

Genç Kadın ve Erkeklerin Müzik Ürünü Dinleme Cihazı ve Korsan Ürünler Karşısındaki Tutum Farklılıkları

Prof. Dr. Cengiz YILMAZ

Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, MANİSA

Yrd. Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL

Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, MANİSA

Bilim Uzm. Ömer KAPANCIOĞULLARI

ÖZET

Bilgisayar, internet, müzik ürünü formatı, müzik dinleme cihazı teknolojilerinde meydana gelen her ilerleme müzik ürünlerinin satın alım yerini ve miktarını, ürün çeşidini, ürün üretim yöntemini ve miktarını, endüstrideki kişi gruplarını, hatta endüstri modelini değiştirebilir. Değişime bu kadar açık olan müzik endüstrisinde kişilerin müzik ürünlerini dinleme cihazları ve korsan ürünlere karşı tutumları farklılık gösterebilmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de satışların düşmesinin en önemli nedeninin korsan satışlar olduğunu ve endüstride satın alımların önemli bir bölümünü genç nüfusun gerçekleştirdiğini düşündüğümüzde, genç kesimin korsan ürünlere karşı tutumlarının araştırılması gerektiğine inanmaktayız. Bu çalışma ile genç kadın ve erkeklerin müzik ürünlerini dinleme cihazlarını kullanım farklılığını ortaya koymak, fiziksel ve dijital korsanlığa bakış açılarını incelemek amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Müzik Endüstrisi, Korsan satışlar, Satın Alımlarda Tutum Farklılıkları

The Attitude Differences of Young Women and Men Against Music Listening Products and Pirates Music Products

ABSTRACT

All developments taking place in computers, internet, music product formats and audio device technologies have an impact on the location of music product sales, the amount and method of such sales, the people in the music industry and even the industry model itself. In regards to the music industry, which is one that is extremely open to such changes, people's attitudes towards devices for listening to music and copyright piracy are highly variable. As in the case of worldwide sales, Turkish sales of music products have also been negatively influenced by pirate sales, and the largest group of the buyers are the youth population, therefore resulting in a need of investigation of the attitude of Turkish youth towards these changes and piracy. Hence, the aim of this study is to pinpoint differences in the choice of devices used for listening to music in young women and men, and to investigate their points of view towards physical and digital piracy.

Key Words: Music Industry, Pirate Sales, Difference in Attitudes Towards Purchasing

1.Giriş

Teknolojik gelişmeler müzik endüstrisinin de değişimine yol açar. Müzik ürünü formatları gün geçtikçe daha iyi ses kalitesine doğru ilerleme kaydetmiştir. Özellikle plak, kaset, CD, MP3, DVD gibi müzik ürünü formatlarının zaman içerisinde gelişimi müzik dinleme cihazı üreticilerini de etkilemiştir. CD teknolojisinin oluşması ile CD çalarlar, sıkıştırılmış müzik dosyası olan

MP3'lerin ortaya çıkması ile MP3 çalarlar ve daha sonrada en yüksek kalitedeki ses ve görüntü düzeyine sahip olan DVD'lerin ortaya çıkması ile de DVD çalarlar müzik dinleme cihazı üreticileri tarafından satışa sunulmuştur.

Her bir müzik ürünü formatının özellikleri farklıdır. Örneğin internet üzerinden dosya paylaşımının yapıldığı müzik ürünü formatı olan MP3 formatındaki müzik dosyalarının kullanımlarının kolay olmasına rağmen, DVD formatındaki müzik dosyaları kadar iyi ses kalitesine sahip olmamaları söz konusudur. Bunun yanında plakların kullanımı zordur ve ses kaliteleri diğer formatlara göre düşüktür ancak halen belirli bir kesimin ilgisini çekebilmektedir. Dinleyicilerin müzik ürünü dinleme cihazı tercihleri beklentilerine göre farklılık gösterebilmektedir. Bu farklılıklar ses kalitesi, kullanım kolaylığı, internet üzerinden indirme kolaylığı gibi çeşitli şekillerde olabilir. MP3 formatının kullanım kolaylığı ve internet üzerinden indirilmesinin diğer formatlara göre çok daha kolay olması özellikle genç kesim tarafından tercih edilmesine yol açar (Kapancıoğulları, 2006, s: 99).

Bilgisayarların birbirleriyle veri alışverişi ve ortak iş yapacak biçimde bağlanması ile oluşan bilgisayar ağları, bilgisayarların potansiyel gücünü inanılmaz boyutlara çıkarmıştır. Böyle ağların toplamından oluşan internet, bilgiye ve bilgisayar kaynaklarına küresel erişim sağlamaktadır. Müzik endüstrisinde ürünlerin formatının, müzik dinleme cihazlarının, müzik ürünlerine ulaşım yollarının sürekli değişime uğradığı, şirketler için de müşterilere ürünlerini ulaştırmanın, pazarlama ve dağıtımın farklı yollarının olduğu görülmüştür ve özellikle internet müzik şirketleri için ileride önemli bir dağıtım ağı olacaktır.

İnternet 1990 yılından itibaren dünya çapında yaygınlaşmaya başladıktan sonra kısa sürede hızlı gelişme göstermiştir ve zamanla internete bağlanma maliyetinin düşmesi, kullanımı kolay programların sunumu internet vasıtasıyla iletişim kurmayı, bilgi erişimini ve yayıncılığı herkese açık bir hale getirmiştir. Bir internet uygulaması olan World Wide Web (kısaca www) multi-medya verilerin (metin, ses, resim, film) tek bir sistemle bütünleşik bir biçimde yayılmasına ve erişilmesine imkân vererek, internet kullanıcı sayısında ve internette yayınlanan bilgi miktarında patlamaya yol açmıştır (Acun, 2000, s: 5-26). Özellikle müzik dinleyicileri için internet çok önemli bir fırsat olmuştur. Dinleyiciler böyle bir fırsatı ilk defa ele geçirmişlerdir. Artık herhangi bir mağazaya gitmeden istedikleri sanatçının albümüne ulaşabilirler. Aradıkları sanatçıların müziklerine benzer başka sanatçılar hakkında kolaylıkla bilgi sahibi olabilirler. Herhangi bir şekilde bir yerden duydukları bir sanatçının herhangi bir parçasını satın almaya karar vermeden önce 30 saniyelik bir kısmını dinleyebilirler. Alınan bir şifre ile aylık ücret ödeyerek abone olup, aradıkları tüm albümlere ulaşabilirler. Cep telefonları ile herhangi bir yerdeyken internete bağlanıp istedikleri müzik parçasını indirebilirler. Bu olanaklardan faydalanmak için oluşturulmuş birçok yasal internet sitesi mevcuttur. İnternet üzerinden yasal olarak indirilen MP3 (MPEG Audio Layer 3) dosyalarını ister MP3 çalarlarında, isterlerse bilgisayarlarında yada CD çalarlarında dinleyebilirler. MP3 kullanımının yaygınlaşmasıyla MP3 çalar satışlarında önemli artışlar olmuştur.

MP3 çalarlar gençler tarafından bilgisayarlardan sonra en çok kullanılan müzik dinleme cihazı olmuştur (Kapancıoğulları, 2006, s: 96)

2001'de Apple'in iPod'u sunmasıyla başlayan MP3 çalar satışları 2004 yılında ülkemizde de yaygınlaşmış ve korsan satışların oldukça artmasına yol açmıştır. MÜ-YAP (Bağlantılı Hak Sahibi Fonogram Yapımcıları Meslek Birliği) bir yandan korsan MP3 dağıtımının önünü kesmeye çalışırken bir yandan da internet kullanıcılarının taleplerine yasal yollardan karşılık verebilmek için çalışmalarını sürdürmektedir. ABD'deki Apple şirketinin parça başına 0,99 dolar ücret ile yaptığı satışlarda büyük başarı yakalamasıyla bir benzer dağıtım da MÜ-YAP tarafından başlatılmak üzere. Yakında MÜ-YAP tarafından planlanan proje ile, üye 100 firmanın arşivlerindeki 250 bin şarkı, 50 ve 99 kuruş gibi ücretlerle bilgisayar, MP3 çalar, yada cep telefonlarına yasal yollarla indirilebilecektir.

Teknolojik ilerlemelerle birlikte artık müzik dinlemek, internete bağlanmak ve iletişim için tek bir cihaz yeterli olmuştur. Evlerindeki bir internet bağlantısı sayesinde; dinleyiciler alışverişlerini yapabilirler, sanatçılar hakkında en ayrıntılı bilgilere, sanatçıların albümlerinde olmayan parçalarına, konser kayıtlarına, röportajlarına, resimlerine kolaylıkla ulaşabilirler.

2.Korsan Satışlar: Fiziksel ve Dijital Korsanlık

Birkaç sene öncesine kadar yapılan korsanlıklar, yasal ürünlerin tekrar kopyalanarak satılması, canlı performansların yasa dışı olarak kaydedilip satılması şeklindeydi. Kaydedilmiş kaset ve CD'lerin izinsiz, ticari amaçlı olarak kopyalanıp, çoğaltılıp, satılmasıyla fiziki korsanlık yapılmakta ve endüstride çok önemli bir sorun olmaktaydı. İnternet ile birlikte dijital korsanlık oluşmuştur ve kontrolü daha güç bir durum ortaya çıkmıştır.

Tüm dünyadaki korsan ürün satışlarının değeri 4,6 milyar dolardır ve 1,5 milyar birimdir(International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2004). Bu değer İngiltere, Hollanda, İspanya'daki satışların toplam değerine eşittir. Korsan satışlar 2004 yılında bir miktar düşme eğilimi göstermiştir. Bunun nedeni kaset korsanlığının azalması, internet korsanlığının artmasıdır. Meksika, Brezilya, Çin, Hong Kong, İspanya gibi ülkelerde korsanlık karşıtı çabalara verilen önem son yıllarda artmıştır. Ancak Hindistan, Doğu Avrupa, Latin Amerika'da CD korsanlığı sürekli artmaktadır ve CD satışları düşmektedir. Ancak CD satışlarındaki düşüşün nedenini tamamen korsanlığa bağlamak güçtür. Küresel olarak CD satışlarındaki düşüşe etki eden birçok faktör olabilir. DVD satışlarındaki artışlar, bilgisayar oyunlarına ve internete olan ilginin müziğe olan ilgiden daha fazla artması bunlardan bazılarıdır. Bugüne kadar yapılmış çalışmalar içinde P2P(peer to peer) teknolojisi ile dijital korsanlığın CD satışına direkt etki etmediği gibi karşı görüşler de vardır (Oberholzer ve Strumpf, 2004).

Korsan satışların artmasının en önemli nedeni bilgi teknolojilerindeki ilerlemelerdir. Özellikle bilgisayarların bilgileri saklama, kopyalama ve çoğaltmadaki başarısı plak şirketleri tarafından pazara sunulan CD formatındaki albümlerin bilgisayarlar yardımıyla çoğaltılmasını kolaylaştırır. Bu durumda

engellenmesi oldukça güç olan fiziksel korsanlık doğar. Fiziksel korsanlık yasa dışı olarak çoğaltılan ürünlerin sokak veya caddelerde satılmasıdır. Daha sonra bu ürünlerin MP3 denilen sıkıştırılmış müzik formatına dönüştürülüp internet üzerinden kişiler arası paylaşımına açılmasıyla da dijital korsanlık ortaya çıkmıştır. İnternet korsanlığı bireylerin ürettiği çeşitli ürünlere internet üzerinden kopyalama ya da indirme yoluyla izinsiz ve ücretsiz olarak ulaşım, sahip olmaktır. Bir başka tanıma göre internet korsanlığı ya da dijital korsanlık; basılı medyanın dağıtım ve görsel-işitsel eserlerin izinsiz olarak yayınlanmasıdır(DPT, 2003, s:67). Ülkemizde korsanla mücadele alanında faaliyet gösteren bir meslek birliği olan MÜ-YAP'a göre ise internet korsanlığı müzik dosyalarının gerekli izinler alınmaksızın internet üzerinden yasadışı olarak umuma iletimi olarak tanımlanmıştır (MÜ-YAP, 2007).

Telif hakları ile ilgili düzenlemeler ile birçok ülkede internet korsanlığı engellenmeye çalışılmaktadır. İnternet üzerinden korsanlık sanatçıların, müzisyenlerin, yazarların, üreticilerin, yayıncıların, plak şirketlerinin, film yapımcılarının ve birçok yaratıcı işkolunun yara almasına sebep olmuştur. İnternet üzerinden korsanlık P2P ağları üzerinden gerçekleşmektedir. P2P yani kişiler arası veri paylaşımı teknolojisi yeni bir iletişim yapısıdır. İnternet aracılığıyla kullanıcıların bir merkeze bağlanarak ya da bağlanmadan birbirleriyle iletişime geçmeleri sağlanır (Wunsch ve Vickery, 2005, s: 75.). Bugün internet çağında P2P teknolojisi birçok endüstrinin yapısını dramatik olarak etkilemektedir.

Bu yeni teknoloji sonucu kişiler arası veri transferinin yapılabilmesi ile dijital müzik dosyaları ücretsiz transfer edilmeye başlanmış ve yasal olmayan dağıtım sorunu ortaya çıkmıştır. Bugün birçok değişik program kullanılarak tüm dünya çapında yasa dışı veri transferleri yapılmaktadır. Bu programlardan bazıları; Kazaa, Gronkster, eDonkey, LimeWare, Morpheus, Overnet, Direct Connect, Soulseek, Bearshare, İmesh, WinMx, Ares, Gnutella, GrabLt'dir (British Phonographic Industry (BPI), 2005). Tablo 1'de 2002 ve 2005 yılları için internetteki yasal olmayan müzik dosyası sayısı görülmektedir. 2003 yılında en yüksek seviyesine ulaşan yasa dışı müzik dosyalarındaki düşüşün nedeni yasal satışlardaki artışlar ve yasa dışı paylaşım programlarının kullanıma kapatılması olarak belirtilebilir.

Tablo 1. İnternetteki Yasa Dışı Müzik Dosyaları (Milyon adet)

	Nisan 02	Nisan 03	Ocak 04	Haziran 04	Ocak 05
Web Sitesi	100	100	100	100	110
P2P Ağları	500	1000	800	700	760
TOPLAM	600	1100	900	800	870

Kaynak: IFPI, Digital Music Report 2005.

IFPI (International Federation of the Phonographic Industry,Uluslararası Fonogram Endüstrisi Birliği) verilerine göre 2002 yılında 500 milyon, 2003 yılında 1 milyar, 2004 yılında 800 milyon dosya peer to peer (P2P) ağlarında mevcuttur. Kullanıcılar 2002 yılında bilgisayarlarına internet üzerinden 3,6 milyar dosya indirmişlerdir ve bu dosyaların %60'ı müzik dosyasıdır (The Observer, 21-Nisan-2002).

Ülkemizde bazı müzik paylaşım sitelerinin yayınının mahkeme kararıyla durdurulması, bu yönde ileride de yeni çalışmalar yapılabileceğini göstermektedir. Müzik ürünü paylaşım sitelerinden www.myspace.com sitesi tüm dünya genelinde müzik paylaşımı yapılabilen bir sitedir ve ülkemizde yayını durdurulmuştur. Ancak bu sitede sanatçılar, ticari anlamda bir satış sözkonusu olmaksızın müziklerini doğrudan dinleyicilerine ulaştırabiliyorlardı. Bu site aracılığıyla sanatçılar kendi şarkılarının pazarlaması ve tanıtımını yapıyorlar, yani dinleyicilerine müziklerini ücretsiz dinletip, daha sonra satın almak isteyenleri kendi sitelerine yönlendirebiliyorlardı. Ülkemizde bu siteye ulaşma izin verilmedi. Bu girişimin eskiye oranla yasa dışı müzik indirmelerine karşı bir çaba olduğu gözlemlenmektedir. Ülkemizde ve dünyada, müzik endüstrisi halen bir düzlüğe çıkabilmiş durumda değildir. Tam olarak neye izin verilebileceğine neye verilemeyeceğine geçerli bir yanıt halen bulunamamaktadır. Bunun dışında bazı Avrupa ülkelerinde izinsiz müzik dosyası paylaşımı ve internetten yasadışı veri indirmeleri konusunda cezalar artmaya devam etmektedir. Ülkemizde de yakın dönemde yasa dışı indirmeler konusunda cezai yaptırımların devreye girebileceğini düşünmekteyiz.

3. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmamızın amacı genç kadın ve erkeklerin müzik ürünü dinleme cihazı ve korsan ürünler karşısındaki tutum farklılıklarını ortaya koymaktır. Bu amaçla hazırlanan anket; konuya daha duyarlı olduğu düşünülen İzmir ve Manisa illerindeki Celal Bayar Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Ege Üniversitesi ve İzmir Ekonomi Üniversitesi öğrencilerinden toplam 372 kişiye uygulanmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde bu üniversitelerde öğrenim gören lisans öğrencilerinin toplam sayısı düşünüldüğünde, bu sayının yaklaşık olarak 60.000'ler seviyesinde olduğu görülecektir. Araştırmayı ilgilendiren anakitlenin bu kadar geniş olması dikkate alındığında da, sınırlı olan anakitle sınırsızmış gibi değerlendirilebilir. 60.000 denekten oluşan bir anakitle için 372 büyüklüğündeki örnek hacminin anakitleyi temsil yeteneği bakımından yetersiz olabileceği düşüncesi her zaman geçerli olmakla birlikte, sınırlı bir zaman aralığında bireysel çabalarla ancak bu örnek hacmine ulaşılabilmektedir. Bu örnek büyüklüğünün teknik olarak, istatistiksel testlerin sağlıklı sonuç verebilmesi için yeterli olduğu düşünülmektedir.

Bu amaçla araştırmada kullanılan anketin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Anket sorularına verilen yanıtların içsel tutarlığını ölçebilmek için hesaplanan Cronbach alfa katsayısı 0,8470 olarak elde edilmiştir. Sözkonusu katsayı 0,0001 önem seviyesinde istatistiksel olarak sıfırdan farklı çıkmıştır. Buradan anket

sonuçlarının istatistiksel olarak güvenilir sonuçlar olduğunu söyleyebiliriz. Ankette kullanılan sorular ise, konuyla ilgili yapılmış benzer çalışmalar dikkate alınarak tarafımızca hazırlanmıştır. Bu yönüyle ankette kullanılan soruların beklenen sonuçlara ulaşmada geçerli oldukları düşünülmektedir.

Tutum farklılıklarının belirlenmesiyle ilgili sorulara verilen kategorik cevaplara, istatistiksel açıdan cinsiyetin etkisini belirleyebilmek için, parametrik olmayan testlerden Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Ayrıca anketteki konuyla ilgili sorulara verilen yanıtlar mutlak frekans ve oransal paylar olarak tablolarla da gösterilmiştir. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde yanıtlanmayan boş bırakılan sorular değerlendirme dışı bırakılmıştır. Ayrıca bazı sorularda birden çok seçeneğin işaretlenebilmesi nedeniyle toplam frekanslarla katılımcı sayısı yani örnek hacmi arasında farklılıklar olabilmektedir.

4. Araştırma Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin yaş dağılımına bakıldığında 19-23 yaş arası öğrencilerin anketi cevaplayanların %72,58'ini oluşturduğu görülmektedir. Anketin üniversite öğrencilerine uygulandığı düşünüldüğünde bunun normal bir sonuç olduğunu düşünebiliriz (Tablo 2). Katılanların %54'ünü kadınlar, % 46'sını erkekler oluşturmaktadır. Genç kadın ve erkeklerin tutum farklılığının incelendiği çalışmamızda cinsiyet açısından katılımcıların birbirine yakın sayılarda olması elde edilen sonuçların güvenilirliği açısından önemlidir.

Tablo 2. Yaş Dağılımı

Katılımcıların Yaş Dilimleri	Frekans	Yüzde Pay
19'dan az	31	8,33
19 – 23 yaş arası	270	72,58
23'den fazla	71	19,09
Toplam	372	100

Ankete katılanlar müzik ürünlerini en fazla %33,7'lik oranla bilgisayarda daha sonra sırasıyla %23,84'lük oranla MP3 çalarlarda, %16,85 ile CD çalarda dinlemektedirler. Fakat burada toplam frekansın oldukça yüksek 730 çıkması, katılımcıların önemli bir kısmının aynı anda birden çok müzik dinleme aracını tercih ettiklerinin göstergesi olmaktadır. Cinsiyetin müzik dinleme araçları tercihinde etkili olup olmadığı araştırıldığında, 0,0103 önem seviyesinde cinsiyetin en yüksek paya sahip ilk dört tercih üzerinde etkili olduğu anlaşılmıştır. Buna göre, erkeklerin %36,98 ile bilgisayar, %26,63 ile MP3 çalar ile müzik dinlemeyi kadınlara göre daha çok tercih ettikleri belirlenmiştir(Tablo 3). Kadınların müzik dinleme cihazı tercihi incelendiğinde, televizyon ve CD çalarların erkeklere göre daha çok tercih edildiği görülmüştür. Bu sonuçların özellikle müzik dinleme cihazı üreticilerinin kadın veya erkeklere özel cihaz üretmeleri açısından ilgi çekici olduğu belirtilebilir.

Tablo 3. Cinsiyete Göre Müzik Ürünü Dinleme Cihazı

Cinsiyet	Erkek		Kadın		Toplam	
	Frekans	% Pay	Frekans	% Pay	Frekans	% Pay
Televizyon	29	8,58	62	15,82	91	12,47
Bilgisayar	125	36,98	121	30,87	246	33,70
CD çalar	50	14,79	73	18,62	123	16,85
MP3 çalar	90	26,63	84	21,43	174	23,84
Diğer	44	13,02	52	13,26	96	13,14
Toplam	338	100,00	392	100,00	730	100,00
Pearson Ki-kare değeri	13,2846	Serbestlik derecesi	4	Önem Seviyesi (p)	0,0103	

İnternet üzerinden yasal olmayan yollardan müzik paylaşımıyla ilgili sorulan soruya verilen cevaplara cinsiyetin etkisini açıklamada, değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bağımlılık ilişkisinin olduğu anlaşılmıştır. Cinsiyetin soruya verilen cevaplarla bağlantısını açıklayabilmek için Tablo 4 hazırlanmıştır.

Tablo 4. Cinsiyete Göre İnternet Üzerinden Yasal Olmayan Müzik Ürünü Paylaşımı

Belirtilen Görüş	Evet sürekli		Zaman zaman		Hayır hiç		Toplam	
	Frekans	(%) Pay	Frekans	(%) Pay	Frekans	(%) Pay	Frekans	(%) Pay
Cinsiyet								
Erkek	64	38,32	64	38,32	39	23,35	167	100
Kadın	40	19,90	51	25,37	110	54,72	201	100
Toplam	104	28,26	115	31,25	149	40,48	368	100
Pearson Ki-kare değeri	38,0240	Serbestlik derecesi	2	Önem Seviyesi (p)	0,0000			

Erkek katılımcıların %23,35'i internet üzerinden yasal olmayan yollarla müzik ürünü paylaşımı hiç yapmamaktadır. %76,64'ü ise zaman zaman ya da sürekli olarak MP3 paylaşımı yapmaktadır. Sürekli yaptığını belirtenler ise erkeklerin %38,32'sidir. Kadınların ise %54,72'si hiç MP3 paylaşımı yapmamaktadır. Sürekli yada zaman zaman yapanların toplamı ise %45,27'dir (Tablo 4). Kadın katılımcıların içinde hiç MP3 paylaşmayanların oranı erkek katılımcıların MP3 paylaşmayanlarına oranının yaklaşık iki katıdır. Bu oranlara göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara oranla daha fazla yasal olmayan yollara başvurup, internet üzerinden MP3 paylaştığı görülmüştür.

İnternet üzerinden yasal olarak müzik ürünü satın alma tercihleriyle cinsiyet arasındaki ilişkinin incelenebilmesi için tablo 5 hazırlanmıştır.

Tablo 5. Cinsiyete Göre İnternet Üzerinden Yasal ve Ücretli Satın Alım Şekli Dağılımı

Satınalma Şekli	Parça Başına Ödeme			Aylık Abonelik			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay			
Cinsiyet		Satınalma göre	Cinsiyete Göre		Satınalma göre	Cinsiyete Göre	Toplam	% Pay
Erkek	51	50	30,72	115	44,06	69,28	166	45,74
Kadın	51	50	25,88	146	55,94	74,12	197	54,26
Toplam	102	100	28,10	261	100	71,90	363	100
Pearson Ki-kare değeri			1,0420	Serbestlik derecesi	1	Önem Seviyesi (p)	0,3047	

Parça başına ücret ödemeyi tercih edecek olan katılımcıların %50'si erkek, %50'si kadındır. Parça başı satış için cinsiyet olarak dengeli bir dağılım söz konusudur. Aylık aboneliği tercih eden öğrencilere baktığımızda aylık aboneliği tercih eden 261 katılımcının %55,94'ünün kadın katılımcı olduğu görülmüştür. Araştırmamıza göre ülkemizde de yeni oluşmaya başlayan internet üzerinden müzik ürünü satışında, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmamasıyla beraber parça başı ödeme ve aylık abonelik ile ödeme gibi iki farklı yol için aylık aboneliğin kadınlar tarafından daha çok tercih edilebileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Genel olarak erkeklerin %69,28'i kadınların ise %74,12'si aylık abonelik seçeneğini tercih edeceklerdir. Burada cinsiyete göre elde edilen dağılımlar cinsiyet dağılımına benzer gerçekleşmiştir. Oranlar dikkatli incelendiğinde dağılımın yaklaşık yarı yarıya olduğu görülecektir. Zaten bu nedenle de arada istatistiksel açıdan da anlamlı farklılık elde edilememiştir (p=0.3047, Tablo 5).

Son bir aylık dönemde internet üzerinden yasal olmayan yollardan müzik ürünü elde etmeyle cinsiyet arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki elde edilmiştir. Aradaki ilişkiyi gösterebilmek için Tablo 6 oluşturulmuştur.

Tablo 6. Son Bir Ayda İnternet Üzerinden Yasal Olmayan Yollarla Müzik İndirmenin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Yasal olmayan yollardan indirenler			Yasal olmayan yollardan indirmeyenler			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay			
Eylemin yapılışına göre		Cinsiyete Göre	Eylemin yapılışına göre		Cinsiyete Göre	Toplam	% Pay	
Erkek	126	57,53	73,68	45	29,42	26,31	171	45,96
Kadın	93	42,46	46,26	108	70,58	53,74	201	54,04
Toplam	219	100	58,87	153	100	41,13	372	100
Pearson Ki-kare değ.		28,6810	Serbestlik derecesi	1	Önem Seviyesi (p)	0,0000		

Ankete katılanların son bir ay içerisinde internet üzerinden yasal olmayan yollarla müzik indirme ve cinsiyetleri birlikte incelendiğinde, indirdim diyen 219 katılımcının %57,53'ünün erkek olduğu görülmüştür. Hayır indirmedim diyenler içinde ise 153 kişinin %70,58'i kadındır. Ankete katılan erkeklerin %73,68'i, kadınların ise %46,26'sı son bir ay içerisinde MP3 indirmiştir (Tablo 6). Genel olarak erkekler kadınlara oranla son bir ay içerisinde yasal olmayan yollarla müzik

indirmeye daha fazla yönelmiştir. Daha önce de yasal olmayan yollarla müzik ürünü paylaşımı yapıp yapılmadığı değerlendirildiğinde erkeklerin kadınlara oranla çok daha fazla yasal olmayan yollara yöneldiğini belirlemiştik. Şimdi de son bir ay içerisinde erkeklerin yasal olmayan yollara kadınlara oranla daha fazla başvurduğunu görmemiz birbirini destekleyen sonuçlardır.

Amazon.com gibi internet sitelerinden müzik ürünü satınalma tercihiyle cinsiyet arasında anlamlı ilişki elde edilmiştir ($p=0,038$). Bu amaçla tablo 7 oluşturulmuştur.

Tablo 7. İnternet Sitelerinden CD,DVD gibi Ürünleri Satınalma Tercihinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Evet Alıyorum			Hayır Almıyorum			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Eylemin yapılmasına göre	Cinsiyete Göre		Eylemin yapılmasına göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	22	62,86	12,95	148	44,45	87,05	170	46,10
Kadın	13	37,14	6,56	185	55,55	93,44	198	53,90
Toplam	35	100	9,51	333	100	90,48	368	100
Pearson Ki-kare değ.		4,3200	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,0380

Erkeklerin kadınlara oranla internet üzerinden daha fazla satın alım yaptığı görülmektedir. Toplam 368 katılımcının %9,51'i amazon.com gibi internet üzerinden CD, DVD satışı yapan sitelerden ürün satın almaktadır. Satın alan bu kesimin %62,86'sını erkekler, %37,14'ünü kadınlar oluşturmaktadır. %9,51'lik bu kesimin daha büyük çoğunluğu erkeklerdir. Hayır almıyorum diyenlerin ise %55,55'i kadın, %44,45'i erkektir. Erkek katılımcıların %12,95'i, kadın katılımcıların ise %6,56'sı bu sitelerden satın alım yaptığını belirtmiştir (Tablo 7).

Korsan ürün satışının etik bulunup bulunmamasının cinsiyete göre dağılımında da istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki elde edilmiş olup bu amaçla tablo 8 oluşturulmuştur ($p=0.008$).

Tablo 8. Korsan Ürün Satışının Etik Olup Olmadığı Görüşününün Cinsiyete Göre Dağılımı

Belirtilen Görüş	Evet Etik Buluyorum			Hayır Etik Bulmuyorum			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Görüşe göre	Cinsiyete Göre		Görüşe göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	41	60,30	24,26	128	42,66	75,74	169	45,92
Kadın	27	39,70	12,56	172	57,34	86,44	199	54,08
Toplam	68	100	18,47	300	100	81,53	368	100
Pearson Ki-kare değ.		6,9360	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,0080

Korsan ürünün etik olduğunu düşünen kesimin daha fazla erkek katılımcılar olduğunu görmekteyiz. Korsan ürün satışının etik olduğunu düşünen %18,47 katılımcının (68 katılımcı) %60,30'u erkek, %39,70'i kadındır. Hayır etik

bulmuyorum diyenlerin ise %57,35'ü kadın, %42,66'sı erkeklerdir. Cinsiyetleri kendi içinde düşündüğümüzde de benzer bir durum vardır. Tüm katılımcılar içerisindeki erkeklerin %24,26'sının korsan satışı etik bulduğu belirlenmiş, bu oran kadınlar içerisinde ise erkeklerdeki oranın yaklaşık yarısı kadar olup, %12,56 olduğu görülmüştür. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%81,53) korsan ürün satışı etik bulmadığını belirlese de, korsan ürün satışı etik bulan %18,47'lik oranın kadınlara göre daha fazlasını erkeklerin oluşturduğu anlaşılmaktadır (Tablo 8).

Son bir ay içerisinde korsan ürün satın alma tercihinin cinsiyetle olan ilişkisinin belirlenmesinde istatistiksel açıdan anlamlı ilişki elde edilmiştir (p=0,000). Bu amaçla Tablo 9 düzenlenmiştir.

Tablo 9. Son Bir Ay İçerisinde Korsan Ürün Satın Alım Tercihinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Evet aldım			Hayır almadım			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Eylemin yapılışına göre	Cinsiyete Göre		Eylemin yapılışına göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	61	63,54	36,09	108	39,70	63,91	169	45,92
Kadın	35	36,46	17,58	164	60,29	82,42	199	54,07
Toplam	96	100	26,08	272	100	73,92	368	100
Pearson Ki-kare değ.		16,2330	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,0000

Tablonun incelenmesinde son bir ayda korsan ürün satın alan erkeklerin kadınlardan daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Son bir ay içerisinde korsan ürün satın aldığını belirten 96 katılımcının %63,54'ü erkek, %36,46'sı kadındır. Son bir ay içerisinde korsan albüm satın aldım diyenler içerisinde erkeklerin kadınlara oranla daha fazla olduğunu görüyoruz. Hayır almadım seçeneğini ise %60,29 kadın, %39,70 erkek işaretlemiştir. Genel olarak erkeklerin %36,09'u evet aldım derken, kadınların ise sadece %17,58'i korsan ürün aldığını belirtmiştir (Tablo 9). Erkeklerin son bir ay içerisinde korsan ürün alma yüzdesinin kadınlara oranla iki kat daha fazla olduğu görülmektedir. Korsan satışların etik olup olmadığını değerlendirirken de etik buluyorum diyenlerin oranının erkeklerde kadınlara göre daha fazla çıktığı görülmüştü.

İnternette MP3 indirme yoluyla müzik ürünü elde etmeyle cinsiyet arasındaki ilişkiyi tanımlayabilmek için tablo 10 elde edilmiştir.

Tablo 10. İnternette MP3 İndirme Yoluyla Müzik Ürünü Satın Alma Tercihinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Evet aldım			Hayır almadım			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Eylemin yapılmasına göre	Cinsiyete Göre		Eylemin yapılmasına göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	21	41,17	12,57	146	46,34	87,43	167	45,62
Kadın	30	58,82	15,07	169	53,65	84,93	199	54,37
Toplam	51	100	13,93	315	100	86,06	366	100
Pearson Ki-kare değ.		0,4730	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,4910

Arada istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık elde edilememekle birlikte ($p=0,491$), tüm katılımcılar içerisinde MP3 indirerek internette müzik ürünü satın alanların oranı %13,93'dür. Bu oranın %58,82'sini kadınlar, %41,17'sini erkekler oluşturmaktadır. MP3 indirerek müzik satın alan kesimin çoğunluğu kadınlardır. Toplam kadın katılımcıların %15,07'sinin, erkek katılımcıların ise %12,57'sinin MP3 indirerek internette müzik ürünü satın aldığı görülmüştür (Tablo 10). Yasal olmayan MP3 paylaşımını erkek katılımcıların daha fazla tercih ettiğini daha önce belirlemiştik. Kadınlar ise daha çok yasal yolları tercih etmektedirler. İnternette MP3 indirme yoluyla müzik ürünü satın alan katılımcı sayısı oldukça az olsa da çoğunluğu kadındır. Ülkemizde internet üzerinden MP3 satışının henüz yaygınlaşmamış olduğunu katılımcı üniversite öğrencilerinin yalnızca %13,93'ünün ücret ödeyerek MP3 satın aldığı görüldüğümüzde daha net ortaya koyabiliriz. Ancak çeşitli kuruluşların ve derneklerin (MÜYAP gibi) yakın gelecekte internet üzerinden MP3 satışına yönelmesi ile, ülkemizde de tüm dünyada olduğu gibi MP3 indirme yoluyla yapılan satışların artması mümkündür.

Kendi bilgisayarında geniş bir müzik arşivi bulundurmayla cinsiyet arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki elde edilerek, Tablo 11 oluşturulmuştur ($p=0,000$).

Ankete katılan 171 erkek öğrencinin %78,95'inin evindeki bilgisayarında internette indirdiği en az 250-300 müzik parçasını kapsayan müzik arşivi mevcuttur. Kadınlarda ise bu oran %49,06'dır. Erkek katılımcıların son bir ay içerisinde yasal olmayan yollarla kadın katılımcılara oranla daha fazla MP3 indirme oranı olduğunu daha önce belirtmiştik. İnternette MP3 indirerek oluşturulan arşivin erkek katılımcılarda daha fazla olması bunu desteklemektedir. Kısaca erkeklerin internette yasal olmayan şekilde müzik indirmeyi kadınlara oranla daha fazla kullandığını söyleyebiliriz. Nitekim internette MP3 indirerek ev bilgisayarlarında yasal olmayan MP3 arşivi yapanların %57,93'ü erkek, %42,06'sı kadındır (Tablo 11).

Tablo 11. Bilgisayarda İnternette İndirilen Arşivin Olup Olmadığı Sorusuna Verilen Yanıtların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Evet var			Hayır yok			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Eylemin yapılmasına göre	Cinsiyete Göre		Eylemin yapılmasına göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	135	57,93	78,95	36	26,08	21,05	171	46,09
Kadın	98	42,06	49,00	102	73,91	51,00	200	53,90
Toplam	233	100	62,81	138	100	37,19	371	100
Pearson Ki-kare değ.		35,3900	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,0000

Yasal olmayan yollardan indirilen MP3'lerde sorun yaşıyor olmanın cinsiyete göre farklılığını gösterebilmek için Tablo 12 hazırlanmıştır.

Tablo 12. Yasal Olmayan Yollarla İndirilen MP3'lerde Sorun Yaşamaya İlgili Verilen Yanıtların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Evet yaşadım			Hayır yaşamadım			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Verilen yanıtı göre	Cinsiyete Göre		Verilen yanıtı göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	82	44,32	49,39	84	52,50	50,61	166	48,11
Kadın	103	55,68	57,54	76	47,50	42,46	179	51,89
Toplam	185	100	53,62	160	100	46,38	345	100
Pearson Ki-kare değ.		2,2970	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,1300

Arada istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamasıyla birlikte ($p=0,13$), internet üzerinden yasal olmayan yollarla indirilen MP3'leri indirirken, indirdikten sonra yada dinlerken problem yaşamayan %46,38 katılımcının %52,5'i erkek, %47,5'i kadındır. Erkek katılımcıların %50,61'i, kadın katılımcıların ise %42,45'i hiç problem yaşamamaktadır (Tablo 12).

Cinsiyete göre korsan satışların yasal müzik ürünü satın almaya etkisinin incelenmesi için Tablo 13 elde edilmiştir.

Tablo 13. Korsan Satışların Yasal Müzik Ürünü Satın Alımına Etkisiyle İlgili Belirtilen Görüşlerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Belirtilen Görüş	Evet düşürür			Hayır düşürmez			Cinsiyete Göre	
	Frek.	% Pay		Frek.	% Pay		Toplam	% Pay
		Görüşe göre	Cinsiyete Göre		Görüşe göre	Cinsiyete Göre		
Erkek	133	45,24	79,16	35	48,62	20,83	168	45,91
Kadın	161	54,76	81,31	37	51,38	18,68	198	54,09
Toplam	294	100	80,32	72	100	19,67	366	100
Pearson Ki-kare değ.		0,2650	Serbestlik derecesi		1	Önem Seviyesi (p)		0,6070

Arada istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık elde edilememekle birlikte ($p=0,607$), ankete katılanların %80,32'si gibi büyük bir çoğunluğu korsan satışların yasal satın alımlarını düşürdüğü seçeneğini işaretlemiştir. Bu sonuç günümüzde hem küresel olarak hem de ülkemizdeki yasal satın alımların

düşmesinin önemli bir nedeninin korsan satışlar olduğu görüşünü desteklemektedir. Erkek öğrencilerin %79,66'sı, kadın katılımcıların ise %81,31'i korsan satışların yasal ürün satın alımlarını düşürdüğünü belirtmiştir. Korsan satışların yasal satın alımlara etkisini incelediğimizde istatistiksel olarak anlamlı olmamakla beraber kadınlar üzerinde daha fazla düşürücü bir etki yaptığı görülmüştür. Evet düşürür diyen 294 katılımcının %54,76'sı kadındır (Tablo 13).

Müzik endüstrisine en çok zarar veren unsurların belirlenmesinde cinsiyetin etkisini açıklayabilmek için Tablo14 oluşturulmuştur.

Tablo 14. Müzik Endüstrisine En Önemli Zararı Kimin Verdiği Sorusuna Verilen Yanıtların Cinsiyete Göre Dağılımı

Belirtilen Görüş	Korsan Satışlar		Yasadışı MP3 Paylaşımı		Diğer		Toplam	
	Frek.	(%) Pay	Frek.	(%) Pay	Frek.	(%) Pay	Frek.	(%) Pay
Erkek	105	60,34	39	22,41	30	17,24	174	100
Kadın	147	68,05	58	26,85	11	5,09	216	100
Toplam	252	64,61	97	24,87	41	10,51	390	100
Pearson Ki-kare değ.	15,1795		Serbestlik derecesi	2	Önem Seviyesi (p)		0,0010	

Müzik endüstrisine en önemli zararı kimin verdiğini incelediğimizde erkeklerin %60,34'ünün korsan satışlar, %22,41'inin ise yasal olmayan MP3 paylaşımlarının verdiğini söylediği görülmüştür. Kadınlara göre de korsan satışlar yasa dışı MP3 paylaşımlarına oranla endüstriye daha fazla zarar vermektedir. Daha önceki değerlendirmelerimizde de kadınların korsan ürünlere olan ilgisinin erkeklere oranla daha az olduğunu belirlemiştik. Son bir ay içinde korsan ürün alma oranı erkeklerde daha fazlaydı. Korsan satışların yasa dışı paylaşımlara oranla endüstriye daha fazla zarar verdiğinin kadınlar tarafından ifade edildiği görülmüştür (Tablo 14).

Tablo 15. Müzik Ürünü Satınalma Yeri Tercihinin Cinsiyete Göre Dağılımı

TERCİHLER	CİNSİYET				TOPLAM	
	ERKEK		KADIN		Frekans	% Pay
	Frekans	% Pay	Frekans	% Pay		
Mağazalar	39	17,48	104	40,15	143	29,66
Yasal MP3 İndirme	32	14,35	42	16,22	74	15,35
Yasal Olmayan MP3 İndirme	93	41,70	51	19,69	144	29,88
Ödünç alma	27	12,10	25	9,65	52	10,78
Diğer	32	14,37	37	14,29	69	14,33
Toplam	223	100,00	259	100,00	482	100,00
Pearson Ki-kare değ.	41,12667		Serbestlik derecesi	4	Önem Seviyesi (p)	0,0000

Müzik ürünü satınalma yerlerini cinsiyete göre değerlendirdiğimizde, erkeklerin %41,7'sinin yasal olmayan yollarla MP3 indirerek, %17,48'inin müzik mağazalarından satın alarak, kadınların ise %40,15'inin müzik mağazalarından

satın alarak, %19,69'unun yasal olmayan yollarla MP3 indirerek müzik ürünlerine ulaştığını görüyoruz (Tablo 15). Erkeklerin daha önce internet üzerinden yasal olmayan yollarla MP3 paylaşımı yapma ve son bir ay içinde MP3 paylaşımı yapma sorularında da benzer şekilde kadınlara göre daha fazla yasal olmayan yollara başvurduğunu belirlemiştik. Dışardan korsan ürün alma oranı ise erkeklerde %9,41, kadınlarda ise %7,33'dür. Kadınlarda ve erkeklerde dışardan korsan ürün satın alma oranı MP3 paylaşımına ve mağazadan satın almaya göre oldukça düşüktür.

Tablo 16. Cinsiyete Göre İnternet Kullanım Amacı

İNTERNET KULLANIM AMACI	CİNSİYET				TOPLAM	
	ERKEK		KADIN		Frekans	% Pay
	Frekans	% Pay	Frekans	% Pay		
MP3 İndirmek için	52	20,39	26	09,52	78	14,77
Web Sayfalarına Erişim	105	41,17	129	47,25	234	44,31
İletişim	64	25,09	107	39,19	171	32,38
Diğer	34	13,35	11	04,04	45	08,54
Toplam	255	100,00	273	100,00	528	100,00
Pearson Ki-kare değ.	33,12148	Serbestlik derecesi	3	Önem Seviyesi (p)	0,0000	

Erkek katılımcıların %41,17'si interneti Web sayfalarında gerekli bilgilere ulaşmak için kullandığı, %25,09'unun iletişim için kullandığı, %20,39'unun ise MP3 indirmek için kullandığı görülmüştür. Kadınların ise %47,25'i Web sayfalarında gerekli bilgilere ulaşmak için, %39,19'u iletişim için, %9,52'si MP3 indirmek için internet kullanmaktadır (Tablo 16). Erkeklerin de kadınların da interneti kullanmalarındaki en önemli amaç Web sayfalarında gerekli bilgilere ulaşmak, ikinci olarak iletişim, üçüncü olarak da MP3 indirmektir. MP3 indirmenin internet kullanımında birinci amaç olmaması ve erkeklerde interneti MP3 indirmek için kullananların oranının kadınların iki katı olması dikkat çekicidir. Daha önceki analizlerimizde de erkeklerin kadınlara oranla yasal olmayan yollarla daha çok MP3 indirdiğini belirlemiştik. Şimdi de interneti kullanım amacı MP3 indirme olanların oranının erkeklerde kadınlara göre daha fazla olduğu görülmüştür.

Tablo 17. Korsan Satış Yapanlara Verilecek Cezalarla İlgili Belirtilen Görüşün Cinsiyete Göre Dağılımı

VERİLEBİLECEK CEZALAR	CİNSİYET				TOPLAM	
	ERKEK		KADIN		Frekans	% Pay
	Frekans	% Pay	Frekans	% Pay		
Hapis ve para cezası	52	31,13	62	31,63	114	31,40
Hapis cezası	7	4,19	7	3,57	14	3,85
Ağır para cezası	46	27,54	81	41,32	127	34,98
Hafif para cezası	24	14,37	26	13,26	50	13,77
Ceza verilmemeli	38	22,75	20	10,20	58	15,97
Toplam	167	100	196	100	363	100
Pearson Ki-kare değ.	13,96137	Serbestlik derecesi		4	Önem Seviyesi (p)	0,0063

Erkeklerin %31,13'ü korsan satış yapanlara hapis ve para cezası verilmesi gerektiğini, %27,54'ü ağır para cezası verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Kadın katılımcıların ise %41,32'si ağır para cezası, %31,63'ü hapis ve para cezası verilmesi görüşündedir. Erkeklerin çoğunluğu hapis ve para cezası derken, kadınların çoğunluğu ise ağır para cezasını uygun görmüştür. Korsan satış yapanlara ceza verilmemeli diyenleri incelediğimizde erkeklerin %22,75'i, kadınların ise %10,20'si ceza verilmemeli seçeneğini işaretlemiştir. Korsan ürün satın alımı kadınlara göre erkeklerde daha fazla olduğu için ceza verilmemeli diyenlerin daha fazla erkek katılımcı olduğunu söyleyebiliriz.

5. Sonuç

İzmir ve Manisa'da üniversite öğrencileri ile yapılan araştırmaya göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha fazla yasal olmayan yollara başvurup internet üzerinden MP3 paylaştığı görülmüştür. Son bir ay içerisinde erkekler yasal olmayan yollarla müzik indirmeye daha çok yönelmişlerdir. Erkeklerin internet üzerinden CD ve DVD satın alımları daha yüksektir. Erkekler korsan ürün kullanımını bir etik sorun olarak görmemektedirler. Bilgisayarında internet üzerinden indirilmiş geniş bir müzik arşivinin olması erkekler arasında daha yaygındır. Kadınlar erkeklere göre daha büyük oranda korsan satış ve yasa dışı MP3 paylaşımının müzik endüstrisine zarar verdiğini belirtmektedirler. Dışarıdan korsan ürün alımı erkeklerde ve kadınlarda düşük oranlarda kalmıştır. Kadınlar genellikle müzik ürünlerini bu ürünlerin satıldığı mağazalardan temin ederken, erkekler yasal olmayan MP3 indirme yolunu daha yoğun şekilde kullandıklarını belirtmişlerdir. Yasal MP3 indirme yolu ise erkekler ve kadınlar tarafından beklendiği kadar yoğun kullanılmamaktadır. Ancak bundan sonra bu yolun daha yoğun kullanılacağı tahmin edilmektedir.

İnternet kullanma amaçları arasında her iki cinsiyette de web sayfaları ve iletişim ilk iki amaç olarak belirlenmiştir. MP3 indirmek üçüncü sırada gelmektedir. Erkekler kadınlara göre daha büyük oranda MP3 indirme amacını işaretlemişlerdir. Ankete katılan kadınlar korsan satış yapanlara ceza verilmesinin

gerekliliğini erkeklere göre daha büyük oranda savunmaktadırlar. Ceza türü olarak da kadınlar ağır para cezası verilmesini uygun gördüklerini belirtmişlerdir.

Üniversite öğrencilerine uygulanan bir anketle genç kadın ve erkeklerin müzik ürünü dinleme cihazı ve korsan ürünler karşısındaki tutum farklılıklarını belirlemeye yönelik bu çalışmada katılımcı sayısının sınırlı olduğu göz önünde tutularak ileride daha geniş bir kitleye uygulanmasının yararlı olacağını düşünüyoruz. Birkaç yıl sonra yapılacak bir çalışmayla zaman içerisinde gençlerin tutumlarında bir farklılık olup olmayacağı da ayrıca araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Acun R., “**İnternet ve Telif Hakları**”, Bilgi Dünyası, Nisan 2000, s: 5-26
- BPI report; “**Online Music Piracy, The UK Record Industry’s Response**”, British Phonographic Industry Limited, London, Temmuz 2005, www.bpi.co.uk.
- DPT, “**Türkiye’nin Avrupa Birliğine Katılım Sürecine İlişkin 2003 Yılı İlerleme Raporu**”, Ankara, Aralık 2003.
- IFPI Report, “**Digital Music Report**” London 2005, www.ifpi.org/content/library/digital-music-report,2005.pdf
- IFPI Report; “**Music Piracy Report**”, London, 2004, www.ifpi.org/content/library/Piracy2004.pdf
- Kapancıoğulları Ö., “**Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Müzik Endüstrisine Etkileri Konusunda Üniversite Öğrencilerinin Görüşleri**”, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Manisa, 2006.
- MÜ-YAP, “**İnternet Korsanlığı**”, <http://www.mu-yap.org/getdata.asp?PID=295> , Erişim: 8 Nisan 2007
- Oberholzer F, ve Strumpf K, “**The Effect of Filesharing on Record Sales: An Empirical Analysis**”, <http://www.unc.edu/~cigar/papers/Filesharing-March.2004.pdf>, 2004
- The Observer, “**Inside the Web of Thieves**”, 21 Nisan 2002.
- Wunsch, V., S. ve Vickery, G., “**Working Party on the Information Economy, Digital Broadband Content: Music, Copyright**” OECD Based Directorate for Science, Technology and Industry Committee for Information, Computer and Communications Policy report, Paris, 2005.