

Yeraltı (*Underground*) – Ana Akım (*Mainstream*) Etkileşimi Bağlamında İzmir Rap Scene*

Izmir Rap Scene in the Context of Underground - Mainstream Interaction

Celalettin Budak

Levent Ergun, Müzik Bilimleri Bölümü, Dokuz Eylül Üniversitesi

Özet

Hip hop kültürünün bir bileşeni olan Rap, günümüzde Amerikan müzik endüstrisinde ana akım (*mainstream*) bir türdür. 1970'li yıllarda New York'un Bronx bölgesinde ortaya çıktığı kabul edilen bu müziksel pratik, zamanla farklı ülkelerde de yerel dinamiklerle etkileşime girerek yeni ve yeniden üretilen, tüketilen bir *emtia* (meta) haline gelmiştir. Türkçe Rap müzik de bu bağlamda değerlendirilebilir. Ancak, Türkçe Rap müziğin tarihsel arka planı 1980'li yıllarda Almanya'da yaşayan Türk diasporasına dayanır. Bununla birlikte Türkiye'de 1990'lı yılların ortalarından itibaren yeraltı (*underground*) bir pratik olarak görünürlük kazanmaya başlayan Türkçe Rap'in, 2010'lu yılların ortalarından itibaren *mainstream* etkileşimi dikkat çekicidir. Bir müzik türünün eş zamanlı olarak hem *mainstream* hem de *underground* bir yaşam sürmesi de mümkündür. *Mainstream* ve *underground* karşıt konumları işaret etse de, bir müzik pratiği söz konusu karşıtlığa rağmen simbiyotik etkileşime her zaman açıktır.

Günümüz medya teknolojilerinin sunduğu imkanlar, yerel ölçekte üretilen müzik metinlerini hem yereller arası hem de küresel ölçekte anında etkileşime açık hale getirdi. Buradan hareketle bu makale, alan araştırması yöntemini benimseyen etnomüzikoloji disiplinine uygun bir yaklaşımla İzmir merkezinde Rap atmosferi (*scene*) ve dinamiklerine odaklanır. Rap özelinde popüler müzik incelemesi olan bu çalışmada *scene* kavramsal inşayı işaret ederken, etnografik malumat toplama yöntemine vurgu yapar.

Anahtar Sözcükler: İzmir, hip hop, rap müzik, yeraltı, ana akım, yerel *scene*.

Akademik disiplin(ler)/alan(lar): Müzikoloji, Etnomüzikoloji.

Abstract

Rap, which is a component of hip hop culture, is a *mainstream* genre in the American music industry today. This musical practice, which is accepted to have emerged in the Bronx area of New York in the 1970s, has become a new and reproduced, consumed commodity by interacting with local dynamics in different countries over time. Turkish Rap music can also be evaluated in this context. However, the historical background of Turkish Rap music is based on the Turkish diaspora living in Germany in the 1980s. In addition to this, Turkish rap that gained visibility as an *underground* practice in Turkey starting from the mid-1990s is remarkable in *mainstream* interaction starting from the middle of the 2010s. It is also possible for a music genre to live both a *mainstream* and an *underground* life simultaneously. Although *mainstream* and *underground* point to opposite positions; a music practice is always open to symbiotic interaction, despite the mentioned opposition.

The possibilities offered by today's media technologies have made music texts produced on a local scale available for instant interaction on both local and global scale. Proceeding from this point, this article focuses on the Rap atmosphere (*scene*) and dynamics in the center of İzmir in accordance with ethnomusicology discipline which internalizes the method of field research. In this study, which is a review of popular music rap privately ethnography emphasizes the method of information gathering while the *scene* points out conceptual construction.

Keywords: İzmir, hip hop, rap music, *underground*, *mainstream*, local *scene*.

Academical disciplines/fields: Musicology, Ethnomusicology.

* Bu çalışma Celalettin Budak'ın 2019 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi'nde tamamladığı 'Yeraltı (*Underground*) Ana Akım (*Mainstream*) Etkileşimi Bağlamında İzmir Rap Scene' başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

Türkçe Rap müziğinin tarihsel arka planına bakıldığında, bu pratiğin ilk örneklerinin Türkiye dışında o dönemki bölümlenmeye göre Batı Almanya'da yaşayan Türk diasporasının üçüncü nesli ile ilişkili olduğu görülür. Batı Almanya ve özellikle Berlin duvarı sınır bölgelerindeki Amerikan askerlerinin varlığı 1980'li yılların başlarından itibaren Berlin'in Hip hop kültürü/müziği ile tanışmasında önemli bir etkiye sebep olmuştur. İlerleyen süreçte birbiri ile ilişkiselliği olan farklı sanatsal pratiklerin (Rap, Break Dans, Grafit ve Dj'lik) üst başlığı olarak, bir kültürü imleyecek olan Hip hop'un bu dönemde çok anlamlı kullanımı dikkat çekmektedir. Yani Rap yapmakla Hip hop yapmak eş anlamlı kullanılmaktadır.

Bu pratiğin Amerikan askerlerinin kültürel varlığıyla bir tür disko müziği olarak görünürlük kazanması değişim dönüşüm ekseninde önemlidir. Çünkü bugün var oluşu politik bir vurgu ile içkinleştirilmiş olan bu kültürel edim tarihsel sürecinin başlangıcında bir eğlence kültürü pratiğidir ve görünürlük kazandığı mekân diskolardır. 1980'li yıllarda dönemin modası olan diskolar kısa sürede Almanya'da yaşayan Türk göçmenler arasında da popülerlik kazanmıştır. Fakat Alman hegemonyası altında maruz kaldıkları ırkçılık, ayrımcılık, ötekileştirme vb. sebeplerden dolayı Türk gençler, Alman gençlerin çoğunlukla bulunduğu diskolara gidemezler. Almanya'da yaşayan Dj Mahmut bu durumu ve Hip hop kültürü/müziğiyle ilk temaslarını şöyle açıklar: "Biz şimdi normal diskolara giremiyorduk ama Amerikan askerlerinin, zencilerin gittiği diskoteklere girebiliyorduk. Orda da Hip hop müziği çaldığı için sevmeye başladık tabii. Orda dinleye dinleye biz de benimsedik. İlk Türk gençleri Break Dansıyla başladılar. Dj'lik ve Rap daha sonradan çıktı" (Selçuk Tüccar, 2011).

Ancak göçmenler tarafından da benimsenmiş bir eğlence kültürü pratiği olan Hip hop ve onun bir bileşeni olarak rap, gündelik yaşamın yerel dinamikleriyle etkileşime girerek kısa sürede *underground* (yeraltı) bir sokak kültürüne dönüşür.

İzmir Rap atmosferinin tarihsel izlerini 1990'lı yılların ortalarına kadar götürmek mümkündür. 90'lı yılların ikinci yarısı, Türkçe sözlü Rap müziğinin Türkiye'de, dolayısıyla İzmir'de görünürlük kazanmaya başladığı dönemdir ve analogik olarak Türkçe Rap müziğinin emekleme dönemi olarak değerlendirilebilir.

Bu makale için gerçekleştirilen alan araştırması 25 Ocak 2015 tarihinde Yakaza Volume 4 konserindeki ilk temas ile 24 Mart 2019 günü Ahmet Adnan Saygun Sanat Merkezi'nde düzenlenen Gazapizm – Tepecik Filarmoni Orkestrası konseriyle sınırlıdır. Belirtilen tarihler arasında yaklaşık olarak 25 müziksel etkinlik/olay gözlemlendi. İzmirli Mc Serin Karataş'ın Buca'daki home stüdyosunda şarkılarına *beat* yazmak için hem araştırmacı hem de müzisyen kimliğiyle katılımcı gözlem tekniğiyle uygulandı. Yakaza organizasyonu kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerde iki defa lyric ile acapella performans gerçekleştirildi. Bununla birlikte Yakaza organizasyonlarından sorumlu Korhan Dadak, Mc Adem Oslu (Ados), Can Bozok (No 1) ve İzmirli Mc'ler Serin Karataş, Anıl Acar (Gazapizm), Yener Çevik ve Ali İlkan Hallı (Dilkeş Kardar) ile tam ve yarı kurgulu görüşmeler gerçekleştirildi.

2. Kavramsal Çerçeve Olarak Scene

Günümüz 'akışkan kültür'ler dünyasıdır (Bauman, 2015). Bu bağlamda, yerel ölçeklerde üretilen müzik pratikleri küresel ölçekte hem üretim hem de tüketim odaklı etkileşime açık hale gelir. Bu değişim sonucu scene terimi özellikle popüler müzik incelemelerinde analitik bir kavram olarak kullanılmaya başlar. Scene teriminin tercih edilmesi, öncesinde kullanılan altkültürün (*subculture*) metodolojik sınırlarının popüler müziğin küresel akışkanlığını kavrayamamasıyla ilişkilidir.

Scene tiyatro kökenli bir terimdir. Bir olayın geçtiği ve/veya hayal edildiği sahne, yer, manzara anlamında kullanılır (Harris, 2007, s. 15). Müzik literatüründe yer almaya başlanması 1950'li yıllara denk gelir. Özellikle H. S. Becker gibi sosyal bilimcilerin, caz müzik topluluklarının müziksel pratiklerini incelemek için tercih ettikleri scene'in kullanımı bugünkü kavramsallaştırmadan farklıdır. Scene o dönemde müzik gruplarının coğrafi konumlarıyla ilişkilendirilirken 1990'lardan sonra tekrar inşa edilen kavram, yerel ölçekte kişi ya da grupları odağına almasının yanında pratiğin küresel etkileşim ve akışkanlığını da kapsayıcı niteliktedir. Dolayısıyla bu bağlam *scene*'in sınırlılıklarının yeniden inşa edilmesini zorunlu kılar.

Genel olarak scene kentsel ve/veya kırsal 'bir mekân'la ilişkili düşünülen müziksel pratikleri tanımlar (Bennett, 2010, s. 96). Bu müziksel pratikler üretici, metin, tüketici ekseninde şekillenen topluluklarla değerlendirilir. Scene, sanatçı/grup tarafından üretilen müzik metinlerinin yapımcı, müzisyenler ve izlerkitle/hayran grupları arasındaki karmaşık ilişkileri anlamak ve tanımlamak için kullanılan kavramsal bir yaklaşımdır (Cohen, 1999, s. 239). "Hem İngilizce konuşulan toplumlardaki gündelik yaşam dilinde hem

de özel olarak popüler müzik incelemelerinde, scene eşlendiği sözcüğe göre anlam kazanır” (Erol, 2009, s. 234). Burada iki farklı bağlam ortaya çıkar. Küresel ölçekte bir müzik pratiği çevresinde bir araya gelen insan toplulukları; yerel ölçekte gerçekleşen bir müzik pratiği çevresinde bir araya gelen topluluklar (Çerezcioglu, 2017, s. 25). Bunlara örnek olarak *Rock Scene*, *Caz Scene*, *Hip hop Scene*; İzmir *Heavy Metal Scene*, İstanbul *Death Metal Scene*, İzmir *Rap Scene* vb. verilebilir.

Bu teorik tartışmaları benzerlik ve farklılık ekseninde okumak mümkündür. Yerel düzeyde gerçekleştirilen müziksel pratiklerin farklı olmaları, ortak bir paydada benzerlikler gösterdiklerini de yadsımaz. Sözelimi 1960’lı yıllarda Amerika ve İngiltere’de ortaya çıkan rock müzik Türkiye’de Anadolu Rock olarak farklılaşmıştır. Bu farklı coğrafyalardaki yerel pratikler çalgı ve tınısal özellikler bakımından ortak özellikler taşıyabilir. Bununla birlikte kıyafet kodları, gramer yapısı gibi birbiriyle örtüşmeyen değerleri de barındırır. Erkin Koray’ın ‘Fesuphanallah’ şarkısı dil bakımından İngilizce’de bir karşılık bulmaz. Yerel dil ve gramer yapısı, kıyafet kodları gibi etkenler popüler müzikte yerele özgü farklılaşmanın önemli göstergelerindedir.

Yerel ve küresel arasındaki bu karşıt ilişkisellik ve karşıt bağlantısallık günümüz müzik topluluklarını anlamakta başat rol oynar. Yerel *scene*’lerin oluşumunda temellüğe dayalı bir etkileşim söz konusudur. Temellük edilen benzerlik ekseninde ele alınırken, yerele özgü unsurlar farklılığa işaret eder. Bununla birlikte yerel *scene*’ler küresel düzeyde hareketli bir yapı kazanabilir. Bu küresel hareketliliği anlamlandırabilmek için *scene*’ler üç farklı başlıkta kategorize edilir. “Scene’lerin çeşitli dinamiklerinin saptanmasına yönelik bu kategorizasyon, hareket halindeki insanlar ve onlara ilişkin enformasyon akışıyla koşut biçimde gelişir” (Çerezcioglu, 2011, s. 150).

2.1. Yerel (*Local*) Scene

Yerel *scene*’ler bir bölge, şehir yahut bir mekân ile ilişkili olarak tanımlanır. Belirli bir müzik zevki ve/veya etkinliği etrafında bir araya gelen toplulukların oluşturdukları kendine özgü *sound* (tını) yerel *scene*’den bahsetmeyi olanaklı kılar. Otantik olana vurgu genellikle *sound* özelinde ele alınır. Canlı performansların gerçekleştiği, müzisyenler, müzikal biçimler ve dinler/izlerkitlenin etkileşime girdiği yerler olarak mekân(lar), yerel *scene*’ler için merkezi bir öneme sahiptir.

Liverpool Rock Scene üzerine yaptığı çalışmada, Liverpool Rock müzisyenlerinin çeşitli özelliklerinden, üretim ve icra benzerliklerinden ve Liverpool’a özgü Rock müzik üslubundan söz eden Sara Cohen, Scene’in, müzisyenler, kayıt stüdyoları, plak dükkanları, dinleyicilerden oluşan insanların, faaliyetleri ve birbirleriyle olan etkileşimleri yoluyla yaratıldığını vurgular. Bu ilişkiler resmi olmayan bir ekonomiyi de kapsar. (aktaran, Çerezcioglu 2011, s. 147)

Buradan hareketle mekân üzerindeki vurguyu açıklamak önemlidir. Fransız düşünür Lefebvre mekân’ın, sadece statik bir yer olmasının ötesinde, kentsel yaşamla örüntülü ve kapitalist üretim süreçleriyle, gündelik yaşam pratiğiyle ilişkili dinamik bir yapı olduğunu savunur. Yani (toplumsal) mekân, (toplumsal) bir üründür. Toplumsal bir ürün olarak mekân imgeler, semboller ve nesnelere bir bütün olarak değerlendirilmelidir. Çünkü mekânın dinamikliğine vurgu yapan, birey ya da toplulukların yükledikleri anlamlar bütünüdür. Başka bir deyişle mekânın formu, içinde bulunan her şeyin buluşmasıdır, bir araya gelmesidir (Lefebvre, 2014, s. 60).

Yerel *scene*’ler üzerindeki bu vurgu yerel *sound*’ların oluşumuna koşuttur. Yani bir yerel *scene*’den bahsedebilmek için o *scene*’le özdeşleşmiş bir *sound*’un varlığından bahsedebilmek gerekir. Yerel *sound*’lar kendilerine özgü türler, alt türler, üsluplar yaratabilir. Yerel *sound* temellük edilenin yerele özgü dinamiklerle etkileşimi sonucunda oluşur. Dil, jargon, müziksel tını ve söylemin farklılaşması şeklinde oluşan yerel *sound*’lar kendine özgü kültürel örüntüleri de etkiler. Bunlar kıyafet kodları, kullanılan işaret dili vb. şekilde oluşabilir. Diğer taraftan yerel *sound*’un küresel ölçekte etkileşime de açık olduğunu unutmamak gerekir.

2.2. Yerellerarası / Yerel Ötesi (*Trans-Local*) Scene

Yerellerarası veya yerel ötesi *scene* kavramı, *scene*’leri sadece yerel unsurlarıyla değil aynı zamanda küreselleşmeyle olan bağlantılılıkları ekseninde inceler. Coğrafi olarak birbirinden uzak olan yerel *scene*’lerin düzenli temas halinde bulunmaları ön kabulü önemlidir. “Küresel medya, yerel scenelerin etkili bir dağıtıcısına dönüşür. 1960’ların ‘Beatles Çılgınlığı’ (*Beatlemania*) bunun tipik bir örneğidir” (Çerezcioglu, 2011, s. 151). Yerel *scene*’lerin yerellerarası veya yerel ötesi bir anlam kazanmasında konserler, festivaller, ticari ve kültürel ilişkiler etkilidir. Bu bağlamda yerellerarası veya yerel ötesi *scene*’lerin “...kendine özgü yerel özellikleriyle birlikte kendisini diğer *scene*’lerden ayırmasının yanı sıra

herhangi bir şekilde küreselleşmenin sonucu olarak ortaya çıkan ürünlerle ve bu süreçle ilişki içerisinde olduğu anlaşılır” (Aslan, 2015, s. 15).

2.3. Sanal (Virtual) Scene

Sanal *scene*'lerin oluşumundaki vurgu internet kullanımından hareketle, ortak paydalar ekseninde yüz yüze (*face to face*) iletişimin ötesinde oluşan kolektivitelerdir. Bir başka deyişle sanal *scene*'lerin yaratıcıları sanal topluluklardır. Herhangi bir müzisyen veya grubun müzik pratikleri internet aracılığıyla dolaşıma sokulduğunda dünyanın birçok yerinden takip edilebilmekte, beğenilebilmekte hatta o müzisyen ya da grubun fanları olan kitleler oluşabilmektedir. Sanal *scene*'ler, bu anlamda yerel *scene*'lerden bağımsız düşünülmemelidir. *Scene*'ler genel olarak üç farklı şekilde kategorize edilir ancak *scene*'ler diyalektik; temellüğe ve kültüre dayalı, çoklu bağlantısallıklar şeklinde ortaya çıkar. Bu bağlamda, makalenin kavramsal çerçevesi küresel etkileşimi ve sanal topluluk oluşumlarını göz ardı etmeden yerel *scene*'e vurgu yapar.

3. Hip Hop Kültürü

Hip hop kelime olarak kalça sallama, bel kıvrırma, kalça atma vb. anlamlara gelir (Jöntürk, 2003, s. 14; Karadeniz, 2013, s. 67). Hip hop kültürü genellikle 70'li yıllara atıfla Amerika'nın New York kentinin Bronx bölgesinde yaşayan Afro-Amerikan topluluk ile ilişkilendirilir (Jeffries, 2011, s. 1; Jöntürk, 2003, s. 21; Price, 2006, s. 4; Watkins, 2005, s. 9). Ayrıca, Hip hop bir *underground* Afro-Amerikan kültürünün, 20-30 yıllık bir zaman diliminde Amerikan müzik endüstrisinde *mainstream* olma sürecini de imler. Hip hop genellikle Grafiti, Break Dans, Rap ve Dj olmak üzere dört bileşende incelenir. Ancak etnografik olarak Dj ve Mc'nin performansları Rap çatısı altında değerlendirilebilir.

Farklı performanslar bütünü ve gündelik yaşam biçimine atıfla kullanılan Hip hop; Grafiti, Break Dans ve Rap (Dj/Mc) olarak üç ana başlıkta ele alınabilir. Hip hop, kültürün yapıcıları ve uygulayıcıları tarafından, kendini oluşturan bileşenlerin her biriyle eş anlamlı olarak kullanılır. Yerel terminolojide Hip hop olmak genellikle davranış şekillerine, kullanılan dile, kıyafet kodlarına, yaşam şekline; Hip hop yapmak, dans etmek ve Dj'liği; Hip hop söylemek Rap müzik ve Mc pratiğini vurgulayacak şekilde kullanılır. Bu yüzden Hip hop anlamı bağlamsal olarak yüklenen bir terimdir.

3.1. Müzik Endüstrisi ve Rap Müzik İlişkisi

Müzik endüstrisi ticari faaliyetler bütünüdür. Bir ticari faaliyet elbette maksimum kâr amacı taşır. Günümüzde popüler müzikler, müzik endüstrisinde mutlak bir öneme sahiptir. Burnett'ın (1996) "belirttiği gibi popüler müzik, pazar koşulları altında üretilen, dağıtılan ve tüketilen bir emtia şeklinde gelişmiş olan ve ne tür fonogramların üretileceği, onları kimin yapacağı ve bunların topluma nasıl sunulacağı konularında da bu pazar koşullarından kaçınılmaz bir şekilde etkilenmekte olan bir endüstridir" (aktaran Darcan ve Ergun, 2015, s. 1253). Frith (2000, s. 73) müzik endüstrisini sermayesel, teknik ve müziksel söylemleri bir araya getiren bir süreç olarak değerlendirir. Plak şirketleri de müzik endüstrisinin tabii birer parçasıdır.

Plak şirketlerini üç ana başlıkta toplamak mümkündür. Bunlardan ilki büyük (majör) olarak adlandırılan ve pazarın büyük bir bölümünü elinde tutan ulusal/uluslararası plak şirketleridir. Bu tür şirketler genellikle kendi stüdyolarına ve çoğaltım imkânlarına ayrıca reklam, pazarlama ve dağıtım ağlarına da sahiptirler. İkincisi, görece orta ölçekli küçük şirketlerdir. Bu şirketler genellikle büyük şirketlerle iş birliği yaparlar. Çünkü onların bir emtia üretiminin tüm maliyetlerini karşılayacak ekonomik güçleri yoktur. Bunun için basım, dağıtım, reklam vb. alanlarda büyük şirketlerin desteklerine ihtiyaç duyarlar. Ancak bu şirketlerinde amacı elbette kâr payını maksimuma çıkartmaktır. Bu küçük şirketlerin birçoğunun fiilen büyük şirketlerin kontrolü altında olduğunu söylemekte yanlış olmaz. Üçüncü grubu ise Atlantik'in iki yakasında farklılaşan tanımlamalarla 'alternatif plak şirketleri' ya da 'Indie' (*independent*/bağımsız) plak şirketleri oluşturur. Bu şirketler ise ucuz üretim mantığıyla kurulur ve genellikle yerel üretim/dağıtım ağları tarafından desteklenir (Darcan ve Ergun, 2015, s. 1254). Indie (bağımsız) müzik, müzisyenler ya da grupların müzik üretimi, tanıtım ve dağıtımını kendilerinin yaptığı kısaca kendi imkanlarıyla üretilmiş müziksel pratikleri ifade eder (Çerezioğlu, 2014, s. 91). Temel motivasyonları müzik endüstrisine karşı *do it yourself* (kendin yap) yöntemidir. Punk özelinde ortaya çıkan Indie'nin ideolojik temeli ana akıma ve onun belirleyiciliğine karşı çıkmaktır çünkü Indie plak şirketleri kendilerini müzik endüstrisine ve özellikle büyük şirketlere karşı konumlandırır. Ancak, Manuel'e (1992) göre bağımsızların ürettikleri müzik metinleri dağıtım konusunda büyüklere bağımlıdır ve 'bağımsız' terimi yanlış adlandırmanın parçasıdır (aktaran Çerezioğlu, 2014, s. 95). Ancak Rowe, bu şirketlerin karşılıklı bağımlılıklarına dikkat çeker. Örneğin büyük şirketler ne olacağını öngöremedikleri sanatçı/gruplara yatırım yapmak istemez. Bunun yerine küçük veya bağımsız şirketlere

destek verir ve sanatçı/grubun piyasadaki akıbetini izlerler. Sanatçı/grubun, yatırımı kâra dönüştüreceği sonucuna varılırsa, artık büyük şirketlere tabiri caizse transfer olması mümkündür. Başka bir deyişle büyük şirketler riskli yatırımlar yapmak istemez onlar için, bağımsız şirketlerde görece belli bir başarı (satış rakamına ulaşmış) yakalamış müzisyen/gruplara yatırım yapmak daha az risklidir. Böylece Rowe'un da nitelendirdiği gibi bağımsız şirketler büyük şirketler için "test edilmiş ürünleri çekip almalarını sağlayan fidanlıklar olarak işlev görür" (1996, s. 54). Ancak bu tek yönlü bir olgu değildir. Müzik endüstrisinde büyük (majör), görece orta ölçekli plak şirketleri ve kendini ana akıma karşı konumlandıran Indie plak şirketleri var olmaları için birbirine ihtiyaç duyarlar ve varlıkları ilişkiseldir. Kısaca büyük şirketler, orta ölçekli şirketler ve bağımsız şirketler arasında bir eş yararsallık (*symbiosis*) durumu söz konusudur.

Bir biyoloji kavramı olan simbiyoz genel anlamda eş yararsallık olarak ele alınsa da kendi içinde üç farklı duruma göre değerlendirilir. Bunlar kommensalizm, mutualizm ve parazitizmdir. Simbiyoz etimolojik olarak herhangi bir ön yargıya işaret etmeden yalnızca birlikte yaşamak demektir (Keeton ve Gould, 1999, s. 483). Müzik endüstrisi bağlamında simbiyoz, her iki türe de yarar sağlayan mutualizme denk gelen ilişkidir. Çoğu durumda bu kategorilerden hangisinin kullanılacağı çok önemli değildir (Keeton ve Gould 1999, s. 484). Buradan hareketle *symbiosis* kavramını eş yararsallık anlamında yani her iki türe de fayda sağlayan, aralarında karşılıklı yararlılık durumuna atıfta bulunarak kullanıyoruz.

Diğer taraftan, 21. yüzyılın ilk çeyreğinde bireysel internet kullanımının düşük maliyetlerle elde edilebilmesi ve sunduğu imkanlar müzik endüstrisini etkilemiştir. Bu etki özellikle müziksel metinlerin kayıt, reklam ve dağıtım alanlarında farklı stratejileri ön plana çıkarır. 20. yüzyılın sonlarına kadar müzik endüstrisinde büyük (majör) ve görece daha küçük (minör) şirketler ve Indie şirketlerden söz edilebilirken, 20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın ilk çeyreğinde 'bireysel prodüksiyonlar' yaygınlık kazanmıştır. Bu bireysel prodüksiyonlar genellikle Indie olarak değerlendirilir. Çünkü ikisi de bağımsız vurgusu altında birleşir. Ancak 2000'ler öncesi Indie üretimle 2000 sonrası internet teknolojilerinin sunduğu imkanlar dolayısıyla üretilen Indie arasında önemli bir ayrım söz konusudur. Bu ayrım Indienin müzik endüstrisi ile ilişkiselliğinde belirginleşir. Burada başat rol müzik metinlerinin üretiminden ziyade tanıtım ve tüketime nasıl sunulduğuyla ilgilidir. 2000 sonrasında *do it yourself* şeklinde üretilen müzik metinleri genellikle Apple Music, iTunes, Spotify, Fızy, Youtube vb. dijital ortamlarda tüketime sunulmaktadır. Reklam ve pazarlama alanında ise facebook, twitter, instagram vb. sosyal medya aygıtları belirleyicidir. Diğer taraftan bireysel prodüksiyonlarla, 'alternatif plak şirketleri' ya da Indie plak şirketleri arasındaki ayrım özellikle müzik endüstrisine eklenmiş satış mağazalarında görünürlük kazanır. Rap müzik özelinde örneklemek gerekirse bağımsız şirketlerden çıkan bir albüm D&R vb. satış mağazalarındaki raflarda yerini alabilirken bireysel prodüksiyonlara bu raflarda rastlamak pek olası değildir. Ancak bu her Indie albümün müzik endüstrisi ile ilişkili satış mağazalarında yer aldığı anlamına da gelmez. Böylelikle *do it yourself* üretimin, müzik endüstrisine tabi plak şirketlerine ihtiyaç duyma zorunluluğu ortadan kalkar. Buradan hareketle müzik endüstrisine eklenmemiş bireysel prodüksiyonları (kendi imkanlarıyla üretim, reklam ve pazarlama yapan) diğer üç kategoriden farklı değerlendirmek gerekmektedir. Bu bağlamda müzik endüstrisi ile eş yararsallık temelinde birleşen bağımsız plak şirketlerini Indie, endüstri tekeli dışında üretilen ve tüketime sunulan bağımsız şirketleri de bireysel prodüksiyonlar olarak tanımlamak kavram kargaşasının da önüne geçer. Dolayısıyla önerdiğimiz kavram yani bireysel prodüksiyon Indie müzik endüstrisi altında üretim-tüketim eksenini devam ettirmesi nedeniyle yeni bir kategoridir. Başka bir deyişle bireysel prodüksiyon, Indie müzik başlığı altında pratiğini devam ettiren bir kategoridir. Diğer taraftan yaşanan teknolojik ve ekonomik değişimler özellikle Rap müzik gibi türlerde sanatçının kendi üretimini yapabilmesi ve dağıtımını üstlenebilmesi olanağını sağlamıştır. *Home Studio*¹ olarak adlandırılan kayıt ortamları düşük bütçeli bireysel prodüksiyon imkânı sunar. Home stüdyolar özellikle *underground* Mc'lerin üretim yapabilmeleri için önemli bir yere sahiptir. *Underground/mainstream* ayrımı da müzik endüstrisi ile ilgilidir. Genel bir söylemle *underground*, müzik endüstrisi ile ilişkilenebilmiş, kâr amacı gütmeyen ve amatör olarak nitelendirilen müzik metinlerini ve sanatçıları vurgularken, *mainstream* müzik endüstrisinin tüketime sunulan ürünleri olarak ele alınır. Ancak yerel ve küresel ölçekte, bireyler ve/veya topluluklar arasında internet dolayımı -anında- iletişim kurabilme imkânı, bu çalışmada ele aldığımız *mainstream* ve *underground* kavramlarının da yeniden düşünülmesi zorunluluğunu gündeme getirir. Görece 2000'li yıllar öncesinde *underground* ve *mainstream* ayrımını yapmak nispeten daha kolaydı. Ancak söz konusu değişimler günümüzde *underground/mainstream* ayrımının muğlaklaşmasına/silikleşmesine neden olur.

2000 yılı öncesinde kendisini *underground* olarak konumlandıran bir sanatçının kitleyle iletişimi fanzin, bülten, el ilanı gibi alternatif medyalar aracılığıyla olurken günümüzde kitleye ulaşım özellikle sosyal medya

¹ Evde müzik prodüksiyonları gerçekleştirmeye yarayan düşük bütçeli kayıt ortamlarıdır. Genellikle bir bilgisayar, kaliteli bir ses kartı, bir mikrofon, kayıt programları ve midi klavye vb. donanımlar yeterlidir.

aracılığıyla olmaktadır. İletişim araçlarının değişimi aynı zamanda üretilen müzik metninin niceliksel olarak ulaştığı kitlenin hacmini de etkilemektedir. İnternet teknolojilerinin yaygın kullanıma ulaşmasından önceki dönemlerde üretilen *underground* bir albüm görece çok küçük kitlelerin tüketimine sunulabilmekteydi. Başka bir deyişle üretilen albüm birkaç yüz kopya edilebilip tüketime sunulabilirken 2000 sonrası dönemde üretilen bir *underground* albüm internet teknolojilerinin dolayısıyla milyonlarca kişi tarafından tüketilebilmektedir.

Diğer taraftan alan araştırması sürecinde görüşme ve söyleşi yapılan Rap müzik ilgililerinde de (ister Mc isterse dinleyici olsun) *mainstream* ve *underground* kavramlarının sınırları net değildir. Lakin yapılan görüşmelerde temel olarak ayrım bandrollü/bandrolsüz albüm yani endüstriye dahil olup olmama durumu ve bu bağlamda plak şirketlerinden çıkan albümlerin *lyric*'lerinin sansüre uğraması etrafında şekillenir. Sansür özellikle *underground* Mc'ler için büyük sorun teşkil eder çünkü hem *lyric*'lerin içeriğindeki argo hem de politik vurgular plak şirketlerinin engeline takılmaktadır. Çünkü kültür bakanlığının bandrol uygulaması devlet denetimi demektir. Plak şirketleri de bu denetime tabidir.

Akademik çalışmalarda *mainstream* genellikle belirli norm, değer ve ideolojilerle, ekonomik güç tekellerini ellerinde barındıran, hegamonik bir yapıya sahip ve maksimum kâr amacı taşıyan ulusal/uluslararası şirketler olarak değerlendirilir. *Underground* ise bunun tam tersi olarak konumlandırılır. Ancak yine de literatürde *mainstream* ve *underground*'ın net bir tanımından söz etmek mümkün değildir. Buradan hareketle, öncelikle söz konusu kavramlarla neyin ifade edildiğine sonrasında bu makalede kavramların neyi/neleri vurguladığını açıklamak ve tanımlamak yerinde olacaktır.

Ana akım terimi siyasetten, sosyal politikaya; kültürel kimlikten, popüler kültüre kadar birçok alanda farklı bağlamlarda kullanılmaktadır (Huber, 2013, s. 3). Ana akımı merkezi bir hiyerarşinin en üst noktası olarak değerlendiren Fonarow (2006, s. 63-64), ulusal listelerde görünen müziklerin çoğunu belirleyen ana akım olduğunu ifade eder ve halkın geniş kesimlerine hitap ettiğini vurgular. Ana akım müzik, milyonlarca eve girmeyi başarmak isteyen ve bu amacını gerçekleştirmek için reklam, tanıtım ve pazarlama gücüne sahip olan endüstriye ifade eder. Başka bir çalışmada Mustan Dönmez ana akımı farklı bir şekilde ele alır. "Belirli müzik alt türlerinin kendisine bağlı olduğu temel/geleneksel tür, 'ana akım'dır (*main-stream*). Ana akımın en önemli özelliklerinden biri, bahsi geçen türe ait ilk örneklerin de ana akım türü içerisinde verilmesidir" (2019, s. 18). Mustan Dönmez, bir müzik türünün en geleneksel, en temel olanının ana akım olduğunu vurgular ve her müzik türünün bir ana (main) bir de alt (sub) akımı olduğunu söyler. Ancak bu tanım Rap müzik özelinde bir karşılık bulmaz. Chomsky (2005) ana akımı güç tekeline vurgu yaparak kullanır. Verilen örneklerden de anlaşılacağı gibi kavramın belirli dinamikleri vurgulanırken ortak ve net bir tanımı bulunmamaktadır. Aynı tanımlama güçlüğü *underground* kavramında da kendini gösterir. Thomas Solomon (2005, s. 4), İstanbul özelinde Hip hop toplulukları içinde yaptığı alan araştırmasında *underground*'un ticari olarak piyasaya sürülmeyen şarkıları işaret ettiğini vurgular. Mc Pusat, *underground* nedir sorusunu "yeraltı müziği yapan insanlar kendilerini en özgür şekilde ifade eden insanlardır. Çünkü kesinlikle herhangi bir sansürünüz yok içinizden ne geliyorsa onu ifade ediyorsunuz. Satmak gibi bir kaygınız yok" şeklinde açıklar (Tekdemir, 2008). Bu yüzden birçok Rap müzik sanatçısı ana akıma dahil olsa da süreklilik göstermez ve kariyerini *underground* olarak devam ettirmeyi tercih eder. İzmir özelinde Cash Flow ve Yener Çevik bu duruma örnek gösterilebilir. Ayrıca yerel terminolojide *mainstream* ve *underground* kavramları hem yapılan albümleri hem de sanatçıları nitelendirmek için kullanılır. Bu çalışmada *underground* ve *mainstream*'i sanatçı ve ürünlerini müzik endüstrisi ile ilişkisi bağlamında ele alıyoruz. Buradan hareketle ölçüğü ne olursa olsun müzik endüstrisine eklenmiş büyük, küçük şirketler ve 'alternatif plak şirketleri' ya da Indie plak/kaset şirketlerine bağlı sanatçıları ve albümlerini *mainstream* olarak tanımlıyoruz. Başka bir deyişle bandrollü olarak çoğaltılan ve dağıtılan albümleri *mainstream* bandrolsüz olan ve sanatçının sadece kendi imkânlarını kullanarak yani bireysel prodüksiyon olarak (*do it yourself*) ürettiği, pazarlama ve dağıtımını sanatçının kendisinin üstlendiği albümleri ve sanatçıları da *underground* olarak sınıflandırıyoruz.

4. 2015-2019 Yılları Arasında İzmir Rap Atmosferi

Scene'e bir 'metafor' olarak 'atmosfer' diyebiliriz. Buradan hareketle İzmir Rap atmosferi, Hip hop kültürü çevresinde zevk/estetik değerlerin bütünleştiği; popüler müzikler içinde farklılaşan bir tür ve kendine özgü bir yerel *sound*'u olan; ulusal/uluslararası endüstriyel süreçlerle etkileşime açık; hem müzisyen hem de dinleyici profilleri bağlamında sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik farklılıkları kapsayan pratikler bütünüdür.

Alan araştırmasına tekabül eden bu dönemin Rap müzik pratiklerinde; *underground-mainstream* etkileşimini anlayabilmek için özellikle şöhret (*fame*) olgusuna bakmak gerekir. Çünkü şöhret olgusu diğer popüler müzik türlerinde ana akıma dahil olmuş sanatçı/müzisyen ve grupları işaret ederken, Rap müzik pratiklerinde hem *mainstream* hem de *underground* olanı imler. Dolayısıyla Rap müzik pratiklerinde şöhret olgusu, bir Mc'nin müzik endüstrisine 'nasıl' dahil olduğunun yanı sıra kitlesel tüketime ve toplumsal kabule 'ne' ölçüde yaklaştığı ile ilişkilidir.

4.1. Şöhret (*Fame/ Non-fame*) Olgusu

Benliğin topluma sunulduğu bir sahneleme etkinliğidir. Bu sahneleme etkinliğinin yaygınlık kazanması özellikle 19. yüzyılın toplumsal hayatında ön plana çıkar. Kapitalizmin rekabeti, kutsayıcı bir nitelikte başkalaştırması, bağlamı ne olursa olsun bireyler arasında öne çıkma isteğiyle sonuçlanır. Öne çıkan birey farklı ölçeklerde tanınmaya başlar. Bu tanınmışlık düzeyinin ötesi 'şöhret' olarak kavramsallaştırılır. Buradan hareketle denilebilir ki 'şöhret' toplum bilincindeki etkidir (Rojek, 2003, s. 12). Şöhret değişken ve geçici olabilir. Rojek, şöhreti üç farklı kategoride değerlendirir. Bunlar: aileden gelen, atfedilmiş ve kazanılmış şöhretlerdir (2003, s. 20). Türkçeye şöhret olarak çevrilen İngilizcedeki karşılığı *celebrity* olan kelimenin etimolojik kökenleri 14. yüzyıla kadar götürülebilir. Kelimenin kökeni Latince *celebritas*'dır. Ün ve şan anlamında kullanılan kelimeye yine İngilizce olan *famous* ve/veya *fame* kelimeleri de karşılık gelir (Aydın, 2018, s. 21). Popüler müzik türlerinde genellikle *famous* kelimesi tercih edilir. Bunun temel nedeni, *fame* kelimenin isim hali, *famous* sıfat halidir. Ancak Rap müzik pratiklerinde *famous* kullanılmaz. Yerel söylem *fame* üzerindedir. Başka bir deyişle *fame* Rap müzik pratiklerine özgüdür. Şöhret (*fame*), bireyin sahne, ekran ya da diğer iletişim kanallarıyla etkileşime girdiği, belirli bir izlerkitleye sahip, hayranlık duyulan, takip edilen, tüketilen Mc'dir. Diğer taraftan *non-fame* bir üne kavuşmamış, belirli bir popüleriteye ulaşmamış ama özellikle etkinliklerde aktif olarak Rap yapan 13-19 yaş aralığındaki Mc'ler olarak tanımlanır.

Rap müzikte *underground- mainstream* etkileşimi *fame* olgusu etrafında şekillenir. Yerel terminolojide *fame*; hem *underground* hem de *mainstream* Mc'ler için kullanılır. Bu bağlamda *fame* olmak diğer popüler müzik türlerindeki kullanımlardan farklılık gösterir. Görece diğer popüler müzik türlerinde *fame* olan birey bizzat müzik endüstrisinde görünürlük kazanmış ve/veya müzik endüstrisinin dikkatini çekmiş ve sürece dahil olmuştur. Rap müzik pratiklerinde ise durum farklıdır. *Underground* bir Mc de *fame* olabilir. *Fame* konserlere kitlesini çekebilen Mc'dir. Bu kitle Mc'lerin konserlerde yer alabilmesine ve kazanç elde etmesine olanak tanır. Mc'nin alacağı ücret çektiği kitleye (*fame* olmasına) göre 500-4000 TL arasında değişebilir. Yakaza organizatörlerinden biri olan Korhan Dadak ve Rap sanatçısı Gazapizm ile farklı tarihlerde yaptığımız görüşmelerde; "konsere çıkan Mc'ler ne kadar ücret alır?" "sormamın bir sakıncası yoksa konserlerden ne kadar ücret alıyorsun?" sorularına verdikleri cevaplar referans oluşturur. "Ortalama dinleyici çekecek bir insan için söylüyorum. Yeraltı için söylüyorum. 1000 liradan başlıyor 4000 liraya kadar gidiyor" (Dadak, kişisel görüşme, 10 Ekim, 2016). "3000, 4000 gibi rakamlar alıyoruz yani" (Gazapizm, kişisel görüşme, 16 Haziran, 2017). Bununla birlikte *fame* olma düzeyi görece daha az olan Mc'lerle yapılan söyleşilerde bu ücretlendirmenin 500 TL'ye kadar düşebileceği bilgisine de ulaştık.

4.2. Mc Profili

İzmir'de *fame* ve *non-fame* Mc'lerin yaş aralığı genellikle 15 ila 30 arasında değişmektedir. Mc, şarkı sözlerini (*lyric*) yazan ve söyleyen kişidir. Mc'ler kendi alt yapılarını yazabilirler ancak olsa bu durum Mc'ye ayrıcalıklı bir konum kazandırmaz. Alt yapı *beatmaker* tarafından yazılır/yapılır. Birkaç örnek dışında Mc'lerin büyük bir çoğunluğu erkektir. Pratik bireysellik üzerine kuruludur. Ayrıca İzmir Rap atmosferinin geçmişten bugüne tüm dönemlerinde Mc'ler arasında dayanışma önemlidir. Bu dayanışma özellikle bir Mc'nin albümünde -hiçbir ücret talep etmeden- yapılan düetlerle belirginlik kazanır. Daha açık bir ifadeyle örneğin Gazapizm maddi bir karşılık beklemeden Yener Çevik'in albümünde bir ya da birkaç şarkıda düet yaparken, aynı durum Gazapizm'in albümü için de geçerlidir. Mc'ler düetlerde de kendi yazdıkları *lyric*'leri okur. Mc bir başkasının *lyric*'ini okumaz çünkü Mc bir söylem ustasıdır. Düet yapmak aynı zamanda kitle çekebilme stratejisidir. Bununla birlikte bir kayıt stüdyosu çatısı altında bir araya gelen Mc toplulukları da vardır. Mc'lerin başka Mc'lerin şarkılarını *cover* yapması ve/veya başka bir Mc'nin şarkısını yeniden söylemesine pek rastlanmaz. Ayrıca Mc'nin kullanacağı *beat*'i başka bir Mc ya da *beatmaker* yazmış olsa da *lyric* kesinlikle Mc'ye ait olmalıdır. Çünkü Mc olmak bunu gerektirir. Ancak Mc'yi sadece bir söz yazarı değildir, Mc *beat* yazımında da etkin bir role sahiptir. *Şarkıyı okuması* için yazılan *beat*'i beğenmesi gerekir. Mc gerek duyduğunda (bu beğeni yargıları ve yazdığı sözlere ilişkin tahayyül ettiği müziğe ulaşması bakımından) *beat*'in hızını değiştirebilir ve *beatmaker*'ı yönlendirici söylemlerle aktif rol oynayabilir.

Lyric'lerini kendisi yazan Mc, şarkının *beat*'lerini dört farklı şekilde temin edebilir. Mc *beat*'i evinde kurduğu *home* stüdyosunda kendisi yazabilir; kendi stüdyosu etrafında toplanan *beatmaker* ve müzisyenlerden

oluşan kişilere yazdırabilir; belirli bir ücret karşılığı ya da ücretsiz bir şekilde farklı *beatmaker*'lerden alabilir veya toplulukla ilişkili sanal ortamlardan ücretsiz/ücretli olarak indirebilir.

4.3. Rap Yapma Motivasyonları

Rap yapmak² herhangi bir müzik eğitimine ihtiyaç duyulmamasından dolayı dinleyiciler arasında ve özellikle lise dönemindeki gençlerde (bu işi meslek olarak seçsin ya da seçmesin) yaygındır. Bu nedenle diğer müzik türlerine göre küçük yaşlarda (14-18 yaş aralığı) sanatçı³ olmak bu pratikte sıkça rastlanan bir durumdur.

Rap yapmak, bireysel anlamda, sosyo-kültürel bağlamla ilişkilidir. Son yıllarda oldukça yaygınlaşan, televizyon dizilerinde ve sinema filmlerinde Rap şarkıların kullanılması; *fame* ve *non-fame* Mc'lerin yetenek yarışmalarına katılmaları gençleri Rap müziğe yönlendirici unsurlar olarak değerlendirilebilir. Söz, Yahşi Cazibe, Adanalı, Pusat gibi televizyon dizileri; Gora, Recep İvedik gibi sinema filmleri; Rap Star, Yetenek Sizsiniz, O Ses Türkiye gibi yarışmalar örnek gösterilebilir. Gençleri Rap yapmaya yönlendiren genel motivasyon, özellikle yaşam biçimlerine göndermede bulunarak, anlatmak/söylemek istedikleridir. Ados, bu bağlamda şunları ifade eder: "14 yıldır Rap müzikle uğraşıyorum...neden Rap müzik, aslında bu hayat tarzımla alakalı. Hayat tarzım yaşadığım olaylarla alakalı ve Rap müzik de bunları anlatmaya çok elverişli bir müzik...yazdığım sözlerin tamamı gündelik hayatımdan olsun, geçmiş yaşantımdan olsun bunlarla alakalı..." (kişisel görüşme, 20 Haziran, 2015). Yine başka bir görüşmede No 1'in yaptığı açıklama da Rap yapma motivasyonuna örnek verilebilir. "Yaşadığım olayları anlatıyorum genelde... Yani eğlenceli bi gün geçirdiysem onu yazıyorum şarkıya; kötü bi gün geçirdiysem onu yazıyorum. Geçmişte yaşadıklarım, işte gelecekle ilgili karamsar düşüncelerim" (kişisel görüşme, 20 Haziran, 2015). Mc'lerin söylemlerinden de anlaşılacağı gibi müzisyenleri Rap müzik yapmaya teşvik eden temel motivasyon gündelik yaşamın anlatılması olarak öne çıkar.

4.4. Rap Müziğin Üretimi, Yerel Sound ve Dinamikleri

Rap müzik üretimi altyapı/*beat* ve *lyric* olmak üzere temel iki bileşenden oluşur. Bu temel iki bileşenin oluşturduğu ürünlere şarkı denir. Genellikle şarkıyı oluşturan iki farklı aktör vardır. Her ne kadar şarkı bir bütün olarak ele alınsa da bu iki bileşeni ayrı ayrı incelemek gerekir. İzmir Rap atmosferinde yerel *sound*'un en somut karşılığı altyapı/*beat* ve tarz özelinde şekillenir.

4.4.1. Altyapı/Beat

İzmir Rap atmosferinde yerel *sound* dan bahsederken, tınıyı oluşturan temel dinamik olarak altyapı/*beat* ön plana çıkar. Yerele özgü çalgıların kullanımı ve bu çalgıların oluşturduğu ezgiler/melodiler yerel *sound*'un başat dinamikleridir. Gazapizm'in *Bir Gün Her Şey* (2016) isimli albümünde yer alan *Gece Sabahın* şarkısında (Şekil 1) kullandığı elektro bağlama, darbuka vb. çalgılar yerel *sound*'un oluşmasında önemlidir. Bununla birlikte şarkının ezgisel yapısı kürdî makamındadır. Başka bir örnekte yine Gazapizm'in *single*'i olan *Heyecanı Yok* (2017) şarkısında klarnet kullanmıştır. Klarnet daha önce Türkçe Rap şarkılarında kullanılmamış bir çalgıdır. Bu bağlamda klarnet İzmir'e özgü yerel *sound*'un oluşmasında önemli bir referans olarak değerlendirilebilir.



Şekil 1. *Gece Sabahın* şarkısının ana teması

Yaptığımız görüşmede kendisine sorduğum, şarkıların için *beat*'lerini nasıl seçersin sorusuna verdiği cevap kültürel kimliğin yerel *sound*'un oluşumunda ne kadar etkili olduğunu özetler niteliktedir:

His yani başkan. Onu ben sana tam olarak burda izah edemeyebilirim ama bana istediği kadar teknik olarak kaliteli olsun, istediği kadar başarılı olsun bana

² Rap yapmak yerel terminolojide yaygın bir kullanımdır.

³ Yerel terminolojide Mc aynı zamanda bir sanatçıdır. Bununla birlikte sanatçı genellikle *fame* Mc'ler için kullanılır.

verdiği bir his yoksa üzerine okumak istemiyorum yani. Ama o hissi sana tam olarak ne kazandır diye soracak olursan, gözlemlerime göre yani seçtiğim *beat*'leri gözlediğimde, hep böyle bi bu ülkeden de birazcık; bi nağme, bi sound, bi gam aralığı yakalamam gerekiyor galiba sanırım yoksa tamamen kendimi yabancı hissediyorum o altyapıya yani. Gerçi bu öyle hissetmeyen insanları da anlamıyorum yani, sanki başka bir ülkede doğmuşlar gibiler yani. O bana çok garip geliyor aslında, yani benimki değil de. Çünkü yani sen dinleyeceğin müziği bu ülkede seçmiyorsun. En azından seçebileceğin yaşa gelene kadar seçmemiş oluyorsun yani dinletilmiş oluyosun yani. Sokakta, dolmuşta, otobüste, annenden, babandan, dayıdan, aیلenden, onların sevdiği müzikleri dinleye, dinleye büyüyosun. Bi süre sonra kendi dinleyeceğin müziği kendin seçmeye başlıyorsun yani. Ama o yarıya kadar hep, bi Anadolu ezgisi, bi Türk sound'u duyuyorsun, mecbursun buna yani. Bu ülkede yaşıyorsan duymak zorundasın yani. Tamamen öyle şekillenmiş bilinçaltını bi anda çılgın sint⁴'ler, çılgın böyle drum-kit'lerle tamamen a, a, bi Amerikan sound'unun üzerinde kendini nasıl bulabiliyorlar; ben onu tam, böyle, gerçekten anlayamıyorum yani. Bana çok yabancı geliyor. Kendimi çok yabancı hissediyorum. Bi şey yazamıyorum da üstüne, başarılı bi şey de çıkartamadık daha bundan yani. (kişisel görüşme, 16 Haziran, 2017)

Bununla birlikte Gazapizm'in açıklaması, yerel *sound*'un benzerlik ekseninde küresel bağlantılılığına vurgu yaptığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca yine yerel *sound*'un önemli temsilcilerinden biri olan Yener Çevik'in *Birden Bire* (2017) albümünde yer alan *Senden Gizledim* (Şekil 2) isimli çalışması da kürdî makamındadır.



Şekil 2. *Senden Gizledim* şarkısının ana teması

Gazapizm'in 2014 yılında çıkardığı *Yeraltı Edebiyatı* isimli albümünde tercih edilen *canlı kayıt*'lar da birlik ve farklılık ekseninde *scene* ile ilişkilendirilebilir. Daha önce Ceza, Mode XL gibi sanatçı/grupların, müzik programlarıyla hazırlanan *beat*'ler yerine tamamen çalgıcıların icra ettiği pratikler vardır. Bunlar birlik ekseninde İzmir rap atmosferinde İstanbul-İzmir arasındaki benzerliğe işaret ederken, Gazapizm'in kayıtlarında klarneti tercih etmesi farklılık ekseninde düşünülmelidir. Çünkü daha önce yapılan şarkılarda klarnet kullanımı mevcut değildir.

Bu çerçevede örnekleri çoğaltmak mümkündür. Ancak yerel *sound*'un iki önemli temsilcisi olan Gazapizm ve Çevik'le ilişkili olarak verilen örnekler yerel *sound*'un, altyapı/*beat* özelinde nasıl oluştuğuna dair açıklayıcı niteliktedir.

4.4.2. Tarz

Yerel *sound*'u etkileyen diğer dinamik ise *lyric* özelinde oluşan Mc tarzıdır⁵. Bu tarzın oluşumunda *flow* (akış) belirleyicidir. Gazapizm *flow*'u şu şekilde tanımlar: "*flow* Rap'in akışıdır. Yani söyleme biçimine göre değişen bir şeydir" (kişisel görüşme, 16 Haziran, 2017). Tarz, *flow* ekseninde şekillenir. Ayrıca şunu da belirtmek gerekir ki; tarzı *beat*'ten bağımsız düşünmek yanıltıcı olabilir. Çünkü tarz ile *beat* birbirini bütünleyendir. Başka bir deyişle *beat*'in hızı, ritm kalıpları, ezgi yapısı ve Mc'nin söyleyiş biçimi tarzın oluşumunda önemlidir. Yerel terminolojide tarz salt Mc'nin söyleyiş biçimini imlemez. Tarz aynı zamanda İzmirli Mc'ler

⁴ Synthesizer

⁵ Şarkıyı söyleme biçimine denir. *Beat* üzerine *lyric*'i okuma şeklini de imler. Yerel terminolojide *flow* (akış) olarak adlandırılır. Ayrıca Tarz, Rap müziğin alt türüne de, Mc'nin şarkıyı söyleme şekline de atıfla kullanılır. İzmir Rap atmosferinde tarz çoklu anlam taşır.

tarafından alt türler olarak adlandırılır. Bu tarzlar *Battle, Funky, Protest, Melanko, Hard, Arabesk* gibi *beat* yapısına ve *lyric* içeriğine göre farklı şekillerde adlandırılırlar. Ancak bu adlandırmalar Mc'den Mc'ye de görece değişkenlik gösterir. Karataş, İzmir Rap atmosferindeki Mc'leri tarzları hakkında şunları ifade eder: "Anıl'ın yaptığı biraz daha eğlenceli *Funky* deniyor. Gazap'ın yaptığına *Protest* deniyor. Cash'in yaptığına da *Hard Rap* deniyο" (kişisel görüşme, 27 Mayıs, 2017). Tarz, *beat*'in müzikal yapısı, Mc'nin işlediği konular, sözleri okurken kullandığı vurgular ve ses tonu ile şekillenir. İzmir özelinde, Rap müzik sanatçıları ve dinleyicileri arasında bu tarzlar muğlaktır. Başka bir deyişle bu tarzların anlamlandırılması da yerellik ekseninde görece farklılıklar gösterir.

Bununla birlikte tarzın oluşmasında diğēr bir aktör *beatmaker*'lardır. Mc birçok konuda *beatmaker*'ı yönlendiren konumunda bulunsa da *beatmaker*'ın yazdığı altyapıda kullandığı rifler, çalgılar, ritmik yapının oluşumu tarzı şekillendirir demek yanlış olmaz. Katılımcı gözlem tekniğini kullanarak birkaç kez Serin Karataş için *beat* yazma tecrübesi yaşadım. Kendi stüdyosunda yapmış olduğumuz çalışmalarda genellikle "duygusal bir ezgi olsun; bu sözlerin altına sert bir alt yapı istiyorum; burada keman kullanalım; bu hızda değil daha düşürelim, bu *beat* için Türk ezgileri yazalım..." gibi yönlendirmelerle *beat*'in yazımında aktif rol oynamıştır. Bu bağlamda tarzın oluşmasında iki aktör de önemli rollere sahiptir diyebiliriz.

Yerel *sound*'lar yereli kapsayıcı yani bir bütünü imlemekten ziyade bir ya da birkaç sanatçıda belirginleşen *sound*'larla ilişkili olarak değerlendirilir. İzmir Rap müzik atmosferinde yerel *sound* özellikle Yener Çevik, Anıl Piyancı, Cash Flow ve Anıl Acar (Gazapizm) gibi *fame* Mc'lerde belirginleşir. Yerel *sound*'un en önemli temsilcilerinden biri Yener Çevik'tir. Çevik, İzmir'in ilk kuşak Mc'lerinden biri olarak anılır ve bir mihenk taşı olarak değerlendirilebilir. Çevik özellikle, arabesk olarak nitelendirdiği şarkılardan aldığı *sample*'ları şarkılarında *beat* olarak kullanır. Ancak Çevik'in kendi müziğine dair açıklamaları iki farklı müzik türünü kapsayıcı niteliktedir. Bunlar arabesk müzik ve halk müziğidir. Çevik, kendisini yeni neslin ozanlarından biri olarak tanımlar:

Ozanlık geleneğine bakarsak, Âşık edebiyatına kadar inmek gerekiyor. Daimi'lere, Pir Sultan'lara, Hacı Bektaş'lara, Ahmet Yesevi'lere... Taa o kültür, ilim, bilimine kadar gitmek gerekiyo ki onların yazdıkları şiirlere de bakılırsa didaktik ölçülerde failün mefailün tekniğinde ilerliyorlar ve onları şu an ki Hip hop *beat*'in üstüne okuduğunuzda Rap oluyo... bana sorarsan yaptığım müziğin adı halk müziği çünkü ben ülkemdeki halkın yaşadığı sosyal problemleri yazıp, anlatıp, okuyorum. Kimisini kendim yaşıyorum. Kimisini gidip kendim sosyolojik olarak gözlemliyorum. Oralarda bulunuyorum yani. O yüzden yaptığım işin adı benim halk müziği. (kişisel görüşme, 28 Ocak, 2018)

Bununla birlikte peki bu *Arabesk Rap* adlandırması hakkında Yener Çevik ne düşünüyor? sorusuna "Katılıyorum. Arabeskin dibine kadar katılıyorum. Ve benim yaptığım müzik, *Arabesk Rap* değil, Rap'in arabeskle buluşan hali aslında benim yaptığım iş. Çünkü biz Michael Jackson, Madonna'yla büyümedik. Hala da dinlediğin müzik ne dersen arabesk dinliyorum" (Y. Çevik, kişisel görüşme, 28 Ocak, 2018). Yener Çevik'in ozanlık geleneği ve *Arabesk Rap* ile ilgili açıklamaları iki farklı bağlamda okunabilir. Ozanlık geleneği ile kurduğu ilişki Mc'nin açılımı olan söylem ustasına yaptığı vurgudur. Dolayısıyla bu söylem, sözlü gelenek ile bir topluluğun yerel tarihini aktaran ve taşıyan batı Afrikalı şair/müziyenler olarak adlandırılan 'griot'lar ile ilişkili olarak değerlendirilebilir. Bu söylem Mc'nin ne olduğu ya da olması gerektiğine dair bir açıklamadır. Diğēr taraftan müziğine ilişkin "Rap'in Arabeskle buluşmuş hali" açıklaması onun yaptığı müziği tarz özelinde özgünleştirir. Müziğine yaptığı tanım, tarihsel süreç içinde izlerkitle tarafından da kabul görür ve Rap müziğinin bir alt türü olarak *Arabesk Rap* ortaya çıkar.

Özetle yerel *sound* Rap müzik pratisyenleri olarak değerlendirilebilecek farklı aktörlerin etkileriyle *beat, lyric* ve tarz ekseninde belirginleşir ve hem ulusal/uluslarüstü hem de yerel dinamiklerin etkisiyle bir anlam kazanır. Başka bir deyişle kendine has, biricik olanı bu etkilerle kurgular. Özetle altyapı ve tarz özelinde yerel *sound* dinamikleri görünürlük kazanır.

4.5. Performanslar

Kaydedilen müzik metinleri canlı müzik performansları iki farklı buluşma üzerinden gerçekleştirilen bir bütündür. Birincisi, etkinlik olarak Rap, *fame* ve *non-fame* Mc'lerin katıldığı pratiklerdir. Ancak etkinliklere katılan *fame* Mc'lerin sayısı bir elin parmaklarını geçmez. Bununla birlikte dinleyici topluluğu 40-100 kişi arasında değişmektedir. Ve dinleyici olmalarının yanı sıra bu izlerkitlenin birçoğunun kendi şarkıları vardır. Ayrıca ücretsiz olan bu etkinliklerde kullanılan mekânlar kamusal alanlardır. Alsancak çimner, Bostanlı Demokrasi Meydanı, Bornova Büyük Park bu mekânlara örnek teşkil eder.

İkincisi, konser olarak Rap, genellikle *Fame* olan Mc'lerin ve bunun yanı sıra daha az sayıda *non-fame* Mc'lerin de sahne aldığı pratiklerdir. Bu pratikler *fame* olan bir Mc'nin sahne aldığı tek kişilik performanslar; birkaç *fame* ve *non-fame* Mc'den oluşan performanslar ve birçok *fame* ve *non-fame* Mc'nin katıldığı performanslar olarak sınıflandırılabilir. Çoklu performanslar özelinde Yakaza organizasyonu ön plana çıkar. Konserlerdeki dinleyici topluluğu 600-1000 kişi arasında değişmektedir. Dinleyici sayısındaki bu niceliksel veri Mc'nin *fame* olma durumu ve konserin gerçekleştirileceği mekânın fiziksel özelliklerine bağlı olarak değişmektedir. Rap müzik konserlerinin kendine özgü performans mekânları bulunmamaktadır. Konser mekânı *Rock* barlar, Belediyelere ait Kültür Merkezleri, Gazinolar gibi değişkenlik arz eder ve belirli bir ücrete tabidir. Göl Gazinosu, *Noxx Plus*, *Volume Bar*, *Balad* Türkü Evi, Tepekule Kültür ve Sanat Merkezi, Balyoz *Karaoke* Bar konserlerin gerçekleştirildiği mekânlardan bazılarıdır.

4.6. Yakaza Örneği

Yakaza⁶ müzik aracılığıyla markalaşıp, kurumsal bir kimlik kazanmak için oluşturulmuş ticari bir organizasyonun adıdır. Yakaza adı altında 2014-2017 yılları arasında 10 büyük konser⁷ gerçekleştiren Karataş ayrıca bunun yanında etkinlik⁸ ya da küçük konser olarak adlandırdıkları performanslar da düzenlemiştir. Konserlerin genelinde kendisi de bir Mc olarak sahne alır.

Küçük konserler birkaç *fame* Mc'nin ve *non-fame* Mc'lerin de ön grup olarak sahne aldığı birkaç saatlik performans dizileridir. Küçük konserler yılda üç defa tekrarlanan büyük konserler arasında iki defa olmak üzere ve genellikle 2-5 *fame* Mc'nin sahne aldığı performanslardır. Küçük konserlerde Mc'nin *fame* olma ve dolayısıyla konsere *kitle çekebilme* potansiyeline göre vip bilet satışı da olabilir.

Büyük konser *fame* ve *non-fame* Mc'lerin sahne aldığı, yaklaşık 6 saat aralıksız devam eden performans türüdür. Mc sayısı genellikle 10-20 kişi arasında değişir. Mc'lerin aldıkları ücretler *fame* olma, konsere kitle çekebilme potansiyeline göre farklılık gösterir. Ayrıca Karataş'ın "önünü açmak istediğimiz gençler" olarak adlandırdığı *non-fame* Mc'ler de konserin ilk bölümü olarak ayrabileceğimiz periyotta performanslarını sergilerler. Bu *non-fame* Mc'lere bir ücret ödenmez. Bununla birlikte bu *non-fame* Mc'ler için Yakaza'da sahneye çıkmak zaten başlı başına bir olaydır. Göksel isimli *non-fame* Mc yaptığımız söyleşide bu durumu şöyle açıklar; "Yakaza bizim için çok önemli abi... Yakaza'da sahneye çıkmak bizim gibiler için hem çok önemli bir fırsat hem de gurur verici bir şey... Sonraki Yakaza konserlerinde de sahneye çıkabilmemiz için dinleyici almamız⁹ lazım..."

Bu konserlere dinleyici katılımı 600-1200 kişi arasında değişmektedir. Dinleyicilerin büyük bir çoğunluğu 13-19 yaş aralığında olan gençlerdir. Büyük konserlerde 'Vip' ve 'Normal' bilet olmak üzere iki farklı bilet satışı yapılır. Vip bileti normal bileten ayıran özellikler; sanatçılarla fotoğraf çektirme, sohbet etme, kuliste oturabilme ve sahneyi en önde izleme fırsatı olarak sıralanabilir. Konserler Bornova'da bulunan, üniversiteli öğrencilerin tercih ettiği ve genellikle rock müzik performanslarının gerçekleştirildiği Noxx Stage ve Kültür Park içinde bulunan ve daha öncesinde gazino olarak işletilen ancak günümüzde (2017) her türlü etkinlik için kiraya verilen Göl Gazinosu gibi mekânlarda gerçekleştirilir. Büyük konserler bir yıl içerisinde Ocak, Nisan ve Ekim ayı olmak üzere üç defa düzenlenir. Bu bağlamda takvime bağlı ritüeller olarak öne çıkar.

Yakaza adı altındaki büyük konser dizilerinin önemli bir bileşeni de tekstil ürünleridir. Yakaza amblemini taşıyan tekstil ürünleri *t-shirt*, *sweatshirt*, şapka, bandana vb. şeylerden oluşur. Bu ürünlerin fiyatları değişkendir. Biletlerle beraber kampanyalı olarak satışa sunulurken, tek tek de satılabilir. Büyük konserlerde yaklaşık 8-10 kişilik bir görevli grubu vardır. Bu ekip güvenlik görevlileri, sahne sorumluları, ses teknisyeni, bilet satış ve kontrol sorumluları olmak üzere çeşitlilik arz eder. Genellikle konser/etkinliklerde mekâna ait olan ses sistemleri kullanılır. Gerçekleştirilen bütün performanslarda hem Yakaza'nın kendi ürettiği ürünlerin hem de sahneye çıkan Mc'lerin ürettikleri ürünlerin satış standları mevcuttur. Bu ürünler (albüm, poster, tekstil ürünleri vs.) olmak üzere çeşitlik arz eder. Dolayısıyla konsere katılan *fame* Mc bu standlarda kendi ürünlerini satarak ek bir gelir elde edebilir.

⁶ İzmirli Rap sanatçısı Serin Karataş'ın öncülüğünde Korhan Dadak ile birlikte kurulmuş bir organizasyondur. 2008 yılından bu yana çeşitli organizasyonlar ve toplama albümler hazırlayarak İzmir'de aktif görev alan Postula, 2014 yılı itibarıyla organizasyon ve tekstil işlerini YAKAZA adıyla yürütme kararı aldı (Yakaza t.y.).

⁷ Karataş'ın performanslar arasında yaptığı ayrımı birkaç Mc'den oluşan ve çoklu performanslar olarak ayırdığımızı hatırlamakta fayda var.

⁸ Karataş'ın yaptığı etkinlikler bizim alan araştırmamızdaki etkinliklerle benzerlikler taşır. Yani acapella ve Freestyle performanslarını içerir. Ancak bununla birlikte etkinliklerin farklılaşması, küçük veya büyük konserler için bilet satış günü olarak düzenlenmesidir.

⁹ Yerel terminolojide dinleyiciyi almak, onları eğlendirmek, performanslarına eşlik etmelerini sağlamak anlamına gelir

Simbioyotik bir olgu olarak *undergound-mainstream* ayrımı üzerinde daha önce durmuştuk. Örnek olay üzerinde bu etkileşimin daha iyi anlaşılabilmesi için kısaca müzik endüstrisinden çıkma (bandrollü) albümlere sahip olan Rap müzik Mc'lerini *mainstream*, kendi imkanlarıyla üretim ve dağıtım yapan bireysel prodüksiyonları *underground* olarak değerlendirdiğimizi yinelemek yerinde olur. Yakaza, *underground-mainstream* etkileşimine açık, dinamik bir mekân olarak işlev görür. Daha farklı bir ifadeyle Yakaza her ne kadar ticari bir organizasyon olarak görülse de 2014-2017 yılları arasında gerçekleştirilen, katılım oranı en yüksek performanslar dizisi olarak değerlendirilir. Ancak performansların mekânı olarak Yakaza (İzmir Göl Gazinosu vd.) *underground-mainstream* etkileşimi açısından Lefebvre'ci bakış açısıyla; "dinamik bir mekân" olarak ifade edilebilir. Kısaca bir organizasyon olmanın ötesinde performansçılar ve dinleyiciler tarafından anlam ağlarıyla örülü bir alandır.

Yakaza örneğinde *underground-mainstream* etkileşimi iki temel bileşende ele alınabilir. İlki ana akıma dahil olmuş Mc'ler ile yeraltı olarak adlandırılan Mc'ler arasında yüz yüze iletişimle oluşan etkileşim. Diğeri Mc'lerin yeni dinleyici kitlesi edinebilmesine olanak tanıyan dinleyicilerle olan etkileşimi. Dinleyicilerin Mc'lerle olan etkileşimi salt olarak sahnede gerçekleşen performanslarla bağlantılı olduğu için ayrı bir başlıkta bunu değerlendirmeyeceğiz.

Mc'ler arasındaki yüz yüze etkileşim farklı boyutlarda gerçekleşir. Bunları şu şekilde kategorize etmek mümkündür.

- 1) *Non-fame (underground) Mc - fame (mainstream) Mc* etkileşimi
- 2) *Fame (underground) Mc - non-fame (mainstream) Mc* etkileşimi
- 3) *Fame olan (mainstream) Mc* ya da daha fazla Mc'nin etkileşimi

Bağlamımızı oluşturan etkileşim kategorileri 1 ve 2 numarada belirtilenlerdir. Buna göre bu iki başlıkta; sahnede *underground* Mc, ana akım Mc'nin *back vocal*'i olabilir. Bu performans düet şeklinde de gerçekleşebilir. Ayrıca bu etkileşim performans sonrasında, albümlerde düet/*feat* yapmaya kadar gidebilir. Aynı sahneyi paylaşmak farklı dinamiklerin ürünüdür. *Fame* olan Mc kendinden önce sahne alan *non-fame* Mc'nin sahne performansından ve dinleyiciler üzerindeki tahakkümünden etkilenebilir ve bu durumu pragmatik bir faydaya dönüştürebilir. Karşıt olarak *non-fame* Mc kendisine destek vermesi için *fame* Mc'nin şöhretinden faydalanmak için talepte bulunabilir. Kısaca bu iletişim, konser öncesinde, konserin gerçekleştiği sırada ve konser sonrasında (bir sonraki konser ya da albüm projeleri için) gerçekleşebilir. Yakaza bu tür etkileşimlere açık bir sahnedir.

Yakaza performanslar dizisi *non-fame* Mc'lerin önce *underground* sonra *mainstream* bir süreçle tahayyül ettikleri konuma gelmeleri için de uygun bir sahnedir. Bu süreçle ilgili dikkat çekici örneklerden biri Yakaza Vol. 4 (2014) konserinde tanıştığım üç *non-fame* Mc'dir. Bu *non-fame* Mc'ler daha sonra 'Yetenek Siziniz' yarışmasıyla AGC ismiyle ana akım medyada görünürlük kazanacak olan Göksel İnağ, Alperen Dirik ve Can Kayahan'dır. Vol. 4 konserine ilk olarak dinleyici olarak gelen bu grup, o konserde Serin Karataş'ın dikkatini çekip bir sonraki konserde sunuculuk görevini üstlenmiş sonrasında ise birer *underground* Mc olarak sahneye çıkmışlardır. O dönemde Rap müzik izlerkitlesi tarafından tanınmayan gençler daha sonra Yakaza organizasyonuna dahil olup *underground* birer Mc olma yolunda ilerlerler. 27 Mayıs 2017 günü Serin Karataş ile yaptığımız görüşmede orada bulunan Göksel İnağ, Yakaza Vol. 4 konser günü ve sonrası ile ilgili şu açıklamayı yapmıştı; "Biz Yakaza Vol. 4 de tesadüfen bir grup olmuştuk. O grupta sürekli bağırın, canlı bir gruptu. Baya hareketliydik falan... Serin abinin de dikkatini çektik. 2 belki 2,5 sene önce Belediye'nin önünde yapılan etkinlikte de Serin abiyle tanıştık."¹⁰ Sonrasında Serin Karataş'a sahneye çıkma sürecinin nasıl geliştiğini sordum. "İlk önce sahne görevlisi olarak yazdık isimlerini. Bir sonraki konserde sunucu oldular ve sonraki konserde de isimlerini yazdık (*Mc olarak*)..." Ayrıca bu grup Serin Karataş'ın öncülük ettiği 'Efsane Rap Savaşları' oluşumunda Mc kimlikleriyle aktif görev almaktadır. 17 Mart 2016 tarihinde açılan 'Efsane Rap Savaşları' isimli Youtube kanalı 225.824 abone sayısına ve yayınlanan 24 video klip toplamında 48,5 milyonluk bir izlenme oranına ulaşmıştır.¹¹ Yine aynı konserde Rapuzi (Ahmet Turan Döşkaya) mahlasını kullanan, izlerkitlenin tanımadığı bir Mc sahneye çıkmış ve 'Neden Türkçe Hip hop gelişmiyor' isimli şarkısıyla izlerkitlenin beğenisini toplamıştı. Sahneden inerken de yanında albümünü¹² ve posterlerini getirdiğini belirterek performans sonrasında albümlerini satmıştır. Rapuzi daha sonraki

¹⁰ Yakaza Vol. 4 konserinde bir başka grupla birlikte sahnenin sağ ön tarafında ateşli birer taraftar gibi hem kendileri eğleniyor hem de izlerkitleyi etkiliyorlardı.

¹¹ Kanal, Youtube tarafından bir süre önce kapatıldı.

¹² Home stüdyosunda kaydettiği *underground* bir albüm

konserlerde afişte ismine yer verilen bir *fame* Mc olarak sahneye çıkmıştır. Korhan Dadak bu durumu “Serin haricinde de sanatçılarımız var. Hedefimiz o sanatçıların bir şekilde yolunu açmak. Rap müziğe kazandırmak” şeklinde açıklamıştır. Yine aynı görüşmede Dadak’ın (kişisel görüşme, 10 Ekim, 2016) “sanatçılar kulisteyken birbirini dinleme fırsatı buluyorlar eğer beğenirlerse aralarında paslaşma durumu oluyor” şeklinde yaptığı açıklama *underground- mainstream* etkileşimini destekler.

5. Sonuç

1970’li yıllarda ortaya çıkan bu pratik kısa sürede ana akıma dahil olmuş ve küresel ölçekte yaygınlaşmıştır. Rap müzik yapan kişiye Mc denir. Mc söylem ustası olarak değerlendirilir. Almanya’da yaşayan Amerikan askerlerinin kültürel varlığıyla, 1980’li yılların ortalarından itibaren bir tür disko müziği olarak görünürlük kazanan Rap, kısa sürede göçmenler arasında da yaygınlaşır. Almanya’da yaşayan Türk göçmenlerin üçüncü kuşağı, gündelik hayatta yaşadıkları yapısal dışlanma ile Afro-Amerikan topluluğun yaşadığı sorunlar arasında bir benzerlik olduğunu fark eder ve yaşadıkları problemleri ifade etmenin aracı olarak Rap müziğe yönelirler. Türkçe Rap müziğin, Türkiye sınırları içinde dikkat çekmeye başlaması ise 1990’lı yılların sonlarına denk gelir. *Underground* bir pratik olarak bu müzik 2000’li yıllardan itibaren ana akıma eklenmeye başlar. Bugün Rap müziğin ana akıma dâhil olduğu aşikârdır. İzmir özelinde ise Türkçe Rap müziğin tarihsel serüveni, Türkiye’de ortaya çıktığı yıllarla paralellik gösterir.

Scene, belirli bir müzik türü ekseninde toplanmış dinleyiciler ve müzisyenlerin oluşturdukları etkinlikler ve etkileşimler bütünü olarak değerlendirilebilir. İzmir ölçeğinde Rap müzik, Hip hop kültürü çevresinde zevk/estetik değerlerin bütünleştiği; popüler müzikler içinde farklılaşan bir tür ve kendine özgü bir *sound*’u olan; ulusal/uluslararası endüstriyel süreçlerle etkileşime açık; hem müzisyen hem de dinleyici profilleri bağlamında sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik farklılıkları kapsayan pratikler bütünüdür.

İzmir Rap atmosferinde gerçekleştirilen etkinlikler ve konserler *scene*’i şekillendiren ve tanımlamaya imkân veren olgulardır. Özellikle çoklu performans mekânları olarak konserler *underground-mainstream* etkileşiminde önemli bir işleve sahiptir. Bununla birlikte *underground*’dan *mainstream*’e geçiş serüveni yerel ölçekte Mc’lerin performans mekânlarını da dönüşüme uğratar. Ana akım medyada görünürlük kazanmadan önce İzmir’de sahne aldığı konserler yalnızca Yakaza ile sınırlı olan bir Rap sanatçısı, sonrasında kentin büyük kapasiteli konser salonlarında ve gece kulüplerinde boy gösterir.

Bu araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturan *scene*, İzmir merkezinde bulunan Rap müzik ilgililerini kapsar. Üretim, ürün ve tüketim diyalektiği bağlamında görünürlük kazanan İzmir Rap *scene*, temellüğe dayalı, küresel etkileşime açık ve yerel dinamiklerin etkisiyle kendine özgü bir yerel *sound*’u olan *underground*’dan *mainstream*’e giden bir görünüm sergiler.

Kaynakça

- Aslan, U. (2015). *Protestan ritüellerinde popüler müzik pratiği: İzmir çağdaş tapınma scene* (Tez No. 413931) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Aydın, S. O. (2018). *Arenadan ekrana şöhret kültürü*. İmge Yayınları.
- Bauman, Z. (2015). *Akışkan modern dünyada kültür* (İ. Çapcıoğlu ve F. Ömek, Çev.). Atıf Yayınları.
- Bennett, A. (2010). Introduction to part three. A. Bennett, B. Shank ve J. Toynbee (Ed.), *The Popular music studies reader* (s. 95-97) içinde. Routledge.
- Chomsky, N. (2005). *Medya denetimi* (E. Baki, Çev.). Everest Yayınları.
- Cohen, S. (1999). Scenes. B. Horner ve T. Swiss (Ed.), *Key terms in popular music and culture* (s. 239-250) içinde, Blackwell Publishers.
- Çerezcioglu, A. B. (2011). *Küreselleşme bağlamında extreme metal scene: İzmir metal atmosferi* (Tez No. 298197) [Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Çerezcioglu, A. B. (2014). İndie müzikte tanım ve sınıflandırma problemi. *Folklor/Edebiyat*, 20 (78), 91-106.
- Çerezcioglu, A. B. (2017). *İsyen: Rock müzikte tınısal temsiller*. Gece Kitaplığı.
- Darcan, T. ve Ergun, L. (2015). Müzik endüstrisinde üretim, tüketim ve metin: Telif sorunsalı. *International Journal of Human Sciences*, 12 (2), 1251-1272.
- Erol, A. (2009). *Müzik üzerine düşünmek*. Bağlam Yayınları.

- Fonarow, W. (2006). *Empire of dirth: The Aesthetics and rituals of British indie music*. Wesleyan University Press.
- Frith, S. (2000). Popüler müziğin endüstrileşmesi. J. Lull (Ed.), *Popüler müzik ve iletişim* (s. 71-106) içinde. Çiviyazıları.
- Harris, K. K. (2007). *Extreme metal: Music and culture on edge*. Berg Publishers.
- Huber, E. (2013). *Dilbilime giriş*. Yabancı Dil Yayınları.
- Jeffries, M. P. (2011). *Thug life: Race, gender, and the meaning of hip-hop*. The University of Chicago Press.
- Jöntürk. (2003). *Bir gençlik çılgılığı hip-hop kültürü*. Akyüz Yayın Grubu.
- Karadeniz, T. (2013). *Hip-hop Amerikan kültürü değildir*. Kutlu Matbaa.
- Keeton, W. T. ve Gould, J. L. (1999). *Genel biyoloji*. Palme Yayıncılık.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın üretimi*. Sel Yayıncılık.
- Mustan Dönmez, B. (2019). *Etnomüzikolojinin temel kavramları*. Bağlam Yayınları.
- Price, E. G. (2006). *Hip hop culture*. Abc-Clio.İ
- Rojek, C. (2003). *Şöhret*. Ayrıntı Yayınları.
- Rowe, D. (1996). *Popüler kültürler* (M. Küçük, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Selçuk Tüccar, S. (Yönetmen). (2011). *Söyleyeceklerim var* [Belgesel].
- Solomon, T. (2005). 'Living underground is tough': Authenticity and locality in the hip-hop community in Istanbul, Turkey. *Popular Music*, 24 (1), 1-20.
- Tekdemir, Ö. (Yönetmen). (2008). *Anlatın ben dinlerim* [Belgesel].
- Watkins, S. C. (2005). *Hip hop matters: Politics, pop culture, and the struggle for the soul of a movement*. Beacon Press.
- Yakaza. (t.y.), Ana Sayfa [Facebook sayfası]. Facebook. Erişim tarihi: 16 Temmuz 2017
https://www.facebook.com/pg/Yakazaizmir/about/?ref=page_internal