

MÜZİKLE BAĞLANMAK

MÜZİK TÜKETİCİLERİ RAPORU

EYLÜL 2017



GİRİŞ

“PLAK ŞİRKETLERİ, MÜZİKSEVERLERİN GÖSTERDİĞİ İLGİNİN TEMELİNDE İYİ MÜZİĞİN YATTIĞINI BİLİYOR; İYİ MÜZİĞE İNANÇLA YATIRIM YAPMAYI SÜRDÜRÜYOR, MÜZİĞİ GELİŞTİRMEK VE KORUMAK İÇİN MÜCADELE EDİYORLAR.”

FRANCES MOORE, CEO, IFPI



MÜZİKSEVERLER İÇİN HEYECAN VERİCİ BİR DÜNYA

Dünyanın her yerindeki müzikseverlerin kayıtlı müzikle nasıl bağlantı kurduğu bu raporda gözler önüne seriliyor. Müzikle kurulan bağlantı gelişmeye ve genişlemeye devam ediyor; bugün müzikseverlerin diledikleri zaman, diledikleri yerde müzik dinleme imkanları hiç olmadığı kadar zengin ve heyecan verici.

Talebe bağlı lisanslı dijital hizmetlerin kullanımı artıyor, müzikseverler dünyanın her yerinde müzik dinleme hizmetlerine kucak açıyor. Müzik erişiminin formatı da çeşitleniyor ve bu çeşitlilik ülkeden ülkeye, kültürden kültüre değişiyor.

YENİ NESİL MÜZİĞE RAĞBET GÖSTERİYOR

Genç müzikseverlerin ilgisi yüksek düzeyde seyrediyor. Ellerin altında bulunan muazzam miktardaki medya içeriği arasından müziğe zaman ayırıyorlar, ilgi gösteriyorlar ve değer veriyorlar. Bu gençlerin gelecek neslin müzikseverleri olduğu düşünüldüğünde, bunlar cesaret verici alametler.

MÜZİKLE KURULAN BAĞLANTININ KALBİ PLAK ŞİRKETLERİ

Bu heyecan verici müzik dünyasının kalbi ise plak şirketleri ve iş ortakları. Onların yatırımlarıyla kurulan sistemler sayesinde 40 milyondan fazla parça lisanslandı, yüzlerce dijital hizmet vücut buldu. Plak şirketleri, müzikseverlerin müzik yolculuğunun en başında belki daha da asli rol oynuyor: Sanatçıları ve müziklerini keşfediyor, destekliyor, geliştiriyor ve tanıtıyorlar.

FAKAT MÜZİK CAMİASININ ÖNÜNDE ENGELLER BULUNUYOR

Bu raporda küresel müzik camiasının önündeki engellere de göz atıyoruz. YouTube'un hakim konumu ve video izleme üzerine yapılan araştırmalar, Kayıp Değer üzerine süregiden tartışmalar bakımından yol gösterici. YouTube gibi kullanıcı yüklemeli hizmetler, müzik tüketicilerince yoğun olarak kullanılmasına rağmen, müzik yatırımcılarına ve yaratıcılarına adil bedel ödemiyor. Halen müzik dünyasının karşısındaki en ciddi tehdit unsuru olan Kayıp Değer meselesinin yasal çözüme kavuşturulması için mücadele ediyoruz.

Raporda altı çizilen bir diğer sorun ise lisanssız müziğin erişilebilir olması. Telif hakkı ihlalleri yeni biçimlerde sürüyor; bugünün en yaygın yöntemi "stream ripping" yani akıştan sabit diske kaydetme. Müzik yaratıcılarının haklarını savunan endüstri, bu işlemi gerçekleştiren sitelere karşı gereken adımları atıyor. Müzikseverlere sunulan lisanslı müzik hizmetlerinin zenginliği düşünüldüğünde, bu tür yasadışı sitelerin müzik dünyasında hiçbir yeri yok.

Kayıtlı müzik endüstrisi büyüyor, zamana uyum sağlıyor; dünya çapında müzik dinlemenin, müzikle bağlantı kurmanın heyecan verici yolları açılıyor. Plak şirketleri, müzikseverlerin gösterdiği ilginin temelinde iyi müziğin yattığını biliyor; iyi müziğe inançla yatırım yapmayı sürdürüyor, müziği geliştirmek ve korumak için mücadele ediyorlar.

FRANCES MOORE,
CEO, IFPI

2017'DE MÜZİK TÜKETİMİ



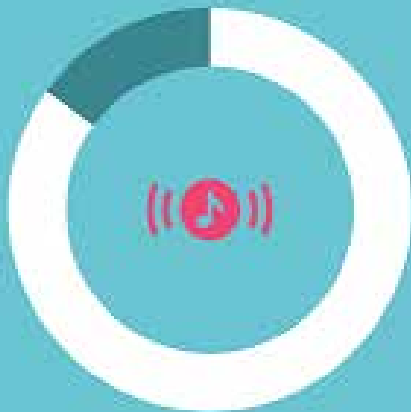
%45

LİSANSLI MÜZİK DİNLEME
HİZMETLERİNİ KULLANIYOR
(2016'DA %37)

TÜKETİCİLER
ORTALAMA

4

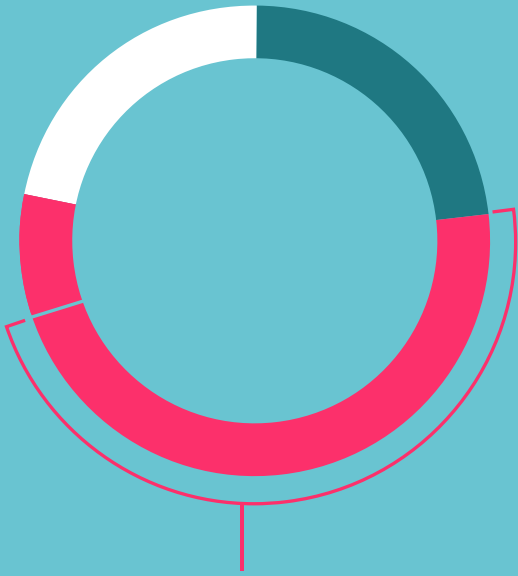
FARKLI LİSANSLI
YOLDAN
MÜZİK DİNLİYOR



%85

13-15 YAŞ ARALIĞINDA
İNDİRMEYEN MÜZİK
DİNLEME ORANI (SES/
GÖRÜNTÜ)

TALEBE BAĞLI MÜZİK DİNLEME SÜRESİNİN YARIDAN FAZLASI, VİDEO İZLEME...



%46
YOUTUBE

VİDEO İZLEMENİN EN YAYGIN FORMATI, KULLANICI YÜKLEMELİ HİZMETLER.

TALEBE BAĞLI MÜZİK DİNLEMeye AYRILAN SÜRENİN %46'SINI TEK BAŞINA YOUTUBE KAPLIYOR.

FAKAT KULLANICI YÜKLEMELİ HİZMETLER, MÜZİK CAMİASINA ADİL BEDEL ÖDEMİYOR.



%40

LİSANSIZ MÜZİK ERİŞİMİNDE BULUNAN TÜKETİCİLERİN ORANI

01

MÜZİK TÜKETİMİ

LİSANSLI MÜZİK
BÜYÜK RAĞBET GÖRÜYOR

PLAK ŞİRKETLERİ VE İŞ ORTAKLARININ YATIRIMLARIYLA
KURULAN SİSTEMLER SAYESİNDE

40 MİLYONDAN FAZLA PARÇA LİSANSLANDI
YÜZLERCE DİJİTAL HİZMET VÜCUT BULDU.



İNTERNET KULLANICILARININ %96Sİ LİSANSLI MÜZİK TÜKETİYOR*

KAPSAM: SESLİ DİNLEME, GÖRÜNTÜLÜ DİNLEME, FİZİKİ SATIN ALMA, DİJİTAL İNDİRME, RADYO

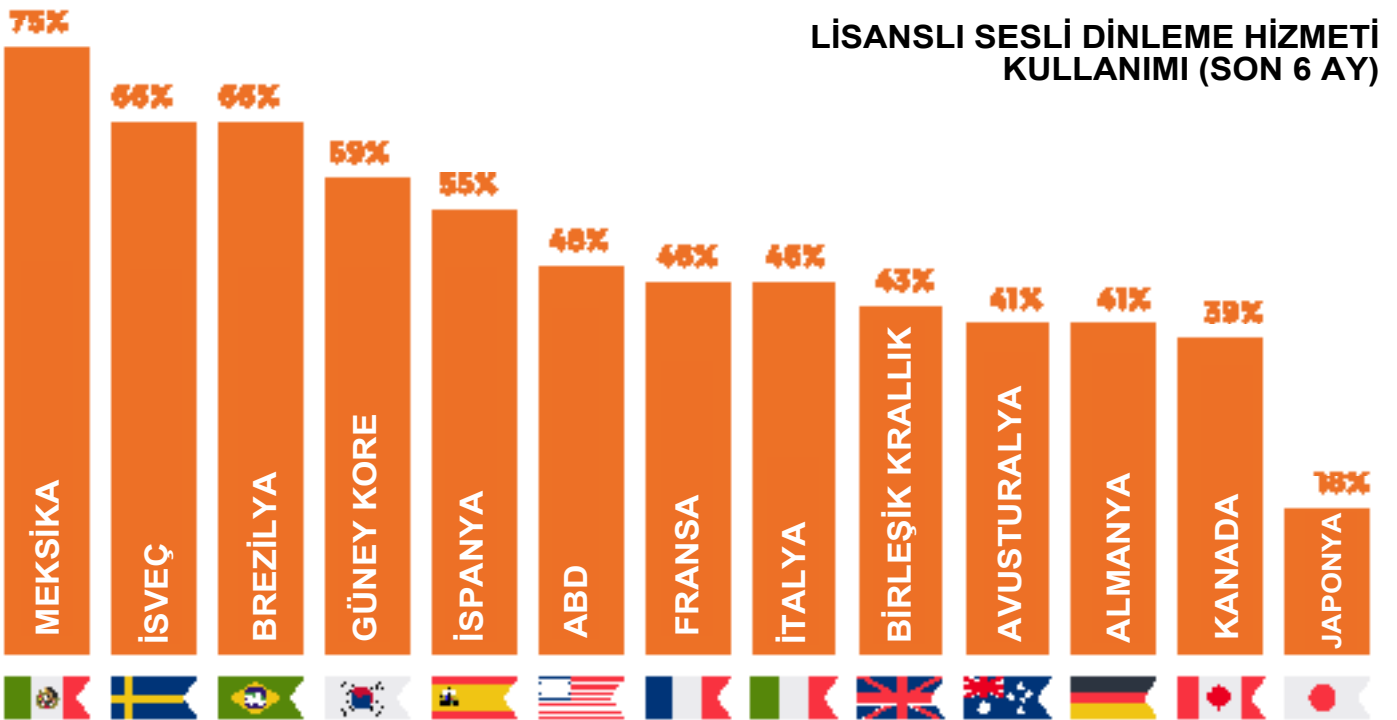


16-24 YAŞ ARALIĞINDA %98



%45İ LİSANSLI SESLİ DİNLEME HİZMETİ KULLANIYOR

▲(2016 YILINDA %37 İDİ)



50%

SON 6 AYDA LİSANSLI MÜZİK İÇİN PARA ÖDEMiŞ OLAN İNTERNET KULLANICILARI**

Son altı ayda lisanslı müzik erişiminde bulunmuş olan tüm katılımcılar bazında (s=11.776) 2016 rakamı: (s=11,710)

*Lisanslı müzik tüketimine radyo dahildir

** Fiziki satışlar, indirmeler ve ücretli sesli dinleme dahildir

02

KÜRESEL MÜZİK DİNLEME YÖNTEMLERİ 2017

MÜZİK TÜKETİCİLERİNİN
LİSANSLI MÜZİK DİNLEMELİK İÇİN
KULLANDIĞI BİRÇOK YOL VAR

TÜKETİCİLER ORTALAMA OLARAK
4 FARKLI YOLDAN LİSANSLI MÜZİK
DİNLİYOR

MÜZİK TÜKETİM YÖNTEMLERİ
İNTERNET KULLANICILARININ SON ALTI AYDA KULLANDIĞI YÖNTEMLER



44%

FİZİKİ KOPYA
SATIN ALIYOR
VEYA ÜCRETLİ
İNDİRİYOR

32% CD

28% İNDİRME

17% VİNİL PLAK



45%

MÜZİK ERİŞİMİ
SESLİ DİNLEME
HİZMETLERİ İLE

39% ÜCRETSİZ

27% ÜCRETLİ



75%

MÜZİK ERİŞİMİ
VİDEO İZLEME
HİZMETLERİ İLE



87%

RADYODA MÜZİK
DİNLİYOR

68% RADYO
YAYINI

35% İNTERNET
RADYOSU

03

DÜNYA ÇAPINDA MÜZİK TÜKETİCİLERİ

AKTİF MÜZİK TÜKETİCİLERİ
DÜNYANIN HER YERİNDE FARKLI
FARKLI YOLLARDAN MÜZİK DİNLİYOR

On üç ülkenin her birindeki müzik tüketicilerinin ilk %10'luk dilimini aldık ve müzik dinleme biçimlerinin ülkeden ülkeye nasıl değiştiğine baktık. Grafiklerde genel dağılımın yanı sıra seçili dört ülkedeki dağılım görülmektedir.

DÜNYA ÇAPINDA MÜZİK TÜKETİCİLERİNİN İLK %10'U

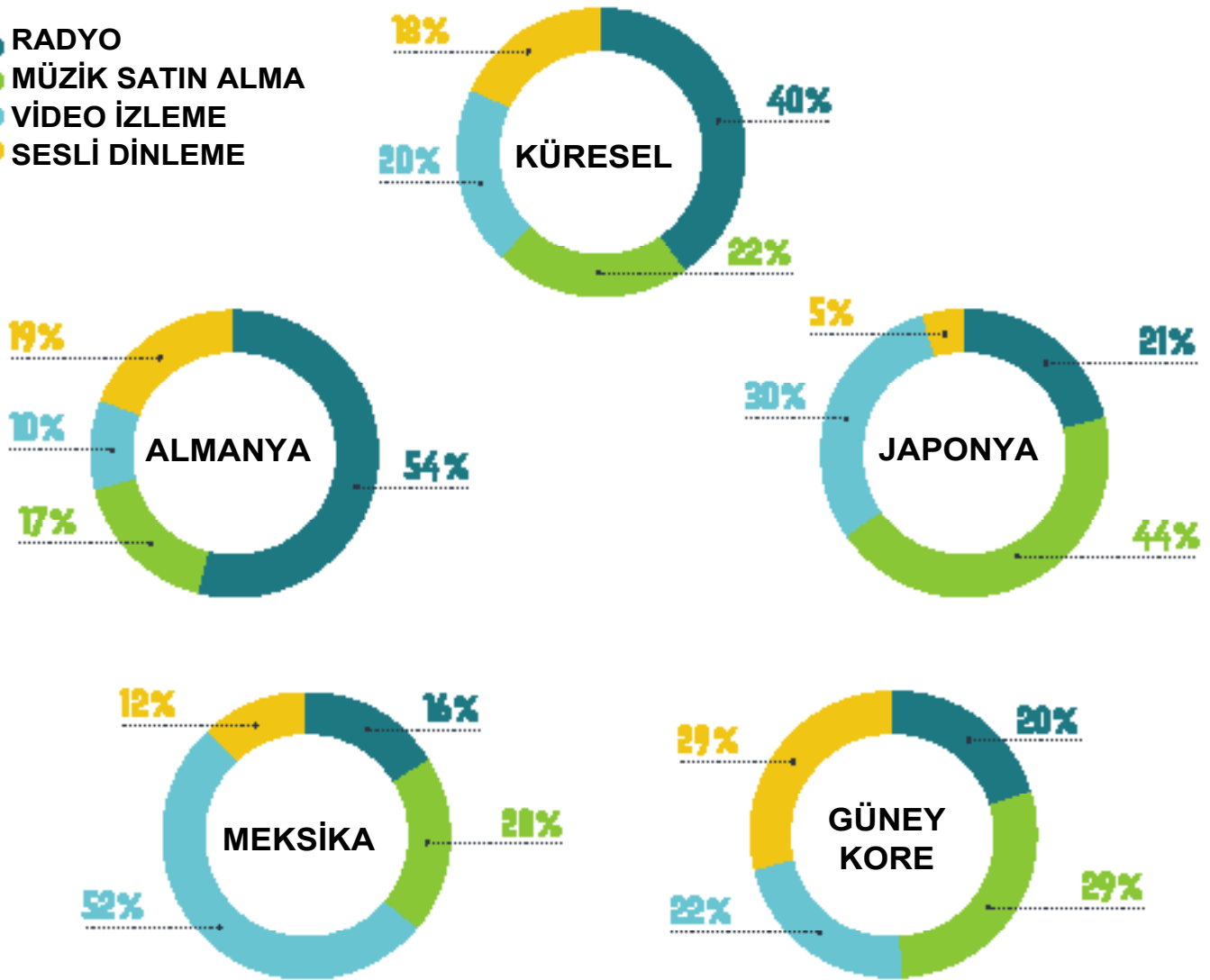
LİSANSLI MÜZİK KAYNAKLARINI DİNLEMeye AYRILAN SÜRE İÇİNDEKİ PAYLAR (TİPİK BİR HAFTADA)

● RADYO

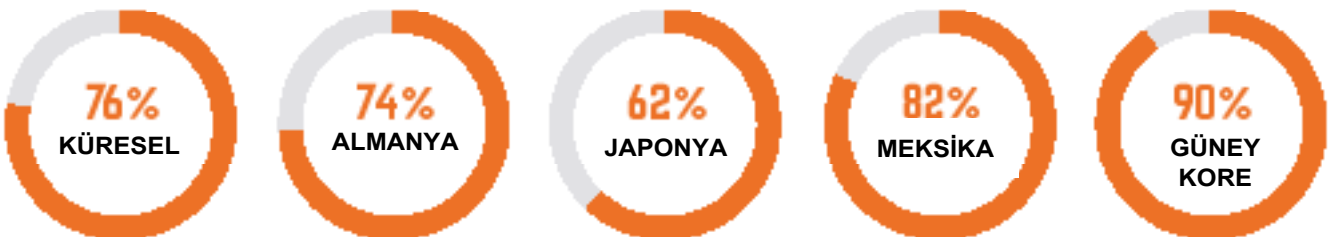
● MÜZİK SATIN ALMA

● VİDEO İZLEME

● SESLİ DİNLEME



AKILLI TELEFONDAN MÜZİK DİNLEME ORANI



Müzik tüketicilerinin tipik bir haftada müzik dinlemeye harcadığı süre bakımından ilk %10'luk bölümünü temsil eden "yoğun müzik tüketicileri" bazında.

04

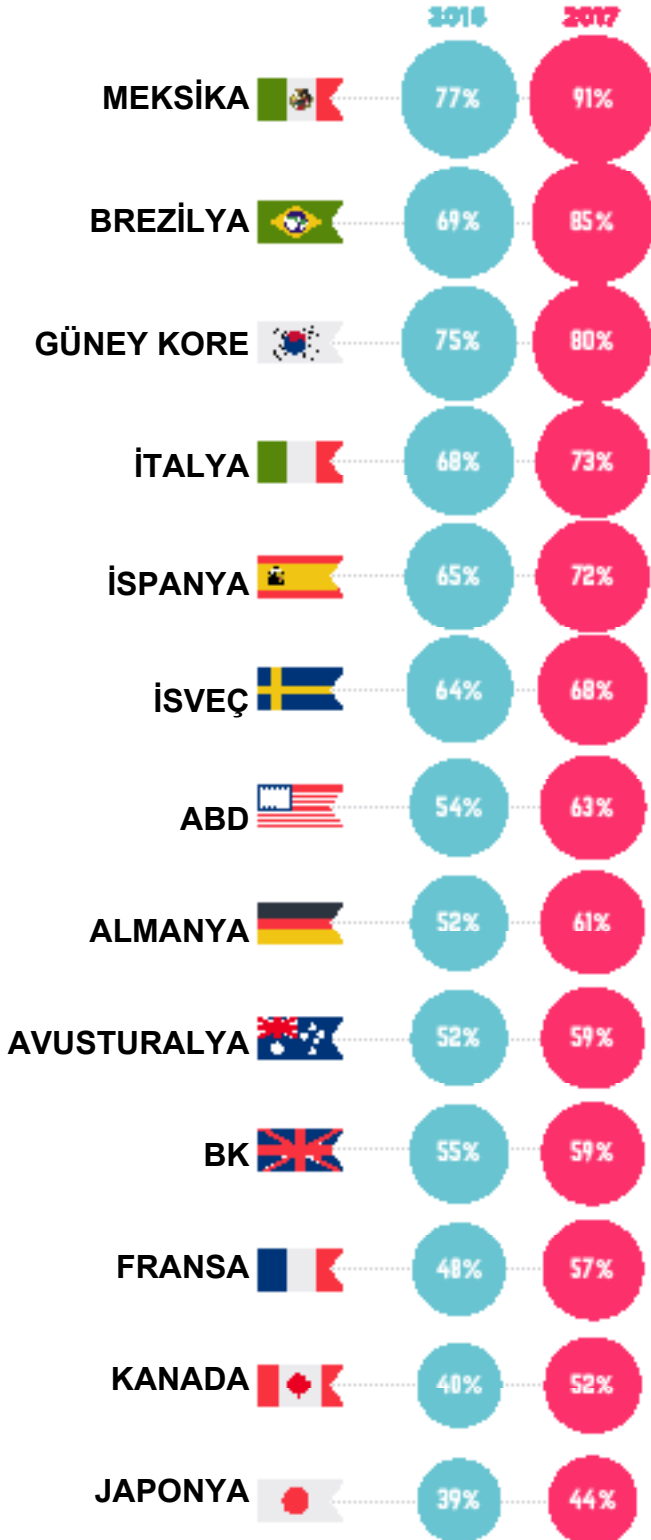
MÜZİK TÜKETİMİ: AKILLI TELEFON

AKILLI TELEFONDAN MÜZİK
DİNLEME ORANI DÜNYA ÇAPINDA
ARTIYOR

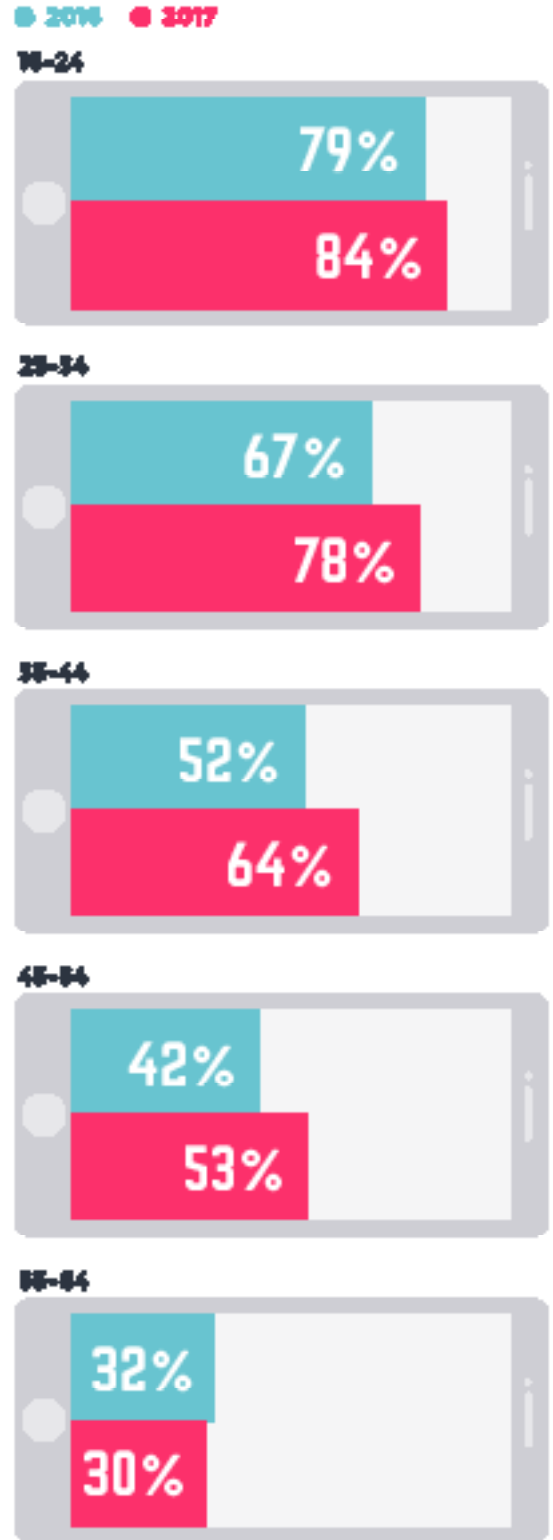
2017'de akıllı telefondan müzik dinlemede
görülen artış 16-54 arası her yaş grubunu
kapsıyor.

LİSANSLI MÜZİK HİZMETİ KULLANANLARIN
%90' AKILLI TELEFONDAN MÜZİK DİNLİYOR

DÜNYADA AKILLI TELEFONDAN MÜZİK DİNLEME



YAŞ GRUPLARINA GÖRE AKILLI TELEFONDAN MÜZİK DİNLEME



Araştırmaya dahil edilen 13 ülkede (ABD, Kanada, BK, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, İsveç, Avusturalya, Japonya, G.Kore, Brezilya, Meksika) son altı ayda akıllı telefondan müzik dinlemiş olan tüm katılımcılar bazında (s=11.776)

05

GENÇ MÜZİK TÜKETİCİLERİ

GENÇLER DÜNYANIN HER YERİNDE
MÜZİKLE HAŞIR NEŞİR

13-15 yaş grubundaki internet kullanıcıları
yoğun bir şekilde müzik dinliyor; bu kullanıcılar,
"yeni nesil" müzik tüketicilerini anlamanın anahtarı.

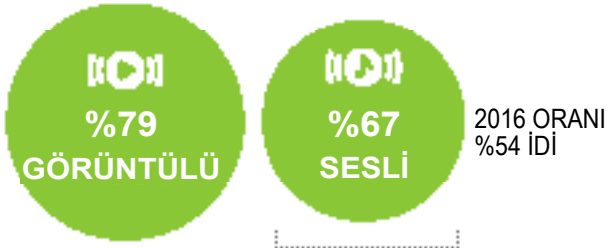
"MÜZİK BENİM İÇİN ÖNEMLİ"

13-15 YAŞINDAKİLERİN %71'İ BU İFADEYE KATILIYOR
(16-24 YAŞINDAKİLERİN %70'İ)

GENÇ MÜZİK TÜKETİCİLERİ



İNDİRMEYEN MÜZİK DİNLEYEN 13-15 YAŞ GRUBUNDAKİLERİN



SESLİ MÜZİK DİNLEYENLERİN...



37%

ÜCRETLİ



62%

ÜCRETSİZ



53%

13-15 YAŞINDAKİLERİN
FİZİKİ ALBÜM SATIN
ALMA VEYA ÜCRETLİ
İNDİRME ORANI



İNDİRME



CD



VİNİL PLAK



ÜCRETLİ SESSLİ MÜZİK DİNLEYENLERİN...



33%

KENDİ MÜZİK DİNLEME
ABONELİĞİNİ ÖDÜYOR

16-24 YAŞ GRUBUNDA %63



36%

AİLE ABONELİK PAKETİNDEN
YARARLANIYOR

16-24 YAŞ GRUBUNDA %22

06

VIDEO İZLEME

KAYIP DEĞER

YOUTUBE GİBİ KULLANICI YÜKLEMELİ HİZMETLERDEN YOĞUN OLARAK MÜZİK DİNLENİYOR, FAKAT MÜZİK YATIRIMCILARINA VE YARATICILARINA ADİL BEDEL ÖDENMİYOR. MÜZİK CAMİASI “KAYIP DEĞER” DENEN BU KÖKLÜ SORUNUN YASAL ÇÖZÜME KAVUŞTURULMASI İÇİN MÜCADELE EDİYOR.

IFPI VERİLERİ – DAHA FAZLA BİLGİ İÇİN BKZ.
WWW.IFPI.ORG/VALUEGAP

GEÇEN AY YOUTUBE KULLANICILARININ %85’İ
SİTEYİ MÜZİK DİNLEMELİK İÇİN KULLANDI,
BU DA TAHMİNİ 1.3 MİLYAR KULLANICI DEMEK

TALEBE BAĞLI MÜZİK DİNLEME SÜRESİNİN YARIDAN FAZLASINI VİDEO İZLEME OLUŞTURUYOR...



55% | VİDEO İZLEME
(YOUTUBE GİBİ KULLANICI YÜKLEMELİ HİZMETLER DAHİL)

23% | ÜCRETLİ SESLİ DİNLEME

22% | ÜCRETSİZ SESLİ DİNLEME

46% YOUTUBE

VİDEO İZLEMENİN EN YAYGIN FORMATI, KULLANICI YÜKLEMELİ HİZMETLER. TALEBE BAĞLI MÜZİK DİNLEMeye AYRILAN SÜRENİN %46'SINI TEK BAŞINA YOUTUBE KAPLIYOR.

FAKAT KULLANICI YÜKLEMELİ HİZMETLER, MÜZİK CAMIASINA ADIL BEDEL ÖDEMİYOR.

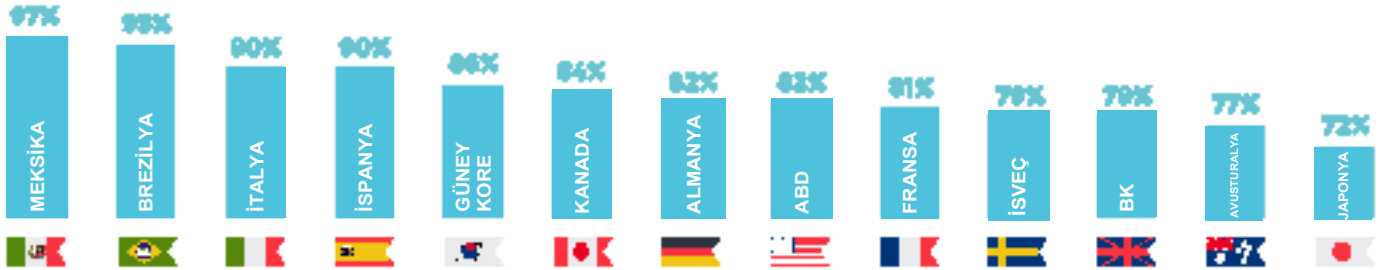
KULLANICI BAŞINA TAHMİNİ YILLIK GELİR

YouTube
<US\$1

Spotify
US\$20

Kaynak: IFPI Verileri – ifpi.org/valuegap

ÜLKELERE GÖRE MÜZİK DİNLEMELİK İÇİN YOUTUBE KULLANIMI



BAZILARI YOUTUBE'U
YENİ MÜZİK KEŞFETMEK
İÇİN KULLANSA DA



ORANINDA YOUTUBE
MÜZİK DİNLEYİCİSİ
ZATEN BİLDİKLERİ
MÜZİKLERİ DİNLİYOR

07

LİSANSSIZ MÜZİK

TELİF HAKKI İHLALLERİ HALEN
MÜZİK CAMİASININ BAŞLICA
MESELELERİNDEN BİRİ

Müzikseverlere sunulan lisanslı müzik hizmetlerinin zenginliği düşünüldüğünde, bu tür yasadışı sitelerin müzik dünyasında hiçbir yeri yok.

TÜKETİCİLERİN **%40**'İNİN  LİSANSSIZ MÜZİK ERİŞİMİ BULUNUYOR

TELİF HAKKI İHLALLERİ YENİ BİÇİMLERDE SÜRÜYOR;
BUGÜNÜN EN YAYGIN YÖNTEMİ "STREAM RIPPING"
YANI AKIŞTAN SABİT DİSKE KAYDETME



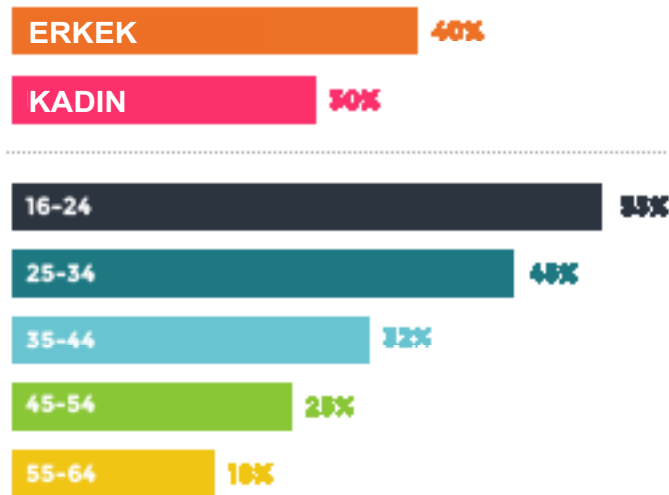
TÜM İNTERNET
KULLANICILARININ
%35'i
AKIŞTAN SABİT
DİSKE KAYDEDİYOR
(2016'DA BU ORAN %30 İDİ)



16-24 YAŞ
ARALIĞINDA
%53'E
YÜKSELİYOR

AKIŞTAN SABİT DİSKE
KAYDEDEDENLER KİMLER?

Bunlar genelde genç erkekler; bittorrent, siber dolap gibi başka korsan yöntemleri de sık kullanıyorlar. Bu yöntemle genelde tek tek parçaları ediniyorlar.



ARAMA MOTORLARI
TELİF HAKKI İHLALLERİNDE
ÖNEMLİ ROL OYNUYOR



LİSANSSIZ MÜZİK
İNDİRENLERİN

%54'Ü

LİSANSSIZ MÜZİK BULMAK İÇİN
GOOGLE KULLANIYOR

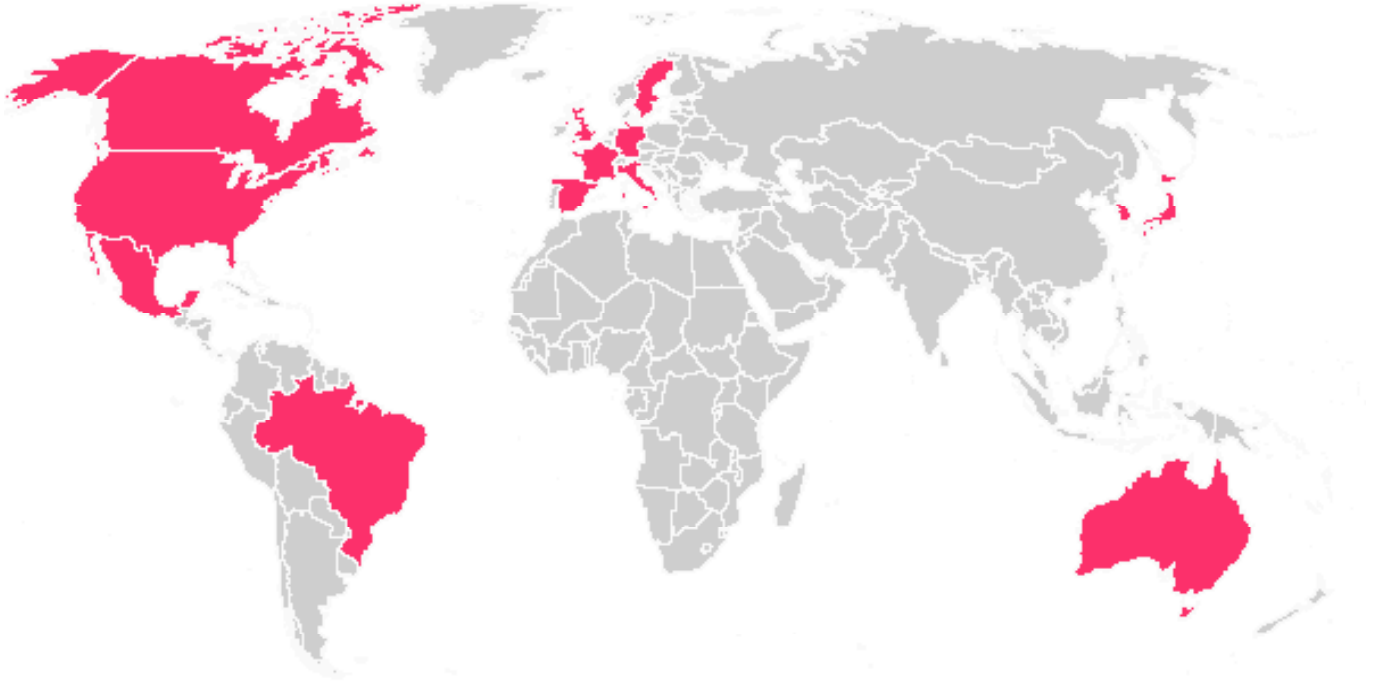
08

GENEL BAKIŞ & ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

IFPI GÜNÜMÜZ MÜZİK
TÜKETİCİLERİNİN DAVRANIŞLARINI
ANLAMAK ÜZERE IPSOS CONNECT'E
KÜRESEL BİR ARAŞTIRMA YAPTIRDI.

Bu raporun dayandığı araştırma, dünyanın önde gelen 13 müzik piyasasında (ABD, Almanya, Avustralya, Birleşik Krallık, Brezilya, Fransa, Güney Kore, İspanya, İsveç, İtalya, Japonya, Kanada, Meksika) ağırlıklı olarak 16-64 yaşları arasındaki internet kullanıcılarıyla gerçekleştirildi. Bu bölgeler küresel kayıtlı müzik piyasasının %85'ini oluşturmaktadır [Kaynak: IFPI].

Bu araştırmanın Ipsos Connect'in önceki yıllarda yaptığı benzer çalışmalarla birlikte ele alınması, büyüme modellerinin belirlenmesine ve önemli eğilimlerin saptanmasına imkan verir.



ANKET ÜZERİNE NOTLAR

Araştırılan ülkelerde nüfusun internet kullanımı ortalama %90 civarındaydı; istisnalar Brezilya (%67.5) ve Meksika (%56.0) oldu. İnternet yaygınlığının daha düşük olduğu ülkelerde, internet üzerinden yapılan anketlere katılanların geniş internet kullanıcı nüfusundan ziyade dijital hizmetleri yeni benimseyenler olduğu düşünülür. Bu ülkelerde dijital müzik hizmetlerinin kullanım oranlarının diğer piyasalara kıyasla yüksek çıkması da bunun yansımasıdır. Ayrıca Meksika'da anket katılımcılarının yaş profiline (16 ila 50)

diğer ülkelere kıyasla (16 ila 64) daha genç olması nedeniyle hizmet kullanım düzeyleri yüksek çıkar, zira gençlerin kullanıcı olması daha muhtemeldir. Ek olarak, Meksika ve Brezilya'daki anketler sadece kentli internet kullanıcılarını temsil eder, bu da kullanım düzeylerinin yüksek çıkmasına yol açabilir.



Bilgilendirme ve Analiz
insight@ifpi.org
+44 (0)20 7878 7900

IFPI.ORG