

DİJİTAL MÜZİK TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

Tarkan Oğuz *

Özet

Yeni iletişim teknolojileri, içinde şekillendiğimiz maddi kültür araçlarını dönüştürerek yeni yaşam tarzları oluşturmaktadır. 2000’li yıllarda daha da gelişen internet teknolojisi, kablosuz internet teknolojisi telgraftan bu yana oluşan zaman-mekân ilişkisine yeni boyutlar kazandırmıştır. Buna bağlı olarak gençlik altkültürleri de yeni biçimler kazanmaktadır. Müzik, gençlik altkültürlerinin çok önemseydiği kavramlardan biridir ve yeni iletişim teknolojileri müziğin tüketim ve paylaşım biçimlerini değiştirmektedir. Bu çalışma gençlerin dijital müzik tüketim alışkanlıklarını betimlemeye yöneliktir. Bu betimleme çalışmasında tesadüfi örneklem tekniği ile seçilen 200 üniversite öğrencisinden elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanmıştır. Çalışmada elde edilen önemli sonuçlardan biri dijital kayıt teknolojisine gençlerin adapte oldukları ve mobilize yaşam biçiminin gençler tarafından benimsenmiş olmasıdır.

Anahtar kelimeler: Dijital müzik, gençlik alt kültürü, popüler müzik.

DIGITAL MUSIC CONSUMPTION HABITS

Abstract

New communication technologies that are transforming people’s everyday life with new tools, are formed material culture into a new shape. Further developing internet technology in the 2000s, brought a new dimension to relations of space-time, wireless internet technology, it occurs since the telegraph invented. Accordingly youth subcultures are assuming new forms. This descriptive study is aimed to describe youth’s digital music consumption habits. This descriptive study by random sampling technique was interpreted by analyzing data obtained from selected 200 university students. One of the important results obtained in this study is that young people adapt to a digital recording technology and it’s mobilize lifestyle.

Keywords: Digital music, youth subculture, popular music

* Öğr. Gör. Dr. Tarkan Oğuz. İletişim Bilimleri Fakültesi, İletişim Yönetimi ve Tasarımı Bölümü

1. Giriş

Neil Postman (2013) teknolojinin insanın gündelik yaşamındaki önemine vurgu yaparken teknolojinin bir kültüre dâhil olduğunda kendi rolünü oynadığını ve ne yapması gerekiyor ise onu yaptığına vurgu yapar; yeni medya çağında da müziğin yaratımı ve tüketimi yeniçağa özgü teknoloji ile biçim değiştirmiştir. Eylem değişmese de eylemin yapılış biçimi yeni medya çağında, geleneksel medya çağına göre farklılıklar göstermektedir. Postman'ın da vurguladığı gibi yeniçağın yeni teknolojisi (dijital müzik) ne yapması gerekiyorsa onu yapmış ve müziğin tüketim ve müziğe erişim yollarını dönüştürmüştür. Yine Postman, teknolojinin ekolojik bir özelliğe sahip olduğunu söyler. Buradaki vurgu, yeni teknolojilerin yeni bir doğa yaratması ve her şeyi değiştirmesidir. Bu nedenle yeni medya teknolojileri devreye girdiğinde müziğin durumu da kökten değişmiştir, sadece var olan doğaya dijital müzik eklenmemiş, bu eklenme ile birlikte yeni bir doğa formülasyonunun oluşmasına neden olmuştur.

Gençlik altkültürlerinin oluşmasında en önemli paylardan birini müzik almaktadır. Müzik, duygularımıza, düşüncelerimize etki ederken, kimlik oluşturmamıza yardım etmektedir. Alt kültür kavramının en önemli bileşeni olan sembolik alış-veriş müzik ile daha da kolaylaşmakta, müzik, aynı zamanda diğer endüstriler ve tüketim metaları ile de entegre olabilmektedir. Bu çalışma yeniçağın, yeni tüketim alışkanlığı ve formu olan dijital müzik tüketiminin var olan durumunu betimleme amacını taşımaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için 200 üniversite öğrencisi tesadüfi örneklem tekniği ile seçilmiş, anket uygulanmış ve anketten elde edilen veriler analiz edilmiştir.

2. Gençlik Alt kültürü ve Popüler Müzik

Gençlik alt kültürüne bir tüketim metası olarak müzik önemli bir yer tutmaktadır. Müziğin doğasından kaynaklanan bir takım özellikleri onu diğer tüketilen ürünlerden daha avantajlı bir duruma getirmektedir. Müziğin en avantajlı kısmı, herhangi bir şarkının ıslıkla çalarak yeniden üretilebilir olma özelliğidir. Aynı zamanda kolay erişebilirliği ve ucuz olması, müziğin diğer aktiviteler ile birleşmesi de önemli bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. 1979 yılında Sony firması "walkman"i piyasaya sürdüğünde, müzik devrimsel bir özellik daha kazandı. Taşınabilirlik. Böylelikle müzik dinleme faaliyeti mekândan bağımsız bir özellik kazanmış oldu. Dijital teknolojinin gelişimi ile birlikte müzik parçaları sıkıştırılarak, yüzlerce şarkı tek bir araca, CD veya DVD'ye kaydedilmeye başlandı. Dijital müzik çalarların yapılması, kişiler arası değiş

tokuşu kolaylaştırırken, müziğin internetten indirilebilmesi ile birlikte müziğe ulaşım çok daha kolay hale gelerek, müzik ve gençlik altkültürleri arasındaki bağ daha da güçlendi.

Yaşamın her alanında karşımıza çıkan müzik, hemen her duygusal durumda karşılığını bulmaktadır. Lull (2000) bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

Müzik yaşamdaki tehlikeli duygusal gidip-gelmeleri, zayıflıkları yengileri, kutlamaları ve çatışmaları, özel olarak yaşanabilen ya da diğer insanlarla paylaşılabilen hipnotik ve reflektif tempolara dönüştürür ve böylece hem yaratıcılarına hem de dinleyicilerine aykırı deneyimler yaşatır (s.11).

Yaşam deneyimlerimizle örtüşen müzik, politik deneyimlerimizle de birlikte yol almaktadır. Politikanın müzik üzerinden aktarımında üç öge önemli rol oynamaktadır. Hangi zaman diliminde söylendiği, kim tarafından söylendiği ve şarkının ulaştığı dinleyici kesimi. Politik müzik özgül bir bağlamda gerçekleşmektedir. Bu durum, belli bir müzik eserinin, belli bir zaman diliminde, belli bir ortamda gerçekleştirdiği iletişimsel işlev, değişen toplumsal yapı ya da zaman dilimi, politik müziğin niteliksel özelliklerini de değiştirebilir. Bir dönemin en sert müziği diğer kuşak için sıradan ya da anlamsız bir müzik eserine dönüşebilir. Sonuç olarak tarihsel bağlam anlamı belirlemektedir (Dunaway, 2000, s.50). Müzik bir yandan yönetici elitler tarafından belirli bir ideolojiyi oluşturmak, ulusal kimlik duygusunun gelişmesi için siyasal bir toplumsallaşmanın oluşturulmasında ya da toplumdaki kızgınlıkları ya da coşkuyu yönetmek için sivil bir dinin aşılmasını yaparken bir yandan da devlet politikalarına ve belirli sosyo-kültürel normlara karşı çıkışın kültürel direnişini oluşturur (Kong, 1995, s. 448).

Grup yaşamının genel görünümü, kendine mâl edilmiş objeler ve grubu yansıtan, ifade eden “şeylerden” oluşmaktadır. Bu şeylerin kullanımı, grubun kendini tanımlamasını belirleyen, görünümünü oluşturan, altkültürün üretici kuralları ve tarzsal yaratımı üzerinde yükselmektedir. Grubun odaklandığı ilgilere, üyenin türdeş duruma gelmesi bu özel objelerin benimsenmesi ile olmaktadır. Bu grubun yapısı, faaliyetleri ve yarattıkları objeler ile gerçekleşir (Clarke 2003, s.56). Storey (2000, s. 121-122)’e göre bu objelerden en önemlisi müziktir. Müziğin tüketimi ile birlikte bir altkültür diğer toplum üyelerinden kendisini ayırır, kimliğini geliştirir ve kültürel olarak kendini

yeniler. Riesman, gençliğin yetişkin olarak ifade edilmesini kabul eden çoğunluk ve içinde asi ve direnişsel temaların kapsamlı olduğu azınlık grupları olarak ikiye ayrılabilirliğini belirtmektedir. Her zaman küçük olan azınlık gruplarında ortaya konulan direnişsel aktiviteler sembolik bir biçim oluşturmaktadır. Bir şarkının tüketimi aynı zamanda dünyada bir varoluşu da simgelemektedir. Bu tüketim, gençlerin başkalarını yargılayıp, başkaları tarafından yargılandıkları bir simge olarak ele alınmaktadır. Willis iki farklı altkültürde, motosiklet kullananlar ve hippiler ile ilgili bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, müzik tercihi ile grup yaşamlarının birbirine ne ölçüde benzediğinin ya da benzemediğinin ortaya çıkarılmasıdır. Rock and roll dinleyen motosiklet kullanıcıları için seçtikleri müzik, onlara dayatılmayan onların seçtiği müziği ve gerçek değerdeki şeylere dönmek ve onları yansıtmak için bir diyalektik kapasiteye sahiptir. Hippiler için ise, uyuşturucu kullanımı müziğin kullanılmasında bir aracılık yapmaktaydı. Hippilerin benimsedikleri müzisyenler de uyuşturucu kullanıyordu ve bu durum, dinleyiciler ile müziği yaratanlar arasındaki bağı temsil etmekteydi. Hippi kültürünü oluşturan gizli şifreye ulaşım, müzik ve uyuşturucu arasındaki diyalektiğin, denenmesi süreci ile gerçekleşmektedir (Aktaran Storey, 2000, s. 122-125).

Lull (2000, s. 46), altkültürel müzik deneyimini açıklarken, belli bir yaşam tarzı olarak kabul edilen kültüre bir alternatifin oluşturulmasına dikkati çekmektedir. Altkültürel tarz sadece sanatta değil aynı zamanda olağan davranış biçimlerinde de kendisini göstermektedir. Altkültür örgütlenmesi genelde müzik ve müzik kaynaklı toplumsallaşma içinde gerçekleşmektedir. Lull'a göre müzik kaynaklı altkültürler iki temel türe ayrılmaktadır. Genelde etnik müziklerden oluşan estetik altkültür ya da beğeni altkültürü. Bu altkültür müziğinin ticari yanı, cazibesi çok olmadığından radyolarda çalma şansını fazla bulamamaktadır. Bu müzik türünde alternatif biçim ve tempolar ön plana çıkar ve hem yaratıcıları hem de dinleyicileri açısından politik hedefler söz konusu değildir ve anayol kültüründe hayat bulurlar. İkinci kategori, muhalif bir karaktere sahip olan ve içinde punk, heavy metal, rap, reggae'yi barındıran, toplumsal kurumlara, değerlere, uygulamalara karşı örgütlenmiş bir direnci temsil eden altkültürdür. Bu kategorideki müziğin yaratıcıları ile tüketicileri arasında ideolojik bir bağ bulunmaktadır. Üretici ve tüketici arasındaki bağ Rowe (1996, s.129)'a göre, rock ve punk, diğer popüler müziklerden yapısal olarak ayrılmaktadır. Bu farklılaşma, gücünün büyük bir bölümünü, üretici ve tüketici arasındaki yapısal, endüstrileşmiş

koşullara rağmen rock ve punk'ta sanatçı ve hayran arasındaki karşılıklı özdeşleşmeden gelmektedir. İcracı ve izleyici arasındaki ayrımı birbirlerinin yerine kolaylıkla geçebilecekleri önermesi ile yıkarlar. Bu nedenle kültürün anlamı, üreticiler, tüketiciler, araçlar ve pratikler arasında yatmaktadır.

Önceden hazırlanan ve kitlelere sunulan müziğin doğasının tersine özgürleşme ile bağını kuran Laughey (2006, s. 103) 1970'li yıllarda kendi toplama kasetlerini hazırlayan altkültürü örnek olarak vermektedir. Var olan şarkılardan yola çıkarak evde hazırlanan kasetler bir "medium"un sınırlamasından uzaklaşmaktadır. İçinde belirli şarkıların bulunduğu kasetleri almaktansa, bu kasetlerden yeni kasetler oluşturulması bu özgürleşimi sağlamaktadır. Laughey, evde kaset hazırlayan gençliğin, müzik ve gençlik altkültürü arasında bir sembolik alış-verişi gerçekleştirdiğini iddia etmektedir. Ev kayıtları, değiş-tokuş için, radyodan, plaklardan ya da kasetlerden derlemeler yapan koleksiyonerler ile gençlik altkültürü arasında sembolik yaratıcılığa katılımın bir eylemini oluşturmaktadır. Toplumsal ağ, bu değiş-tokuş ile birlikte ortak kültürün yaratıcılığından, beğeniye doğru evrilmektedir. Gençliğin var olan kayıtlardan kendilerine özel kasetler hazırlaması, tüketimin yazılımı ve donanımının, kültürel üretimin bir hammaddesi haline gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durum, kabul görmüş, kemikleşmiş bir estetik anlayışının gençlik tarafından değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Güvencesi olmayan bir işte çalışmanın, gündelik hayatın giderek artan sıradanlığına, okuldaki ya da işteki sıkıcılığa karşı bir kaçıışı temsil etmektedir.

Müzik ile birlikte paralel olarak ilerleyen giyim-kuşam tarzları, altkültürel tarzın ortaya konulmasında önemli bir tavrı oluşturmaktadır. Müzik kaynaklı altkültürler ile müzik ve moda endüstrileri arasındaki mücadele, otantik olanla underground olan arasında kısaca, ana yolun metalaştırılmış, sahte ürünleri ile altkültürün özgün ürünleri arasında geçmektedir. Bu noktada müzik, altkültürü oluşturan ana element olmaktadır (Cornell and Chris, 2003, s. 16). Müzik-moda ve politik duruş arasındaki bağ Eckart (2005, s. 2)'a göre Alman Gotik altkültüründe kendini göstermektedir. Almanya'da ortaya çıkan Gotik Altkültürü, yaşanan politik değişimlere ve geleceğin giderek daha karanlık olmasından kaynaklanmaktadır. Eckart'a göre, Alman kültürel ortamında yavaş, karanlık, kasvetli, elektronik temelli, derinden gelen vokal tarzıyla ortaya çıkan gotik müzik, 1980'li yıllarda kendisini kışkırtıcı bir yeni güç olarak göstermeye başlar. Gotik müziğin popülaritesinin artışı, Doğu ve Batı Almanya'nın birleştiği 1990'li yıllarda gerçekleşmektedir. Anderson, (2002, s. 212-213) 2000'li yıllara doğru gotik

altkültürünün yaklaşık altmış bin üyesi bulunduğunu, bu altkültürün üyelerinin her yıl Paskalya'da Leipzig'te "Wave Gotik Treffen" adlı festivalde bir araya geldiklerini belirtmektedir. Siyah kıyafetli, çoğunun yüzlerini beyaza boyadığı bu altkültür üyeleri, kıyafetlerinde, örümcek, yarasa, ölü kemikleri gibi aksesuarlar kullanarak Batı Medeniyeti'nin umutsuzluğunu ve alternatiflerin son derece kısıtlı olmasından kaynaklanan ruhsal açıdan sağlıksızlık ile ölüm temasını birleştirerek protesto ederler. Gotiklerin ütopyan dünya görüşü çok sık bir bağlantı olmamasına rağmen müzik ile de ilişkilendirilebilir. Levitas'in tanımında olduğu gibi ütopya, iyi ancak bu nedenle mevcudiyeti imkânsız bir toplum planı belli altkültürlerde kendini göstermektedir. 1960'ların sonlarında sonunda ortaya çıkan karşıt kültürde, 1980'lerin başında ABD'de ortaya çıkan şehirli hip hop altkültüründe veya 1980'lerin sonlarına doğru İngiliz "rave" kültüründe olduğu gibi.

Önemli bir altkültür olan feminizm de müzik ile özellikle rock müzik ile kendilerini ifade etmenin yollarını oluşturmuştur. Feminist hareket içinde kadınların özellikle bir dinleyiciden çok bir müzisyen kimliği ile rock müzik arenasına dâhil olmaları önemlidir. Bayton (1993, s. 178) feministlerin birçok nedenden dolayı rock müzik ile ilgilendiklerini söylemektedir. Bazı feministler için temel neden ya da güdü rock müziğinin doğasında barındırdığı politik tavır olurken, bazıları içinse, kadınlardan oluşan bir rock müzik topluluğunu kurmanın feminist dünya görüşü ile iletişime geçmenin bir yoluydu. Diğer feministler, feminizmi, sanatçı ve izleyici/dinleyici arasında oluşması gereken güven ve destek ortamının bir iletkeni olarak görmekteydi. 1960'ların sonlarında, 1970'lerin başlarında ortaya çıkan "ikinci dalga" Kadının Özgürleşim Hareketi (Women's Liberation Movement) kadınları cinsiyetten kaynaklanan stereotipleri yıkmak ve erkeklere ait mekânları istila etme konusunda cesaretlendirdi. Eğer erkekler rock müzik yapıyorsa kadınlar da yapabilir düşüncesinden hareketle, sadece kadın müzisyenlerden oluşan rock toplulukları, alternatif sözleriyle, erkek egemen ideolojinin hegemonyası ile rock müzik üzerinden bir mücadele sürdürdüler.

Görüldüğü gibi her toplumsal yapılanmada gençlik altkültürleri müzik aracılığıyla kendilerini ifade etmenin, kimlik oluşturmanın yollarını oluşturmuşlardır. Bu anlamda simgesel anlamların ve kimliğin oluşumunda önemli bir yer tutan değiş-tokuşun kolaylıkla gerçekleştiği müzik, gençlik altkültürlerinin önemli kültürel değerlerinden birini oluşturmaktadır. Küreselleşme olgusunun gelişmesi, kitle iletişim

araçlarının etkinliklerinin artması bu değiş-tokuşu hızlandırmıştır. Bu nedenle gençlik altkültürleri ve küreselleşme ilişkisinin incelenmesi de önem taşımaktadır.

3. Müziğin dijitalleşmesi

Pavlik (2004, s. 18), World wide web'in ortaya çıkışını tüm kitle iletişim araçlarında köktenci bir değişim yarattığını belirterek, medyanın dijitalleşmesinin bazı avantajları da beraberinde getirdiğini söylemektedir. Dijital medyanın daha az maliyetlerle üretilmesi, yaratım sürecinin kolaylaşması ve üretim ile dağıtımın küresel hale gelmesi en önemli avantajlar olarak görülmektedir. Aynı zamanda medyanın dijitalleşmesi ile tüm enformasyonun "bit"lere indirgenebilmesi sayesinde daha önce yan yana gelmeyen parçaların birleşerek çoklu ortam oluşturmaları da son derece önemli bir konudur. Çoklu ortam ile birlikte gazetelerde bir videonun izlenmesi ya da radyo dinlenmesi olanaklı hale gelmiştir. Bu gelişme müziğin üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini de doğal olarak etkilemiştir.

Çağdaş iletişim teknolojileri müziğin dağıtımını ve tüketilmesi konusunda önemli avantajlar getirirken telif hakları konusunda (son yıllardaki iyileştirmelere rağmen) dezavantaj oluşturmaktadır; tüketiciler tarafından müziğe bedelsiz ulaşabilme yollarının açık olması yeni teknoloji ile müziğin yaratıcıları ve yorumcuları açısından bir mücadele alanı oluşturmaktadır. Diğer taraftan dijital müzik platformlarının getirdiği üyelik sistemleri (ücretli/ücretsiz) eskiye oranla önemli bir yolun kat edilmesine yol açmıştır. Müzik endüstrisinin bu anlamda uğradığı zarar 1995-2000 yılları arasında yaklaşık iki milyar dolardır (Premkumar, 2003, s. 86). Dijital medyanın müziğin evrimine nasıl yol açtığını Premkumar (2003, s. 89) şu şekilde açıklamaktadır. Geleneksel müzik endüstrisi üç ana aktörden oluşmaktadır; *içerik yaratıcıları*, *içerik geliştiricileri* ve *pazarlamacılar*. Besteciler, söz yazarları ve sanatçı/yorumcular içerik yaratıcılarını, müzik endüstrisinin merkezini oluşturan müzik yapımcıları ve plak şirketleri içerik geliştiricilerini ve müziği marketlere ulaştıran ve tüketicilerle buluşturan dağıtım şirketleri ise pazarlamacılar ayağını oluşturmaktadır. Klasik pazarlama açısından günümüzde Sony, Warner, Universal, BMG ve EMI günümüz müzik pazarının %85'ini domine etmektedir.

2000'li yıllarla birlikte dijital müziğin pazara dâhil olması, klasik yöntem ile endüstri içerisinde rol olan şirketlerin egemenliğini bitmese de önemli olarak

görülebilecek bir pazarı yaratmıştır. Henüz 2000’li yılların başında Sherman (2001: 35), internet teknolojisinin hem büyük (major label), hem de küçük (independent labels) şirketlerin çok daha fazla sayıda tüketiciye çok daha büyük miktarlarda müzik sattıracağı ön görüşünde bulunmuştur. Günümüzdeki gelişmeler ise Sherman’ı destekler niteliktedir. 1995 yılında Netscape firmasının tarayıcısına etkileşimli çoklu ortam ekleyerek video, ses metin ve görsel imaj aramalarının yapılmasına olanak sağlaması medyanın dijitalleşmesi bağlamında önemli bir atılımı oluşturmuştur (Pitt, 2010, s. 48). Müziğin dijitalleşme aşamaları Tablo 1’de verilmektedir¹

Tablo 1: Müziğin Dijitalleşme Kronolojisi

MP3'ün icadı	MP3.com	Emusic.com	Napster	Shazam	KaZaa	iPod	iTunes	Spotify
1991	1997	1998	Haz.99	Kas.99	2001	2001	2003	2009
	Online müzik erişimi	MP3 indirilen ilk web sitesi	P2P bağlantı ile müzik indirme	Müzik tanıma programı	Paylaşım platformu	Dijital müzik kütüphanesi	Yasal müzik satışı	Dijital Müzik Platformu

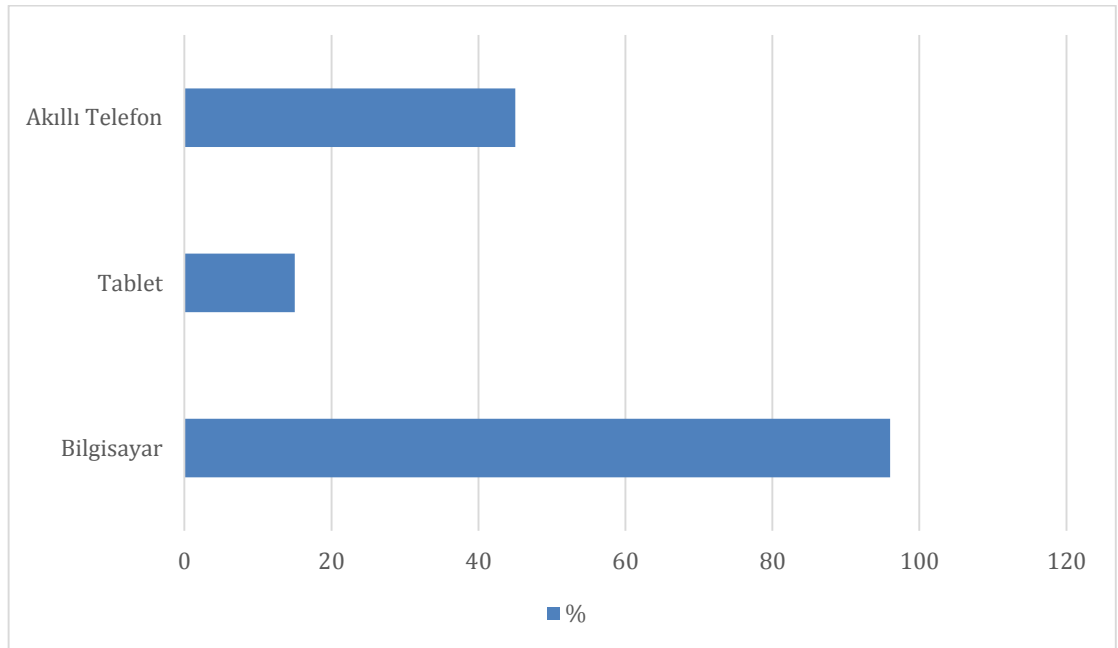
Müzik özelinde ise, MP3 (MPEG 1 Audio Layer III sıkıştırılmış ses dosyası) teknolojisinin kullanımı dijital müzik tüketim alışkanlığının ilk adımları olarak karşımıza çıkmaktadır. Başlarda akıllı cihazların olmaması nedeniyle MP3’ler bilgisayarlarda ya da CD’lerde depolanıp, dinlenebilmekteydi. Dijital müzik paylaşım platformlarının öncüsü 1999 yılında yayına başlayan Napster olmuştur. Napster kullanıcıların platformda paylaşım açtıkları müzik dosyalarının aralarındaki dolaşımından oluşmaktadır. Napster’a kayıtlı 80 milyon kullanıcı önemli bir trafiği oluşturmaktaydı ancak buradaki önemli problem, müziğin izinsiz ve bedelsiz bir biçimde dolaşıma sokulmasıydı. Dolayısıyla 2001 yılında Napster büyük miktarda ceza ödeyerek kapandı. 2011 yılında Rhosody grubu tarafından satın alınan Napster ücretli üyelik sistemiyle çalışarak telif hakları sorununu ortadan kaldırmıştır.

¹ <http://www.marketingmagazine.co.uk/article/904234/revolutions-brief-history-digital-music>

Bu noktada gerçekleşen devrim 2001 yılı Ocak ayında Apple firmasının piyasaya sürdüğü iPod cihazı ile gerçekleşmiştir. iPod, kullanıcılarına bilgisayarlarında bulunan MP3 dosyalarını ya da sahip oldukları CD'leri MP3 dosyalarına çevirerek cihaza yükleme imkânı verilmektedir. iPod kullanıcı odaklı ilk dijital müzik kütüphanesi olarak tarihe geçmiştir. Cihaz, sanatçılara, müzik türlerine ya da kullanıcının isteklerine göre çalma listeleri oluşturarak dinleme imkânı tanımaktadır. Bir sonraki adım ise 2003 yılında yine Apple tarafından piyasaya sürülen iTunes'tur. Bu platform bilgisayarlara ya da akıllı cihazlara şarkıların indirilmesini sağlamaktadır en önemli özelliği tüm verilerin telif haklarının ödenmesidir. iTunes'un piyasa sürülmesinden bir hafta sonra bir milyon adet şarkının kullanıcılar tarafından ilgili cihazlara indirilmesi durumun önemini açıklamaktadır².

Bir diğer önemli adım ise, internet üzerinden radyo dinleme alışkanlığının yaygınlaşması ile gerçekleşti, bu ilerleme, dijital müziğin tüketimi için önemli bir aşamayı oluşturmaktadır. 2011 yılında yayımlanan Radio Advertising Burea raporu, internet radyoları üzerinden gerçekleşen dijital müziğin tüketimi ve ilgili tüketim için kullanılan araçları şu şekilde belirtmektedir³.

Tablo 2: Online Radyo Dinleme Araçları

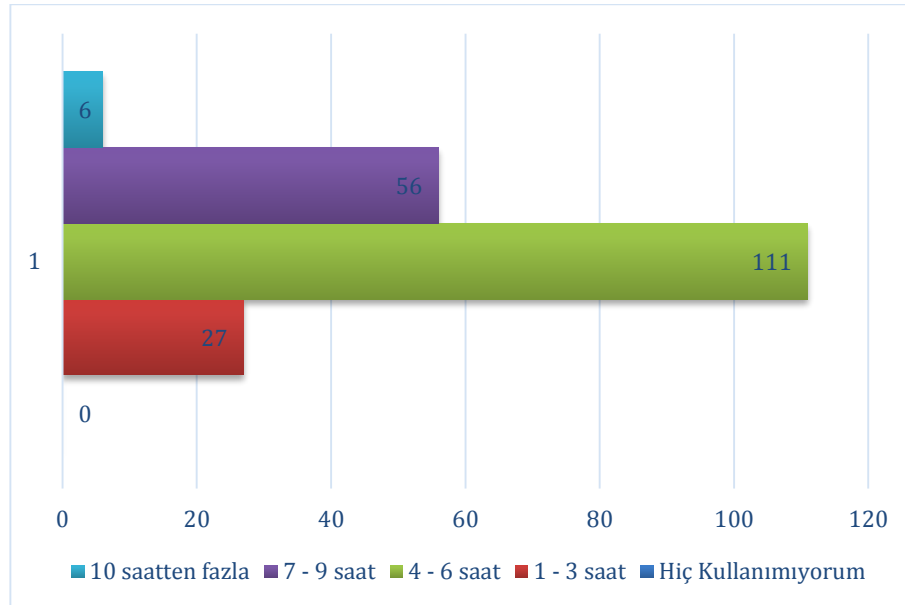


² (apple.com/pr/products/ipodhistory)

³ http://www.rab.com/public/adChannel/pfp/TargetSpot-Inc_Ad_Impact_Study_White_Paper-2011.pdf

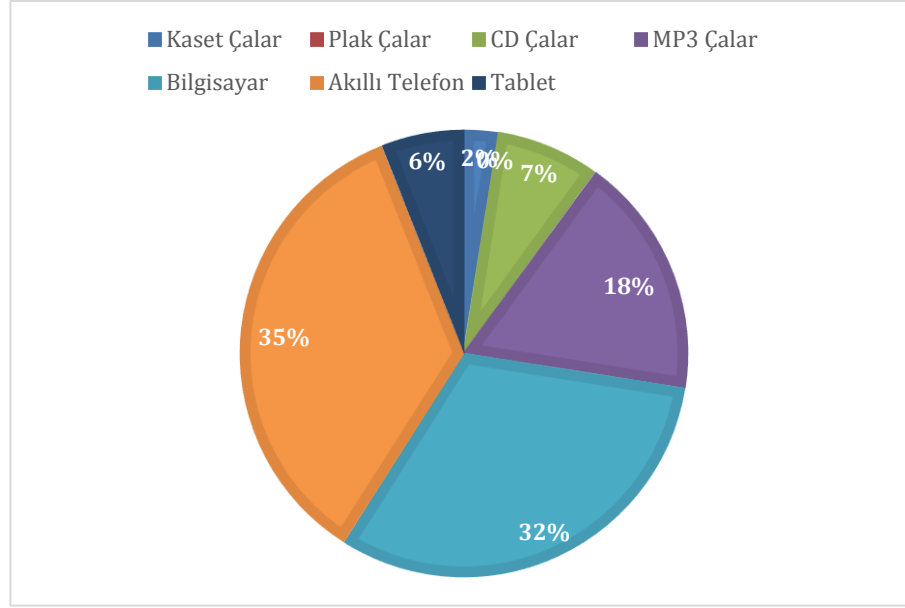
Dijital müzik tüketicilerinin %96'sı bilgisayarlarında internet üzerinden yayın yapan radyoları dinlemektedir, %15'lik kesim aynı eylemi tabletlerinden gerçekleştirmektedir, dinleyicilerin %45'i ise müzik dinlemek için akıllı telefonlarını kullanmaktadır. Burada n plana çıkan en önemli olgu müziğin mobilite (%60) olmasıdır. Aynı rapor dinleyicilerin %25'nin tabletlerinden günde 4 saatten fazla, %23'ünün bilgisayarlarından günde 4 saatten fazla ve %16'sının akıllı telefonlarından günde 4 saatten fazla zamanı müzik dinleme aktivitesi için harcadıklarını ortaya koymaktadır. Görüldüğü gibi dijital müzik tüketimi, geleneksel kayıt teknolojisi ile oluşturulan müzik tüketimi ile rekabet içerisindeydir.

Tablo 3: İnternet Kullanımına Ayrılan Zaman (Günlük)



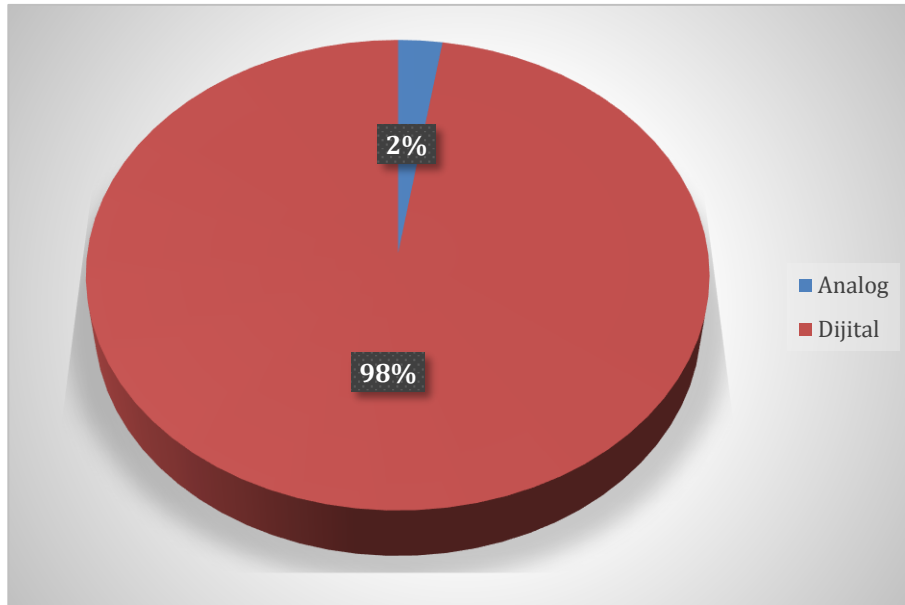
Dijital müzik dinleyicilerinin 111'i (%56) 4-6 saat 56'sı (%28) 7-9 saat arasında günlük internet kullanımı gerçekleştiriyorlar. Bařka bir ifade ile tüketicilerin %84' her gün 4-9 saatlik bir zaman dilimini internete bağlanarak geçiriyor. Bu tablo bizlere internetin kişilerin gündelik yaşamlarında kapladığı yeri görmek açısından önemli bir veri sunmaktadır.

Tablo 4: Müzik Dinleme Aktivitesinin Cihazlara Göre Dağılımı

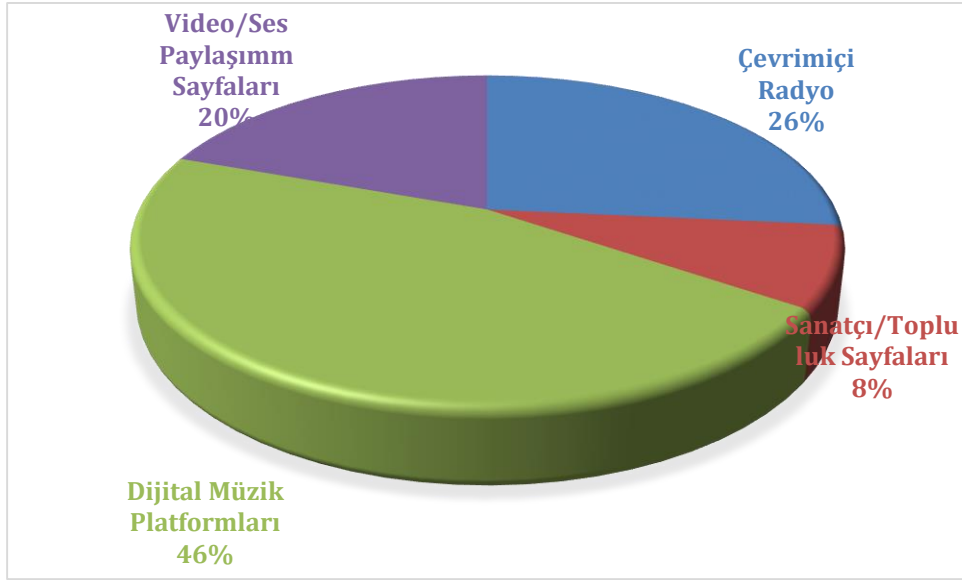


Yeni çağın yeni teknolojileri müzik dinleme alışkanlıklarını biçimlendirmektedir. Dijital medya kullanımı, tüm müzik dinleme alışkanlıkları içerisinde %98 gibi (Bkz Tablo 5) önemli bir yer tutmaktadır. Bu durum gençliğin yeniliklere kısa zamanda uyum sağladığı ve kabullendiği argümanını da doğrulamaktadır

Tablo 5: Müziğin Kayıt Biçimine Göre Tüketim Tercihleri

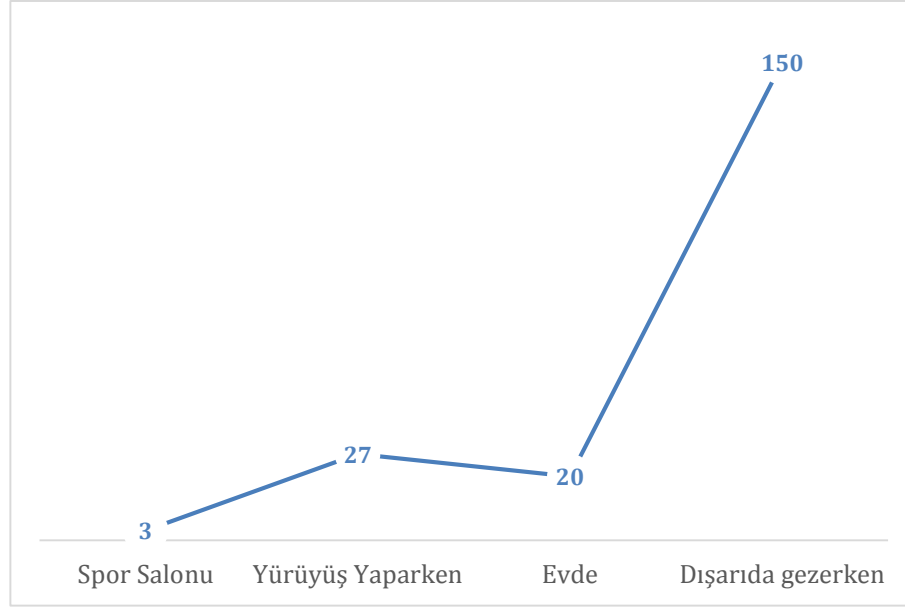


Tablo 6: Online Müzik Dinlemek için Kullanılan Mecra



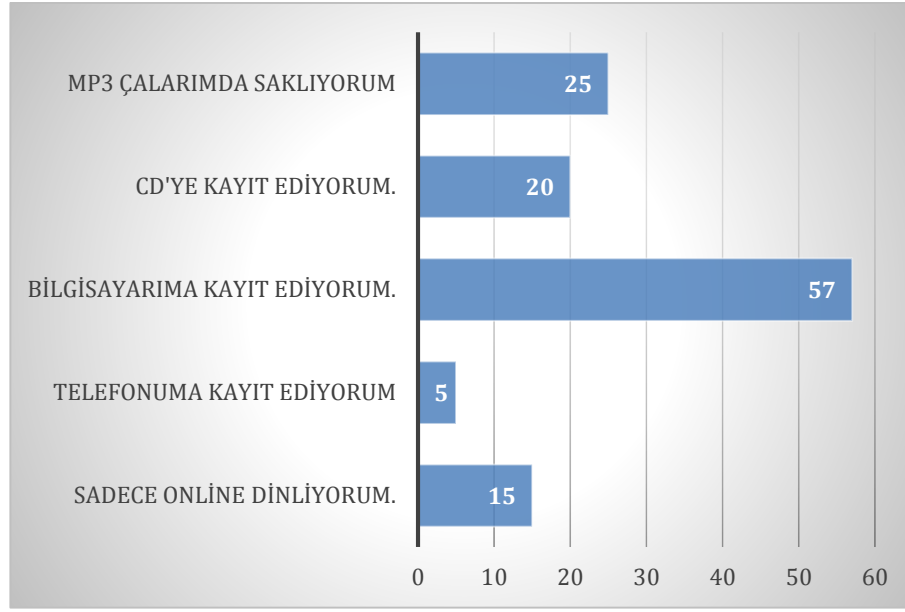
Çalışmanın başında çevrimiçi radyo dinleme alışkanlığının dijital müziğin tüketimi için önemli bir aktivite olduğuna değinilmişti. Tablo 6'dan elde edilen veriler de bu alışkanlığın gençler arasında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Dijital müzik platformlarını müziğin tüketimi için tercih edenler %46 (92 kişi) ile başı çekerken, çevrim içi radyo dinleme aktivitesi %26 (53 kişi). Bir diğer önemli durum ise video/ses paylaşım sitelerinin tercih durumu, ilgili platformlarda kullanıcılar video izleyebildikleri gibi ses dosyalarını da slayt biçiminde dinleyebiliyorlar, bu tüketim tercihini seçenlerin oranı %20 (39 kişi). Sanatçıların ya da toplulukların resmi internet sayfalarından müziğin dinlenmesi ise çalışmada en az rağbet gören mecra, bu oran %8 (16 kişi).

Tablo 7: Dijital Müzik Hangi Aktivitelere Kullanılıyor?



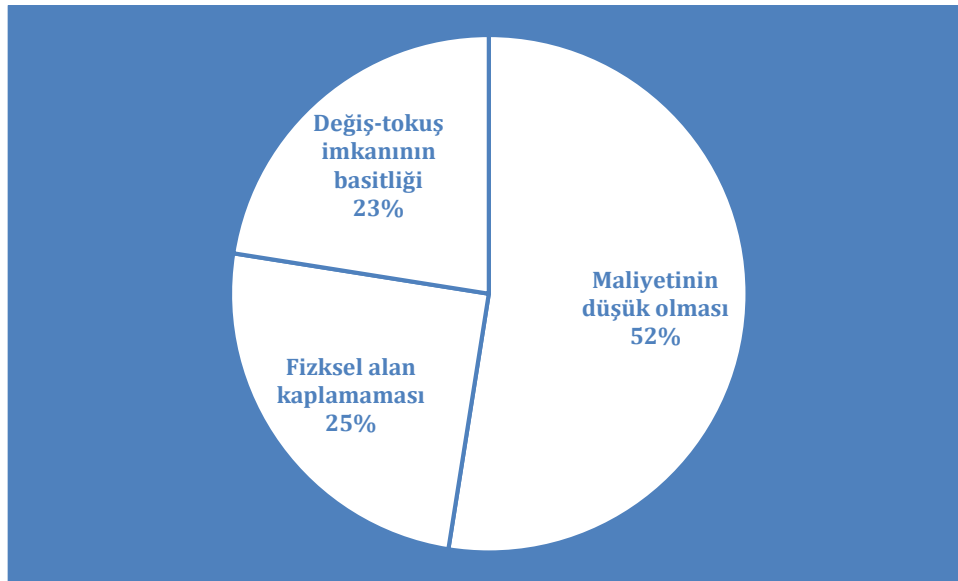
Çalışmada 3 tüketici (%1) spor yaparken müzik dinlediğini ifade ederken, yürüyüş yaparken -spor aktivitesi olarak değil bir yerden bir yere giderken- müzik dinlemeyi tercih edenler 27 tüketici (%14). Evde oldukları süre içerisinde müzik dinleyenlerin sayısı ise 20 (%10). Dijital müzik tüketiminin en yoğun olarak gerçekleştiği durum insanların dışarıda gezerken gerçekleştirdikleri eylem. Bu biçimi tercih edenler 150 tüketici (%75). Bu durum yeni medyanın bireye sunduğu özgürleşimin de bir göstergesi. Geleneksel teknoloji de walkman buna benzer bir durumu gerçekleştirmişti. Müzik ile mekân eş anlılığını ortadan kaldırmıştı. Dijital medyanın getirdiği yenilik walkman gibi sınırlı sayıda şarkının dinlenebilmesinden, sınırsız müzik tüketimine geçişi olanaklı kılmasıdır.

Tablo 8: Dijital Müziğin Depolanma Yerleri (%)



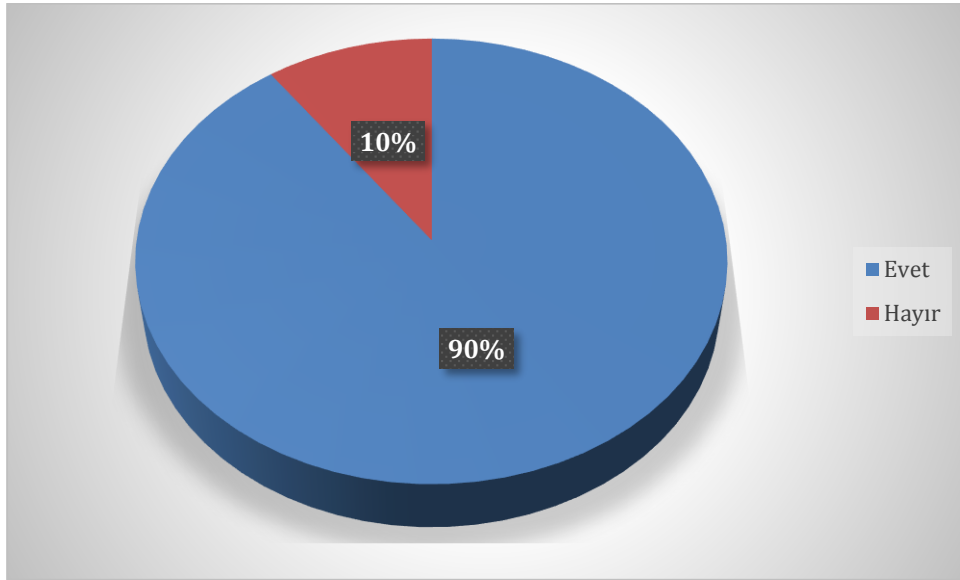
Tablo 8'e göre müziği sadece dinleyen, depolamayanların oranı %15 (30), dijital müziği bilgisayarlarında depolayanların oranı %57 (115). CD'ye kayıt ederek depolama faaliyetlerini gerçekleştirenlerin oranı %20 (10). MP3 çalar %25 (25), telefona kayıt edenler %5 (10). Bu tablo dijital müziğin depolanma biçiminin geleneksel yöntemlerde (bilgisayar, CD) kaldığını göstermektedir. Geleneksel depolamayı kullananlar %77'lik bir oranı oluşturmaktadır. Yeni yöntemler ise (MP3 çalar, telefon) %30'luk bir orana sahiptir.

Tablo 9: Dijital Müziği Kullanımını Oluşturan en Önemli Neden



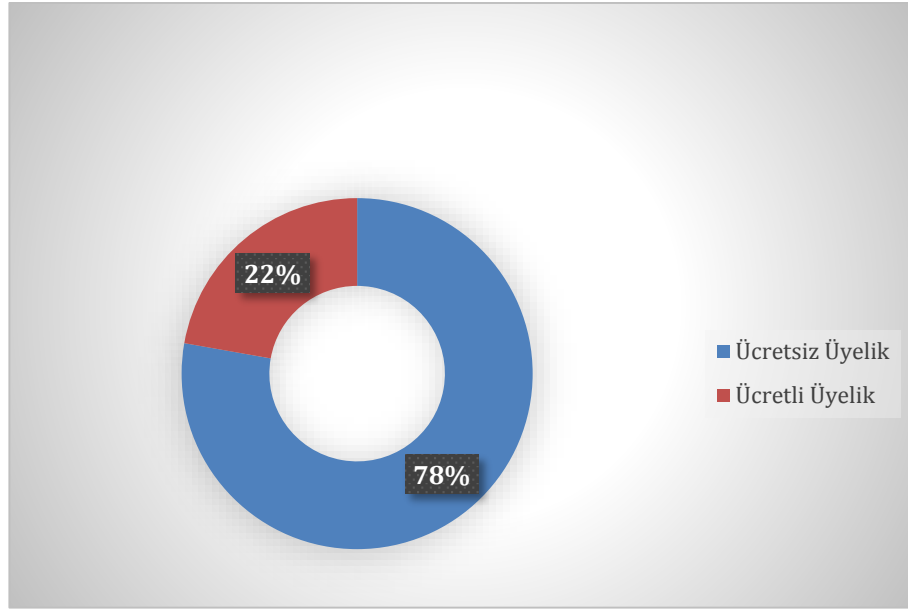
İlgili tercihin en önemli nedeni maliyetin düşük olması olarak görülmektedir %52 (105). Günümüzde bir CD için ödenecek tutar ile ortalama 6 aylık bir dijital müzik platformu üyeliği alınabilmektedir. İkinci önemli tercih sebebi fiziksel mekanda yer kaplamaması %25 (50). Öğrencilerin kaldıkları mekanların giderek küçülmesi, onlarca CD ya da plak ile sahip olunabilecek bir koleksiyonun küçük cihazlarda depolanabilmesi bu sonucun ortaya çıkmasında önemli olmuş olabilir. Bir diğer önemli konu ise değiş tokuş imkanının kolaylığı %23 (45). Bu durum en genel altkültür özelliğinin de bir göstergesidir.

Tablo 10: Dijital Müzik Platformları Daha Önce Tanımadığımız Müzik Gruplarını Keşfetmenizi sağlıyor Mu?



Yeni teknolojinin önemli olanaklarından biri de Tablo 10'da elde edilen sonuç ile kendini göstermektedir. Dijital müzik platformları dinlenen grupların sayfalarına "Benzer Sanatçılar" sekmesi ekleyerek o müzik türüne ait diğer grupları da dinleme olanağı sunmaktadır. Bir anlamda kartopu tekniği gibi kullanıcılar birçok gruptan haberdar olabilmekte ve müzik spectrumlarını genişletebilmektedir.

Tablo 11: Dijital Müzik Platformlarına Üyelik Durumu



Son birkaç yıldır dijital müziğin popüler tüketim alanları dijital müzik platformlarıdır. Çalışmada da belirtildiği gibi geleceğin en yaygın mecrası olarak ilgili platformlar görülmektedir. Bu platformlar iki şekilde üyelik hakkı vermektedir. Ücretli üyelik (aylık bir tutar karşılığında) ya da ücretsiz üyelik (bir sosyal ağ hesabı aracılığıyla). Çalışmada ücretsiz üyelik tercih gören bir yöntemdir (%78). Belirli bir tutar karşılığında ilgili platformlara üye olanlar ise %22'lik bir dilimi oluşturmaktadır. Ücretsiz üyelik seçeneğinde herhangi bir telif hakkı sorununun olmadığını, müzik endüstrisinin zarar görmediğini belirtmek faydalı olacaktır.

4. Sonuç

Yeni iletişim teknolojileri eski davranış biçimlerimize yeni olgular katmaktadır. İnternet teknolojisinin yaygınlaşması müziğin tüketim biçimlerini de dönüştürmüştür. İnternet kullanım sıklığı ile müzik tüketimi arasında bir paralellik olduğu çalışmanın sonuçları arasında yer almaktadır. Dijital müzik tüketicilerinin %84'ü her gün 4-9 saat aralığında internete bağlanmaktadır. Geleneksel medya araçlarında pikabın ya da kasetçaların yerini internet teknolojisi almıştır.

Müzik tüketiminin %98'nin dijital müziğe ait olması, yeni teknolojinin var olan durumu geri dönülemez bir biçime dönüştürdüğünün bir ifadesini oluşturmaktadır. Çalışmanın girişinde değinilen teknoloji ekolojiktir argümanı bir anlamda desteklenmektedir.

Çalışmanın ilginç sonuçlarından biri ise, dijital müziğin depolanmasında kullanılan medyanın türüne ilişkindir. Yeniçağın geleneksel depolama yöntemlerini oluşturan bilgisayar ve CD'nin dijital müziğin depolanması için en çok kullanılan araçlar olması, telefonun daha az kullanım alanına sahip olması fiyat-maliyet analizinin bir sonucu olabileceği gibi telefonun bu anlamdaki kullanım tercihinin çevrimiçi müzik tüketimi olarak görülmesinden de kaynaklanabilmektedir.

Dijital müziğin tüketimi sırasında katılımcıların 150'sinin (%75) dijital müziği "Dışarıda Gezerken" tüketmeyi tercih etmesi, gençliğin mobilize bir yaşamı, hızlı ve statik olmayan bir yaşamı tercih ettiklerinin bir göstergesi olması açısından önemlidir. Aynı zamanda dijital müziğin maliyetinin düşük olması ile tercih arasında bir bağlantı ortaya çıkmaktadır. %52'lik dilim için dijital müzik tercihlerinin en önemli nedenini maliyetin düşük olması oluşturmaktadır. Çalışmada belirtilen yeni medyanın maliyetinin düşük olmasının önemi bu veri ile de desteklenmektedir. Yine çalışmada değindiğimiz standart listelerden kaçış ve 70'li yıllarda evlerde hazırlanan kasetler ve bunların değiş tokuşunun yerini dijital müziğin bütünden ayrılabilme özelliğinde görülmektedir. Değiş tokuşun basitliği nedeniyle dijital müziği tüketmeyi tercih edenlerin oranı %25 ile öneme sahiptir.

Çalışmada elde edilen verilere bütüncül bir açıdan baktığımızda yeni iletişim teknolojilerinin gençler tarafından büyük oranda benimsendiği ve yaşamlarının bir parçası haline getirdikleri görülmektedir. Benzer grupların platformlar tarafından bulunabilmesi hem müzik endüstrisi hem de kullanıcılar için önemlidir, bu aynı zamanda yeniliklere ve keşfe daha açık oldukları kabul edilen gençlik altkültürlerinin de önemli bir göstergesidir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Anderson, B. (2002). A Principle of Hope: Recorded Music, Listening Practices & the *Immanence of Utopia*. *Human Geography* (28), (s. 211-227).
- Backstedt, J. (2005). The Move to Artist Led-Online Music Distribution: Explaining Structural Changes in the Digital Music Market. *38th Hawaii International Conference on System Source*. The Move to Artist Led-Online Music Distribution adresinden 30.11.2015 tarihinde alındı.
- Bayton, M. (1993). Feminist Musical Practice: Problems & Contradictions. T. Bennett, S. Frith, L. Grossberg, J. Sheppard, & G. Turner In, *Rock and popular music. Politics, policies, institutions* (s. 177-193). New York: Routledge.
- Clarke, J. (2003). Subcultures, Cultures & Class. S. Hall içinde, *Resistance Through Rituals*. Youth culture in post-war Britain (s. 9-74). New York: Routledge.
- Cornell, J., & Gibson, C. (2003). *Soundtracks: Popular Music, Identity & Place*. London: Routledge.
- Digital Music. <http://www.marketingmagazine.co.uk/article/904234/revolutions-brief-history-digital-music> adresinden 30.11.2015 tarihinde alındı
- Dunaway, D. K. (2000). ABD'de Politik İletişim Olarak Müzik. (Ed. J. Lull, & T. İbلاغ) içinde, *Popüler Müzik ve İletişim*. (ss. 48-70). İstanbul: Çiviyazıları.
- Eckart, G. (2005). The German Gothic subculture. *German Studies Association*, 28(3) (pp. 547-562). Baltimore: John Hopkins University.
- History of Ipod & Itunes. (2015). apple.com/pr/products/ipodhistory adresinden 01.12.2015 tarihinde alındı.
- IFPI. (2014). *Digital Music Report*. [Www.ifpi.com](http://www.ifpi.com) adresinden 01.12.2015 tarihinde alındı
- Kong, L. (1995). Music & Cultural Politics: Ideology & Resistance in Singapore. (pp.

- 447-459).London: *Transactions of the institute of British Geographers*, 20(4),
- Laughey, D. (2006). *Music & Youth Culture*. Edinburgh: Edinburgh University.
- Lull, J. (2000). Giriş. J. Lull içinde, *Popüler Müzik ve İletişim* Turgut İbلاغ (Çev.) (ss. 1-47). İstanbul: Çiviyazıları.
- Pavlik, J. (2004). *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*. Boston: Pearson
- Postman, N. (2013). *Teknopoli: Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu*. Mustafa Emre Yılmaz (Çev.). Ankara: Sentez.
- Premkumar, P. (2003). Alternate Distribution Strategies for Digital Music. *Communication of the ACM*. (46). (pp. 85-95).
- Rowe, D. (1996). *Popüler Kültürler. Rock ve Sporda Haz Politikası*. Mehmet Küçük.(Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Sherman, C. (2001). Music on the Internet: A New World is Waiting. *Booking Review*,19(1). (pp. 35-37)
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür çalışmaları: Kuramlar ve Metotlar*. Koray Karaşahin. (Çev.) İstanbul: Babil.
- Target Spot Inc. (2001). Digital Audio Trends: A Highly Engaged Leadership. www.rab.com/public/adChannel/pfp/TargetSpotInc_Ad_Impact_Study_White_Paper-2011.pdf adresinden 01.12.2015 tarihinde alındı.