiye'deki tarihine bakıldığında, bununla ilk tanışma Osmanlı İmparatorluğu döneminde 16. yüzyılda Fransa Kralı I. François'nın Kanuni Sultan Süleyman'a teşekkür anlamında gönderdiği orkestra ile olmuştur. Daha sonra Kraliçe I. Elizabeth, padişahtan İngiliz ticareti için daha fazla tavizler koparmak ve İspanya'ya karşı Osmanlı donanmasının yardımını sağlamak umuduyla gönderdiği olağanüstü bir mekanik org (Mayes, 2000: 25) ile ilgi çekici bir diplomasi örneği sergilemiştir. III. Selim (1761-1808) döneminde, İstanbul'da ilk opera temsili gerçekleştirilmiştir. 1797'de Topkapı Sarayı'nda gerçekleştirilen opera temsilinden ancak 35 yıl sonra opera, saray dışında yaygınlaşmıştır (Yöre, 2011: 57-58). II. Mahmud (1808-1839) döneminde bando okulu olarak kurulan, zamanla saray orkestrasına ve konservatuvara dönüştürülüp varlığını Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışına kadar sürdüren Muzika-i Hümayun, sadece saray içinde olmakla kalmayıp aristokrasi, burjuvazi ve yüksek memur çevrelerinin ve halkın kültürlü kesimlerinin klasik müziğe ilgisini arttırmıştır (Kosal, 2001: 91).

Saraya girdiği ilk zamanlarda siyasi bir rolü olan klasik müzik, Meşrutiyet dönemiyle (1876-1920) sarayın dışındaki tiyatrolara ve evlere bir statü göstergesi veya eğlence olarak girmiştir. 19. yüzyıla kadar sarayın kontrolü altında olan klasik müzik, 19. yüzyıldan itibaren halka açık mekânlarda da duyulmaya başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupalı vatandaşları ekonomik ve kültürel alanda girişimler gerçekleştirmişlerdir. Pera'da bulunan Odeon Tiyatrosu bu girişimlerden biridir. Halka açık olarak gerçekleştirilen klasik müzik etkinliklerinin yaygınlaşmasında önemli olan bu girişimin ardından, Avrupalı sanatçıları ya da opera topluluklarını ağırlayacak sahneler açılmıştır. Yabancı vatandaşların yoğun olduğu bölge olan Pera'da özel girişimlerle kurulan tiyatrolar (Fransız Tiyatrosu, Bosco Tiyatrosu, Naum Tiyatrosu), halkın müzik beğenisinde etkili olmuşlardır. Bu tiyatrolar, padişahın özel izniyle kurulmuş ve padişahın desteğiyle etkinliklerini gerçekleştirmişlerdir. Bu tiyatrolarla birlikte yayılmaya başlayan opera, operet ve konserler, ilerleyen zamanda halkın talep etmesiyle İstanbul'un çeşitli semtlerinde gezici topluluklarca sunulmuştur. Patronaj anlamında padişahın desteği ve izni ile özel tiyatroların açılması, klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliğini sağlamıştır (Aracı, 2010; Kutlay Baydar, 2010; Alimdar, 2016).

Özel tiyatroların başarısı ve halkın klasik müziğe olan yoğun ilgisi sebebiyle padişah II. Abdülmecid tarafından inşa ettirilen Dolmabahçe Saray Tiyatrosu, 1889 yılında yapılan Yıldız Saray Tiyatrosu, opera sanatının kurumsallaşmasının ilk adımı olmuştur. Böylece Osmanlı İmparatorluğu döneminde hem sarayda hem de saray dışında pek çok klasik müzik etkinliği gerçekleştirilmiştir. Ancak unutulmamalıdır ki tüm bu etkinlikler, patronaj bağlamında padişahların kontrolünde gerçekleşmiştir (Yılmaz, 2015; Alimdar, 2016).

Müziğin belli sınıflara özgü olmaktan çıkıp kendine özgü bir sanat olması düşüncesiyle, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminde müzik devrimi yapılmış, klasik müzik dinleyicisinin sayısını arttırmak ve kültürel bir değer olarak benimsetmek için ülkenin pek çok yerinde konserler düzenlenmiştir. Orkestralar kurulmuş, orkestralara icracı yetiştirmek üzere eğitim kurumları faaliyete geçirilmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren klasik müzik devlet tarafından desteklenmiş, özel girişimcilerin de bu alanda etkinlikler düzenlemesi için girişimlerde bulunulmuştur.

Özel sanat girişimciliği manasında İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı'nın[4] (İKSV) kurulması (1973), sanat destekçiliğinde başka bir döneme girildiğinin işaretidir. 1980'lerden itibaren klasik müzik alanındaki girişimler artmış, özel şirketler devlet orkestralarına sponsor olarak ya da kendi klasik müzik etkinliklerini organize ederek kurumsal yapılar oluşmasına öncülük etmişlerdir.

Bu ön bilgilerin ardından, Türkiye'de hangi özel sektörlerin klasik müziği hangi kavramlarla ve nasıl desteklediği ise bu araştırmanın diğer bölümlerinde ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Problem

1970'li yıllardan itibaren Türkiye'de özel sektörün klasik müzik alanındaki girişimlerinin arttığı bilinmektedir. Özel sektörün klasik müzik alanıyla ilişkisinin nedenleri doğrultusunda klasik müzik alanının nasıl biçimlendirildiği sorusunun yanıtının belirsiz olması, bir bilimsel araştırmanın gereğini ortaya çıkarmıştır. Böylece öncelikle Türkiye'de özel sektörün klasik müzik ile ilişkisinin ne olduğu sorusunun cevabı aranmış, bunun 'destek' olduğu belirlenmiştir. Bu cevaba göre, ilgili özel sektörün klasik müziği neden ve nasıl desteklediği sorusu araştırmanın ana problemidir. Buna bağlı alt problemler ise araştırma konusunun ayrıntılarına ulaşmayı sağlamaya yöneliktir. Bu kapsamda aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır:

1. Özel sektörün klasik müziğe destek vermeye başlamasının nedenleri nelerdir?
2. Türkiye'de özel sektör, klasik müzik etkinliklerine hangi biçimlerde destek vermektedir?
3. Öncü ya da örnek oluşumlar var mıdır? Varsa neden öncü ve örnektirler?
4. Özel sektörün sanat kurumlarını ve etkinliklerini destekleme biçimleri arasında hangi farklılıklar vardır?
5. Özel sektörün sanat kurumlarını ve etkinlikleri destekleme biçiminde hangi benzerlikler vardır?

[4] Şimdiki adı İstanbul Kültür Sanat Vakfı'dır.

6. Etkinliklerin gerçekleştirilmesi için uygulanan stratejiler nelerdir?

7. Etkinliklerin kalıcılığı ve devamlılığı için hangi koşulların sağlanması gereklidir?

8. Özel sektörün desteğinin sanat kurumlarının ve etkinliklerin yönetim biçimine etkileri nelerdir?

9. Etkinlikleri desteklemek için ideal sistem nasıl olmalıdır?

Bütünsel bir çerçevede sunulma hedefinde olan bu çalışmada, Türkiye'de klasik müzik alanında gerçekleştirilen etkinlikler bağlamında sanat kurumları ve özel sektör arasındaki ilişkilerin biçimleri ve alana etkileri araştırmanın çıkış noktasını oluşturur.

Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın Kapsamı

Özel sektörün klasik müziği destekleme sistemini konu alan bu araştırmanın odak noktası, Türkiye'de özel sektörün desteklediği klasik müzik etkinlikleri ve topluluklarıdır. Kâr amacı gütmeyen ve klasik müziğe kurumsal olarak destek sağlamak amacıyla yapıldığı düşünülen girişimler, bu araştırmanın kapsamındadır. Bu araştırma, özel sektör bünyesinde ve uzun dönemli (en az 5 yıl) sponsorlukla gerçekleştirilen veya gerçekleştirilmesi hedeflenmiş klasik müzik etkinliklerine odaklanmıştır. Özel sektör tarafından oluşturulan klasik müzik radyoları, yazılı yayın organları ve müzik şirketleri, özel girişimlerle sağlanan eğitim programları ve özel okulların gerçekleştirdiği etkinlikler ve bunların yanı sıra klasik müzik alanında hizmet veren özel kurslar da bu araştırmanın dışındadır.

Araştırmanın kapsamı, özel şirket topluluklarının ve özel bankaların bünyesinde kurulan veya onlar tarafından doğrudan desteklenen, sürekliliği olan (en az 5 yıldır devam eden), kâr amacı gütmeyen klasik müzik etkinlikleri ve topluluklarıdır. Araştırmanın örneklemi, İstanbul merkezli olarak yönetilen klasik müzik toplulukları, yarışmalar, festivaller ve mekânlardır. Buna göre araştırmada temsil edilen oluşumlar ve etkinlikler aşağıdaki gibidir:

Orkestra ve Topluluklar:

Arkas Trio

Borusan Quartet

Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası (BİFO)

Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası (DÇSO)

Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası (TUGFO)

Tekfen Filarmoni Orkestrası

Konser Salonu:

İş Sanat

Yarışmalar:

Siemens Opera Yarışması

İKSV Leyla Gencer Şan Yarışması

Festivaller:

D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali

İKSV İstanbul Müzik Festivali

Araştırma Modeli

Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinliklerini desteklemesi üzerine yapılan araştırma, tarama modelinde, durum çalışması türlerinden kurumsal ve örgütsel çalışmalar çerçevesinde bütüncül çoklu durum deseni ile gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli, "*var olan durumu aynen resmetmeyi*" (Karasar, 2014: 34) esas alır. "*Durum çalışması, 'nasıl' ve 'niçin' sorularını temel alan, araştırmacının kontrol edemediği bir olgu ya da olayı derinliğine incelemesine olanak veren bir araştırma yöntemidir*" (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 313). Bu araştırmaya konu olan durum ya da durumlar, özel sektörün girişimleriyle oluşturulan topluluklar ve sanat kurumları bünyesinde gerçekleştirilen klasik müzik etkinlikleri olduğundan, araştırma kurumsal ve örgütsel çalışmalar çerçevesindedir. Durum çalışması türlerinden biri olan kurumsal ve örgütsel çalışmalarda, "*politik uygulama ve değerlendirme, endüstriyel ilişkiler, yönetsel ve örgütsel konular, örgütsel kültür, değişim ve adaptasyon*

süreçleri" (Robson ve McCartan, 2015: 153) gibi konulara odaklanılır. Bütüncül çoklu durum deseninde birden fazla durum söz konusudur. Bu durumlar öncelikle kendi başlarına bütüncül olarak incelendikten sonra birbirleriyle karşılaştırılır. Örneğin, klasik müzik etkinliklerinin yönetimi konusundaki farklı uygulamaların tek tek incelenmesi ve ardından birbirleriyle karşılaştırılmasıdır. Burada önemli olan karşılaştırılabilir verinin toplanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 327).

Araştırmanın başında, öncelikle kaynak tarama tekniği ile arşivlerde konu hakkındaki belgeler belirlenmiş, bunlardan yola çıkılarak araştırmanın problemi, araştırma evreni ve yöntemi belirlenmiştir. Araştırma konusu ve problemlerinin gerektirdiği şekilde betimsel düzende durum saptamaya yönelik bu nitel desendeki araştırma, etnografik temellidir. Bu bağlamda, kültür, müziksel etkinlik, toplum, çevre, sürdürülebilirlik ve sponsorluk kavramları bağlamında etnomüzikoloji ve ekomüzikoloji alanları içinde yer alan araştırmanın yöntemi etnografidir. "*İnsanı ya da kültürel durumu tanımlama anlamına gelen*" etnografi, "*insanların gerçekliği nasıl yapılandırdıklarını, davranışları ve bakış açılarındaki biricikliği ve örüntüleri yorumlamayı amaçlayan uygulamalardır*" (Glesne, 2014: 23-26). Etnografik araştırma, temelde alan araştırması/çalışması da denilen bir araştırma modelidir. Etnografik alan araştırması, araştırmacının belirlenmiş bir sosyal düzen içine katılarak, insanlar ile kurduğu ilişkiler sonucunda öğrendiklerini düzenli bir biçimde yazılı anlatı olarak kaydetmesidir (Emerson, Fretz ve Shaw, 2008: 1). Araştırma verilerinin yorumlanıp tartışılmasında kullanılan, eleştiri teorisinin bir parçası ve 'Yeni Müzikoloji'nin de temel yöntemi olan 'eleştirel yöntem ise sadece verilerden çıkan durum tespitini ortaya olduğu gibi koymanın ötesine geçilip çeşitli kuram ve disiplinler çerçevesinde verilerin eleştirilmesi biçimindedir (Kerman, 1985: 113-154; Bowie, 2009: 87-90).

Veri Toplama Teknikleri

Öncelikle araştırmaya temel oluşturması için, araştırma konusu hakkında arşiv taraması yapılmıştır. Arşiv taraması sonucu kuramsal çerçeve belirlenmiş ve araştırma süresince yol gösterici olmuştur. Araştırma süresince ilgili örneklem içinde yer alan etkinlikler takip edilmiş, ulaşılabilen sanat kurumları ziyaret edilmiştir. Bu bağlamda, araştırmaya temel olan etnografik yönteme dayalı iki veri toplama tekniği

olan derinlemesine görüşme ve gözlem teknikleri kullanılmıştır. "*Araştırmacıya, veriye ilk elden ulaşmayı*" sağlayan gözlem, "*herhangi bir ortamda ya da kurumda oluşan davranışı ayrıntılı olarak tanımlamak amacıyla*" kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 199). Derinlemesine görüşme ise "*açık uçlu soruların sorulması, dinlenmesi, cevapların kaydedilmesi ve ilişkili ilave sorularla araştırma konusunun detaylı bir şekilde incelenmesini mümkün kılar*" (Kümbetoğlu, 2005: 71).

Araştırmada adı geçen özel sektör bünyesindeki etkinliklerde gözlemlenen her şey araştırma günlüklerine not edilmiştir ve raporlama aşamasında bu gözlem verilerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın başında, araştırma verilerinin toplanması için 11 yetkili kişi ile görüşme yapılması hedeflenmiştir. Ancak 9 kişi ile kayıtlı derinlemesine görüşme yapılmıştır. Çünkü, araştırma için derinlemesine görüşme isteği iki kişi/kurum tarafından reddedilmiştir. Türkiye İş Bankası bünyesinde kurulan İş Sanat Konser Salonu yetkilisi, bankanın gizlilik politikası gereği görüşmeyi yapamayacağını söyleyerek reddetmiştir. Tekfen Holding'in bünyesinde kurulmuş olan Tekfen Filarmoni Orkestrası yetkilisinin iş programı çok yoğun olduğu için kendisiyle görüşme gerçekleşememiştir.

Kişisel görüşmeler için araştırmada temsil edilen klasik müzik etkinliklerinin ve topluluklarının sorumluları, direktörleri, sanat direktörleri ya da sanatçılarıyla görüşülmüştür (Bkz.: EK 1). Görüşmeler en az 40, en fazla 90 dakika sürmüştür. Görüşülen kişilerin isimleri etik kurallar çerçevesinde kodlanmıştır.

Araştırma verisi için yapılan derinlemesine görüşmelerde sorulan sorular (Bkz.: EK 2), açık uçlu olarak hazırlanmış, görüşme rehber formu oluşturularak sorular dört başlık altında gruplandırılmıştır. Görüşme rehber formu, görüşmecilerle kurulan ilk temaslarda istekleri üzerine elektronik posta yoluyla ön bilgilendirme amacıyla gönderilmiştir.

Veri Çözümleme Teknikleri

Nitel araştırma verileri, mantıklı hale getirilip araştırmacıya ve araştırmanın raporunu okuyanlara düzenli bulgular sağlamak için analiz edilir. Veri analizi ise inceleme, sınıflandırma, tablolama, test etme ve yeniden birleştirme biçimlerinde yapılır. Bunların hepsi önemli olan temel kalıpları ve eğilimleri keşfetmek için bilginin organizasyonu ve yorumlanması ile ilgilidir (Kohlbacher, 2006: 2-12). Bununla birlikte, her nitel araştırma türü, farklı ve esnek veri analiz tekniklerini

gerektirir. Bu araştırmaya ilişkin taranan yazılı kaynaklar 'belge analizi,' görüşme tekniğiyle toplanan veriler ise 'yorumlayıcı fenomenolojik analiz' ile çözümlenerek bulgulara ulaşılmıştır.

Belge analizi, araştırma konusu için belirlenen belgelerin, bir değerlendirme konusu etrafında anlam vermek üzere araştırmacı tarafından yorumlandığı nitel bir araştırma tekniğidir (Bowen, 2009: 27-28). Ana işlevi görüşülen kişilerin belirli deneyimleri, olaylar ve durumların anlamları olan yorumlayıcı fenomenolojik analizin amacı ise görüşülen kişilerin araştırma konusunu nasıl anlamlandırdıklarını ayrıntılı bir şekilde keşfetmektir (Smith ve Osborn, 2008: 53-57).

Kavramsal Çerçeve

Kültür ve sanat gibi unsurlar, sürdürülebilirliği sağlamak için finans kaynağına ihtiyaç duyar. Kültür alanı birçok farklı finansman kaynağına sahiptir ki bunlar aşağıda tanımlanmış bazı kavramlarla belirlenir:

Sanatın sürdürebilirliği için sanatçıların desteklenmesi, Roma İmparatorluğu'nda ortaya çıkmıştır. Bu durum, kural koyucuların/devlet yöneticilerinin toplumdaki yetenekli sanatçıları ve eserlerini korumaları altına alarak, sanatçıların rahatça eserlerini üretmeye odaklanmalarını sağlayacak yaşam standartlarında olmaları için ayni ya da maddi yardım yapmalarına dayanır. Bu yardımı yapmaları için görevlendirilen kişilere **mesen** (hami) denilmiştir. Fransızca orijinali **mécène** olan **mesen** kelimesinin sözlük anlamı, "*Sanat ve bilim adamlarını koruyan kimse*"dir (URL1). Mesen kelimesi, Roma İmparatoru Augustus'un görevlendirdiği devlet ve kültür işlerinden sorumlu Gaius Clinus **Maecenas**'ın soyadından gelir. Sözlük anlamı dışında mesen, sanatçıları ve yaptıkları eserleri koruyan kimseler için söylenen bir adlandırma olmuştur[5] (Okay, 1997: 281-282). Rönesans'tan itibaren Avrupa'da sanattan zevk alıp sanatçıları koruyan soylulardan mesen sınıfı da ortaya çıkmıştır (Demirtas, 2012: 17-18). Floransa'daki Medici ailesi (Bkz.: Smeaton, 1901) gibi sermaye sahibi İtalyan aileler ve Fransa kralları bunların önde gelenidir.

[5] Birçok Türkçe kaynakta Okay'ın (1996) **mesenlik** olarak tanımladığı mesen tanımı ve tarihçesi referans alınmıştır (Bkz.: Erkmen, 2010; Gül, 2012: 275; Çölgeçen, 2008; Eser ve Dolunay, 2014).

Patronaj (patronage) kavramı 14. yüzyıla dayanır (Olszewski, 2002). Türkçe sözlükte "*Cezaevinden serbest bırakılan suçlunun toplum yaşantısına yeniden uyabilmesini sağlamak amacıyla yapılan yardım çalışması*" ve "*yönetim, gözetim*" (URL2) olarak tanımlanan patronaj, Oxford İngilizce Sözlük'te birincil olarak "*Bir patron tarafından verilen destek*" (URL3), Cambridge Sözlük'te "*Birisi tarafından bir organizasyona verilen destek*" (URL4) olarak tanımlanmıştır. Sanat patronajı (art patronage) ise "*sanat hamiliği*" ya da "*sanat yardımı*" (Olszewski, 2002) anlamındadır.

Sözlük anlamlarının dışında patronaj, sosyal bilimler alanında özellikle iletişim ve yönetim dallarında, ortaya çıktığı ilk zamanlardan günümüze değişen amaçları ve işlevi açısından çeşitli şekillerde değerlendirilir. Buna göre temeli mesenlere dayandırılan patronajın, birçok alana özgü anlamlarından biri de sanat hamiliği/koruyuculuğu olarak ele alınır.

Ortaçağ'dan itibaren, Roma İmparatorluğu'ndaki gibi kural koyucuların yani hükümdarların yanı sıra, kiliseler, devlet adamları ve aristokratlar da sanat koruyuculuğu yapmaya başlamışlardır (Skinner ve Rukavina, 2003: xix). Patronaj olarak adlandırılmaya başlanan sanat koruyuculuğuyla birlikte, koruyuculara da patron denmiştir. Patronajı, kilise yapımı, saray dekorasyonları, festivaller, politik değiş-tokuşlar için patronların cömertliği olarak tanımlayan Olzsewski (2002), patronajın erken modern Avrupa'da sanatın gelişiminde temel işlev gördüğünü belirtmiştir. Patronaj, maliyet, malzeme, boyut, sanatçının katılımı, içeriği ve zaman çizelgesini tanımlayan sözleşmelerle resmileştirilmiştir. Patronaj, sanatın aktif bir tüketici olmasının yanı sıra, çoğunlukla form ve içeriği de belirlemiştir. Zenginliğin, statünün ve gücün işlevsel olarak kanıtı olarak tanımlanan patronaj, propaganda ve eğlence amaçlı olmuştur. Bu ilişki sanatçının yaşam standartlarını yükseltmiştir (Olzsewski, 2002). İtalyan Rönesansı'nın önemli aileleri aynı zamanda önemli sanat patronları olarak anılır (Bkz.: Smeaton, 1901).

Başka bir tanıma göre patronaj, sanatçı ile patron arasındaki bireysel ilişkiye dayalıdır. Bu ilişkide, patronun yaşam tarzı ve kişiliği, sanatçının özerklik seviyesini belirler/gösterir. Sanatsal özerklik düşük olduğunda, sanat eseri patronun toplumsal alandaki pozisyonun ve beğenisinin bir yansıması haline gelebilir. Sanatsal özerklik

yüksek ise sanat eseri bu karşılıklı bireysel ilişkiden etkilenmez. Patronajın süresi uzadıkça, sanatçının bağımsızlığı azalır (Crane, 1992: 144).

Ortaçağ'da finansal açıdan güçlü olan ailelerin sanat koruyuculuğu yapmaya başlamalarıyla, patronaj toplumsal açıdan olumlu izlenim bırakma ve güç gösterisi halini almıştır. Ancak Türkçe'de **himaye** olarak belirtilen İngilizce **auspices** kavramı, "*birinin veya bir şeyin, özellikle bir kuruluş tarafından korunması veya desteği*" (URL5) anlamındadır. Tanımın içinde özellikle "*kuruluş*" ve "*koruma*" olması açısından himaye, patronaj kavramından daha farklı görünmektedir. İki kavram arasındaki fark, desteğin nasıl uygulandığı ile ortaya çıkabilecektir. Bu araştırmada geçen **kurumsal himaye** ise şirketlerin ekonomik sermayeleriyle oluşturdukları ve isimlerini bağışladıkları, kendi bünyelerindeki, sanat yapılarını destekleme biçimini ifade eder.

Sanatı ve sanatçıyı karşılıksız koruma anlayışı, zaman içerisinde karşılıklı çıkar beklentisine dönüşerek **sponsor** adını almış ve geri dönüşümü olan bir yatırım haline gelmiştir. Kökeni Latince söz vermek ve garanti etmek anlamındaki **spondeo**'ya dayanan **sponsorluk** (URL6), 1631 yılında bir Fransız gazetesinde ilk seri ilanın verilmesiyle ortaya çıkmıştır (Skinner ve Rukavina, 2003: xix). Buna göre reklam, sponsorluğun gelişimi için gerekli bir adım olarak kabul edilir. Türkçe sözlüğe göre **sponsorluk**, "*destekleyicilik*" (URL7), **sponsor** ise "*destekleyici*"dir (URL8).

Sponsorluk, karşılıklı fayda sağlayan ticari bir değiş-tokuş anlaşmasıdır (Ikävalko, 2003). Finansal bir aktivite olan sponsorluk, bir kurumun ticari amaçlarına ulaşması için etkinliklere yatırım yapması; marka ya da ürün farkındalığı yaratacak, kurumsal imajı oluşturarak ticari hedeflere ulaştıracak kısa ya da uzun süreli, özel bir etkinliği destekleme anlamına gelir.

Sponsorluk, şirketlerin uyguladığı reklam, pazarlama ve tanıtım yöntemidir. "*Bir organizasyonun kurumsal ya da pazarlama iletişimi amaçlarını desteklemek ve buna bağlı olarak ticari beklentilerini karşılamak üzere doğrudan bir aktiviteye, kişiye, gruba ya da bir başka organizasyona kaynak (para, insan gücü, ekipman vb.) sağlamasıdır*" (Gül, 2012: 274).

Sponsorluk, iki taraflı birliktelikten oluşan başarıya dayalı bir pazarlama bağlantısı ve ticari bir etkinliktir (Schwaiger, Sarstedt ve Taylor, 2010: 78).

Desteklenen tarafın da sponsorluk işbirliğiyle pek çok kazanımı olur. Etkinliklerin geniş kitlelere ulaşması, profesyonel yönetim ve tanıtım uzmanlığının sunulması, yaratıcı projelerin desteklenerek nitelikli istihdam sağlanması, sponsorluğun desteklenen tarafa sağladığı avantajlardandır. Karşılıklı anlaşarak yapılan bu işbirliği, başarılı olduğu takdirde etkinliklerin devamlılığı garanti altına alınır.

Karşılıklı anlaşmayla yapılması, sponsorluğu hamilikten ya da **bağış**tan (donation/grant) ayırır. Bağış yapan kurumun toplumsal yarar sağlamak adına bağış yapılan kurumdan hiçbir beklentisi olmaz. Bağış, isim duyurmadan, tanıtım beklentisi olmadan yapılır. Sponsorluk, destek olan ve olunan tarafa hedefleri doğrultusunda kazanç sağlayıcı bir uygulamadır. Sponsorluk, kültür, sanat, spor ve medya gibi farklı alanlarda yapılabilir (Collett ve Fenton, 2011; Akt. Gül, 2012: 279). Sponsorun hedef ve amaçları doğrultusunda seçilen alanda sponsorluk türü belirlenir. Örneğin, sanat organizasyonları, sanat etkinlikleri, sanat performansı gerçekleştiren gruplar, sanatçılar, sanatsal yayınlar, sanat festivalleri, konser salonları kuruluşların destekleme amaçlarına göre seçilir.

Özellikle klasik sanat etkinliklerine dair **sanat sponsorluğu**nun hedef grupları, bu alanın popüler olmaması nedeniyle küçüktür. Toplumun belirli ölçekteki kesiminin ilgilenmesi nedeniyle klasik sanatın alıcısı ve dinleyicisi diğer popüler etkinliklere göre azdır. Ancak sanat sponsorluğu, klasik sanatın kültürel aktarımının kuşaklar boyunca sürdürülmesini sağlar. Bu nedenle de sanat, sanatçı ya da sanat kurumları tarih boyunca korunması gereken kültürel bir olgu olarak algılanmıştır.

Kültürel aktarımın sağlanmasında önemli bir rolü olan sanat koruyuculuğu, sanayi devriminden sonra sponsorluk olarak burjuva sınıfına geçmiştir. Bununla birlikte sanata destek, bir çeşit sanatçı ile halk arasında aracılığa dönüşmüştür. Dev konser salonları açılmış, sanat galerileri çoğalmıştır. Sanat piyasası oluşmaya başlamış, yüksek kültür ve popüler kültür arasındaki sınırların oluşturulduğu bir süreç başlamıştır. Elit sınıfın, yüksek kültür idealini biçimlendirdiği kurumsal bir sistem oluşturma süreci, yüksek kültürü popüler kültürün karşıtı olarak konumlandırmıştır (DiMaggio, 1982: 34). Böylece yüksek kültürün mensupları, geleneksel ve klasik sıfatlarıyla tanımlanan sanatın alıcısı ve destekleyicisi konumundadır.

20. yüzyıla gelindiğinde sanat destekleyiciliği, ünlü zengin ailelerin kurduğu vakıflar aracılığıyla yapılmaya başlanmıştır. "*Devletin maddi olarak yetişemediği toplum ihtiyaçlarının giderilmesinde, vakıfların çok büyük bir boşluğu doldurdukları ve çok büyük bir eksikliği giderdikleri görülmektedir*" (Çölgeçen, 2008: 62). Kâr amacı olmayan bu kurumların sanatı yaygınlaştırma çalışmaları sonucunda, müzeler ve orkestralar piyasa baskısından uzak kalmıştır (DiMaggio, 1982: 38-39).

20. yüzyılda aile kapitalizminden kurumsal kapitalizme geçilmesiyle yeni kültür kapitalistleri de ortaya çıkmıştır. Bugün üst düzey şirket yöneticileri olarak tanımlanan kişiler bu kategoriye girer. Bilindik anlamda sermayeleri yoktur, ancak büyük bir sermayeyi yönetirler ve kârdan pay alırlar. Yöneticisi oldukları kurum ya da şirket aracılığıyla, kültürel birikimleri doğrultusunda sanata yatırım yaparlar (DiMaggio, 1982; Wu, 2005). Şirketlerin sanat sponsorluğu, sermayedarların ve yöneticilerin sosyal statülerini güçlendirir.

Kurumsal sponsorluk (Crane, 1992: 145) olarak da adlandırılan şirket sponsorluğu, günümüzde sosyal sorumluluk çatısı altında yürütülmektedir. **Sosyal sorumluluk** (Social responsibility), kuruluşa atfedilen bir eylem olarak, sosyal bir konuya odaklı kampanyalardır (Gül, 2012: 282). Bu nedenle genellikle sosyal sorumluluk denildiğinde, **kurumsal sosyal sorumluluk** (corporate social responsibility) algılanır. "*Avrupa Birliği, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yeşil Kitap Raporu'na göre kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin ticari faaliyetleri ile sosyal ve çevresel meselelerin birleştirildiği, paydaşlar ile gönüllülük esasına dayanan bir alanda ilişki kurabildiği bir kavram olarak tanımlanmaktadır*" (URL9). Bu tanımda dikkat çeken unsurlar, sosyal ve çevresel meseleler ile gönüllülük esasına dayanan paydaşlarla sağlanan etkileşim sürecidir. Aslında bu tanıma göre, kurumsal sosyal sorumluluk, ekonomik kârlılığı da içine alan bir iş sürecidir (Gül, 2012: 285-286). Genel inanışa göre kurumsal sosyal sorumluluk, toplum, devlet yönetimi, tüketici, çalışan ve çevre için şirketlerin gerçekleştirmekle yükümlü oldukları, uzun süreli eylemlerdir (Wisser vd., 2007: 122).

Kurumsal sosyal sorumluluk, proje bazlı olarak toplumsal ihtiyaca göre değişkenlik gösterir. Eğitim, çevre, sağlık, insan hakları, iş etiği, toplumsal gelişim, sosyal sorumluluk eyleminin gerçekleştirildiği alanlardır (Gül, 2012: 286; Wisser vd., 2007: 123). Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği'nin 2010 raporuna

göre, Türkiye'de en çok kültür-sanat, çevre ve eğitim alanlarında sosyal sorumluluk projeleri üretilmektedir.

Sponsorluk ve sosyal sorumluluk birbirine benzer iki uygulama olarak varsayılsa bile iki eylem arasında belirgin farklar vardır. Sponsorluk, kurumsal iletişim ve pazarlama stratejisi olarak öne çıkarken, sosyal sorumluluk ise kurum kimliğini öne çıkarır ve paydaşları (hissedarları) kurumun faaliyetlerinden olumlu ya da olumsuz olarak etkilenir. Sponsorluk, bir pazarlama stratejisidir ve karşılıklılık temeline dayanan bir yazılı anlaşmadır. Sosyal sorumluluk, gönüllülük esasına dayanan ve toplumsal çıkarların ön planda olduğu bir çabadır. Sponsorluk taktiksel bir iletişim stratejisi, sosyal sorumluluk ise kurumun iş etiğinin yansımasıdır. Sponsorluk, taktiksel faaliyettir, ancak sosyal sorumluluk taktik düzeyinde değildir. Uzun süreli sosyal sorumluluk faaliyetleri, kurumları daha saygın bir konuma ulaştırdığı gibi, imaj yapılandırması açısından da olumlu katkılar sağlar (Wisser vd., 2007: 122-124; Gül, 2012: 293).

Buraya kadar anlatılan tüm kavramlar, özel sektörün destekleme sisteminin bir parçasıdır. Kültür ve sanat, devletler/hükümetler tarafından da desteklenir, buna Latince **subsidium (subsidy)** sözcüğünden gelen 'yardım' anlamındaki (URL10) **sübvansiyon (tahsisat)** denilir ve bu genellikle vergi geliriyle yapılır. Kısaca **devlet desteği** anlamına da gelen sübvansiyon, doğrudan ya da dolaylı olmak üzere iki biçimdedir. Doğrudan tahsisat, nakit olarak başvuru değerlendirmesi sonucunda verilen hibe/bağış (grant) veya kredidir ve karşılıksızdır. Dolaylı tahsisat ise vergi indirimi veya sigortalama anlamındadır. Yani bir kuruma gerçekleştirdiği hizmet karşılığındaki hizmet bedelinin vergiye yansıtılması ya da hizmet edenlerin sigortalarının devlet tarafından yapılmasıdır. Tahsisattan devlete bağlı ya da özel kurumlar yararlanır (Öztürk, Türker ve Merttürk, 2017: 185-186) Tahsisatın yanında devlet tarafından uygulanan bir diğer destek şekli, **fon (fund)** olarak anılır. Fon, "*Belirli bir alandaki etkinliğin gerçekleştirilmesi için ayrılmış para ya da aynı işlevi gören varlıkların tümü*"dür (URL11).

Başka bir destek türü olarak **vakıf** ise Türkçe sözlükte "*Bir hizmetin gelecekte de yapılması için belli şartlarla ve resmî bir yolla ayrılarak bir topluluk veya bir kimse tarafından bırakılan mülk, para*" ve "*Bir topluluk veya bir kimse tarafından bırakılan mülk ve paranın idare edildiği yer*" (URL12) olarak tanımlanmıştır. Yani

vakıf, hem bağışlanmış mülk veya para hem de bunların yönetildiği kuruluş anlamındadır. Cambridge Sözlük'e göre ise "*yardıma ihtiyacı olan belirli bir grup veya belli bir çalışma türüne para sağlamak amacıyla yaratılan bir organizasyon*"dur (URL13).

Vakıflar **bağış** yoluyla varlık gösteren kuruluşlar olduğundan, hayırseverlik (philanthropy) (Bikmen, 2008) ve hibe/bağış kavramıyla iç içe düşünülebilir. Bu bağlamda, Antik Yunan ve Roma'da "*Donatio sub modo*" veya "*modalis*" adı vakıf uygulaması, alan kişinin karşılığında bir şeyler yapması koşuluyla sunulan bağış anlamındadır (Ceccarelli Morolli, 2012: 102). Vakıf denildiğinde doğrudan bir işin yapılmasına yönelik karşılıksız destek anlamında kişisel veya kurumsal bağış değil, vakıflara yapılan bağış söz konusudur. Vakıflar destekleyecekleri etkinlikler için özel bağış toplayabilirler ve yaptıkları destekler onlara yeni desteklerin oluşmasını sağlayabilir.

Bu araştırmada özel sektörün klasik müzik etkinliklerini finansal olarak desteklemesi araştırıldığından, yukarıda sunulan kavramlardan sponsorluk ve onunla birlikte kurumsal sosyal sorumluluk kavramları ile vakıf kavramının araştırma konusuna uygun olduğu tespit edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM
KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Müzikolojik Bağlam

Özel sektörün klasik müzik etkinliklerini destekleme sistemini açıklamak üzere yapılan bu araştırma, müziği veya müzik etkinliklerini kültürel bir olgu (Merriam, 1977: 204), kültürel yaşamın bir parçası olarak incelemesinden dolayı müzikolojinin alt disiplinlerinden biri olan etnomüzikolojinin çalışma alanına girer. Kültürel yaşamın bir parçası olan müziğin incelenmesi, müziğin yapısını ya da sesleri olduğu kadar konserler, okullar, iletişim araçları gibi kurumsal konuları veya müzik yönetimindeki fikirleri ve kavramları içerebilir (Nettl, 2010: 179). Temelde etnomüzikoloji her ne kadar kent dışı yerel müzik kültürlerini araştıran bir alan olarak öne çıksa da bu araştırmanın konusu çerçevesinde klasik müziği kent etnografisi olarak ve kültür içinde müziğin ekonomisi bağlamında incelemesi açısından farklı konumdadır.

Bu araştırmanın konusu, Türkiye'de müziksel kaynakların finansal kaynaklarla birlikte kullanılması ve kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması düşüncesi açısından müzikolojinin diğer alt disiplinlerinden biri olan ekomüzikolojinin çalışma alanına girmektedir. Etnomüzikoloji gibi içinde yöntem olarak etnografiyi de barındıran ekomüzikoloji, metinsel (textual) ve uygulamalı (performative) müziği, kültür ve doğa ilişkisi içinde eleştirel bakış açısıyla inceler (Allen, 2011: 392).

Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinliklerini destekleme sisteminin incelendiği bu araştırmada, 'özel sektörün klasik müziği neden ve nasıl desteklediği' olmak üzere iki ana soru bulunmaktadır. Buna göre, İstanbul merkezli yönetilen klasik müzik etkinlikleri ve topluluklarından sorumlu kişilerin açıklamaları ve klasik müzik alanını yorumlamaları, bu araştırmada esas alınmıştır. Kültürel ortamda gerçekleşen klasik müzik etkinliklerden sorumlu kişilerin sistem hakkındaki yorumları, anlatımlarındaki destekleme sistemine ve etkinliklere ilişkin özel ifadeleri irdelenmiştir. Bu bağlamda, klasik müziğin doğasında olan performans sürecinin kültürel yaşamda sürdürülebilirliği ele alınmıştır. Ekomüzikolojinin ana

konularından biri olan müzikte sürdürülebilirlik, ilişkisel yaklaşım ve işbirliği ile yenilenebilir kaynakların kullanımı (çevresel) bağlamında elde edilir ve gelişime dayalı değiş-tokuşun (ekonomik) devamlılığı kapsamında sistemsel bir konu olarak değerlendirilir (Titon, 2013: 8-11). Titon, müzikte sürdürülebilirliği tartışırken dört farklı prensipten söz etmiştir (2009: 121): Müzikte çeşitlilik, sınırlı büyüme, müzik kültürlerinde temel bağlantılar ve kaynakların kullanımında insanların sorumluluğu. Araştırmada adı geçen klasik müzik etkinliklerinin ve topluluklarının kategorilerinin çeşitliliği, klasik müzik alanındaki sınırlı büyümenin sürdürülebilirliğe etkisi ve elde edilen kaynakların (finansal kaynak veya insan kaynağı) korunarak yenilenmesi Titon'un (2009) prensiplerin üçü doğrultusunda incelenmiştir.

Ekomüzikolojideki eleştirellik, yeni müzikolojide ise bir yöntem şeklindedir. Bu araştırmanın etnografik verilerinin tartışılmasında eleştirel yöntem kullanılmıştır. Yapısalcılık ve modernizm sonrası (post-structuralism, post-modernism) ortaya çıkan yeni müzikoloji, eski müzikolojideki (tarihsel ve analitik çalışmalar) salt durum tespitini eleştirip farklı disiplinlerle müzik ve müzik dışı alanlar arasındaki ilişkiyi irdeler, yapısökümcü (deconstruction) bağlamda yorumlar ve temelde Marksist eleştiri teorisinden yola çıkarak eleştirel yöntemi kullanır (Bowie, 2009: 89-90). Bu araştırmanın tartışma bölümü çerçevesinde klasik müzik ve dışındaki alanların (özel sektör, ekonomik ve kültürel sermaye, sponsorluk, kurumsallık vb. gibi) birleştirildiği ilgili veriler, yeni müzikoloji açısından yapısökümcü ve disiplinlerarası yaklaşımla değerlendirilmiştir.

1.2. Kültürel Bağlam

Bu bölümde yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda, özel sektörün klasik müzik etkinliklerini destekleme sistemine dair anlayışını açıklamak üzere Pierre Bourdieu'nün (2006, 2015) "*ekonomik, kültürel ve simgesel*" olmak üzere üçe ayırdığı "*yapısalcı-ilişkisel sermaye*" kuramından yararlanılmıştır. Bu kurama göre, ekonomik sermaye parayı, kültürel sermaye eğitim ve çevresel etkileşimle elde edilen bilgiyi, simgesel sermaye de niteliği belirtir. Araştırma kapsamındaki özel sektör, klasik müzik alanında ekonomik sermayeyi, klasik müzik etkinlikleri ve toplulukları kültürel sermayeyi, etkinliklerin sanatsal yaşına yani tecrübesine dayalı olarak belirlenen niteliksel durumlar (başarı, ün, vb.) ise simgesel sermayeyi temsil

etmektedir. Ayrıca, sermaye kuramı çerçevesinde iş insanlarının kültürel sermayeleri tarafından oluşmuş beğenileri (Bourdieu, 2015: 340) sayesinde klasik müzik etkinliklerini ve topluluklarını desteklemeye yönelmeleri değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, dışsal olarak analize dâhil olan kültürel sermaye ile ekonomik sermayenin işbirliği konusu, performans sürecinin açıklanması gerekliliğini doğurmuştur.

Performans süreci, yaratılan müzik eserinin dinleyiciye ulaşma sürecidir. Stokenstrand ve Ander (2014), üretimden sonraki bu süreci "*yorumlama aşaması*" ve "*uygulama aşaması*" olarak adlandırır. Yorumlama aşaması, eserin ilk seslendirilişi ile son seslendirilişi arasındaki öğrenme süreci, yani ilk okuma (deşifre) ile dinleyicilere sunma arasındaki bilgilenme sürecidir. Bu süreç sonunda eser müzikolojik anlamda vücut bulur (Beard ve Gloag, 2005). Çalıcı sanatçılar, bu aşamanın birincil aktörleridir. Eserin dinleyiciyle buluşturulması için yapılan uygulama aşaması, dolaylı olarak besteci ile dinleyici arasındaki etkileşimi sağlar (Stokenstrand ve Ander, 2014; Franck, 1949).

Klasik müzik etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için doğal olarak gerekli olan performans süreci, bu araştırmada Howard S. Becker'ın (2013) sanat dünyaları kuramında anlattığı "*işbirliği*" ve "*işbölümü*" kavramları kullanılarak açıklanmıştır. Klasik müzik alanındaki işbirliği ve işbölümü, ayrıca, kültürel sermaye ile ekonomik sermayenin işbirliğidir. Bu işbirliği, kaynakların sağlanması ve kullanılmasını kapsar. Kaynak, bir etkinliğin gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulan her şeydir. Bu kaynakları sağlayan kişilerin ortak ürünü olarak sanat eserleri ortaya çıkar ve sanat üretimi devam eder (Becker, 2013: 71). Bu araştırmada, içsel analiz olarak kullanılan bu kurama göre, performans süreci için insan kaynağı, finansal kaynak ve mekân gereklidir.

Uygulayıcılar hem sanat alanından hem de sanat dışı uzmanlardan destek alarak işbirliği içerisinde, uzmanlıklarının gerektirdiği işbölümlerine ayrılarak klasik müzik etkinliklerini gerçekleştirirler. Hem besteciler hem de yorumcular klasik müzikteki işbölümlerinin önemli parçalarıdır. Buna göre, klasik müziğin yapısında işbölümü vardır ve işbölümü, eserin dinleyiciye ulaştığı etkinliğin düzenlenmesi için oluşturulan karmaşık ilişkiler ağıdır. Sahne üstü ve sahne dışı olmak üzere iki şekilde incelenebilen bu ilişkiler ağı, sanatın üretimi ve yeniden üretimi açısından önemli rol oynar (Becker, 2013: 44-45, 107-133). Sahne üstü ilişkiler, performans sürecinin

sanat alanındaki uzmanlığı tarafını oluştururken, sahne dışı ilişkiler sanat dışı uzmanlığı kapsar.

Becker'ın (2013) işbölümü kavramı çerçevesinde, araştırma kapsamındaki klasik müzik etkinlikleri ve topluluklarını oluşturan işbölümleri, ekipler olarak adlandırılmıştır. İnsan kaynağından oluşan ekipler, uzmanlık alanlarına göre çeşitlilik göstermektedir. Araştırmada bu çeşitlilik sanatçı ekipler ve uygulayıcı ekipler (organizasyon ekibi) olarak ele alınmıştır. Bunlar kültürel sermayeyi temsil eden insan kaynaklarıdır. Klasik müziğe destek veren şirketler ise finansal kaynaklardır ve ekonomik sermayeyi temsil etmektedirler. Kaynakların bütünü, klasik müzik etkinliklerinin düzenlenmesini sağlamaktadır. Kaynakların kullanılması, belirlenen stratejiyle ilgilidir.

Strateji, geleceği planlayarak bugünü şekillendirmektir (Yoffie ve Cusumano, 2016: 39). Bunun için belirli bir bakış açısı gerekir. Sanat kurumları, ulaşmayı hedefledikleri nokta için, etkinlikleri dinleyicilerin beğenilerine göre belirleyip performans sürecinin nasıl gerçekleştirileceğine dair karar verirler. Klasik müzik dünyası, sanat alanı dışında olan uygulayıcıların tedarik kaynaklarını, personellerini ve fikirlerini (Becker, 2013: 72), yani uygulayıcı ekipleri kullanır. Destek sistemine göre farklı türlerde olan ekiplerin birbirleriyle işbirliği halinde çalışması, araştırmada ekipler arası işbirliği olarak kabul edilmiştir. Bu işbirliği, hiyerarşik bir düzenin oluşmasını sağlar. Bu da kurumsallaşma olarak adlandırılır.

Kurumsallaşma, kurumların kişilere bağımlı olmadan etkinlikleri sürdürebilmesi ve geliştirilebilmesidir (Bkz.: Uzunçarşılı, Toprak ve Ersun, 2000: 12-13). Kurumların yönetim şekillerinin ve işbölümlerinin başka bir deyişle rollerin kurallarla netleştirildiği profesyonel yönetim şeklidir. Kültürel performans ortamını ve davranış biçimlerini belirleyen ve düzenleyen faktörlerden biri olarak değerlendirilen kurumsallaşma (Stock, 2002: 544), bu araştırmada kurumsal aktörler olarak belirlenmiştir. Kurumsallaşma, aynı zamanda, fikir birliği, katı kurallar ve düzenli faaliyetler alanı demektir. Kurumsal aktörler alanın temel aktörleridir ve kurumsallaşma için katı kurallar gerekir. Dolayısıyla alanlar, sıkı kurallarla belirlenmiş hiyerarşik ilişkilere dayalıdır ve çatışma/mücadele vardır. Alandaki mücadele, aktörler tarafından değerli olanın belirlenmesi mücadelesidir. Alanın büyüklüğü, aktörlerin çıkarlarının boyutu ile doğru orantılıdır (Bourdieu, 2006 ve

2013; Swartz, 2013). Bu açıklamalar çerçevesinde, araştırmada, özel sektörün desteklediği klasik müzik alanında kurumsallaşmanın boyutları incelenerek, kurumsal anlayışın finansal kaynakları ve kaynakların yenilenmesini sağlamadaki önemi, etkinliklerin sürdürülebilirliğiyle ilişkilendirilmiştir.

Bourdieu'nün (2006) sermaye kuramı ile Becker'ın (2013) sanat dünyaları kuramı, farklı açılardan etkinliklerin niteliklerine vurgu yaparlar. Bourdieu (2006), niteliği sanatçıların tecrübesi, başka bir deyişle simgesel sermayesi ile ilişkilendirir. Becker (2013) ise nitelikli etkinliklerin, seyircilerin beğenisini etkilediğini belirtir. Nitelik, *"bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu başka şeylerden ayıran özellik*," "*kalite*" ve "*bireyi, nesne veya yaşantının bir yönünü ötekilerden ayırt etmeye yarayan ve ölçülebilen özellik*" (URL14) anlamlarındadır. Nasıl, hangi ve ne kadar soruları bir etkinliğin niteliği hakkında bilgi verici cevaplar sağlayacaktır. O halde nitelik aynı zamanda nicelikle de ilişkilidir. Nitelik durumu nicelik durumunu, nicelik durumu da tekrar nitelik durumunu belirleyebilir. Örnek olarak, senfonik bir orkestranın konserinde hangi sanatçıların, hangi şefin yer aldığı önemli olduğu gibi, yetenekli ve tecrübeli sanatçıların sayısı performansı etkilemesi açısından son derece önemlidir. Bunların yanında orkestranın festivallerde kaç defa bulunduğu, kazanılan ödül sayısı (Radbourne vd., Akt. Stokenstrand ve Ander, 2014: 44), birlikte çalma süresi gibi nicelik belirten durumlardır.

Etkinliklerin niteliği, performans yönetimi ve finansal desteğe göre değerlendirilir. Performans yönetimi etkinliklerin yorumlanabilmesi için gerekli koşulların sağlanmasıdır. Trevor Bolton'a göre performans yönetiminin genel amacı, performansı sunacak kişilerin ya da topluluğun yeteneklerini daha verimli kullanmaları ve kendilerini geliştirmeleri için bireylerin ve grupların sorumluluk üstlenmesidir (Akt. Cemaloğlu, 2002). Yetenekli ve tecrübeli müzisyenleri bir araya getirerek uzun süreli birlikteliği sağlayacak ortamı oluşturmak ve provanın iyi geçmesi için süreci kontrol etmek (Stokenstrand ve Ander, 2014: 49) etkinliğin niteliğini etkileyecek işbirlikleridir. Performans yönetimi, bu gerekliliklerin sağlanması için gereklidir. Etkinliklerin gerçekleşmesi ve kalıcılığı için çeşitli stratejiler belirlenir (Stokenstrand ve Ander, 2014). Örnek olarak, seyircilerin yoğun ilgisi ya da gişe gelirini yükseltici stratejiler hedefe ulaşmayı kolaylaştırır.

Bir performansın gerçekleştirilebilmesi için yorumcuların uygulayıcılar tarafından bir araya getirilmesi gerekir. Müzisyenler bir araya gelerek sanat toplulukları oluşturabilirler, ancak onların müziğe odaklanması, organizasyonel ya da yönetimsel açıdan topluluğun sanat dünyasıyla ilişkilerinde zayıf olmasına yol açar. Bu nedenle günümüz sanat kurumları ya da sanat toplulukları profesyonel yöneticilerle ve alanlarında uzman kişilerle çalışırlar. Uygulayıcı olarak tanımlanan bu uzman kişiler, uzmanlık alanlarına göre kendi aralarında çeşitli görev dağılımı yaparlar. Uzmanlık, bilginin niteliğiyle ilişkilidir. Mouritsen ve Larsen'e (2005) göre bilgi, organizasyonel amaçları uygulamada ve değer yaratımında önemli rol oynar (Stockenstrand ve Ander, 2014: 46).

Sonuç olarak, özel sektörün klasik müzik etkinliklerini destekleme biçimleri ve kültürel ve finansal çevrelerin etkileşim süreçleri boyunca gerçekleştirdikleri eylemler, yukarıdaki kuramsal bilgiler çerçevesinde açıklanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM
KLASİK MÜZİĞİ DESTEKLEME SİSTEMİNİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

2.1. İlk Örnekler

Türkiye'de klasik müzik alanı hem devlet hem de özel sektör tarafından desteklenmektedir. Devlet, merkezi yönetime bağlı klasik müzik kurumları aracılığıyla bu alana destek vermektedir. Devlet himayesinde olan bu kurumların bütçeleri de devlet yönetimi tarafından belirlenerek devlet bütçesinden karşılanır. 1970'li yıllarda oluşturulmuş bir yönetmelikle idare edilen bu kurumlar, yönetsel anlamda kendilerini özerk olarak adlandırsalar da (Toprak, 2010) finansal olarak tamamen devlete bağımlı yapılardır.

Devlet politikasının 1980'li yıllardan itibaren özel sektörün faydalanabileceği biçimde değişmesi, kültürel alanı da etkilemiştir. Gürbilek (2011), 1980'li yıllarda Türkiye'de orta sınıfın güçlenmesine yönelik uygulanan devlet politikaları nedeniyle imajları olumsuz etkilenen özel şirketlerin, toplum algısındaki bu olumsuzluğu değiştirmek için tanıtım ve reklamlara daha fazla önem verdiğini belirtmiştir. Devlet kurumları tarafından desteklenen sanatı, özel sektör, toplum nezdinde itibar ve güç elde etmeye yarayan bir yatırım aracı olarak kullanmaya başlamıştır (Kösemen, 2012: 153).

Özel sektörün 1980'li yıllarda belirgin olarak varlık göstermeye başladığı sanat alanındaki uygulamaların ilk örnekleri, 1939 yılında düzenlenen 1. Neşriyat Kongresi'nin sonucunda kamu ve özel sektörün işbirliği yapması kararına dayanır. Buna göre ilk özel girişim, Yapı Kredi Bankası'nın desteğiyle kurulan Küçük Sahne'dir. Yapı Kredi aynı zamanda ilk renkli Türk filmi olan Halıcı Kız'a (1953) sponsor olmuştur. Sanat eseri toplayıcılığı da bu dönemlerde başlamış, 1950'li yıllarda ilk özel sanat galerisi (Maya Sanat Galerisi / 1950-1955) açılmıştır. Bu girişimlerle sanatın geniş kitlelere ulaşması hedeflenmiştir (Çölgeçen, 2008; Kösemen, 2012).

Klasik müzik alanını etkileyen ilk girişim ise Nejat Eczacıbaşı'nın (1913-1993) önderliğinde bir grup sanatseverin ve özel kurumların desteğiyle bir sanat festivali gerçekleştirmesine dayanır. Nejat Eczacıbaşı bunu şöyle ifade etmiştir:

> "*(...) Almanya'daki öğrenimim sırasındaki müzik eğitimimden olacak, Türkiye'de de bir festival düzenlenmesini özlerdim. Almanya'da kaldığım günler içinde Salzburg Festivali'ne gitmeye çalışır, bir gün İstanbul'da da böyle bir şölenin gerçekleşmesini çok isterdim*" (Akt. Baliç ve Ermiş, 2013: 2)

Bu festivali gerçekleştirmek için kurulan İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV), sanat yatırımlarının daha organize ve özendirici bir biçimde yürütülmesinin öncüsü ve kişisel ve dağınık girişimlere kurumsal bir örnek olmuştur (Kösemen, 2012: 150). İlk kez 21 Haziran-15 Temmuz 1973 tarihleri arasında İstanbul Festivali adıyla başlayan bu festivalde, çeşitli sanat dallarından oluşan etkinlikler düzenlenmiştir. Festivalin 1973 yılında düzenlenmesinin nedeni finansal kaynakların yetersizliğidir. 1973 yılı Türkiye Cumhuriyet'inin ilan edilişinin 50. yılı olduğu için devlet yönetimi Cumhuriyet'in 50. Yılını Kutlama Fonu oluşturmuştur. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın kurulmasına destek olan iş insanlarının devlet yönetimiyle olumlu ilişkileri sayesinde, 5 milyon lira festival için ayrılmış ve çeşitli ülkeler de kültür armağanı olarak festivale sanat grupları göndermiştir.

İKSV İstanbul Festivali'nin başarısından etkilenen Yapı Kredi Bankası da Gençlik Festivali (1988) düzenlemeye başlamıştır. Bankanın eski yöneticilerinden Burhan Karaçam, Yapı Kredi Bankası'nın 1988 yılında halkla ilişkiler ve tanıtım amacıyla kültür-sanat alanında genişleme kararı aldığını belirtmiştir (Karaçam, 2012: 168-190). Bu amaçla başlayan festivalde tıpkı İstanbul Festivali gibi tiyatro, dans, müzik ve bale etkinlikleri düzenlenmiştir. Gençlik Festivali'nin İstanbul Festivali'nden farkı, İstanbul'un iki yakasında eş zamanlı etkinliklerinin olmasıdır. 1988-1991 yıllarındaki etkinliğin zaman aralığı 10 gün iken, 1992'den itibaren 15 güne çıkmıştır. 1998 yılında Ağustos ayı hariç yıl boyunca sürecek büyük bir festival olarak planlanan Gençlik Festivali, 1999 yılında son defa yapılmıştır.

"*Gençlik Festivali olarak başlayan ve 1994-1999 yılları arasında Gilbert Becaud, Tom Jones, Platters gibi dünya çapındaki sanatçıların ve grupların katılımıyla, nitelikli ve uluslararası bir festival haline gelen ve* '*Kapılarını Kapatmayan Festival*' *olarak tanımlanan Yapı Kredi Sanat Festivali yıllar içinde, Aydın Gün'ün sanat danışmanlığıyla İstanbul'un sanat ortamını çok değerli konuklarla renklendirdi ve her zaman büyük ilgi gördü. Yapı Kredi Sanat Festivali, ne yazık ki daha sonraki yıllarda değişen politikalar sonucunda, bu konumunu devam ettirememesine rağmen, diğer birçok büyük kurum tarafından örnek alındı*" (Karaçam, 2012: 184).

Burhan Karaçam'ın, festivalin başarılı ve nitelikli yapısına rağmen devam ettirilmemesini değişen politikalara bağlaması, klasik müzik alanında halkla ilişkiler ve tanıtım amacıyla yapılan bu tarz etkinliklerin her an açıklama yapmadan bitebileceği izlenimi yaratmaktadır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın düzenlediği İstanbul Festivali ise kültürel alana canlılık getirmek amacıyla yola çıkmış sanatçı ve sanatçıların çalışmalarıyla bugün İstanbul Müzik Festivali olarak 45. yılını kutlamaktadır. İstanbul Kültür Sanat Vakfı, kurulduğu zamandan itibaren müzik alanında önemli bir varlık göstermiş, İstanbul Festivali içinden yeni festivaller oluşturmuştur.

Yapı Kredi Bankası'nın düzenlediği sanat festivalinin değişen politikalar çerçevesinde sonlandırılması tek değildir. Bir diğer ilk örnek de Akbank Oda Orkestrası'dır. 1992-2011 yılları arasında, İstanbul'un her iki yakası dâhil, yılda yaklaşık 25 düzenli konser veren orkestra, Türkiye'nin tecrübeli müzisyenleriyle başarılı genç müzisyenlerinin bir arada çalışmasına olanak sağlamaktaydı. Bu orkestra, ayrıca çoğunlukla üniversiteleri kapsayan Anadolu turneleri de gerçekleştirmiştir (Kişisel Görüşmeler: Bordo, 21.12.2015; Rend, 03.11.2015, İstanbul). Karaçam'a (2012: 184) göre, festivallerin başarısını, etkinliklerdeki sanat topluluklarının niteliği belirlemektedir. Toplulukların niteliğini de -kuramsal çerçevede belirtildiği üzere- repertuvarları ve çalma becerileri oluşturur. Akbank Oda Orkestrası da pek çok başarılı ve ünlü sanatçıyla konserler vermiş, düzenli çalışmalarıyla icra kalitesi açısından özel bir yere sahip olmuştur. Program tutarlılığının yanında, 1998 yılından itibaren orkestranın şefi olan Cem Mansur, -

uluslararası örneklerindeki gibi- dinleyiciyi eğiten, düşündüren ve yönlendiren açıklamalı konserler yapmaya başlamıştır. 2000-2011 yılları arasındaki açıklamalı konserler, performans öncesi sohbetler, konser programına ilişkin bilgilendirme ve bestecilerle ilgili anekdotları içermiştir. Akbank da Yapı Kredi Bankası gibi kültür-sanat politikalarında değişime giderek 2011 yılında orkestranın çalışmalarını sonlandırma kararı almıştır. (Kişisel Görüşmeler: Bordo, 21.12.2015; Rend, 03.11.2015, İstanbul). Rend ile yapılan kişisel görüşmeye göre, Akbank yönetimi, kurumsal himaye yerine, başka etkinliklere destek olmak amacıyla kurumsal sponsor olmayı tercih etmiştir

Yapı Kredi Bankası ve Akbank'ın sanat politikalarındaki değişim sonucu nitelikli klasik müzik oluşumlarının faaliyetlerini sonlandırması, bankaların sanat alanına katılımına şüpheyle yaklaşılmasına neden olabilir. Bu araştırma süresince ulaşılamayan özel kuruluşların hepsinin bankalar olduğu belirlenmiştir. Bankaların kendi bünyelerindeki sanat departmanlarının özerk olmaması bunun nedenlerinden birincisidir. İkinci neden ise bu sanat departmanlarında sanat alanı dışında, uzmanlığı ekonomi olan kişilerin hatta bankacıların yönetici olarak görevlendirilmesidir (Kişisel Görüşme: Kamu, 13.11.2015, İstanbul). Akbank Sanat ve İş Sanat tarafından bu araştırmaya dair görüşme isteğinin reddedilmesi konusunda yapılan açıklama da bu yöndedir. Bu bankaların sanat departmanlarındaki yetkililer, bankanın gizlilik politikasına bağlı olarak bilgi veremeyeceklerini, bankadan özerk bir yapı olmadıklarını açıkça belirtmişlerdir. Özet olarak bankalar sanatı bir tanıtım ve halkla ilişkiler aracı olarak görmektedirler. Ayrıca bankaların sanat departmanı yöneticileri, sanat alanında uzman değildirler. Bunlardan dolayı, sanat departmanı yöneticileri, bankaların sanat alanındaki varlıkları hakkında bilgi vermek istememektedirler (Alan Notları, 2015).

Bankaların sanata destek vermeyi, klasik müzik alanına katkı sağlamayı da hedeflemek yerine, sadece kuruma katkı yani tek taraflı çıkar anlaşması olarak görmelerinin aksine, Türkiye'de büyük şirket topluluklarının özellikle klasik müzik alanına iki taraflı katkı sağlayacak şekilde destek vermesi söz konusudur. Kavramsal çerçevede de belirtildiği gibi, sanat sponsorluğu uzun süreli yapıldığında taraflara fayda sağlayan karşılıklı bir ilişkidir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın düzenlediği İstanbul Festivali ve -her ne kadar sonlandırılmış olsalar da- Yapı Kredi Sanat

Festivali ve Akbank Oda Orkestrası, kurumsal sponsorluk konusunda klasik müzik alanındaki öncü ve örnek oluşumlardır. Bu yapılar, D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali, Leyla Gencer Şan Yarışması, Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası (BİFO), Siemens Opera Yarışması gibi, bugün faaliyet gösteren yapıların oluşmasında etkili olmuşlardır (Alan Notları, 2015).

2.2. Strateji

Klasik müzik alanındaki sponsorluk ilişkisi, tarafların birbirinden bağımsız olarak belirledikleri strateji doğrultusunda oluşan kurumsal bağdır. Tarafların farklı amaçlarla belirledikleri strateji çerçevesinde buluştukları hedef, kalıcılık ve devamlılıktır.

Yapılan kişisel görüşmelere göre, Türkiye'de klasik müziği destekleme sistemi yeni gelişmektedir ve sanatın desteklenmesi için, sanatı nasıl destekleyeceklerine dair şirketlerde bir alt yapının olması gerekmektedir (Yalın, 18.11.2015, İstanbul). Özel sektör, sürdürülebilir olduğunu düşündüğü (Rend, 03.11.2015, İstanbul), kuşaktan kuşağa aktarılabilecek, geliştirilebilir ve çağa ayak uydurabilecek etkinliklere destek vermelidir (Kamu, 13.11.2015, İstanbul). Bunun bilincinde eyleme geçecek olan şirketler, yönetim kurulu kararıyla destekleyeceği alt alanı (senfoni, oda müziği, opera veya bale vb.) tespit ettikten sonra stratejisini belirler. Buna göre, desteklenecek etkinliğin kapsamına, coğrafyasına ya da hedef kitlesine karar verilmelidir (Yalın, 18.11.2015, İstanbul). Esasen yukarıdaki ifadeler, daha çok kurumsal himaye stratejisini anlatmaktadır. Şirketler belirledikleri alandaki uygulamalarını kendi bünyelerinde gerçekleştirirken, sürecin başından sonuna kadar içinde bulunurlar. Stratejilerini de bu durumu hesaba katarak geniş çerçevede belirlerler.

Kurumsal sponsorluk ile desteklenen sanat kurumları ve etkinlikler için ise yapılan görüşmeler sonucunda **uygun sponsorluk** kavramı ortaya çıkmıştır. Sarter ile yapılan kişisel görüşmeye göre, kurumsal sponsorluk yapacak şirketin, kurum değerleriyle örtüşmesi, kurumsal sponsorluğun etkinliğin önüne geçmemesi yani etkinlik ile kurumsal sponsor arasında bir denge kurulması gerekmektedir (16.12.2015, İstanbul). Bu konuda Hasır ise klasik müzikle örtüşen şirketlerin kurumsal sponsor olarak kabul edilmesi gerektiğini, hatta kurumsal sponsorluk yapan

şirketlerin de birbiriyle örtüşmesi gerektiğini belirtmiştir (01.12.2015, İstanbul). Bu ifadelere göre, kurum kültürü ve değerleriyle örtüşen sponsorluklar, uygun sponsorluk olarak tanımlanmaktadır.

Uygun sponsorluk için geniş çaplı araştırma yapılması ve sanat sponsorluğunun uzun dönemli, karşılıklı bir anlaşma olduğunun farkında olunması, etkinlik ve sanat kurumunun sponsorun faaliyet alanıyla uyuşması gerekir. Dünyada örnekleri olsa da Türkiye'de tütün firmalarının klasik müzik alanını desteklemesinin uygun olmaması (reklam kısıtlamaları dolayısıyla) ve insan hayatını güzelleştiren sanatın, insan hayatını tehlikeye soktuğu kabul edilen bir ürünle yan yana gelmemesinin tercih edilmesi önemli bir örnektir (Kişisel Görüşme: Sarter, 16.12.2015, İstanbul). Uygun sponsorluk kavramı, klasik müzik alanına destek verecek kuruluşları aslında sınırlandırmaktadır. Ancak, yukarıda da belirtildiği gibi şirketlerin faaliyet alanları ile klasik müzik alanının örtüşmesi beklenmektedir.

Araştırma kapsamında olan ve klasik müzik alanındaki aktif şirketlerin, uygun sponsorluk bağlamında faaliyet alanları incelendiğinde, Arkas Holding'in taşımacılık ve hizmet sektöründe; Borusan Holding'in demir-çelik ticareti, tarım ürünleri, gümrükleme, liman işletmeciliği, yatırım ve otomotiv sektörlerinde; Sabancı Topluluğu'nun enerji, çimento, perakende, sanayi ve finansal hizmet sektörlerinde; Doğuş Grubu'nun finans, otomobil, inşaat, medya, turizm ve hizmetler, gayrimenkul, enerji ve yeme içme sektörlerinde; Eczacıbaşı Topluluğu'nun sağlık, temel yapı ürünleri, tüketim ürünleri sektöründe; Siemens Türkiye'nin enerji sektöründe şirketler arası pazarlama ve satış uygulaması projelerinde hizmet verdiği tespit edilmiştir.

Yapılan kişisel görüşmeler sonucunda, şirketlerin faaliyet alanlarının kurumsal sponsorluğa uygunluğunu belirlediği görüşü ortaya çıkmıştır, ancak yukarıdaki şirket bilgileri esas alındığında, şirketlerin faaliyet alanından ziyade, özel sektördeki vizyon sahibi kuruluşların klasik müzik etkinliklerine destek olması beklenmektedir. Uygun sponsorluk bir strateji olduğu kadar, bu uygun sponsorun da vizyon sahibi olması beklenmektedir. Vizyon, özel sektörün klasik müzik alanındaki etkinliklerin planlanmasındaki stratejiyi belirleyen önemli faktörlerden biridir. Özel sektörün klasik müzik alanına bakış açısı burada önem kazanmaktadır. Şirket yöneticilerinin ya da kurucularının, klasik müziği kültürel ihtiyaç olarak görmesi ve

uluslararası alanda klasik müziğe destek vererek oluşan olumlu düşünce ve kazanılan prestijin farkında olması gerekmektedir. (Kişisel Görüşme: Gunel, 13.11.2015; Rend, 03.11.2015, İstanbul). Buna bağlı olarak, klasik müzik alanı, onu destekleyecek vizyona sahip olanlarla sınırlıdır. Kişisel görüşmelerde belirtildiği üzere özel sektör, klasik müziğe desteğin yetersizliğinin farkında olmakla beraber, destek verecek kuruluşların uygunluğu konusunda da fikir birliği vardır. Sonuç olarak klasik müzik alanında uygulanan sponsorluk stratejisi çerçevesinde, klasik müzik alanının genişlemesi değil, özel sektörün desteğinin artması beklenmektedir.

2.3. Destekleme Nedenleri

Türkiye'de klasik müzik alanı, 20. yüzyılın sonlarından itibaren, devlet politikasındaki değişimler ve özel sektörün müdahalesiyle yeniden biçimlendirilmektedir. Çağdaş yaşamın ve uygar bir toplumun göstergesi olarak devletin klasik müzik alanını desteklemeye devam etmesi gerektiği düşüncesi öne çıkmıştır. Bu bağlamda, özel sektörün klasik müzik alanını desteklemesinin başlıca nedenlerinden biri, devletin üst yönetiminin bunu kültürel bir değer olarak görmemesidir.

Yapılan kişisel görüşmelere göre, Cumhuriyet'in kültürel devrimleri kapsamında oluşturulan devlet senfoni orkestraları, opera ve bale kurumlarının, günümüz sanat yönetimi anlayışıyla -özel sektörün girişimleriyle oluşturulan sanat kurumlarında uyguladığı kurumsal yönetim anlayışı- yönetilmesi gerekmektedir. Devletin kültür politikasının olmamasının, klasik müzik etkinliklerinin yapılabilirliğini azalttığı belirtilmiştir (Kişisel Görüşmeler: Gunel, 13.11.2015; Rend, 03.11.2015; Güz, 09.12.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul). Bundan dolayı, özel sektör klasik müzik alanını desteklemeye başlamıştır ve yönetimsel yatkınlıkları doğrultusunda klasik müzik alanını biçimlendirmeye çalışmaktadır. Bunun arkasında, şirket kurucularının ya da yöneticilerinin (bireysel) beğenilerinin olduğu tespit edilmiştir.

Bourdieu'ye (2015: 340) göre beğeni, nesnelleşmiş sermayeyle kurulan ilişkileri yönetir ve kişilerin toplumdaki konumlarına bağlı koşullanmalar tarafından oluşturulmuş sınıfsal bir sistem olarak da ele alınabilir. Wu (2005: 22) da günümüzde şirket başkanlarının, genel müdürlerinin ya da ortaklarının kararları doğrultusunda

sanata müdahalenin biçimlendirildiğini belirtir. Yapılan kişisel görüşmeler sonucunda, bireysel beğeninin kurumsal davranışa dönüştüğü ortaya çıkmıştır (Hasır, 01.12.2015; Behiye, 13.11.2015; Gunel, 13.11.2015, İstanbul).

Bireysel beğeniler doğrultusunda özel sektörün klasik müzik alanını desteklemesi, sosyal sorumluluk anlayışıyla devlet yönetiminden kaynaklanan boşluğu doldurmaktır. Bu amaçla hareket eden şirketler, kültürel alana hizmet ederken vergi indirimi, tanınma ya da prestij gibi birtakım avantajlar elde ederler hatta bu nedenle klasik müzik alanına destek olabilirler. Yani bahsedildiği gibi, patronların özel ilgisi nedeniyle firmalarınca sanatın ve klasik müziğin desteklenmesi, onlara da maddi ve manevi anlamda geri döner (Kişisel Görüşme: Sarter, 09.12.2015; Rend, 03.11.2015, İstanbul).

Özel sektörün kurumsal faydaya ya da toplumsal faydaya inanması, sanatın toplumsal bir ihtiyaç olduğu bilincine sahip olması klasik müzik alanını destekleme nedenleri arasındadır. Bu nedenler, özel şirketlerin ulaşmak istediği kitleye göre farklılaşmaktadır (Kişisel Görüşmeler: Rend, 03.11.2015; Yalın, 18.11.2015, İstanbul).

Sonuç olarak, özel sektörün klasik müzik alanını destekleme nedenleri, devlet kurumlarının klasik müzik alanındaki uygulamalarının yetersizliği, kültürel sermayeye dayalı bireysel beğeniler, özel sektörün ekonomik ve sosyal anlamda kazancı ve klasik müzik etkinliklerinin toplumsal fayda olarak görülmesidir. Özel sektörün klasik müzik alanında uyguladığı stratejiler ve destekleme nedenleri her türlü şartta etkinliklerin sürdürülebilirliği konusunu akla getirmektedir.

2.4. Sürdürülebilirlik

Klasik müzik alanında sürdürülebilirlik, çeşitliliğin, üretimin ve yeniden üretimin devamlılığının sağlanması açısından önemlidir. Buna göre biçimlendirilmeye çalışılan klasik müzik alanında sürdürülebilirliğe dair belirsizlikler mevcuttur. Özel sektörün klasik müzik alanını destekleme nedenlerinden olan bireysel beğeni, bu belirsizliklerin oluşmasında olumsuz bir etkiye sahiptir.

Klasik müziğe bireysel beğeni kaynaklı yapılan desteklerin, şirketler için yük olarak görülmeye başlamasıyla, desteğin bitmesi özel sektörün dezavantajı olarak görülmektedir. Bu nedenle, klasik müziği destekleme sisteminde kurumsal yönetim anlayışının olması gerekmektedir. Böylece değişen yönetimlerin ya da yönetim anlayışının klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliğini olumsuz yönde etkilemeyeceği belirtilmiştir (Kişisel Görüşmeler: Hasır, 01.12.2015; Rend; 03.11.2015; Kamu, 13.11.2015, İstanbul).

Klasik müzik, doğası gereği uzun soluklu çalışmalar gerektirir. Dolayısıyla etkinliklerin sürdürülebilirliği, bu alanı ve aktörlerini geliştirir, izleyici kitlenin beğenilerini etkiler. Nitelikli (sanatsal) etkinliklerin izleyici kitlesini oluşturarak onların beğenilerini eğittiğini vurgulayan Becker (2013: 165), izleyicilerin eserleri takdir etmek için deneyime ihtiyaç duyduklarını ve bunun da konser sezonunda gerçekleştirilen etkinlikleri takip ederek oluşacağını belirtmiştir. Böylece klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında bir diğer etken ise nitelik olarak ortaya çıkmaktadır. Nitelik, bir şeyin nasıl olduğunu belirten, onu diğer şeylerden ayıran ölçülebilir bir özelliktir. Bir klasik müzik topluluğunun niteliği, nasıl çaldığı, hangi eserleri hangi şeflerle yorumladığı ve ne kadar süredir alanda var olduğu yani sanatsal yaşı (Bourdieu, 2006) ile belirlenir.

Nitelikli klasik müzik etkinliklerinin, dinleyici ve izleyici kitlenin beğenilerini eğittiği ve bunun seyircinin farkında olmadığı bir kültürlenme olduğu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilir olarak planlanması ve dünya standartları göz önünde bulundurularak yapılması gerekmektedir (Kişisel Görüşmeler: Kamu, Gunel ve Behiye, 13.11.2015, İstanbul).

Etkinliklerin izleyici kitleyi nereden nereye getirdiğinin ve kitle ile nasıl bir bağ kurulduğunun izleyicileri etkinliklere götürmek kadar önemli olduğu kişisel görüşmelerden de anlaşılmaktadır. Ancak bahsedilen bu durumlar klasik müzik alanının sürdürülebilir olmasıyla mümkündür. Tek seferlik, tek sezonluk geçici etkinlikler, yeniliğe ve gelişime kapalı oluşumlar, klasik müzik ortamına yarar sağlamamaktadır.

Klasik müzik alanında nitelikli sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için finansal desteğin devamlılığı öncelikli şarttır ancak desteğin sürmesi için özel sektörün etkinliğin niteliğine ve faydalarına ikna olması gerekir. Nitelik, oluşturulan proje ya da etkinlikte yer alan sanatçıların kültürel sermayeleri ve sembolik değerlerine göre belirlenir. Bu nedenle festival ya da konser programları, niteliksel özellikleri gösteren yönetimsel bir araçtır. Bunun için simgesel değeri yüksek ve sanatsal yaşı yüksek sanatçıları buluşturarak uzun soluklu topluluklar kurmak ya da böyle toplulukları veya sanatçıları konserlerde aynı sahnede buluşturmak gerekir.

Sürdürülebilirliğe dair bir diğer unsur ise klasik müzik etkinliklerinin bütçelerinin karşılanmasıdır. Topluluklar veya organizasyon ne kadar genişse, bütçeler de o kadar büyür. Bütçelerin karşılanabilmesi için finansal desteğin devamından emin olunmalıdır. Yapılan kişisel görüşmelere göre, Türkiye'de çok sayıda şirket olmasına rağmen, klasik müziği destekleyen şirketlerin hep aynı olduğu (Borusan Holding, Denizbank, Eczacıbaşı Holding ve Doğuş Grubu) görülmektedir (Rend, 03.11.2015; Hasır, 01.12.2015; Yalın, 18.11.2015, İstanbul). Hasır ve Kamu'ya (13.11.2015, İstanbul) göre, klasik müzik alanında gereken finansal yardımın, kâr oranı büyük olan şirketler için küçük bir miktar olduğu (birkaç milyon doları geçmemektedir) vurgulanmıştır.

Her etkinliğin bütçesi, aynı kategoride olsa bile (festival, yarışma, oda müziği, orkestra, vb.) birbirinden farklılık göstermektedir. Hatta bir etkinliğin bütçesi yıldan yıla farklılık gösterebilir. Programlama, finansal destek biçimi ve organizasyonel yapı, bütçeleri etkileyen koşullar olarak ortaya çıkmıştır (Rend, 03.11.2015; İstanbul). Elde edilen bu bulgulara göre, bir oda müziği topluluğunun devamlılığı için gerekli bütçe, 100 bin ile 250 bin dolar; bir orkestranın maliyeti 2.5 milyon dolar ile 5.5 milyon dolar; yarışmalar için gerekli bütçe 35 bin dolar ile 150 bin dolar; festival bütçeleri de 1 milyon dolar ile 2 milyon dolar arasındadır[6].

[6] Verilen bütçeler yıllıktır ve kişisel görüşmeler sırasında verilen rakamlar doğrultusunda elde edilmiştir. Bunların net verilmemesinin nedeni ise görüşme yapılan kişilerden bazılarının, yetkili oldukları etkinliklerin bütçesinin bilinmesini istememelerinden kaynaklanmaktadır.

Bütçelerin belirlenmesinde organizasyonun yapısı önemlidir. Çünkü nasıl ve ne kadar süreli bir etkinlik olacağı ve hangi mekânların kullanıldığı gibi daha pek çok değişken, bütçelerin rakamlarını etkiler. Özellikle yurtiçi ve yurtdışı turneler, bütçelerdeki farklılıkların oluşmasına yol açmaktadır. Bu nedenle klasik müzik etkinliklerinin önceden planlanarak bütçelerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli bir rol oynayan önceden planlanmış bütçelerin özel sektör tarafından karşılanmasının yanı sıra, devletin katkısı da beklenilmektedir. Bu katkının oranı sorulduğunda ise en az yüzde 5 ila 10 civarında olması gerektiği, ancak dengeli bir şekilde, etkinliklerin içeriğini etkilemeyecek oranda uygulanmasının doğru olacağı yapılan kişisel görüşmelerde vurgulanmıştır (Yalın, 18.11.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul).

Sonuç olarak, özel sektörün klasik müzik alanını desteklemesinde sürdürülebilirliğin sağlanması için, bütçelerin düzenli olarak karşılanması (finansal destek) ve devletin katkısı, kurumsal yönetim anlayışı, sanatçıların niteliği (sembolik sermaye) ve dinleyicilerin beğenilerinin gerekliliği ortaya çıkmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KLASİK MÜZİĞİ DESTEKLEME SİSTEMİNDE KURUMSALLAŞMA

Önceki bölümde klasik müziğin desteklenmesine ilişkin faktörlerde öne çıkan iki unsurun kurumsallaşma ve finansal destek olduğu belirlenmiştir. Bu bölümde, özel sektörün klasik müziği desteklemedeki finansal destek sisteminin kurumsal yapısı irdelenmiştir.

Buna bağlı olarak, klasik müzik etkinliklerinin organize edilmesinde aktif rol oynayan aktörler arasındaki işbirliği ve işbölümü ile klasik müzik alanındaki kurumların ve etkinliklerin yönetim şekilleri incelenerek örgütlenme biçimleri belirlenmiştir. Araştırma kapsamındaki kurumların ve etkinliklerin kurumsal himaye (içerden destek) ve kurumsal sponsorluk (dışardan destek) olmak üzere iki farklı biçimde desteklenip kurumsallaştığı ortaya çıkmıştır.

3.1. Kurumsal Destek Biçimleri

Klasik müzik alanındaki vizyon sahibi sponsorlar, kurumsal olarak iki türlü destek mekanizması geliştirmişlerdir. Uygulamaları birbirinden farklı olsa da klasik müzik alanını kendi yönetim anlayışlarına göre şekillendirmektedirler. Destek sisteminin türü, şirketlerin hedef kitlesine göre belirlenmektedir (Yalın, 18.11.2015, İstanbul). Buna göre klasik müzik toplulukları ve klasik müzik etkinliklerinin, kurumsal himaye ve kurumsal sponsorluk şeklinde desteklendiği belirlenmiştir (Bkz.: EK 3).

Kurumsal himaye ile desteklenen topluluklar ve etkinlikler şirketlerin bünyesinde oluşturulan ve yönetsel olarak sanat departmanları ya da iletişim departmanları aracılığıyla şirketlerin sosyal sorumluluk için kurduğu vakıflara bağlıdırlar. Yani bu kategoride aktif olan oluşumlar, içeriden desteklenirler; dışardan sponsorluk almazlar; sosyal sorumluluk projesi olmaları dolayısıyla kâr amacı gütmeyen kuruluşlardır ve bunların bütçeleri, bünyesinde bulundukları şirketler topluluğunun sermayesinden pay alarak oluşturulur. Bu oluşumlar, kurumsal topluluk ya da kurumsal etkinlik olarak adlandırılırlar ve buna bağlı olarak dahil oldukları kuruluşun ismini taşırlar.

Kurumsal sponsorluk ile faaliyetlerini sürdüren topluluklar ve etkinlikler ise sadece dışardan finansal yardım alırlar. Bunların sponsorlardan bağımsız, kendi yönetici ekipleri vardır. Birden fazla sponsorluk alabilen bu yapılar, daima sponsor arayışındadırlar, pek çok sponsorluk kategorileri geliştirebilirler, böylece kurumsal olarak her miktarda katkı toplayabilirler ve sponsorluk alabilmeleri için kâr amacı gütmeyen bir vakfın çatısı altındadırlar. Araştırma kapsamındaki kurumların altısı kurumsal himaye ile üçü ise kurumsal sponsorlukla desteklenmektedir (Bkz.: Tablo 3.1.).

Tablo 3.1. Klasik Müzik Alanını Destekleme Biçimleri

KURUMSAL HİMAYE	**KURUMSAL SPONSORLUK**
Arkas Trio	Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası
Borusan Quartet	Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması
Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası	İstanbul Müzik Festivali
Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası	
Siemens Ulusal Opera Yarışması	
D-Marin Turgutreis Uluslararası Müzik Festivali (Bodrum Müzik Festivali)	

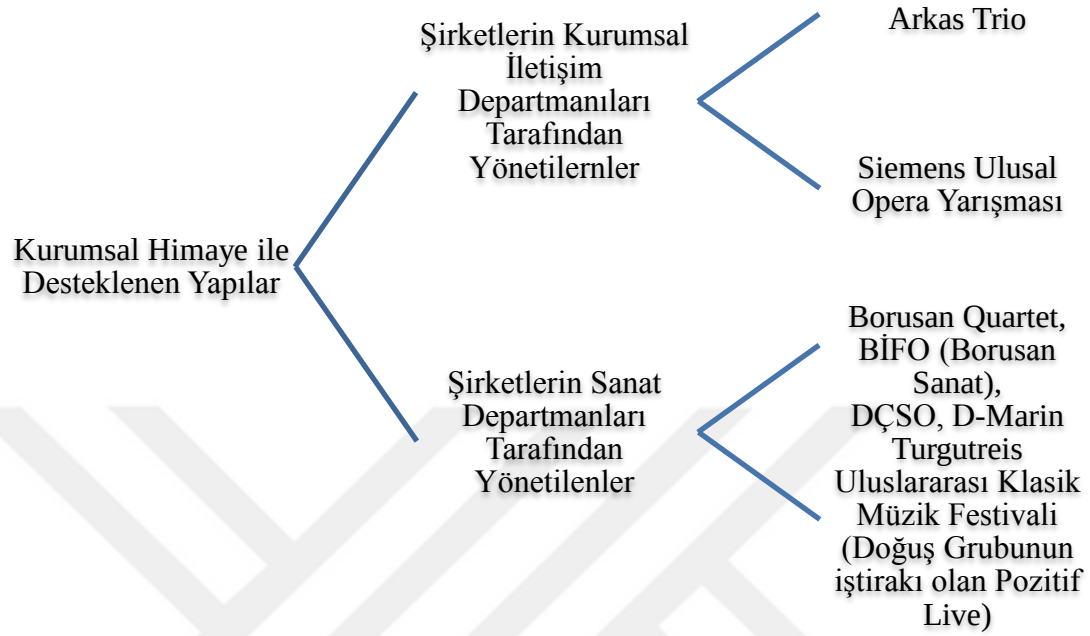
3.1.1. Kurumsal Himaye

Şirketlerin ekonomik sermayelerini ve sembolik değerlerini (isimlerini) sanat oluşumlarına bağışlaması, bu araştırmada kurumsal himaye olarak adlandırılmıştır. Şirketler, kurumsal himaye neticesinde, uzun süreli yatırımlarının klasik müzik alanındaki konumunu kuvvetlendirirken, toplumsal anlamda bilinirlik sağlarlar. Aynı zamanda, yönetsel ve finansal olarak sorumluluklarını üstlendikleri klasik müzik toplulukları ve etkinlikler, şirketlerin toplumsal konumundan faydalanırlar. Bu da destek sisteminde karşılıklı işbirliği olduğunun göstergesidir.

Yapılan kişisel görüşmede Güz'ün, "*Bir marka sürekli, bir festivali desteklediğinde daha farklılık yaratıyor*" ifadesinde vurgulanan 'farklılık,' kurumsal himaye ile destek veren şirketlerin toplumsal konumunun ve etkinliklerin niteliğinin olumlu yönde etkilenmesi anlamındadır (09.12.2015, İstanbul). Bu çerçevede himaye

eden şirketler, kendi isimlerini taşıyan klasik müzik oluşumlarının nitelikli olmasına özen gösterirler. Desteklenen yapılar için ise destekçinin ismini taşımak büyük bir sorumluluktur, çünkü bunlar çalışmalarıyla o ismi temsil ederler. Bu nedenle, kurumsal himaye ile desteklenen klasik müzik topluluklarının veya etkinliklerinin "*evrensel*" seviyede ve Türkiye'yi temsil edebilecek nitelikte olması gerekmektedir (Kişisel Görüşme: Gunel, 13.11.2015, İstanbul).

Klasik müzik toplulukları desteklendikleri süre boyunca sürekli gelişim içindedirler. Araştırma süresince yapılan gözlemlere göre, kurumsal topluluk olarak klasik müzik alanında faaliyet gösteren bu yapılar, finansal ve yönetsel anlamda şirketlerin uzman ekiplerinden destek aldıkları için sanata gerektiğince odaklanabilirler. Bu bağlamda, araştırma kapsamında incelenen klasik müzik toplulukları ve etkinliklerinin, kurumsal himaye açısından iki farklı şekilde yönetildiği tespit edilmiştir. Kurumsal himaye ile desteklenen klasik müzik oluşumları, şirketlerin kurumsal iletişim departmanları ya da şirketlerin sanat departmanları tarafından yönetilmektedir. Arkas Trio ve Siemens Ulusal Opera Yarışması, şirketlerin kurumsal iletişim departmanları tarafından, Borusan Quartet, Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası, Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası ve D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali ise şirket bünyesindeki sanat departmanları tarafından yönetilmektedir (Bkz.: Şekil 3.1.).



Şekil 3.1. Kurumsal himaye ile desteklenen sanat kurumlarının ve etkinliklerin yönetim biçimleri[7]

Şekil 3.1.'de görüldüğü gibi Arkas Trio ve Siemens Ulusal Opera Yarışması'nın yönetici ekibi, iletişim departmanındaki kişilerden oluşmaktadır. İletişim departmanları tarafından yönetilen bu iki yapıda farklı işbölümleri mevcuttur. İşbölümü açısından, önceden belirlenen üç çalıcı sanatçıdan oluşan Arkas Trio'nun düzenli olarak bir araya gelerek çalışmalar yapması gerekir. Kurumsal iletişim ekibinin sorumluluğu ise Arkas Trio ile ilgili tüm faaliyetleri planlamak ve işleyişi sağlamaktır. Yapılan kişisel görüşmelerde, bunun bir ekip çalışması olduğu, sanatsal konularda bu grubun sanatçılarından destek alındığı vurgulanmıştır (Behiye ve Gunel, 13.11.2015, İstanbul). Araştırma süresince, birbirinin uzmanlık alanına saygılı olan ekiplerin, işbirliği içerisinde birbirlerini tamamlayıcı/uyumlu çalışmalar yaptığı gözlemlenmiştir.

Siemens Ulusal Opera Yarışması incelendiğinde de etkinlik yönetiminin, kurumsal iletişim departmanı ekibinin sorumluluğunda olduğu tespit edilmiştir. Yarışma ile ilgili bütçe dâhil bütün planlama iletişim departmanının

[7] Bu tez için özel olarak hazırlanmıştır.

sorumluluğundadır. Sanatsal konular için dışarıdan danışmanlık alınmaktadır. Yarışmanın planlanması aşamasında, sanat danışmanı ile jüri ve ödüller belirlenmektedir. Jüri ile iletişime geçme, iletişim departmanının sorumluluğundadır. Yarışmanın organizasyonu için gereken teknik ihtiyaçlar (mekân kiralama dâhil), Siemens ile tanımlı bir ajans aracılığıyla giderilmektedir. Yarışmanın gerçekleşmesi için çalışan ekip üç kişiden oluşmaktadır (Kişisel Görüşme: Yalın, 18.11.2015, İstanbul).

Bu araştırmadaki iletişim departmanlarına bağlı olarak yürütülen faaliyetlerde ekipler üç kişiden oluşmaktadır. Bu kişilerden biri, sorumlu oldukları yapının koordinatörlüğünü üstlenerek planlama aşamasını gerçekleştirmektedir. Ekibin geri kalan kısmı organizasyon için destek vermektedir. Arkas Trio'da, etkinlik organizasyonu ile ilgili bütçe dışında, her teknik konu iletişim departmanının sorumluluğundadır. Siemens Ulusal Opera Yarışması'nda ise organizasyon planlaması ve bütçe yönetimi iletişim departmanına ait ancak etkinliğin gerçekleştirilmesi için gereken teknik ihtiyaçlar organizasyon konusunda uzman olan bir ajans tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca, kurumsal iletişim üzerinden yönetilen sanat departmanları, şirketlerden bağımsız karar alamamaktadır (Kişisel Görüşme: Kamu, 13.11.2015, İstanbul).

Bu bulgular çerçevesinde, araştırma kapsamındaki klasik müzik etkinliklerinden kurumsal himaye ile desteklenen oluşumlar arasında kurumsal iletişim departmanı ve sanat danışmanlığı işbirliğiyle yönetilenlerin, ismini taşıdıkları şirketin yönetim kuruluna bağlı olduğu tespit edilmiştir. Küçük ekiplerle ve dışarıdan sanat danışmanlığı alarak gerçekleştirilen klasik müzik etkinlikleri, ismini taşıdıkları şirketin kurumsal iletişim departmanlarının şirket içi sorumluluklarından sadece bir tanesidir.

Kurumsal himaye ile desteklenen yapıların yönetiminden sorumlu sanat departmanlarında ise sadece sanat etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için çalışmalar yapan ekipler bulunduğu tespit edilmiştir. Borusan Quartet ve Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası, Borusan Sanat tarafından; Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası ve D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali Doğuş Grubu bünyesinde sanat organizasyonları gerçekleştiren Pozitif Live ekibi tarafından yönetilmektedir.

Borusan-Kocabıyık Vakfı'na bağlı olarak çalışmalarını sürdüren Borusan Sanat ekibi uzmanlıklarına göre işbölümlerine ayrılmıştır. Aşağıdaki tablodan (URL15) da görülebileceği gibi, toplulukların gerçekleştirmekle sorumlu oldukları etkinliklerin düzenlenmesi için uzmanlıklarına göre tanımlı görevler mevcuttur.

Tablo 3.2. Borusan Sanat Yönetimi

Genel Müdür
Koordinatör
Mali ve İdari İşler Müdürü
Mali İşler Uzmanı
Mali İşler Uzman Yardımcısı
Orkestra Müdürü
Orkestra Müdür Yardımcısı
Orkestra Müdür Yardımcısı
Sahne Amiri
Prodüksiyon Sorumlusu

Tablo 3.2.'de görüldüğü gibi, ilgili kuruluşun resmi olarak tanımlı işbölümleri vardır. Araştırma kapsamındaki kurumsal iletişim departmanı tarafından yönetilen klasik müzik etkinlikleriyle karşılaştırıldığında, sanat departmanları tarafından yönetilen klasik müzik etkinliklerinin yönetiminde uzmanlıklarına göre ayrılmış işbölümlerinden oluşan ekipler bulunduğu tespit edilmiştir. Bu ekiplerdeki işbölümleri, şirketlerin diğer departmanlarından bağımsızdırlar. Ekibin başında genel müdür vardır ve şirket üst yönetimiyle iletişim halinde olan kişidir. Kısaca, sanat departmanları, sadece sanat işleri için oluşturulmuş ekiplerdir.

Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası'nın yönetim şekli incelendiğinde, genel sanat yönetmeni ve orkestra şefinin, orkestranın niteliksel açıdan gelişimine katkıda bulunacak repertuvarlar oluşturulmasından sorumlu olduğu belirlenmiştir. Genellikle orkestraların sürekli şefleri, aynı zamanda genel sanat yönetmenleridir.

Orkestra şefi, orkestranın sahne üstü performansı ile ilgili tüm konulardan sorumludur.

Doğuş Grubu bünyesinde pek çok etkinlik gerçekleştiren Pozitif Live, "*Jazz kökenli üç kişinin girişimiyle kurulmuş olan müzik ve şovun bir arada olduğu büyük kitlesel projeler konusunda çok tecrübeli ve en köklü ticari kurumlardandır*" ve Doğuş Grubu'nun sosyal sorumluluk projesi olarak gerçekleştirdiği klasik müzik etkinliklerinin 2014 yılından itibaren organizasyonunu üstlenmektedir. Buna göre, D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali ve Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası'nın organizasyonları Pozitif Live tarafından düzenlenmektedir (Kişisel Görüşme: Güz, 09.12.2015, İstanbul).

Doğuş Grubu'nun himayesinde çalışmalarını sürdüren Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası'nda performans yönetimi ile etkinlik yönetimi olarak ayrılan, işbirliği içindeki iki ekipten söz etmek mümkündür. Bu ekibin performans yönetimi ve eğitim kadrosu Tablo 3'te görüldüğü gibi uzmanlıklarına göre işbölümüne ayrılmıştır.

Tablo 3.3. DÇSO Sanat Yönetiminde İşbölümü

Genel Müzik Direktörü ve Orkestra Şefi
Yardımcı Şefler
Psikolojik-Sosyal Danışman

Tablo 3.3.'teki ekip, orkestranın repertuvarı, çalışma programı, provaları, orkestra seçmeleri gibi sanatsal konularda karar verme yetkisine sahiptir. Orkestranın seslendireceği eserlerin tayininde ve gerektiğinde yapılacak düzenlemelerde orkestranın yardımcı şefleri, orkestra şefine destek verebilecek niteliktedir.

Doğuş Grubu'nun araştırma kapsamındaki bir diğer girişimi olan D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali'nde ise Pozitif Live ekibinin organizasyondaki ağırlığı kadar sanatsal planlamadan da sorumlu olduğu tespit edilmiştir. Danışma kurulu vasıtasıyla sanatsal programlaması yapılan festivalin direktörlüğü ise Pozitif Live ekibindedir (Kişisel Görüşme: Güz, 09.12.2015, İstanbul).

Elde edilen bulgulara göre, kurumsal himaye ile desteklenen ve yönetilen klasik müzik topluluklarının ve etkinliklerinin, profesyonel yönetim anlayışı doğrultusunda çeşitli işbölümlerine sahip ekipleri olduğu görülmektedir. Sanat yönetimi ile organizasyon yönetiminin birbirinden ayrı tutularak, her ekipteki kişilerin uzmanlıklarına göre işbölümlerinin belirlendiği anlaşılmıştır. Ancak yapılan kişisel görüşmeye göre, kurumsal himaye ile desteklenen etkinliklerde, destekleyicinin hissedilen baskısı, etkinliklerin gelişimini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu durum 10 yıl gibi uzun süreli kurumsal himayelerde gözlenebilmektedir (Güz, 09.12.2015, İstanbul).

Sonuç olarak, ekipler arası işbirliği ile gerçekleştirilen, kurumsal himaye ile desteklenen klasik müzik etkinliklerinin ortak özellikleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

1. Destekleyenin (ya da destekleyen kurumun kendi iştiraki olan şirketin) adını taşırlar.
2. Finansal destekle birlikte yönetim desteği alırlar.
3. Şirket kurucularının ya da yöneticilerinin bireysel beğenilerinin yönlendirmesi sonucu desteklenirler.
4. Sosyal sorumluluk projesi olarak değerlendirilirler.
5. Uzun süreli destek amacıyla yapılan kurumsal girişimlerdir.
6. Profesyonel yönetici ekip organizasyonel (teknik) konularla ilgilenirken, klasik müzik alanındaki uzman (sanatçı ya da sanat eğitimi almış) kişilerin danışmanlığı doğrultusunda faaliyetler planlanır.
7. Bütçe, sadece destekleyen kurum tarafından karşılanır. Dışarıdan kurumsal destek alınmaz.

3.1.2. Kurumsal Sponsorluk

Türkiye'de klasik müzik alanını şekillendiren bir diğer destekleme biçimi olan kurumsal sponsorluk, bu araştırmada, topluluklara ve etkinliklere dışarıdan (dışsal) finansal ya da ayni destek verme eylemi olarak adlandırılmıştır. Kurumsal sponsorluk sistemiyle desteklenen klasik müzik toplulukları ve etkinlikleri, destekleyicilerden bağımsızdırlar. Kurumsal sponsor, etkinliklerin gerçekleştirilmesi

için ihtiyaç duyulan finansal destek, mekân veya araç-gereç desteği sağlar. Araştırma kapsamında, kurumsal sponsorluk desteği alan klasik müzik toplulukları ve etkinlikleri şöyledir: Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası, Leyla Gencer Şan Yarışması ve İstanbul Müzik Festivali bu kategoride destek alan yapılardır. Yönetsel açıdan sponsorlardan bağımsız olan bu yapılar, finansal destek alabilmek için faaliyetlerini kâr amacı gütmeyen vakıfların çatısı altında sürdürürler.

Araştırma süresince yapılan kişisel görüşmelere göre, kurumsal sponsorlukla faaliyetlerini sürdüren toplulukların ve festivallerin nitelikli çalışmalar gerçekleştirebilmelerinin, alacakları finansal desteğin miktarıyla doğrudan ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Rend, 03.11.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul). Buna göre, ekonomik sermayenin desteğiyle elde edilen finansal katkının miktarı, simgesel değerin oranını belirlemektedir. Bu nedenle destek bulmak, bu yapılar için öncelikli ve zaman ayrılması gereken önemli bir iştir (Hasır, 01.12.2015, İstanbul).

Bu bağlama göre, İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın kurumsal sponsorluk programı incelendiğinde, sponsorluk anlaşmaları yapabilmek amacıyla, ayrı bir sponsorluk departmanı bulunduğu tespit edilmiştir. Sponsorluk programlarının geliştirildiği ve etkinlikler için uygun sponsorlarla anlaşmaların ve sponsorluk çalışmalarının yapıldığı sponsorluk departmanı, vakıf çatısı altında gerçekleştirilen tüm etkinliklerin ekipleriyle işbirliği halinde çalışmaktadır. Bünyesinde çeşitli festivallerin düzenlendiği İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı'nın sponsorluk programına göre, vakıf sponsorluğu resmi sponsor olarak tanımlanmıştır (Kişisel Görüşme: Sarter, 16.12.2015, İstanbul). Festival sponsorluğu, tema sponsorluğu (film festivali), gösteri sponsorluğu, özel proje destekçiliği (bienal), medya sponsorluğu ve servis sponsorluğu şeklinde sponsorluk kategorileri mevcuttur (Tablo 3.4., URL16). Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası'nın sponsorluk görüşmeleri ise genel sanat yönetmeni tarafından yapılmaktadır (Kişisel Görüşme: Rend, 03.11.2015, İstanbul). Orkestranın sponsorluk üzerine uzmanlaşmış bir ekibi bulunmamaktadır.

Tablo 3.4. İKSV İstanbul Müzik Festivali Sponsorluk Kategorileri

Festival Sponsoru
Öncü Sponsor
Resmi Sponsorlar
Festival Yerleşik Orkestra Sponsoru
Yüksek Katkıda Bulunan Mekân Sponsoru
En Yüksek Katkıda Bulunan Gösteri Sponsorları
Gösteri Sponsorları

Araştırma kapsamındaki klasik müzik etkinliklerinin kurumsal sponsorlukla desteklenmesinin avantajı, düzenli faaliyetleri sayesinde kendi isim değerlerini elde edebilmeleridir ve bunların klasik müzik alanında sadece kendilerini temsil etme sorumlulukları vardır (Kişisel Görüşme: Rend, 03.11.2015, İstanbul). Toplumsal konumunu çalışmalarıyla elde eden bu yapılar, uzun süreli ve düzenli çalışmalarının sonucunda simgesel değerlerini kazanırlar. Bunun yanında klasik müzik oluşumlarının kurumsal sponsorlukla desteklenmesinin dezavantajı ise gerçekleştirmeyi planladıkları etkinliklerin bütçelerini karşılayabilecek sponsor aramak zorunda olmalarıdır (Kişisel Görüşme: Hasır, 01.12.2015, İstanbul). Bourdieu (2006: 237), ekonomik anlamda bu kurumların kendilerini döndürebilmelerinin, yani satışa yönelik başarılarının, değerin güvencesi olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, kurumsal sponsorlukla gerçekleştirilen klasik müzik etkinlikleri için bilet satışı, araştırma süresince yapılan gözlemlere göre, kâr amacı gütmeseler bile etkinliğin kendi maliyetini karşılayabilmesi açısından önemlidir (Kişisel Görüşme: Hasır, 01.12.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul).

Araştırma kapsamındaki klasik müzik toplulukları ve etkinlikleri incelendiğinde, yönetsel ve finansal desteğin bir arada bulunduğu kurumsal himayeden farklı olarak, kurumsal sponsorluklarla etkinliklerini gerçekleştiren İstanbul Müzik Festivali ve Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası'nın, kendi alanlarında öncü olmakla birlikte, özerk yapıda oldukları belirlenmiştir. Bunların yönetim biçimleri sponsorlardan bağımsızdır ve uzmanlık alanlarına göre çeşitli

işbölümlerine ayrılan kendi yönetici ekipleri vardır. Bu yapıların birden fazla sponsorları vardır ve kurumsal himaye ile desteklenen oluşumlardan farklı olarak isimlerinde herhangi bir ekonomik sermayenin isim bağışı bulunmaz. Bu kurumların ekipleri, sınırları belirlenmiş işbölümleriyle etkinliklerin gerçekleştirilmesi için çalışırlar. Ekipler arası işbirliği bu kurumların faaliyetlerinin düzenli olarak gerçekleşmesini sağlar. Bunlar, genellikle de birbirlerinden farklı büyüklüklerde, kendilerine özgü farklı yapıdadırlar.

Kurumsal sponsorlukla destek alan klasik müzik toplulukları ve etkinlikler vakıf çatısı altında yer almaktadır. Şekil 3.2'de görüldüğü gibi Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası, Kültür Bilincini Geliştirme Vakfı çatısı altında; Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması ve İstanbul Müzik Festivali ise İstanbul Kültür Sanat Vakfı çatısı altındadır. Klasik müzik etkinliklerinin, kâr amacı gütmeyen bir yapı olarak vakıf çatısı altında bulunması, kurumsal sponsorlardan finansal destek alabilmelerini sağlamaktadır.



Şekil 3.2. Kurumsal sponsorlukla desteklenen etkinliklerin çatısı altında bulundukları vakıflar[8]

Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası'nın yönetim kadrosu incelendiğinde (URL17), yönetici ekibin çeşitli işbölümlerine ayrıldığı ve küçük bir ekip olduğu görülmüştür. Genel sanat direktörü, orkestra şefi, proje koordinatörü (2 kişi), proje

[8] Bu tez için özel olarak hazırlanmıştır.

asistanı, sahne sorumlusu olarak dört bölüme ayrılan uzmanlık alanları, orkestranın sanatsal ve organizasyon yönetimini üstlenmiştir (Bkz.: Tablo 3.5.). Sahne üstü performans yönetiminde ise orkestra şefinin yanında orkestranın yaylı çalgılar ve üflemeli çalgılar olarak ikiye ayrılan eğitmen kadrosu bulunmaktadır (Tablo 3.6.).

Tablo 3.5. TUGFO Yönetici Ekip

Genel Sanat Direktörü ve Orkestra Şefi
Proje Koordinatörü
Proje Asistanı
Sahne Sorumlusu

Tablo 3.6. TUGFO Eğitmen Ekibi

Üflemeli Çalgılar Eğitmeni
Yaylı Çalgılar Eğitmeni

İstanbul Müzik Festivali, bu araştırmada kurumsal sponsorlukla faaliyetlerini sürdüren yapılar arasında yönetim yapısı (Bkz.: Tablo 3.7.) ve sponsorluk programları en fazla işbölümüne ayrılmış olanıdır. İstanbul Müzik Festivali ekibi, yedi uzmanlık alanına göre işbölümüne ayrılmıştır (URL18).

Tablo 3.7. İKSV İstanbul Müzik Festivali Ekibi

İstanbul Müzik Festivali Direktörü
Direktör Yardımcı
Operasyon Koordinatörü
Editör
Konuk Ağırlama Sorumlusu
Konuk Ağırlama Asistanı
Mekân Sorumlusu

Festivalin yedi kişilik yönetim ekibi, İstanbul Kültür Sanat Vakfı yapısındaki insan kaynağı sayesinde sadece sanatsal faaliyetlere odaklanabilmektedir. Başka bir deyişle, ekip festivalin niteliğinden ve kaynakları en iyi şekilde kullanmaya çalışarak

her yıl kültürel ortama katkı sağlamaktan sorumludur. Festival ekibinin dışında festivalin danışma kurulu bulunmaktadır. Festival ekibi, aynı zamanda, Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması'nın organizasyonundan da sorumludur. Dışarıdan sanat danışmanlığı desteği alınan yarışma, İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın finansal kaynaklarıyla düzenlenmektedir. Bu nedenle, Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması, kurumsal sponsorluk alan vakfın kurumsal himayesi ile gerçekleştirilmektedir. Başka bir deyişle, bu araştırmada sözü edilen klasik müzik etkinlikleri arasında Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması, kurumsal himaye ile kurumsal sponsorluğun iç içe geçtiği tek örnektir.

İstanbul Kültür Sanat Vakfı bünyesinde gerçekleştirilen tüm etkinlikler gibi, İstanbul Müzik Festivali ve Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması da vakfın kaynaklarından yararlanmaktadır. Becker'ın (2013) daha çok destekleyici kaynaklar olarak adlandırdığı, uzmanlığı sanat alanı dışında olan kişiler, sanat etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için gerekli insan kaynağıdır. Türkiye'de örnek, bağımsız ve kurumsal bir yapı olan İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın etkinlikler için sağladığı insan kaynağı, başka bir deyişle işbölümleri şöyledir: Pazarlama, medya ilişkileri, satış ve iş geliştirme, İKSV stüdyo, prodüksiyon, kurum kimliği ve yayınlar, bilgi ve belge merkezi, mali ve idari işler, sponsorluk programı, kamu destekleri ve uluslararası fonlar, insan kaynakları ve idari işler.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular çerçevesinde, kurumsallaşma ve kurumsal yönetim açısından İstanbul Müzik Festivali'nin, kurumsal sponsorlukla gerçekleştirilen etkinlikler arasında, öncü ve örnek bir yapı olduğu tespit edilmiştir. Önceden belirlenmiş ve sınırlandırılmış işbölümlerine sahip olan festival, gerektiğinde bu sınırları genişletebilme özgürlüğüne sahiptir.

Sonuç olarak, kurumsal sponsorlukla faaliyetlerini sürdüren klasik müzik etkinliklerinin ortak özellikleri aşağıdaki gibidir:

1. Destekleyicilerden bağımsızdırlar.
2. Vakıf çatısı altındadırlar.
3. Kendilerine özgü yönetici ekipleri vardır.
4. Kaynak eksikliğini giderebilmek için kendilerine özgü, birbirlerine benzemeyen programlar geliştirmişlerdir.
5. Etkinlik bütçeleri, dışarıdan destek alınarak karşılanır.

6. Etkinliklerin kendi maliyetini karşılaması beklenir.

3.2. Desteklenen Kurumsal Etkinlikler ve Topluluklar

Bu bölümde, araştırmada adı geçen, kurumsal himaye ve kurumsal sponsorlukla desteklenen klasik müzik etkinlikleri ve topluluklarına dair kişisel görüşmelerden çıkan özellikler sunulmuştur.

Arkas Trio Türkiye'deki ilk kurumsal üçlüdür. Topluluk, davet edilen, şirketin ve grubun adına uygun tüm etkinliklere katılmaktadır. Genellikle bu etkinlikler özel davetiyeli etkinlilerdir, ancak festivallerde ve konser salonlarında genel dinleyici kitlesine de çalmaktadırlar. Arkas Trio, Arkas Holding'in himayesinde planlanan konserler için bir araya gelerek çalışmalarını yapmaktadır (Kişisel Görüşme: Gunel, 13.11.2015, İstanbul).

Borusan Quartet, Türkiye'de bir şirketin kadrolu çalışanı olarak çalışmalarını sürdüren ilk kurumsal dörtlüdür. Grubun gelişimi için grup üyelerine belirli bir mekânda sadece müziğe odaklanarak yeteneklerini geliştirme imkânı verilmiştir. Grup üyeleri her gün düzenli olarak şirket çalışanları gibi belirlenmiş iş saatlerinde, kendileri için hazırlanmış mekânda bir araya gelip çalışmaktadır. Borusan Quartet genellikle, yurtiçi ve yurtdışı etkinlik programlarında yer almaktadır (Kişisel Görüşme: Hasır, 01.12.2015, İstanbul).

Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası, Türkiye'de yıl içinde düzenli konserler veren ve kurumsal bir yönetim yapısı olan tek toplama orkestradır (Kişisel Görüşme: Rend, 03.11.2015, İstanbul). Küçük bir oda orkestrası olarak başlayıp bir filarmoni orkestrasına dönüşen topluluk, Borusan Holding himayesinde olsa da "*İstanbul'un orkestrası*" olarak kabul edilmektedir (Hasır, 01.12.2015).

Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası, Türkiye'nin ilk kurumsal çocuk orkestrasıdır ve geçen 10 yıl içinde sessiz sedasız çalışmalarına devam etmiştir. Ancak Doğuş Grubu'nun sosyal sorumluluğa dayalı klasik müzik projelerini Pozitif Live isimli müzik organizasyon şirketine emanet etmesiyle, orkestranın faaliyetlerine daha kurumsal bir anlayışla yaklaşılmaya başlanmıştır. Bu orkestra, yılın belirli tatil günlerinde çalışmalarını gerçekleştirmek amacıyla yılda iki defa toplanmaktadır.

Orkestraya seçilen çocuklar, 18 yaşına gelene kadar orkestrada her sene çalabilme hakkına sahiptir (Kişisel Görüşme: Güz, 09.12.2015, İstanbul).

Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası, Türkiye'nin ilk gençlik orkestrasıdır. Ayrıca bir kuruma bağlı olmadan, kurumsal sponsorlukla faaliyetlerini sürdüren tek orkestradır. Her sene belirlenen tarihlerde orkestra için çalıcı sanatçı seçmesi yapılarak, programdaki eserleri seslendirebilecek bir topluluk oluşturulmaktadır. Yaz tatilinde toplanan orkestra, tatilin belirli bir kısmında provalar yaptıktan sonra, önce kurumsal sponsorları için Türkiye'de, daha sonra da yurtdışında çeşitli festivallerin programlarına katılmaktadır (Rend, 03.11.2015, İstanbul).

Doğuş Grubu'nun himayesinde gerçekleştirilen ve bir marina festivali olan D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali'nin 10 yıllık başarı grafiği sürekli yüksek olmuştur (Kişisel Görüşmeler: Kamu, 13.11.2015; 09.12.2015, İstanbul). Doğuş Grubu'nun kurumsal yönetim anlayışına uygun olarak festivali üstlenen Pozitif Live grubu, etkinliği bölgeye katkı sağlayacak ve daha geniş kitlelere duyuracak kurumdan (sponsordan) bağımsız bir festival haline getirme çalışmalarına başlamıştır (Kişisel Görüşme: Güz, 09.12.2015). Bu anlayışa göre, 2017 yılındaki festivalin Bodrum Müzik Festivali olarak tanıtıldığı belirlenmiştir.

İstanbul Müzik Festivali, Türkiye'de gerçekleştirilen ilk festival olması ve Türkiye'de klasik müzik alanındaki en eski festival olup günümüze kadar sürekli kendini kurumsal olarak yenilemesi bakımından hem öncüdür hem de kurumsal yönetim açısından öne çıkmıştır (Kişisel Görüşme: Sarter, 16.12.2015). Kurumsallaşma bakımından hala diğer klasik müzik etkinliklerine örnek olmaktadır. Bunların yanında, ilgili topluluk ve festivaller bir konser sezonunda/döneminde birbirinden farklı sayılarda etkinlikler gerçekleştirmektedirler (Bkz.: EK 4).

Kurumsal himayenin Türkiye'deki tek ulusal opera yarışması olan Siemens Ulusal Opera Yarışması, küçük bir ekiple düzenlenmeye devam eden, genç sanatçılara faydalı olma ve onları Avrupa'ya yönlendirme amacıyla gerçekleştirilen bir etkinliktir. Eğitim ödülü olan bu yarışmanın eleme aşamaları halka açık olmasına rağmen, final aşaması sadece şirket içi yönetici ya da şirketin etkileşim halinde olduğu çevreye açıktır (Kişisel Görüşme: Yalın, 18.11.2015, İstanbul).

Leyla Gencer Uluslararası Şan Yarışması, İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın himayesinde, vakfın kaynaklarıyla iki yılda bir gerçekleştirilen bir etkinliktir.

Yarışmada derece alan kişilere para ödülü verilmektedir. Kurumsal sponsorluk altında kurumsal olarak himaye edilen araştırma kapsamındaki tek etkinliktir.

3.3. İdeal Destekleme Sistemi

Bu bölümde, yapılan kişisel görüşmeler sırasında ortaya çıkan, Türkiye'de günümüzde uygulanan klasik müzik sponsorluğu ve olması gerektiği düşünülen ideal destekleme sistemi sunulmuştur. Buna göre, ideal destekleme sistemi için devletin kültür politikası ve sponsorluk yasasının düzenlenmesiyle birlikte teşviklerin artmasının klasik müzik alanındaki sponsorları fazlalaştıracağı ortak görüştür. Devlet ve özel sektörün işbirliğinin ideal olması, çağdaş ve uygar bir ülke olmanın göstergesi olarak görülmekte ve bu işbirliğinin geliştirilmesi için klasik müzik etkinliklerini toplumla bütünleştirecek çeşitli formüller üzerinde çalışılması gerekmektedir (Kişisel Görüşme: Rend, 03.11.2015, İstanbul). Bu nedenle, klasik müzik etkinliklerinin desteklenmesinde devlet ile özel sektörün işbirliğinin hem özel sektörde hem de toplumda farkındalık yaratacağı görüşü hâkimdir.

Yapılan kişisel görüşmelere göre, devlet de özel sektör kadar sorumluluk hissetmelidir. Klasik müzik etkinliklerine herkes ya da her kurum sponsor olabilmeli ancak bunun için Türkiye'de yeni olan sponsorluğun gelişmesi gerekmektedir. En küçük miktardan en büyük miktara kadar finansal destek, klasik müzik etkinlikleri için önemlidir (Rend, 03.11.2015; Gunel, 13.11.2015, İstanbul). Özel sektörün bu konuda farkındalığının olması ve klasik müziğin sanatsal değerini kavramasının uzun zaman almasından dolayı, devletin klasik müzik etkinliklerini desteklemesi ve teşvik etmesi gerekmektedir. Buna göre, devletin kültürel politika çerçevesinde gerekli alt yapıyı kurması ve devletin desteklediği klasik müzik kurumlarının eğitim konserleri gerçekleştirerek toplumun kültürlenmesi konusunda sorumluluklarını yerine getirmesi beklenmektedir (Rend, 03.11.2015; Gunel, 13.11.2015; Güz, 09.12.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul). Devletin kültürel politika çerçevesinde gerekli alt yapıyı kurması söylemi, hükümetlere göre değişmeyen bir kültür politikasının belirlenerek sürdürülmesi ve kültür merkezleri yerine konser salonlarının açılması anlamında kullanılmıştır. Bunun yanında, klasik müzik etkinliklerine ve sanatçılara sınırlama olmaması açısından devletin finansal katkısının belirli oranlarda olması gerektiği (Yalın, 18.11.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul) ve Türkiye'nin tanıtım

bütçesinin çok küçük bir kısmına denk geldiği belirtilmiştir (Rend, 03.11.2015, İstanbul). Türkiye'nin tanıtım bütçesinin 21 milyar dolar olduğu (Büyükşahin, 2017) düşünüldüğünde, klasik müzik alanındaki yatırımların bu rakamın yanında çok küçük bir miktar olarak kaldığı söylenebilir.

Devlet ile özel sektörün işbirliğinden oluşan sponsorluk sisteminin ideal olarak adlandırılmasının başka bir nedeni ise şirketlerin destek veremeyecek ekonomik durumda olması halinde, klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliğini sağlayacağını düşündüğünden, özel sektör ile birlikte devletin de yüzde yüz sorumluluk alması beklenmektedir. Dünyada sacayağı denilen mekanizmayla desteklenen klasik müzik alanının sosyal kaygı, eğitsel fayda ve insan yaşamına kattığı değer açısından sadece özel şirketlere bırakılmaması gerekmektedir (Kişisel Görüşme: Sarter, 16.12.2015, İstanbul).

Buradan yola çıkarak, insanların klasik müziği keşfetmesi için devletin ve özel sektörün desteğinin yanında sivil toplum kuruluşlarının da işbirliği içine dâhil olmasıyla, yukarıda Sarter'in tanımladığı şekliyle sacayağı denilen mekanizmayla klasik müzik alanına desteğin devlet ve özel sektör ile birlikte sivil toplum kuruluşlarının da bu işbirliğine dâhil olması gerekmektedir. Böylece toplum içinde klasik müzik daha kolay keşfedilebilir olacaktır (Yalın, 18.11.2015, İstanbul).

Yukarıda anlatılanlara ek olarak, ideal destek sisteminin bir parçasının da etkinliklerin ideal yönetim sistemi olduğu görülmüştür. Yapılan kişisel görüşmelere göre, yöneticiliğin belli bir kavrayış ve uzmanlık gerektirmesinden dolayı klasik müzik etkinlikleri gibi sanatsal etkinliklerde, yönetici ekiplerin artistik direktörler ve idari direktörler olarak ayrılması beklenmektedir (Hasır, 01.12.2015; Güz, 09.12.2015; Sarter, 16.12.2015, İstanbul). Bu görüşlere göre, kültür yönetimi için gerekli olan belirli donanımlara sahip kişilerin klasik müzik etkinliklerini yönetmeleri daha uygun görülmektedir. Kendi değerlerine sahip çıkan, vizyon sahibi kişilerin klasik müzik alanında karar verici ya da yönlendirici konumlarda olması (Kişisel Görüşmeler: Behiye ve Gunel, 13.11.2015, İstanbul), klasik müzik etkinliklerinin sanatsal değerinin ön planda tutulmasını sağlar. Bunun için de klasik müzik etkinlikleri ya da diğer sanatsal etkinliklerde sanatsal yönetimin, sanat içinden gelen, sanat alanında eğitim alıp uzmanlaşmış kişilerden oluşması gerekmektedir. (Kişisel Görüşmeler: Rend, 03.11.2015; Kamu, 13.11.2015, İstanbul).

Sonuç olarak, ideal bir destekleme sistemi için toplumla daha çok iletişim halinde olan sivil toplum kuruluşlarının da klasik müzik etkinliklerini destekleme sistemine katılması gerektiği görüşü ortaya çıkmıştır. Böylece, özel sektör, devlet ve sivil toplum kuruluşlarından oluşacak bir destekleme sisteminin ideal olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, ideal destekleme sistemi için ideal bir yönetim sisteminin olması uygun bulunmaktadır. İdeal destek ve yönetim sistemi de klasik müziğin kültürel bir değer olarak toplumun tüm kesimlerinde farkındalık yaratmasını, ülkenin uluslararası alanda imajını olumlu yönde etkilemesini ve kültürel bir değer olarak sürdürülebilirliğini sağlayacaktır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Sonuç

Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinliklerini neden ve nasıl bir sistem ile desteklediği probleminden yola çıkılıp belirlenen alt problemler çerçevesinde yapılan araştırmada şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Özel sektörün klasik müzik etkinliklerini desteklemesinin nedenleri; devletin klasik müziği görünürde destekliyor olması ancak kültürel bir değer olarak görmediğinden desteğin yetersiz olduğunun düşünülmesi, şirket kurucularının bireysel beğenilerinin yönlendirmesi, özel sektörün toplumsal ve ekonomik manada kazanç sağlaması ve toplumsal olarak fayda sağladığı düşünülmesi olarak tespit edilmiştir.

Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinliklerini nasıl desteklediğine ilişkin bulgulara bakıldığında, kurumsal himaye (kurucu destekçi-içeriden destek) ve kurumsal sponsorluk (dışarıdan destek) olmak üzere iki destek biçimi belirlenmiştir. Her iki destekleme biçimine, şirketlerin benimsediği stratejiler çerçevesinde karar verildiği tespit edilmiştir. Kurumsal himayenin stratejisi, etkinliklerin her aşamasında şirket yönetiminin etkin olmasıdır, kurumsal sponsorluğun stratejisi ise uygun sponsorluktur. Ancak bu strateji içinde uygulanan uygun sponsorluğun, klasik müzik alanındaki desteğin sınırlı olmasına yol açtığı tespit edilmiştir. Uygun sponsorluk anlayışının destek veren şirketlerin hem klasik müzik etkinliğiyle hem de etkinliği desteleyen diğer şirketlerle örtüşmesi anlamına geldiği belirlenmiştir. Uygun sponsorluk yanında, klasik müzik alanındaki kurumsal sponsorluğun sınırlı olmasının nedenlerinden diğerinin ise vizyon olduğu, vizyonun da destekleme stratejisinin önemli bir faktörü olduğu tespit edilmiştir.

Kurumsal himayenin etkinliklerin devamlılığı konusunda belirsizlik gösterdiği, kurumsal sponsorlukla faaliyetlerini sürdüren etkinliklerin ise gelişime ve yeniliğe daha açık olduğu gözlemlenmiştir. Özel sektörün desteklediği klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliği için de düzenli finansal desteğin, devlet katkısının, kurumsal yönetim anlayışının, niteliğin, dinleyicilerin beğenisinin gerektiği belirlenmiştir.

Özel sektörün klasik müzik etkinliklerini destekleme biçimleri arasında ortaya çıkan farklılıklar vardır. Bunlar da destekleme sistemine bağlı olarak değişmektedir. Kurumsal himayede klasik müzik etkinlikleri iki şekilde yönetilmektedir. Birincisi şirketlerin kurumsal iletişim departmanlarına bağlı olanlar (Arkas Trio, Siemens Ulusal Opera Yarışması); ikincisi ise şirket içi sanat departmanına bağlı olanlardır (Borusan Quartet, Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası, Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası, D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali). Ancak sanat departmanına bağlı olarak yönetilen klasik müzik etkinliklerinin, iletişim departmanlarıyla yönetilenlere göre kurumsal anlayışa daha yakın oldukları gözlemlenmiştir. Kurumsal sponsorlukla gerçekleştirilen klasik müzik etkinliklerinin, destekleyenlerden bağımsız olarak kurumsal yönetim biçimini benimsedikleri tespit edilmiştir.

Özel sektörün klasik müzik etkinliklerini destekleme biçimleri arasındaki farklılıkların yanı sıra ortak özelliklerinin de olduğu belirlenmiştir. Bunlar, klasik müzik etkinliklerini uzun süreli destekleme, nitelik kaygısı, kurumsal yapı ve kâr amacı olmamasıdır.

Araştırma kapsamında belirlenen iki destekleme biçiminin yanında ideal destekleme sistemi irdelendiğinde, özel sektörün, devletin ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliği içinde olması ve bunun için yasal düzenlemelerin yapılarak gerekli alt yapının hazırlanması gerektiği tespit edilmiştir.

Bu strateji çerçevesinde, kurumsal himaye ile desteklenen etkinliklerin işbölümlerinin, şirketlerin yönetim anlayışıyla belirlendiği görülmüştür. İletişim veya sanat departmanlarıyla yönetilen bu etkinliklerin başlangıçlarının kişisel beğeni ya da sanat sponsorluğu alt yapısı çerçevesinde olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, özel sektörün klasik müzik etkinlilerini desteklemesinin nedenleri ve nasıl desteklediği soruları sorularak yapılan bu araştırmada, özel sektörün klasik müzik etkinliklerinin devamlılığını sağlamak amacıyla desteklediği; kurumsal himaye ve kurumsal sponsorluk olmak üzere kendi içlerinde de farklılaşan iki destekleme biçimi geliştirdiği belirlenmiştir.

Tartışma

Müziğin kültürel yaşamın bir parçası olarak ele alındığı bu araştırmada, kültürel ve finansal çevre arasındaki ilişki, klasik müzik etkinlikleri üzerinden incelenmiştir. Ekonomik sermayenin kültürel sermayeye aktarılmasıyla oluşan müziksel çevrenin, hangi nedenlere bağlı olarak nasıl biçimlendiği incelenerek elde edilen bulgular sunulmuştur. Buna göre, Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinlikleri ve toplulukları oluşturarak yaptığı öncü girişimler sonucunda kültürel bir süreç meydana gelmiştir. Kısa bir tarihsel süreçten oluşan bu yapılanmada özel sektörün klasik müziği destekleme sistemi, elde edilen bilgiler doğrultusunda oluşturulmaya çalışılmıştır.

Bourdieu, tüm eylemlerin simgesel ya da maddi çıkara dayandığını belirtir (Akt. Swartz, 2013: 143). Özel sektör, devletin sahiplenmekten vazgeçtiği klasik müzik alanındaki boşluğun doldurulması ve örnek oluşumlarla sürdürülebilir sanat geleneğinin gerçekleştirilebilmesi amacıyla girişimler yapmıştır. Ancak bu girişimlerini sosyal sorumluluk olarak tanımlamıştır. Bu durum karşılık beklemeden yaptıklarını söylemeleriyle çelişir. Çünkü sosyal sorumluluk adı altında yapılan desteklerin miktarının bir kısmı, ödemekle yükümlü oldukları vergiden düşülür. Aslında burada bir çıkar ilişkisi vardır. Özel sektör hem devlete vergi verip hem de sosyal sorumluluk projesi yapmak istemediği için böyle bir yöntem oluşturulmuştur. Bunun nedeni özel sektöre göre, devletin topladığı vergilerle yapmakla yükümlü olduğu şeyleri, değişen politikalardan dolayı, yapmamasıdır.

Bulgular, Titon'un (2009) üç prensibi (sınırlı büyüme, müzik kültürlerinde temel bağlantılar ve kaynakların kullanımında insanların sorumluluğu) ile değerlendirildiğinde, özel sektörün desteklediği klasik müzik alanındaki çeşitlilik oda müziği grupları, orkestralar, yarışmalar ve festivallerden oluşmaktadır. Aslında bu çeşitliliğin içinde her yapıdan bir tane bulunmaktadır. Örnek olarak bir gençlik orkestrası varsa diğer orkestranın çocuk orkestrası ya da eğitim amaçlı olmayan profesyonel bir orkestra olması; opera alanında iki yarışmanın olması ancak birinin ulusal diğerinin de uluslararası olarak yapılmasıdır. Görüşülen kişilere göre bu durum klasik alanındaki boşluğun doldurulmasıdır. Ancak klasik müzik alanında tek, dolayısıyla öncü olmanın özel sektör için önemli olduğu gözlenmiştir. Kuramsal

çerçevede açıklanan Bourdieu'nün (2013) sermaye kuramına dayalı olarak tek ve öncü olma durumu, simgesel sermayeye (prestij) verilen önemi göstermektedir. Özel sektör, bu simgesel çıkarı koruma amacıyla klasik müzik etkinliklerinin sınırlılığını kontrol etmektedir.

Özel sektörün beklentileri doğrultusunda yönlendirdiği klasik müzik etkinliklerini destek sistemi, Titon'un (2009) üç prensibinden biri olan "*sınırlı büyüme*" açısından ele alındığında, etkinliklerin değil, ancak etkinlikleri destekleyenlerin artması şeklinde yapılandırılmıştır. Yine de etkinlikleri destekleyen şirketlerin az olduğu düşünülmektedir. Klasik müzik alanındaki desteğin az olmasının sebebi, kurumsal sponsorlukla desteklenen etkinliklerde uygun sponsorluk kavramının kullanılmasıdır. Bu durum desteğin az olmasından doğan rahatsızlıkla ikilem yaratmaktadır. Kurumsal sponsorlukla destek alan etkinliklerde gözetilen uygun sponsorluk ile hem etkinlik hem de etkinliği destekleyen diğer şirketlerin uyumluluğu aranmaktadır. Birbirine yakın iş çevrelerinin klasik müzik etkinliklerini desteklemesi çerçevesinde uygun görülen bu anlayış, daha çok etkinliklerin profesyonel yöneticileri tarafından vurgulanmıştır. Dolayısıyla, her etkinliğe her kurumsal sponsor uygun görülmemektedir. Ancak, sanatçı-yöneticiler/danışmanlar ise kurumsal sponsorlukta destek verilmesinin önemi üzerinde durmuşlar, küçük ya da büyük, bütün destekçilerin öneminden bahsetmişlerdir. Kuramsal çerçevede belirtildiği gibi, aslında bu durum, alanın büyüklüğünün aktörlerin çıkarları doğrultusunda değiştiği teorisini (Bourdieu, 2006 ve 2013; Swartz, 2013) doğrulamaktadır. Ayrıca, klasik müzik alanında uzun süreli olarak etkin olan özel sektörün belli başlı kurumları, sanat sponsorluğunda edindikleri tecrübeyle klasik müzik alanına hâkim konumda görülmektedir. Böylece klasik müzik alanını da yine kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirmektedirler. İş çevrelerinin birbiriyle girdikleri bu etkileşim çerçevesinde kendi kültür ya da elit çevreleri (TÜSİAD[9] ve MÜSİAD[10] gibi) oluşmaktadır. Bunun ötesinde, sanatçı ve profesyonel yönetici bakış açısının da uygun sponsorluk konusunda farklılığı görülmektedir. Sanat alanında profesyonel yöneticilerin etkin olduğu düşünüldüğünde, klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliğinin kimin sorumluluğunda olduğu sorusu akla gelmektedir.

[9] Türkiye Sanayici İşadamları Derneği
[10] Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

Dışsal finansal baskıların, içsel operasyonları etkilemesi (Heilburn ve Gray, 2004; Stockenstrand ve Ander, 2014) kurumsal himaye ile desteklenen klasik müzik etkinliklerinin ve topluluklarının birbirlerinden farklı yönetim anlayışında olmasına nedendir. Burada, kurumsal himaye biçiminin iletişim departmanlarına ayrıca bir iş yükü getirmektedir. Araştırma kapsamında görüşülen iletişim departmanı sorumluları klasik müzik etkinliklerini severek organize ettiklerini belirtmişlerdir. Ancak, kurumsal yönetim biçiminin etkinliklere uygulanmaması, etkinliklerin ya da toplulukların sürdürülebilirliğinin yanında toplumsal açıdan bilinirliğini ve farkındalığını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu anlamda yapılan görüşmelerde, ilgili kişiler çok güzel işler yaptıklarına inandıklarını ve gerçekleştirdikleri etkinliklere katılımın kendilerini memnun ettiğini belirtseler bile genel dinleyici kitlesinden uzaktırlar (Arkas Trio, Siemens Ulusal Opera Yarışması) ve yapılan çalışmalar himaye eden şirket ve şirketin çevresinden öteye gidememektedir. Doğuş Grubu'nun düzenlediği D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali de bu çerçevede yeniden yapılanmaya giderek, festivalin geniş kitlelerce bilinmesini sağlamayı hedeflemiştir.

Titon'un (2009) son prensibi olan "*kaynak kullanımı ve kaynakların yenilenebilir olması*" çerçevesinde özel sektörün desteklediği klasik müzik etkinliklerindeki insan kaynağı (kurumsal yönetim ve ekipler), finansal kaynağın sürekliliğinin sağlanması için önemlidir. Bu nedenle kurumsal yönetim anlayışının olmadığı kurumsal himaye ile desteklenen ve iletişim departmanlarına emanet edilmiş klasik müzik etkinliklerinin ve topluluklarının devamlılığı konusu belirsizdir. Uzun yıllardan beri devam eden bu etkinliklerde Borusan Sanat dışında kurumsal yönetim anlayışının tercih edilmemesi, kurumsal sponsorlukla desteklenen klasik müzik etkinlikleri arasında da sadece İstanbul Müzik Festivali'nin kurumsal anlayışla yönetilmesi dikkat çekicidir. Kurumsallaşmanın klasik müzik etkinliklerinin sürdürülebilirliğinin gerekçelerinden biri olmasına rağmen klasik müzik etkinliklerinde kurumsal yönetim anlayışının tercih edilmemesi, özel sektörün finansal desteğinin devamlılığı konusunda belirsizlikler oluşturmaktadır.

Bulguların analizinden elde edilen sonuca göre, sürdürülebilir bir klasik müzik etkinliği için ideal destek sisteminin gerekliliği ortaya çıkmıştır, ancak bunun gerçekleşebilmesi için de klasik müziğe bakış açısının değişmesi, klasik müziğin bir tanıtım ya da imaj çalışması amacıyla desteklenmesinden ziyade kültürel bir değer olarak kabul edilmesi gerekmektedir. Bunlara ek olarak, klasik müzik alanı desteklenirken kültürlenme yani seyirci kitlesinin kültürel sermayesini geliştirip beğenilerini bu anlamda değiştirme ve toplumsal farkındalık yaratma hedefi olmalıdır.

Ekonomik sermayeyle kültürel sermayenin birbirini beslediğinin tespit edildiği bu araştırmada, Türkiye'de özel sektörün klasik müzik etkinliklerini desteklemek için bir sistem oluşturmaya çalıştığı, ancak farklı uygulamalardan da anlaşıldığı üzere nasıl olacağına karar veremediği açıktır. Devlet desteğini, devletin müdahale etmesini önlemek için ilk zamanlarda almak istemeyen özel sektör, bugün, kendi önerileri doğrultusunda devletin etkinliklere katkı sağlamasının ideal olduğunu savunmaktadır. Kültür politikasının net ve değişmez bir biçimde oluşturulmasını öncelikli olarak devletten bekleyen özel sektör, oluşturulabilecek alternatif kültür politikalarını da devlet yönetimine sunmuştur. Böylece klasik müzik alanını kontrol altına almış olan özel sektör, siyasal anlamda klasik müziğe destek sistemini yönlendirmeye çalışmaktadır.

Klasik müzik alanında devletin ya da özel sektörün desteklediği yapıların devamlılığı ve gelişimi için yönlendirici bir kültür politikası olmalıdır. Bunun yanında devletin kültür merkezleri yanında, profesyonel biçimde yönetilen konser salonları yapması beklenmektedir. Belediyelere bağlı kültür merkezlerinin taşeron firmalarla anlaşmalar yaparak etkinlik takvimi belirlemesi, uzun süreli klasik müzik etkinliklerinin önceden programlanması ile uyuşmamaktadır. Ayrıca kültür merkezlerindeki salon akustiğinin klasik müzik etkinlikleri için yeterli olmaması nedeniyle, özel sektör bu tür mekânlarda etkinlikleri yapmayı tercih etmemektedir.

Klasik müzik alanında daha fazla girişim yapabilecek kapasitede olduğunu belirten özel sektör, başta kültür politikası olmak üzere devletin yasal olarak klasik müzik alanını sahiplenmesi gerektiğini düşündüğünden, devlet desteği olmadan (hem yasal hem de finansal anlamda) bunu devam ettirmede zorlanacağını belirtmiştir.

Öneriler

Bu araştırmanın konusu bağlamında, Türkiye'nin farklı bölgelerinde özel sektörün desteklediği etkinlikler araştırılabilir, benzer yapılar belirlenerek yapısal ve yönetsel olarak karşılaştırma yapılarak incelenebilir, etkinlikler tek tek incelenerek gereksinimler etkinliğe özgü olarak belirlenebilir. Ayrıca geçmişte sonlandıran başarılı oluşumların devam etmemesinin nedenleri, özerkliğin klasik müzik alanı için önemi ve sanatsal değerin yaratılmasını sağlayacak koşulların neler olduğu araştırılarak klasik müzik alanındaki yeni girişimler için örnek çalışmalar olabilir.

Kamuoyunun ilgisini çekmek ve farkındalığı arttırmak amacıyla klasik müzik alanındaki yapıları, sanatçıları ve katkı sağlayan bireyleri ödüllendirici ve klasik müzik alanında yeni eser yaratımını özendirici etkinliklerin olması, aktif olan ve yeni girişimlerle klasik müzik alanında yer almak isteyen kurumları teşvik edici ve bilinçlendirici bir yol gösterme şekli olacaktır.

KAYNAKÇA

Alimdar, Selçuk: **Osmanlı'da Batı Müziği**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2016.

Allen, Aaron: "Ecomusicology: Ecocriticism and Musicology," **Journal of the American Musicological Society**, Vol, 64, No. 2, Summer 2011, pp. 391-394. (Çevrimiçi) DOI: 10.1525/jams.2011.64.2.391, 5 Şubat 2012.

Aracı, Emre: **Naum Tiyatrosu**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2010.

Attali, Jaques: **Gürültüden Müziğe: Müziğin Ekonomi-Politiği Üzerine**, Çev. G.G. Türkmen, İstanbul, AyrıntıYayınları, 2005.

Baliç, İlkay, Ermiş, Didem: **İ-KA-SE-VE: 370 Kişi İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın 40 Yılını Anlatıyor**, İstanbul, İstanbul Kültür Sanat Vakfı, 2013.

Beard, David, Gloag, Kenneth: **Musicology: The Key Concepts**, London and New York, Routledge, 2005.

Becker, Howard S.: **Sanat Dünyaları**, Çev. Evren Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2013.

Bikmen, Filiz: "The Rich History of Philanthropy in Turkey: A Paradox of Tradition and Modernity," **Philanthropy in Europe: A Rich Past, A Promising Future**, Ed. Norine MacDonald,Luc Tayart de Borm, pp. 223-234, London, Alliance Publishing Trust, 2008.

Bourdieu, Pierre: **Sanatın Kuralları**, Çev. N. Kamil Sevil, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2006.

Bourdieu, Pierre: **Seçilmiş Metinler**, Çev. Levent Ünsaldı, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2013.

Bourdieu, Pierre: **Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, Çev. Derya Fırat Şannan, Ayşe Günce Berkkurt, Ankara, Heretik Yayıncılık, 2015.

Bowen, Glenn A.: "Document Analysis as a Qualitative Research Method,"

Qualitative Research Journal, Vol. 9 Issue. 2, 2009, pp.27-40, (Çevrimiçi) DOI: https://doi.org/10.3316/QRJ0902027, 10 Ocak 2018.

Bowie, Andrew: "Music aesthetics and critical theory," **An Introduction to Music Studies**, Ed. J.P.E. Harper-Scott ve Jim Samson, pp. 79-94, New York Cambridge University Press, 2009.

Burckhardt, Jacob: **The Civilization of the Renaissance in Italy**, 3rd Edition, Trans. S. G, C. Middlemore, Vienna, The Phaidon Press,1995.

Büke, Aydın, Altınel, İpek Mine: **Müziği Yaratanlar: Barok Dönem**, İstanbul, Dünya Kitapları, 2006.

Büyükşahin, Taylan: "Tanıtım grupları kapatıldı alacaklılar ortada kaldı," **Sözcü**, 7 Nisan 2017, (Çevrimiçi) http://www.sozcu.com.tr/2017/ekonomi/tanitim-gruplari-kapatildi-alacaklilar-ortada-kaldi-1779501/ , 25 Eylül 2017.

Ceccarelli Morolli, Danilo: **A Brief Outline of Roman Law**, Roma, Gangemi Editore, 2012.

Cemaloğlu, Necati: "Öğretmen Performansının Artırılmasında Okul Yöneticisinin Önemi," **Milli Eğitim Dergisi**, No. 153-154, Kış-Bahar 2002 (Çevrimiçi) http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/153-154/cemaloglu.htm, 29.09.2015.

Crane, Diana: **Media Culture, Urban Arts Culture, and Government Policy**, Newbury Park, Sage Publications, 1992.

Collett, Pippa, Fenton, William: **The Sponsorship Handbook Essential Tools, Tips and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers**, Chichester, West Sussex, Wiley, 2011.

Çölgeçen, Berrin A.: "Türkiye'de Kültür ve Sanat Sponsorluğu: Türkiye İş Bankası Efes Pilsen ve TÜRSAK Örneklerinde

Sorunlar-Çözüm Önerileri," (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2008.

Demirtas, Mine: "A Study on the Activities of Mecenat in the Ottoman Empire," **Asian Journal of Social Sciences & Humanities**, Vol. 1, No. 4, Nov. 2012, pp. 5-14. (Çevrimiçi) http://www.ajssh.leena-luna.co.jp/AJSSHPDFs/Vol.1(4)/AJSSH2012(1.4-01).pdf, 23 Eylül 2017.

DiMaggio, Paul: "Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston: the creation of an organizational base for high culture in America," **Media, Culture and Society** No. 4, 1982, pp. 33-50. (Çevrimiçi) http://mcs.sagepub.com/content/4/1/33, 6 Nisan 2013.

Emerson, Robert M., Fretz, Rachel I., Shaw, Linda L.: **Bütün Yönleriyle Alan Çalışması: Etnografik Alan Notları Yazımı**, Çev. Erkan Koca, Ankara, Birleşik Yayınevi, 2008.

Erkmen, Aslıhan: "Sanatın Değişim Değerinin Belirlenmesinde Para: Sanat Sponsorluğu," **Kırılmalar, Sınırlar, Yolculuklar: Sanat ve Felsefe Buluşması**, Ed. Aslıhan Erkmen, Ayşe N. Erek, Nazlı Eda Noyan, s. 161-167, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 2010.

Eser, Celal, Dolunay, Ahmet: "Kültür-Sanat Faaliyetlerinde Sponsorluk," **Yıldız Journal of Art and Design**, Vol. 1, Issue. 2, 2014, pp. 30-35. (Çevrimiçi) http://dergipark.ulakbim.gov.tr/yjad/article/view/5000110938/5000103256, 4 Şubat 2017.

Franck, Wolf: "Musicology and Its Founder, Johann Nicolaus Forkel (1749-1818)," **The Musical Quarterly**, Vol. XXXV, Issue. 4, 1 October 1949, pp. 588–601 (Çevrimiçi) https://www.jstor.org/stable/pdf/739879.pdf, 14 Mayıs

2014.

Glesne, Corrine: **Nitel Araştırmaya Giriş**, Çev. Ersoy ve Yalçınoğlu, Ankara, Anı Yayıncılık, 2014.

Grout, Donald J., Palisca, Claude V.: **A History of Western Music**, 6th Edition, New York, W.W. Norton & Company, 2001.

Gül, Öykü: "Sponsorluklar ve Sosyal Sorumluluk," **Markaloji: Markaya Dair Herşey**, Ed. Filiz O. Demir, s. 273-296, İstanbul, Giza Yayıncılık, 2012.

Gürbilek, Nurdan: **Vitrinde Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi**, İstanbul, Metis Yayınları, 2011.

Heilburn, J., Gray, Charles M.: **The Economics of Art and Culture,** UK, Cambridge University Press, 2004.

Ikävalko, Minna: "Relational Exchange and Commitment in Art Sponsorship: Case: Finnish National Opera and Sampo," **7th International Conference on Arts and Cultural Management,** 2003 Milan, Italy, Universitá Commerciale Luigi Bocconi. (Çevrimiçi) http://ernest.hec.ca/video/pedagogie/gestion_des_arts/AIMAC/2003/resources/pdf/B/B03_Ikavalko.pdf, 22 Aralık 2016.

Johnson, Julian: **Who Needs Classical Music?**, Oxford, New York, Oxford University Press, 2002.

Karaçam, Burhan: **"Orası Yapı Kredi Fark Oradaydı,"** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2012.

Karasar, Niyazi: **Araştırmalarda Rapor Hazırlama**, Ankara, Nobel Yayıncılık, 2014.

Kerman, Joseph: **Contemplating Music: Challenges Musicology**, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1985.

Kohlbacher, Florian: "The Use of Qualitative Content Analysis in Case Study Research," **Forum: Qualitative Socıal Research**, Vol. 7, No. 1, Art. 21, January 2006, pp. [1-30], (Çevrimiçi)

http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/75/154, 10 Ocak 2018.

Kosal, Vedat: **Osmanlı'da Klasik Batı Müziği,** İstanbul, EKO Basım Yayıncılık ve Organizasyon Ltd. Şirketi, 2001.

Kösemen, Begüm İ.: "Türkiye'de Özel Sektörün Kültür ve Sanat Alanındaki Artan Görünürlüğü," **Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi**, Cilt XXXIII, Sayı II, 2012, s. 145-172. (Çevrimiçi) http://dosya.marmara.edu.tr/ikf/iib-dergi/2012-2/8kosemen.pdf, 22 Aralık 2016.

Kutlay Baydar, Evren: **Osmanlı'nın Avrupalı Müzisyenleri**, İstanbul, Kapı Yayınları, 2010.

Kümbetoğlu, Belkıs: **Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2005.

Mayes, Stanley: **Sultan'ın Orgu**, Çev. Halim Spatar, İstanbul, İletişim Yayınları, 2000.

Merriam, Alan P.: "Definitions of Comparative Musicology and Ethnomusicology: An Historical-Theoretical Perspective," **Ethnomusicology**, Vol. 21, No. 2, May 1977, pp. 189-204. (Çevrimiçi) http://www.jstor.org/stable/85094310, Ocak 2017.

Nettl, Bruno: "Contemplating Ethnomusicology: What Hve We Learned?," **Archiv für Musikwissenschaft**, 676. Jahrg., H. 3., 2010, pp. 173-186. (Çevrimiçi) http://www.jstor.org/stable/2579826, 17 Ocak 2017.

Okay, Aydemir: "Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sponsorluk," (Yayınlanmış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1996.

Okay, Aydemir: "Mesenlik, Bağışçılık ve Sponsorluk," **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 5, 1997, s. 281-293. (Çevrimiçi)

http://www.journals.istanbul.edu.tr/iuifd/article/view/1019015594/1019014777, 22 Aralık 2016.

Olszewski, Edward: "The Enlightened Patronage of Cardinal Pietro Ottoboni (1667–1740)," **Artibus et Historiae**, Vol. 23, No. 45, 2002, pp. 139–165.

Öztürk, Atakan, Türker, M. Fehmi, Merttürk, Gülfe: "Orman Genel Müdürlüğü Sübvansiyon Uygulamaları ve Döner Sermaye Gelirlerine Etkisi: Artvin Orman Bölge Müdürlüğü Örneği," **Anadolu Orman Araştırmaları Dergisi**, Vol. 3, No. 2, 2017, s. 183-199, (Çevrimiçi) http://dergipark.gov.tr/download/article-file/389302, 28 Aralık 2017.

Schwaiger, Manfred, Sarstedt, Marko, Taylor, Charles R.: "Art fort he Sake of the Corporation: Audi, BMW Group, Daimler Chrysler, Montblanc, Siemens, and Volkswagen Help Explore the Effect of Sponsorship on Corporate Reputations," **Journal of Advertising Research**, Vol. 50, No. 1, March 2010, pp. 77-90, (Çevrimiçi) DOI: 10.2501/S0021849910091208, 10 Ocak 2018.

Skinner, Bruce E., Rukavina, Vladimir: **Event Sponsorship**, Hoboken, New Jersey, John Wiley & Sons, Inc., 2003.

Smeaton, Oliphant: **The Medici and The Italian Renaissance**, New York, Charles Scribner's Sons, 1901.

Smith, Jonathan A., Osborn, Mike: "Interpretative Phenomenological Analysis," **Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods**, Ed. Jonathan A. Smith, pp. 53-80, London, SAGE Publications Ltd., 2008.

Stokenstrand, Anna-Karin ve Ander, Owe: "Arts Funding and Its Effects on Strategy, Management and Learning," **International Journal of Arts Management,** Vol. 17, No. 1, Fall 2014, pp. 43-53, (Çevrimiçi) http://joanavasconcelos.com/multimedia/bibliografia/imprensa/2014_11_01_IJAM_pp54_64_%20AlexandraFernande

s_LuisAfonso.pdf, 10 Ocak 2018.

Swartz, David: **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi**, Çev. Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2013.

Stock, Jonathan P.J.: "Place and Music: Institutions and Cosmopolitanism in 'Shenqu', Shanghai Traditional Local Opera, 1912-1949," **Music & Letters**, Vol. 83, No. 4, November 2002, pp. 542-589, (Çevrimiçi) http://www.jstor.org/stable/3526379, 29 Ocak 2017.

Tanilli, Server: **Uygarlık Tarihi**, İstanbul, Cumhuriyet Kitapları, 2010.

Titon, Jeff T.: "Music and Sustainability: An Ecological Viewpoint," **The World of Music**, Vol. 51 No. 1, 2009, pp. 119-137. (Çevrimiçi) https://www.jstor.org/stable/pdf/41699866.pdf, 25 Aralık 2017.

Titon, Jeff T.: "The Nature of Ecomusicology," **Musica e Cultura: revista da ABET**, Vol. 8, No. 1, 2013, pp. 8-18. (Çevrimiçi) http://musicacultura.abetmusica.org.br/, 10 Ocak 2017.

Toprak, Gamze: "Türkiye'nin Müzik Kültürlerinde Devlet Orkestralarının Yeri: İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası Örneği," (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2010.

Uzunçarşılı, Ülkü, Toprak, Meral, Ersun, Oğuz: **Şirket Kültürü ve İş Prensipleri**, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayını, 2000, (Çevrimiçi) http://www.ito.org.tr/itoyayin/0000413.pdf, 23 Eylül 2017.

Wisser, Wayne, Matten, Dirk, Pohl, Manfred, Tolhurst, Nick: **The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organisations**, UK, John Wiley & Sons, Chichester, 2007.

Wright, Craig: **Listening to Music**, 7th edition, Boston, MA, Schirmer, 2014.

Wu, Chin-tao: **Kültürün Özelleştirilmesi: 1980'lerde Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi**, Çev: Esin. Soğancılar,

İstanbul, İletişim Yayınları, 2005.

Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan: **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2013.

Yılmaz, Nazende: "Osmanlı Sarayı'nın Tiyatroları," **Müzik-Bilim Dergisi**, No. 2 Bahar 2013, s. 81-87, (Çevrimiçi) https://muzikbilimdergisi.files.wordpress.com/2014/06/mc3bczik-bilim-sayc4b1-21.pdf, 10 Ocak 2015.

Yoffie, David B., Cusumano, Michael, A.: **Strateji Yasaları**, Çev. Emrah Bilge, İstanbul, MediaCat, 2016.

Yöre, Seyit: Kültürleşmenin Bir Parçası Olarak Osmanlı'da Operanın Görünümü, **Zeitschrift für die Welt der Türken**, Vol. 3, No. 2, 2011, s. 57-69, (Çevrimiçi) http://dieweltdertuerken.org/index.php/ZfWT/article/viewFile/234/s_yore, 28 Aralık 2017.

Elektronik Kaynaklar

URL1: **Güncel Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59bfa723888453.68714657, 22 Aralık 2016.

URL2: **Güncel Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59bfa750d05567.00515561, 22 Aralık 2016.

URL3: **English Oxford Living Dictionaries**, (Çevrimiçi) https://en.oxforddictionaries.com/definition/patronage, 22 Aralık 2016.

URL4: **Cambridge Dictionary**, (Çevrimiçi) http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/patronage, 22 Aralık 2016.

URL4: **Cambridge Dictionary**, (Çevrimiçi) http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/patronage, 22 Aralık 2016.

URL5: **Cambridge Dictionary**, (Çevrimiçi) http://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/auspices, 23 Eylül 2017.

URL6: **Latdict**, (Çevrimiçi) http://www.latin-dictionary.net/definition/35550/spondeo-spondere-spopondi-sponsus, 28 Aralık 2017.

URL7: **Güncel Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59bfb9579e1115.91257931, 22 Aralık 2016.

URL8: **Güncel Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59bfb95ae96253.36260560, 22 Aralık 2016.

URL9: **Türkiye Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği**, (Çevrimiçi) http://kssd.org/kss-nedir/, 21 Eylül 2016.

URL10: **Online Etymology Dictionary**, (Çevrimiçi) https://www.etymonline.com/search?q=subsidy, 28 Aralık 2017.

URL11: **Büyük Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a44eecf6cef68.19548273, 28 Aralık 2017.

URL12: **Güncel Türkçe Sözlük,** (Çevrimiçi) http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59bfef7786a016.85697215, 18 Eylül 2017.

URL13: **Cambridge Dictionary**, (Çevrimiçi)

http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/foundation, 18 Eylül 2017.

URL14: **Güncel Türkçe Sözlük**, (Çevrimiçi) http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59c6230acbec61.41922824, 29 Temmuz 2015.

URL15: **Borusan Sanat**, (Çevrimiçi) http://www.borusansanat.com/tr/borusan-sanat_1/ekip_12/, 20 Haziran 2017.

URL16: **İstanbul Kültür Sanat Vakfı**, (Çevrimiçi) http://www.iksv.org/tr/sponsorluk#2, 20 Haziran 2017.

URL17: **Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası**, (Çevrimiçi) http://www.genclikfilarmoni.org/orkestra-yonetim-kadromuz/, 28 Aralık 2017.

URL18: **İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV)**, (Çevrimiçi) http://www.iksv.org/tr/hakkimizda/iksv, 28 Aralık 2017.

EKLER

EK 1: GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER LİSTESİ

1. Cem Mansur
2. Yücel Canyaran
3. İlkay Sayılan
4. Tuncay Yılmaz
5. Buket Yaman
6. Ahmet Erenli
7. Banu Tunçağ
8. Özlem Ece
9. Hakan Şensoy

EK 2: GÖRÜŞME SORULARI

1. Etkinliğiniz/topluluğunuz hakkında bilgi verir misiniz?
2. Özel sektör neden klasik müziği destekliyor?
3. Kurumunuz nasıl destekleniyor?
4. Yapılan işbirlikleri nelerdir?
5. Özel sektörün sanat alanına katılımı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
6. Özel sektörün klasik müzik alanına katılımının olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir?
7. Özel sektör bu alanda nasıl bir strateji belirlemeli?
8. Özel sektör bu alanda sorumluluk hissetmeli mi?
9. Devletin katkısı olmalı mı?
10. Devlet ve özel sektörün işbirliği olmalı mı?
11. Devlet ve özel sektör işbirliğinin olumlu ve olumsuz yanları neler olabilir?
12. Türkiye'de sanatı destekleme nasıl bir sistemle sağlanmalı?
13. Etkinliklerin devamlılığı için ne gereklidir?

EK 3: DESTEK TÜRÜNE GÖRE KLASİK MÜZİK ETKİNLİKLERİ VE TOPLULUKLAR

Sanat Kurumu	Destek Türü	Bağlı Bulunduğu Kuruluş
Arkas Trio	Kurumsal Himaye	Arkas Holding
Borusan Quartet	Kurumsal Himaye	Borusan Holding
Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası	Kurumsal Himaye	Borusan Holding
Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası	Kurumsal Sponsorluk	Kültür Bilincini Geliştirme Vakfı
Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası	Kurumsal Himaye	Doğuş Grubu
Siemens Ulusal Opera Yarışması	Kurumsal Himaye	Siemens Türkiye
Leyla Gencer Şan Yarışması	Kurumsal Sponsorluk	İstanbul Kültür Sanat Vakfı
İstanbul Müzik Festivali	Kurumsal Sponsorluk	İstanbul Kültür Sanat Vakfı
Uluslararası D-Marin Turgutreis Klasik Müzik Festivali	Kurumsal Himaye	Doğuş Grubu

EK 4: ARAŞTIRMA KAPSAMINDAKİ TOPLULUKLARIN ETKİNLİK SAYISI (1 KONSER SEZONU)

Arkas Trio	8-10
Borusan Quartet	45
Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası	25
Türkiye Gençlik Filarmoni Orkestrası	4-8
Doğuş Çocuk Senfoni Orkestrası	2-5

ARAŞTIRMA KAPSAMINDAKİ FESTİVALLERİN ETKİNLİK DÖNEMİ VE ETKİNLİK SAYILARI

Festivalin Adı	**Dönemi**	**Etkinlik Sayısı**
D-Marin Turgutreis Uluslararası Klasik Müzik Festivali	Ağustos (8 gün)	28
İstanbul Müzik Festivali	Haziran (30 gün)	26-28

ÖZGEÇMİŞ

Gamze Toprak, orta ve lise eğitimini Trakya Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Keman Anasanat Dalı'nda, lisans eğitimini Dokuz Eylül Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Keman Anasanat Dalı'nda tamamladı.

Toprak, 2010 yılında Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Antropoloji Anabilim Dalı'nda "Türkiye'nin Müzik Kültürlerinde Devlet Orkestralarının Yeri: İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası Örneği" başlıklı yüksek lisans tezini vererek yüksek lisans derecesi aldı ve aynı yıl İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzikoloji Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine başladı.

2000 yılından itibaren çocuklarla grup etkileşimi kapsamında özel müzik kurumlarının yanı sıra bazı yerel belediyelerin girişimleriyle oluşturulan kültür merkezlerinde de 8-14 yaş çocuk ve 15 yaş ve üstü genç ve yetişkin gruplarına keman dersleri veren Toprak, 2014 yılında Barış İçin Müzik Vakfı gençlik orkestrasına keman ve solfej eğitimi için destek oldu.

Müzik araştırmalarını çeşitli şekillerde sürdüren Toprak, İstanbul Üniversitesi Devlet Konservatuvarı'nda müzik tarihi, solfej, armoni ve form bilgisi derslerinin yanı sıra, özel bir müzik kurumunda keman ve piyano eğitimi vermektedir.