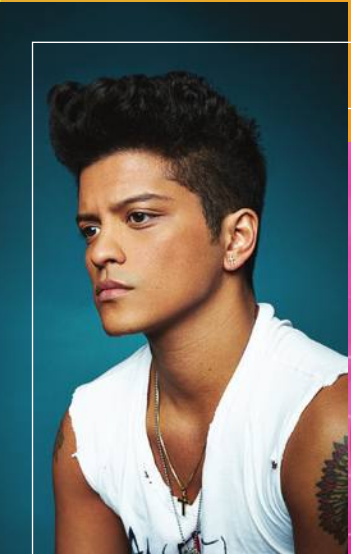


Ifpi

representing the
recording industry
worldwide

KÜRESEL MÜZİK RAPORU

2021



Kreatörleri ön plana alma misyonumuz, geçtiğimiz yılda her zamankinden daha fazla önem kazandı. Hit parçalar artık dünyanın her yerinden çıkabilirken sanatçılar da geleceğe odaklı bilgiler, araçlar ve kaynakların desteğiyle dünya çapında kitlelere ulaşıyor. Dünya genelindeki dil, kültür ve tür sınırlarının yanı sıra tüm bariyerlerin yıkıldığı geçtiğimiz yıl içinde müzik inanılmaz bir etki yaratarak hepimizin karşı karşıya kaldığı zorluklarla baş etmek üzere toplulukları bir araya getirdi.

ROB STRINGER
Sony Music Group, Başkan

Ortak yeteneklerimizi ve kaynaklarımızı kullanarak sanatın, yaratıcılığın ve müziğin gücü sayesinde kültürü biçimlendirme taahhüdümüz devam ediyor. Sanatçılarımızla işbirliği içinde bir şirket ve topluluk olarak bir araya geldiğimizde başarabildiklerimiz gerçekten olağanüstü. Dünyanın müziğe her zamankinden çok ihtiyaç duyduğu böyle bir dönemde bu misyon artık çok daha önemli.

SIR LUCIAN GRAINGE
Universal Music Group, Başkan ve
Yönetim Kurulu Başkanı

Sanatçılar ve plak şirketlerinin sahip olduğu fırsatlar çok çeşitli, geniş kapsamlı ve hızla artıyor. Dünya genelindeki çokça platformla hem aboneli hem de reklam destekli streaming hizmetlerinde güçlü bir artış söz konusu. Aynı zamanda pandemi, oyun, canlı streaming, sosyal medya ve evde fitness gibi alanlardaki tüketici kullanımını da hızlandırdı. Müzik, bu platformların başarısında temel bir itici güç olurken biz de heyecan verici nitelikteki yepyeni yaratıcı ve ticari olasılıklar icat etmek konusunda ön saflarda yer alıyoruz.

STEVE COOPER
Warner Music Group, CEO

İÇİNDEKİLER

ENDÜSTRİNİN DURUMU

Rakamlarla 2020 Küresel Müzik Piyasası	04
Giriş	05
Dünya Listeleri	06
2020 Küresel Piyasasına Genel Bakış	10
Formata Göre 2020 Rakamları	12
Bölgeye Göre 2020 Rakamları	14
Plak Şirketleri, Müzikte Küresel Fırsatların Öncüsü	16
Sanatçılarla Birlikte, Hayranların Hizmetinde	24
Örnek Olay: Chen Li Nong	28
Örnek Olay: Travis Scott	30
Örnek Olay: Dua Lipa	32
Müziğin Ötesinde	34
Müziğin Gelişimi İçin Adil Bir Ortam Yaratmak	40

RAKAMLARLA 2020 KÜRESEL MÜZİK PİYASASI

+%7,4

KÜRESEL GELİRDEKİ ARTIŞ

-%4,7

FİZİKİ GELİRDEKİ DÜŞÜŞ

+%18,5

ÜCRETLİ STREAMİNG GELİRLERİNDEKİ ARTIŞ

-%10,1

TEMSİLİ ALAN HAKLARI GELİRİNDEKİ DÜŞÜŞ

%62,1

KÜRESEL GELİRLERİN STREAMİNG PAYI

Julie Bergan fotoğrafını çeken Paul Edwards



GİRİŞ

MÜZİĞİN SONSUZ GÜCÜ

Dünya, COVID-19 pandemisiyle mücadele ederken müziğin sonsuz gücünü bir kere daha hatırlamış olduk.

Müzik topluluğundaki birçok kişi, derinden etkilendi. Canlı müzik askıya alınırken kısıtlamalar getirildi. Plak şirketleri olarak biz de, sanatçıların müziklerini yaratıp kaydedebilecekleri kaynak ve desteğe sahip olmalarını sağlamak için çalıştık. Böyle bir belirsizlik döneminde bazıları planlı, bazıları ise tamamen beklenmedik, yepyeni müziğin dünya genelinde keyifle dinlenmesi muhteşem bir şey.

Müzik endüstrisi sürekli değişmeye alışık. Neyse ki, plak şirketlerinin müziğe yatırım yapmak, ayrıca bu müziği geniş ve büyüyen bir dijital hizmet yelpazesine yönelik olarak lisanslamak üzere yıllar içinde hazırlamış olduğu zemin, değerini kanıtladı; dijital gelir, endüstrideki büyümenin öncüsü olmaya devam ediyor. Plak şirketlerinin yıllar önce başlatmış olduğu çalışmalar, günümüzde kayıtlı müzik endüstrisinde yaşadığımız olumlu gelişmeleri mümkün kıldı.

Plak şirketleri müziği herkese, dinlemek istedikleri her yerde ulaştırmak üzere coğrafi ayak izlerini ve kültürel erişim alanlarını genişletmeye devam ederken dünya genelinde bu büyümenin nasıl gerçekleştiğini de görmüş oluyoruz. Yeni ofisler açarak, istihdam sağlayarak ve yeni sanatçılarla imzalar atarak endüstrinin, kendi evriminin herhangi bir aşamasına göre bugün dünya çapında çok daha bağlantı içinde olduğunu gözler önüne seriyorlar.

Sektör, müziği hayranlarına ulaştırmanın heyecan verici yeni yollarını bulup yaratmaya devam ederken bizi en sevdiğimiz sanatçılarla buluşturdu ve yenileriyle tanıştırdı. Hayranlar gerçek anlamıyla küresel etkinlikler için gelişmiş, kapsamlı dijital deneyimleri paylaşabiliyor. Plak şirketleri, kısa video uygulamalarıyla müziğin eğlence deneyimimizin parçası olması için yeni fırsatlar yaratarak sanatçı ile hayran arasındaki ilişkiyi yaratıcı ile yaratıcı ortağı ilişkisi olarak geliştirmeye yardımcı

oluyor. Bu yenilikler, müziği hayatımızın içine katmamızı sağlayabilecek zengin ve çeşitli yollara katkıda bulunmaya devam edecek.

IFPI, üye plak şirketlerimizin dünya genelinde iş yapmasını sağlayacak daha iyi bir yasal ortam için mücadele etmeye devam ediyor. Çalışmalarımız genellikle müziğe olanak tanıyanların hakları için mücadele etmeyi ve bu hakları savunmayı içeriyor. Çin'de gerçekleşen uzun süreli bir kampanya geçtiğimiz yıl meyvesini verdi ve hükümet, tam temsili alan haklarını tesis etti. İlk defa kayıtların halka açık temsiller ve yayınlarda kullanımıyla hak sahipleri için gelir elde edilerek ülkedeki müzik topluluğuna daha fazla yeniden yatırım sağlanacak. Bunun doğru haklar uygulandığında müzik için parlak bir geleceğin nasıl şekilleneceğine dair anahtar bir örnek olacağına inanıyorum.

Müzik topluluğu ayrıca topluma olan geniş kapsamlı katkısını ve dünya genelindeki sosyal adalet hareketlerine verdiği yanıtları incelemek için de çalışmaktadır. Bu sorunlar bir gecede çözülmeyecek olsa da plak şirketleri, kendi çevrelerini geliştirecek ve içinde yaşamak istediğimiz dünyaya anlamlı ve kalıcı bir katkıda bulunacak çalışmalar yapmaya kararlı.

Zor zamanlardan geçiyoruz ancak müzik topluluğu, sahip olduğu yaratıcılık, yenilik ve azimle birlikte daha da güzel bir geleceğe doğru ilerlemeye devam ediyor. Müziğin gücünün bizi daha da yakınlaştıracığı bir geleceğe.



FRANCES MOORE
IFPI CEO'SU

DÜNYA LİSTELERİ

2020'nin en popüler sanatçıları
ve en çok satanları

IFPI 2020 YILININ
DÜNYA ÇAPINDA
ALBÜM ÇIKARAN
İLK 10 SANATÇISI



01
BTS



IFPI GLOBAL RECORDING
ARTIST OF THE YEAR
Ifpi

02



**TAYLOR
SWIFT**

03



DRAKE

04



THE WEEKND

05



**BILLIE
EILISH**

06



EMINEM

07



**POST
MALONE**

08



**ARIANA
GRANDE**

09



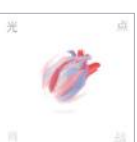
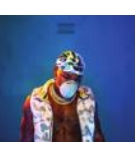
**JUICE
WRLD**

10



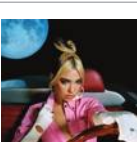
**JUSTIN
BIEBER**

2020 DÜNYA GENELİNDE İLK 10 DİJİTAL SİNGLE LİSTESİ

	SANATÇI VE ŞARKI ADI	KÜRESEL DÖNÜŞTÜRÜLEN SSE
01	 The Weeknd Blinding Lights	2.72BN
02	 Tones and I Dance Monkey	2.34BN
03	 Roddy Ricch The Box	1.67BN
04	 SAINTJHN Roses	1.64BN
05	 Dua Lipa Don't Start Now	1.62BN
06	 Future (feat. Drake) Life Is Good	1.57BN
07	 Xiao Zhan Made To Love	1.48BN
08	 DaBaby (feat. Roddy Ricch) ROCKSTAR	1.45BN
09	 Billie Eilish bad guy	1.36BN
10	 BTS Dynamite	1.28BN

(KAYNAK: IFPI)

2020 DÜNYA GENELİNDE TÜM FORMATLARDA İLK 10 ALBÜM

	SANATÇI VE ALBÜM ADI
01	 BTS MAP OF THE SOUL : 7
02	 The Weeknd After Hours
03	 BILLIE EILISH WHEN WE ALL FALL ASLEEP, WHERE DO WE GO?
04	 BTS BE (Deluxe Edition)
05	 Harry Styles Fine Line
06	 Post Malone Hollywood's Bleeding
07	 Kenshi Yonezu STRAY SHEEP
08	 Justin Bieber Changes
09	 Taylor Swift folklore
10	 Dua Lipa Future Nostalgia

(KAYNAK: IFPI)

2020 DÜNYA GENELİNDE İLK 10 ALBÜM SATIŞ LİSTESİ

	SANATÇI VE ALBÜM ADI	KÜRESEL RAKAMLAR
01	 BTS MAP OF THE SOUL: 7	4,80M
02	 BTS BE (Deluxe Edition)	2,69M
03	 Kenshi Yonezu STRAY SHEEP	2,54M
04	 Taylor Swift folklore	1,99M
05	 BLACKPINK THE ALBUM	1,51M
06	 AC/DC POWER UP	1,37M
07	 Justin Bieber Changes	1,22M
08	 BTS MAP OF THE SOUL : 7 ~ THE JOURNEY ~	1,17M
09	 ARASHI This is Arashi	1,01M
10	 King Gnu CEREMONY	0,99M

(KAYNAK: IFPI)

The Weeknd fotoğrafını çeken Nabil Elderkin

GÜÇLÜ BİR ENDÜSTRİ BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

2020 KÜRESEL PİYASASINA GENEL BAKIŞ

Küresel kayıtlı müzik piyasası 2020 yılında %7,4 oranında büyüdü. Bu oran, fiziki ve temsili alan hakları gelirlerindeki düşüşü telafi edecek şekilde ücretli abonelik içeren streaming gelirlerinde devam eden yükselme sayesinde, art arda altı yıl boyunca gelirde artışa işaret ediyor. Dünya çapındaki ilk 10 piyasanın sekizinde görülen büyüme daha çok streaming öncülüğündeydi. Özellikle aboneli streaming gelirleri geniş kapsamlı bir artış gösterdi.

Plak şirketlerinin devam eden yoğun çalışması ve yatırımları, artık ağırlıklı olarak dijital olan bir endüstrinin temellerini hazırlarken 2020 yılının sıra dışı koşullarına karşı da dayanıklılık sağladı.

Plak şirketleri, endüstrinin gelişimini sürdürmek için dünya genelinde hem sanatçılara hem de altyapı ve ağlarına yatırım yapmaya devam etti. Bunun yanı sıra bir dizi dijital hizmetle müziği hayranlarına sunmak için çok çeşitli yöntemler kullanarak müziği deneyimlemek konusunda her zamankinden fazla fırsat bulunmasını sağladılar.

+%7,4
KÜRESEL KAYITLI
MÜZİK PİYASASINDAKİ
BÜYÜME

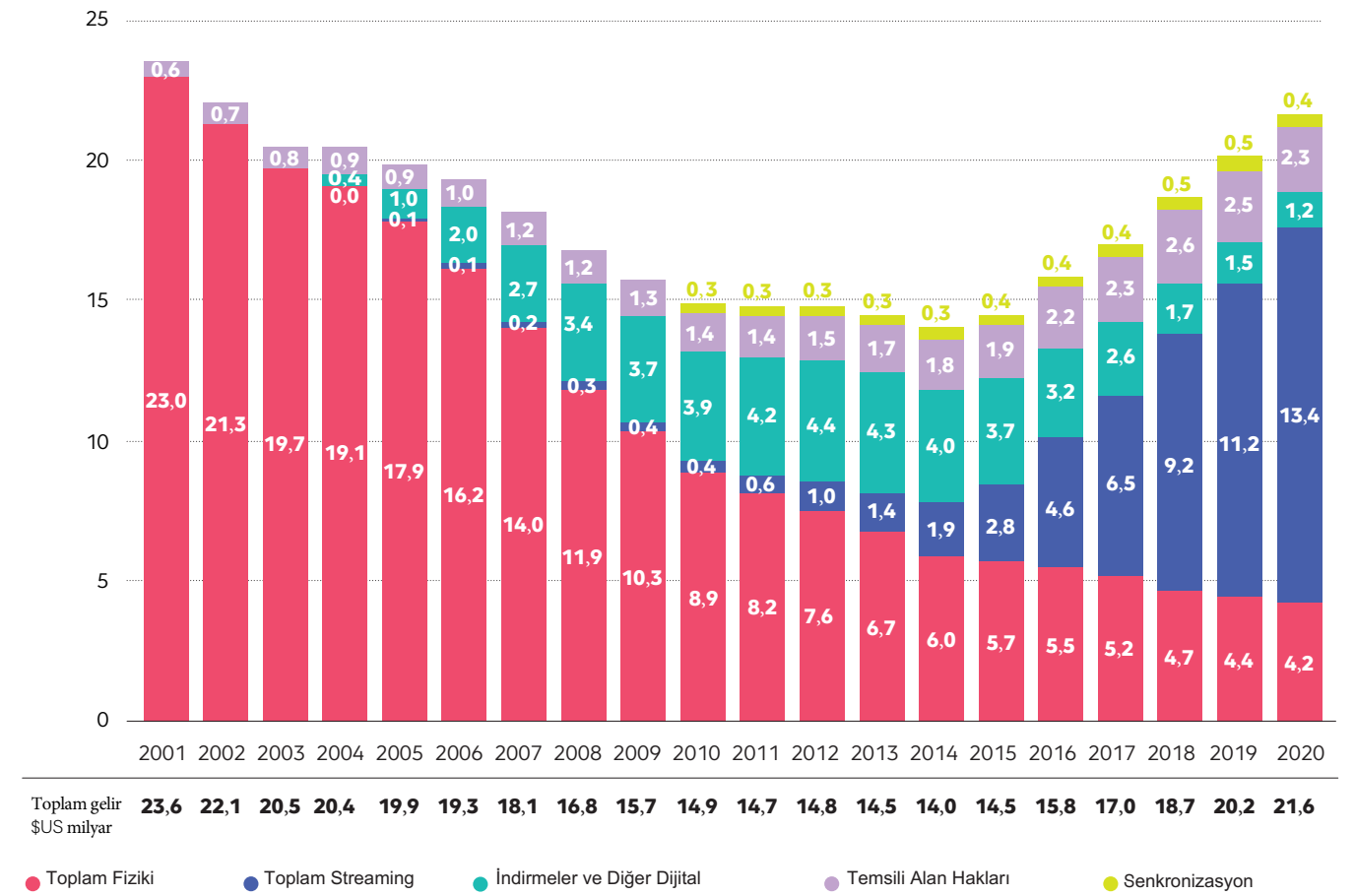
+%18,5
ÜCRETLİ ABONELİK
İÇEREN STREAMING
GELİRLERİNDEKİ
ARTIŞ

443m
ÜCRETLİ
ABONELİK
HESAPLARININ
KULLANICI
SAYISI

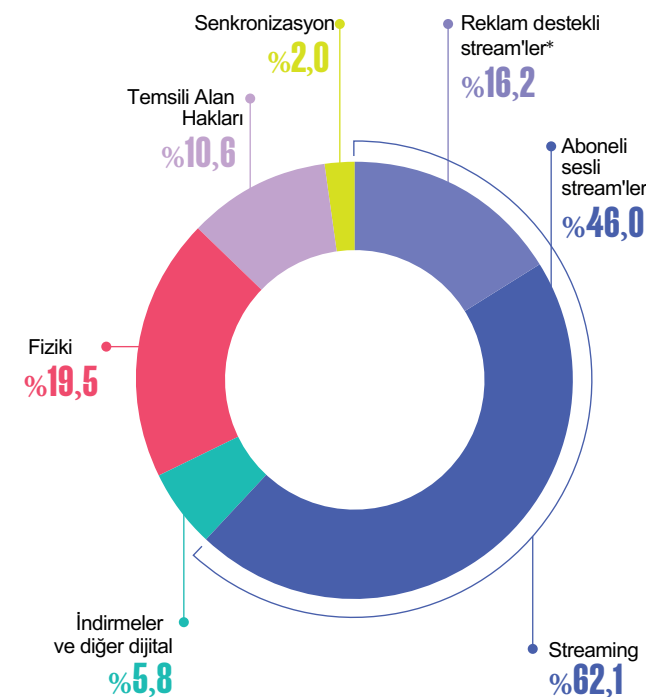


Griff fotoğrafını çeken Riccardo Castano

KÜRESEL KAYITLI MÜZİK ENDÜSTRİSİ GELİRLERİ 2001-2020 (US\$ MİLYAR)



SEGMENTE GÖRE KÜRESEL KAYITLI MÜZİK GELİRLERİ 2020



*REKLAM DESTEKLİ STREAM VE VIDEO STREAM GELİRLERİNİ İÇERİR.

İLK 10 MÜZİK PİYASASI 2020

- 01 ABD
- 02 JAPONYA
- 03 İNGİLTERE
- 04 ALMANYA
- 05 FRANSA
- 06 GÜNEY KORE
- 07 ÇİN
- 08 KANADA
- 09 AVUSTRALYA
- 10 HOLLANDA



Polo G fotoğrafını çeken Phil Knott

FORMATA GÖRE 2020 RAKAMLARI

2020'de kayıtlı müzik gelirleri toplam US\$21,6 milyara ulaşarak 2019'a göre %7,4'lük bir artış sergiledi ve büyüme görülen art arda altıncı yıl oldu. Buradaki büyümenin öncüsü streaming gelirleri, özellikle de ücretli abonelik içeren streaming olurken diğer formatlarda görülen gelir düşüşünü fazlasıyla telafi etmiş oldu.

+%19,9

STREAMİNG

Streaming adına güçlü bir yıl olan 2020'de, gelirler %19,9 oranında artarak US\$13,4 milyara ulaştı. %18,5 oranında büyüme sergileyen ücretli abonelik içeren streaming hizmetleri bunun esas öncüsü oldu. Baskın format ise streaming olup küresel kayıtlı müzik gelirlerinin %62,1'ini temsil etti. Dünya genelindeki 48 piyasada gelirlerin yarısından fazlasını temsil ederek 2019'a göre 12 piyasa artmış oldu.

-%15,7

İNDİRMELER VE DİĞER DİJİTAL

2020'de müzik tüketimi, mülkiyet modelinden erişim modeline geçmeye devam ederken indirme ve diğer dijital gelirleri %15,7 oranında düşüş sergiledi. Kalıcı indirmelerden elde edilen gelirler %17,3 oranında azalarak toplam gelirlerin %6'sından azını ve US\$1,2 milyarın biraz fazlasını temsil etmiş oldu.

-%4,7

FİZİKİ

Fiziki gelirler, 2020'de %4,7 oranında azalarak toplam US\$4,2 milyara düştü. Bu oran, bir önceki yıla göre (%5,3) biraz daha yavaş bir düşüş oldu. CD'lerden elde edilen gelirlerdeki düşüşün yanı sıra (%11,9'a kadar) plaklar da çok güçlü bir yıl geçirdi ve gelirler 2019'daki %6,1'e kıyasla %23,5 arttı.

-%10,1

TEMSİLİ ALAN HAKLARI

Temsili alan haklarından (yayıncılar ve halka açık mekanlar tarafından kayıtlı müziğin kullanımı) elde edilen gelirler, 2020 yılında %10,1 oranında düştü; bunun nedeni ise COVID-19 pandemisinin halka açık temsil gelirlerini etkileyerek bu sektörde on yıldan uzun süredir devam eden büyümeyi kesintiye uğratması oldu.

-%9,4

SENKRONİZASYON

Senkronizasyon (müziğin reklam, film, oyun ve televizyonda kullanımı) gelirleri, 2019 yılında %4,4'lük büyümenin ardından pandemi kısıtlamalarından kaynaklı prodüksiyon gecikmeleri nedeniyle 2020'de %9,4 azaldı. Senkronizasyonun toplam küresel gelirlerdeki payı (%2,0), 2019'da kaydedilen %2,4'e göre biraz daha düşük oldu.

2020 "BÖLGE RAKAMLARI

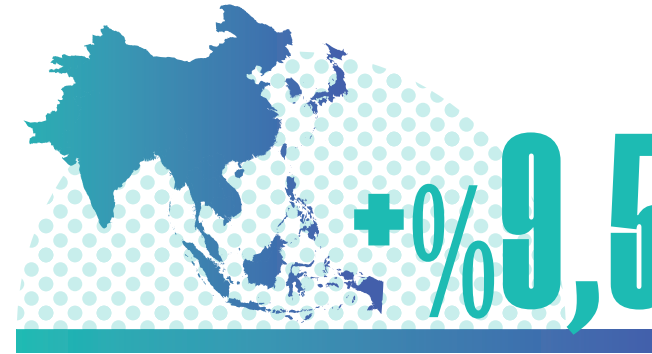
2020'DE GENİŞ ÇAPTA
BİR BÜYÜME
GÖRÜLÜRKEN LATİN
AMERİKA, EN HIZLI
BÜYÜYEN BÖLGE
KONUMUNU KORUDU.



AFRİKA VE ORTA DOĞU

Afrika ve Orta Doğu bölgesindeki kayıtlı müzik gelirleri, 2020'de %8,4 artış gösterdi. Bu artış öncelikle, gelirlerin %37,8 oranında yükseldiği Orta Doğu ve Kuzey Afrika (ODKA) bölgesi sayesinde gerçekleşti.

%36,4'e kadar gelirlerle streaming baskın çıktı. Güney Afrika ve ODKA birlikte, bölge gelirlerinin %86,7'sini temsil etti.



ASYA

Asya, önceki yıla göre güçlü bir artışla (%3,9) 2020'de %9,5'lik bir büyüme ilan etti. Ayrıca 2020'de ilk defa Asya'nın dijital gelirleri, bölgenin toplam gelirlerinin %50'lik payını aşmış oldu.

Yüksek bölgesel büyüme, 2020 yılında gelirlerinde %2,1'lik düşüşle yıldan yıla azalma yaşayan Asya'nın en büyük pazarı Japonya'nın gelirindeki artışa rağmen gerçekleşti. Japonya hariç Asya, %29,9 gibi istisnai bir büyüme ile en hızlı büyüyen bölge olacaktı.

K-Pop açısından rekor kıran yıl, Güney Kore'yi %44,8'lik büyümeye sürüklerken 2020'de en hızlı büyüyen başlıca piyasa konumuna getirdi.



AVUSTRALASYA

Avustralasya'daki kayıtlı müzik gelirleri, 2020'de %3,3 arttı ve bölge, küresel piyasanın %2,3'lük bir payını elinde bulundurdu.

Avustralya, %4,0 oranında gelir artışı ile dünya genelinde en büyük dokuzuncu kayıtlı müzik piyasası olarak konumunu korudu. Bu artışın nedeni ise streaming gelirlerindeki %12,8'lik yükseliş oldu. Aboneli streaming hizmetleri buna yardımcı olurken gelirler 2020'de %14,3 artış gösterdi.

Yeni Zelanda, önceki yıla göre büyük ölçüde aynı kalırken gelirlerinde sadece %0,1 gibi, US\$1 milyondan az bir düşüşe denk gelen ufak bir azalma yaşadı. Streaming gelirleri %3,9 kadar artarken aboneli streaming gelirleri %4,0 oranında yükseldi.



AVRUPA

Dünyanın en büyük ikinci kayıtlı müzik bölgesi Avrupa'daki gelirler, 2020'de %3,5 artış gösterdi. %20,7 oranındaki güçlü streaming büyümesi, diğer tüm gelir formatlarındaki düşüşleri telafi etti. Avrupa'daki ilk üç piyasa, bölgedeki gelirin yarısından fazlasına (%59,5) katkıda bulundu.

İngiltere, büyümede art arda altıncı yılını yaşarken dünya genelinde gelire göre üçüncü en büyük piyasa olarak konumunu sürdürdü. Gelirdeki %2,2'lik artışın sebebi, streaming gelirlerinde yaşanan %15,4'lük artış oldu. Diğer tüm tüketim formatlarındaki gelirler ise düşüş gösterdi.

Streaming gelirlerinin %24,4 arttığı Almanya'da %5,1 oranında büyüme görüldü. Ülkede streaming ilk defa, toplam kayıtlı müzik gelirlerinin yarısından fazlasına katkıda bulundu.

Bölgenin beşinci büyük piyasası ve COVID-19 pandemisinden en çok etkilenen ülkelerden biri olan İtalya'da hem streaming'de (%29,5) hem de ücretli abonelik içeren (%29,8) ve reklam destekli (%31,6) formatlarda çift haneli artış görüldü.



LATİN AMERİKA

Latin Amerika yine, dünya genelinde en hızlı büyüyen bölge oldu. 2020'de %15,9 oranında artan gelirler, bölgenin küresel kayıtlı müzik piyasasındaki payını 2019'daki %3,3'ten %3,6'ya çıkardı. Latin Amerika'da egemenliğini sürdüren streaming gelirleri, 2020'de %30,2 artış göstererek bölgenin toplam gelirlerinin %84,1'ini temsil etti.

Brezilya bir defa daha, Latin Amerika'nın en büyük kayıtlı müzik piyasası oldu. Ülkedeki gelirler, 2020'de %24,5 oranında arttı. Büyümenin nedeni ise streaming gelirlerindeki %37,1'lik artış ve aboneli streaming'de görülen güçlü yükseliş (%28,3) oldu.



ABD VE KANADA

ABD ve Kanada bölgesi, 2020'de %7,4 büyürken bu oran, önceki yıla göre daha yavaş bir büyümeyi temsil etti (%11,6).

ABD piyasası 2020'de %7,3 büyüme sergiledi. Streaming gelirleri, abonelik gelirlerinde görülen %13,4'lük artışın neden olduğu %12,9 oranında bir artış yaşadı. ABD yine, diğer tüm ülkelere göre küresel gelir artışına daha fazla katkı sağladı.

Kanada kayıtlı müzik gelirleri, 2020'de %8,1 arttı. Streaming bu artışın anahtarı olurken aboneli streaming gelirindeki %18,2 artışla birlikte gelirler %17,8 oranında yükseldi.

PLAK ŞİRKETLERİ, MÜZİKTE KÜRESEL FIRSATLARIN ÖNCÜSÜ

Uluslararası seyahatin ciddi şekilde kısıtlandığı ve birçok ülkenin sınırlarını kapattığı bu dönemde bile müzik endüstrisi, evriminin diğer bütün aşamalarına göre küresel açıdan çok daha bağlantılı olduğunu kanıtlamaya devam ediyor.

Plak şirketleri en zorlu koşullarda, coğrafi ayak izlerini ve kültürel erişim alanlarını genişletmeye devam ediyor. Birçok plak şirketi yeni bölgelerde ofis açarak istihdam sağlıyor ve bu süreç içinde başka türlü sahip olamayacakları dünya çapında kariyer yakalama potansiyeli bulunan yeni sanatçıları keşfedip geliştiriyor.

Müzik özünde kültürle ilgilidir, o nedenle dünya genelindeki bütün üyelerimizin yerel faaliyet alanlarından haberdar olması büyük önem taşımakla birlikte bunu birinci sınıf küresel altyapı ile desteklememiz gerekmektedir.

SIMON ROBSON

Warner Music Group, Kayıtlı Müzik, Uluslararası, Başkan

Thelma Plum fotoğrafını çeken Sarah Adamson



"BU YILIN EN HEYECAN VERİCİ GELİŞMESİ, AFRIKA MÜZİĞİNİN DÜNYANIN HER YERİNDEN HAYRANLARLA BULUŞMASI OLDU"

Warner Music Group, Kayıtlı Müzik, Uluslararası Başkanı Simon Robson, küresel bakış açısıyla Afrika piyasasındaki büyümeyi ve Afrikalı sanatçıların başarılarını, 2020'nin önemli olayları olarak seçiyor.

Kendisi şu sözleri kullanıyor: "K-Pop büyük aşama kaydetmeye devam ediyor elbette ancak bu yılın en heyecan verici gelişmesi bana göre, Afrika müziğinin ve Afrikalı sanatçıların dünyanın her yerinden hayranlarla buluşması oldu."

"Warner açısından, dünya çapında büyük bir hit olan *Jerusalema* ile Master KG ve müziğiyle Malili mirasını taşıyan ve Warner Music France ile imza atan Fransız şarkıcı Aya Nakamura da inanılmaz bir başarı sergiledi."

Daha genel bir bağlamda sözlerine şöyle devam ediyor: "Müzik özünde kültürle ilgilidir, o nedenle dünya genelindeki bütün üyelerimizin yerel faaliyet alanlarından haberdar olması büyük önem taşımakla birlikte bunu birinci sınıf küresel altyapı ile desteklememiz gerekmektedir. Yerel faaliyet alanlarına ve yerel sanatçılara yapılan yatırımı ikiye katlamak ve bu sanatçılar için uzmanlık, profesyonellik ve küresel fırsatlar getirmek istiyorum. Bu noktada büyük fark yaratabiliriz."

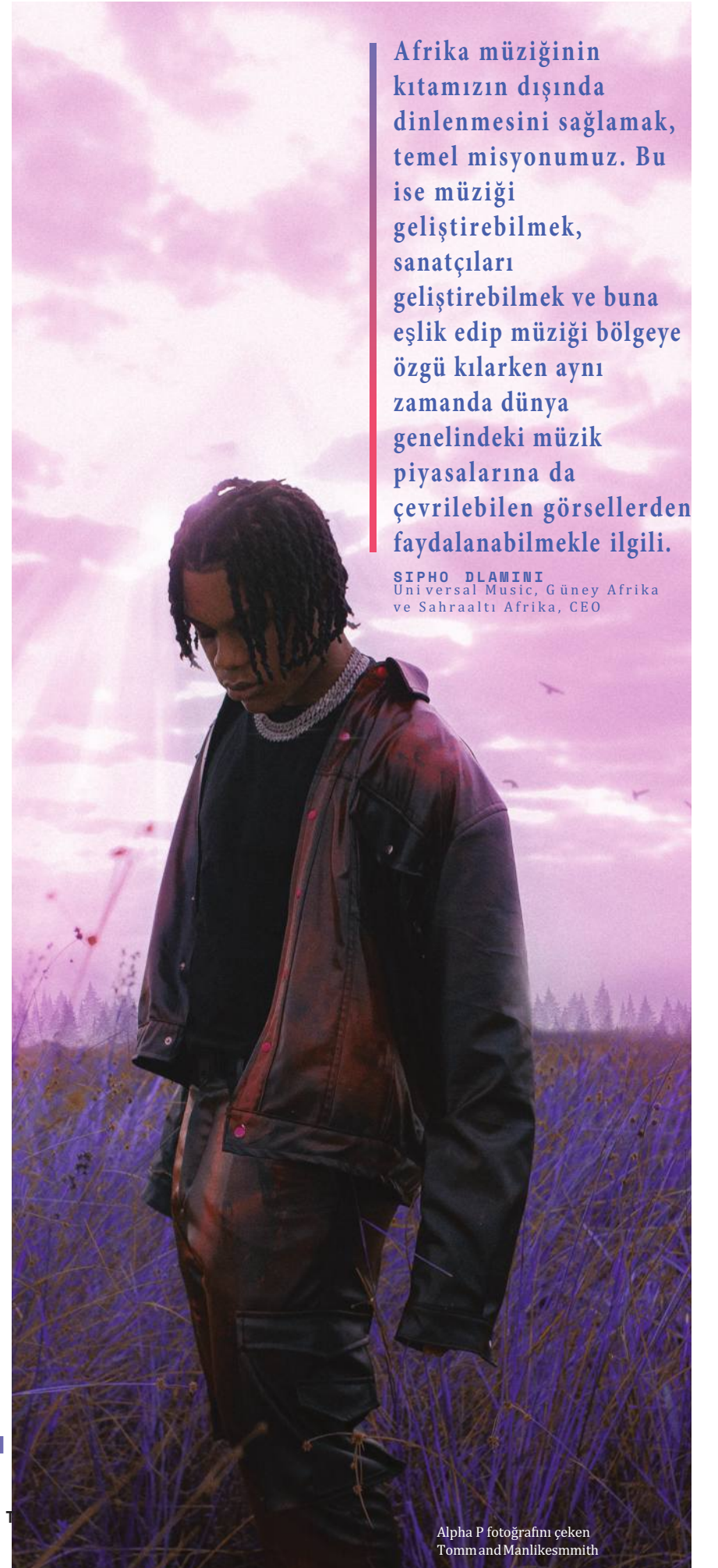
Güney Afrika ve Sahraaltı Afrika, Universal Music CEO'su Siphon Dlamini, bölgenin performansı ve geleceği konusuna aynı şekilde olumlu bakıyor ve plak şirketlerinin geniş bir fiziksel varlığın yanı sıra yerel kültür ve ticari farkları anlayacak derin bir anlayışa sahip olması gerektiğine inanıyor.

Şöyle ifade ediyor: "Şu anda kıta üzerindeki farklı ülkelerden sanatçıları temsil etmemizi sağlayan bir ağa ve bölgesel varlığa sahibiz."

+%8,4
AFRİKA VE ORTA DOĞU
BÖLGESEL BÜYÜMESİ

Afrika müziğinin kıtamızın dışında dinlenmesini sağlamak, temel misyonumuz. Bu ise müziği geliştirebilmek, sanatçıları geliştirebilmek ve buna eşlik edip müziği bölgeye özgü kılarken aynı zamanda dünya genelindeki müzik piyasalarına da çevrilebilen görsellerden faydalanabilmekle ilgili.

SIPHO DLAMINI
Universal Music, Güney Afrika
ve Sahraaltı Afrika, CEO



Alpha P fotoğrafını çeken
Tomm and Manlikesmmith

"Bu ise müziği geliştirebilmek, sanatçıları geliştirebilmek ve buna eşlik edip müziği bölgeye özgü kılarken aynı zamanda dünya genelindeki müzik piyasalarına da çevrilebilen görsellerden faydalanabilmekle ilgili.

"Afrika'nın dünya çapındaki süper starlarına bakmaya başlamamız için bir neden yok. Sonuçta hedefimiz, Drake veya Taylor Swift seviyesinde streaming yapabilen bir ya da iki değil, önemli sayıda Afrikalı sanatçıya sahip olduğumuz bir noktaya ulaşmak."

Sony Music Entertainment, Kıta Avrupası ve Afrika Başkanı Daniel Lieberberg de benzer bir görüşü paylaşıyor: "Birçok piyasada, özellikle Batı Afrika'da dinamik bir büyüme görüyoruz ve sanatçılara yönelik hizmetlerimizi ve yaratıcı gücümüzü artırmak için uzun vadeli bir planın parçası olarak bütün bölgelere yatırım yapıyoruz. Afrikalı sanatçılar dünya çapında trendleri belirlemeye ve günbegün daha popüler olmaya devam ediyor."

Plak şirketlerinin Afrika'nın küresel potansiyeliyle ilgili heyecanı, IFPI'da da yankısını buldu. IFPI; Kenya, Nairobi'de Sahraaltı Afrika bölge ofisini açtıktan sonra Haziran 2020'de kıtadaki varlığını pekiştirdi. IFPI Bölge Müdürü Angela Ndambuki, endüstrinin odak noktasını şöyle ifade ediyor:

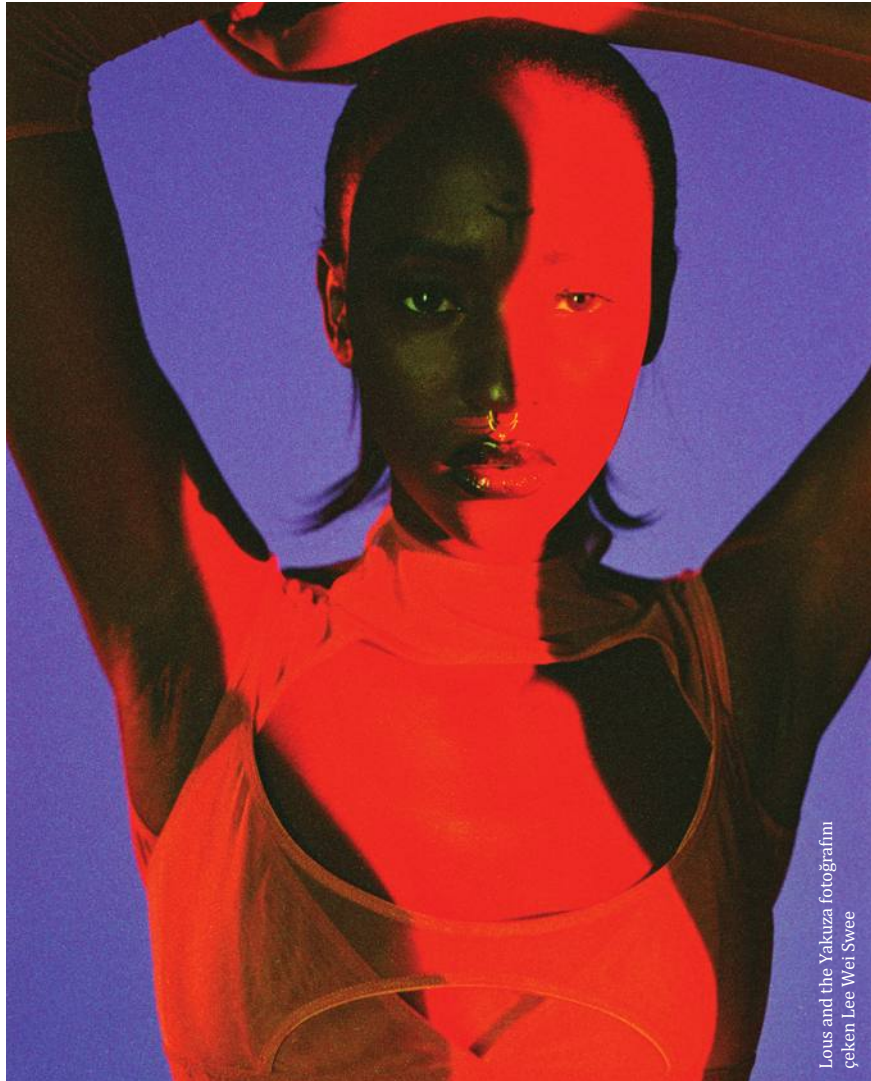
"Dünya çapındaki dinleyicileri ile popülerlikleri artmaya devam eden Afrikalı sanatçılar ve müzikleri için fırsatların sınırsız olduğuna inanıyoruz.

"Ancak Afrika'nın çok sayıda ve çeşitlilik içeren müzik piyasalarının büyüüp gelişmesi için kendilerini destekleyecek doğru iş ortamının bulunması elzemdir. Endüstri adına, yasal ve siyasi çerçeveler ile içerik koruması gibi gerekli temellerin bulunmasını sağlamak için hükümetler ve müzik lisanslama şirketleri ile birlikte çalışıyoruz."

Bu durum, getirdiğimiz değer önermesinin, yani uluslararası yaratıcı yeteneği içeren ve anında harekete geçirilebilen küresel ağın kilit parçasıdır.

SHRIDHAR SUBRAMANIAM

Sony Music Entertainment, Asya ve Orta Doğu, Strateji ve Piyasa Geliştirme, Başkan



Lous and the Yakuza fotoğrafını çeken Lee Wei Swee

"HER PİYASADAN ÖĞRENİLECEK BİR ŞEYLER VAR"

Plak şirketleri bölgedeki çalışmalarına ve yatırımlarına devam ederken Dlamini, yerel ekosistemlere ve tutumlara karşı hassas olmanın avantajlarını vurguluyor.

"Nijerya gibi bir piyasayı ele alalım; burada plak şirketleri o kadar uzun süre yoktu ki kendi modellerini ve iş yapma yöntemlerini geliştirdiler. Böyle bir piyasaya girip 'Çekil kenara, biz İngiltere'de ve ABD'de böyle yapıyoruz, Nijerya'da da bu işe yarayacak,' diyemezsiniz. Orada neyin işe yarayacağına bakarsınız. Her piyasadan ve oradaki insanlardan öğrenilecek bir şeyler var.

"Örneğin Güney Afrika muhtemelen, işleyen meslek birlikleri ve plak şirketi bünyesi ile altyapı bakımından en gelişmiş piyasa. Ancak Nijerya'da uzun süre boyunca sanatçılar sadece, kendilerini tanıtmak ve canlı performanslardan para kazanmak için albüm kaydediyorlardı.

Gana veya Kenya'ya gittiğinizde ise bundan farklı bir ekosistem geliştirdiklerini görüyorsunuz. Her ülkenin kendi benzersiz dinamikleri bulunuyor."

Warner Music Güney Afrika İdari Müdürü Tracy Fraser, bölgede Sanatçı ve Repertuvara yönelik ilginin arttığından bahsediyor. "Geçtiğimiz birkaç yılda kadromuzu geliştirmeye odaklandık ve bu durum devam edecek. Şimdi yeni yerel sanatçılar arayıp aktif bir şekilde imza atan ve onları geliştiren bir Sanatçı ve Repertuvar bölümümüz bulunuyor.

"Bu sadece 'bir piyasa'dan ibaret değil; yalnızca Güney Afrika'da değil, fırsatın çıktığı her yerde Sanatçı ve Repertuvar bakış açısından yoğun yatırım yaptığımız bir nokta ve kıta genelinde muhteşem müzikler yapılıyor.

"Bu noktadan başlayarak Warner küresel ağı genelinde diğer ekiplerimizle çalışıyor ve sanatçılarımıza her bölgede en yüksek şansı verdiğimizden emin oluyoruz."

"KÜRESEL BİR ZİHNİYETLE YENİ YEREL YETENEKLERE YATIRIM YAPMAYA DEVAM EDİYORUZ"

Latin Amerika'da çıkan müziğin küresel büyümesi ise hızla devam ediyor. Bölge belki de dünya genelinde bir ticari güç ve kültürel etki kaynağı olarak ortaya çıkan ve geleneksel olmayan endüstri üslerinin ilkiydi; şimdi ise kıtalar genelinde ana akımda bir demirbaş olarak yerini almış durumda.

Universal Music Latin Amerika için Latin Sanatçı Pazarlama Başkan Yardımcısı Ángel Kaminsky şöyle söylüyor: "Küresel dünya listelerinin üst sıralarına tırmanan Latin sanatçıların sayısı giderek artıyor, bu ise müziğin kültürel ilgisinin açık bir işareti.

"Küresel bir zihniyetle yeni yerel yeteneklere yatırım yapmaya devam ediyoruz. İspanya'daki Aitana, Puerto Rico'daki Jhay Cortez, Meksika'daki Danna Paola ve Brezilya'daki Luísa Sonza gibi listelerin üst sıralarında yer alan yeni dalganın yanı sıra J Balvin, Karol G ve Sebastián Yatra'nın dünya genelindeki başarısı, Latin Amerika müziğinin etkileyici başarılarının kanıtıdır."

Kaminsky özellikle Brezilya'daki ilerleme ve potansiyel karşısında heyecanlı: "Brezilya'nın zengin kültürüne, yeteneğine

ve müziğine, dünya çapında hit parçaların ve sanatçıların çıkacağı muazzam bir kaynak olarak yürekten inanıyoruz.

"Son yıllardaki odak noktamız, güçlü bir Sanatçı ve repertuvar platformu ile yerel sanatçıların Latin ve uluslararası prodüktörlerle işbirliği içinde olduğu bir ağ inşa etmek, ayrıca piyasaya sunduklarımız için benzersiz pazarlama stratejileri ortaya çıkarmak oldu."

Sony Music, Latin Amerika, İspanya ve Portekiz Başkan ve CEO'su Afo Verde açıkça şöyle ifade ediyor: "Erişimle birlikte her şey değişti." Ve açıklıyor: "Streaming yoluyla hayranlar, istedikleri şeyi, istedikleri yerde dinleyebiliyor. Bir parçayı piyasaya sürüp nerede çalışıldığını incelediğimizde İngiltere, Almanya veya İsviçre'nin yanı sıra başka herhangi bir yerde de olabiliyor.

"Ancak bu, öylesine oluvermiyor elbette. Bu verileri gördüğümde bu parçaların ve sanatçıların söz konusu bölgelerdeki muhteşem ekiplerin çalışmalarından faydalandığı için olduğunu biliyorum."

Amacı şimdi, dünya çapında süper starlar yaratmaya yardımcı olurken bir yandan da Latin müziğinin katmanlarının derinlerine inmek.

"Benim için esas hayal, dünyadaki herkesin Latin müziğini daha iyi tanıması ve biraz daha uzağa bakabilmesi. İngiltere'deki rock

+%15,9
LATİN AMERİKA
BÖLGESEL BÜYÜMESİ

Sanatçılarla imza atıp onların gelişmelerine yardımcı olurken işlerin yalnızca İngiltere'de nasıl gideceğini değil, bir dizi piyasanın tamamını, doğru içeriği, doğru görselleri, doğru hikâyeleri ve doğru işbirliklerini sunarak sanatçılarımızın nasıl daha geniş kitlelere ulaşabileceğini de düşünüyoruz.

REBECCA ALLEN
EMI Records, Başkan



Baroes da Pisadinha fotoğrafının sahibi Fabio Gallo



Vava fotoğrafının sahibi Warner Music Çin

ve pop müzik gibi; Beatles ve Stones'u tanıdık, daha ileri baktığımızda ise keşfedecek daha çok şey olduğunu gördük. Şimdi dünya, Latin müziği konusunda da bu noktada. Tam da burası, henüz keşfetmeye başladığınız bir kültüre gerçekten dalabilmeniz için güzel bir fırsat.

Warner Music Latin Ameria ve İberya Başkanı İñigo Zabala, şu sonuca varıyor: "Latin Amerika, dünyanın en hızlı büyüyen müzik piyasası olmaya devam ediyor. Büyüme kaynağını, Meksika country müziğinden Arjantin trap müziğine kadarengin bir tür çeşitliliğini icra eden sanatçılardan aldığını unutmamak gerekiyor. Yerel listelerimizi genişletmek için yoğun yatırım yaptık ancak aynı zamanda bölge genelinde ve ötesindeki sanatçılar arasında işbirliklerini desteklemeye de stratejik olarak odaklandık. Dünya yeniden açılırken bölgedeki sanatçılar, daha da fazla fırsattan yararlanabilecek olup endüstrimizin geleceği çok parlak görünüyor."

"ASYA'YA ARTIK TEK BİR DEV BLOK OLARAK BAKMAMALIYIZ"

Shridhar Subramaniam; Sony Music'in Asya ve Orta Doğu, Strateji ve Piyasa Geliştirme Başkanı olarak

görev görüyor. Bölgeyi, küresel endüstrinin süregiden büyümesinin mutlak merkezi olarak görüyor, ayrıca kendi boyutu ve önemi arttıkça tek bir bölge olarak görülemeyeceğine ya da bu şekilde ele alınamayacağına inanıyor.

"Beş ila sekiz yıl ileride, dünyanın bu kısmının ekonomik ağırlığı ve getirdikleri belli olacak; özellikle de endüstrinin buradaki popülasyonun üçte biriyle henüz tanışmadığı düşünüldüğünde.

"O nedenle, Asya'ya artık tek bir dev blok olarak bakmamalıyız, merkezlere ayrılması gerekiyor: Büyük Çin, Kore, Güneydoğu Asya, Hindistan ve Orta Doğu. Bunların her biri, muazzam popülasyonları sayesinde ekonomik birer güç merkezi olmakla birlikte hem kültürel hem de ekonomik açıdan, ayrıca piyasanın evrimi ve iç piyasa dinamikleri bakımından çok farklı.

"Bunu bir defa gerçekleştiren bir sonraki adım, bu merkezleri güçlendirerek kendi başarılarına önemli güce sahip birer varlık olmalarını sağlamak."

Hindistan, Çin veya Afrika'dan birtakım yetenekleri alıp dünyanın geri kalanına ulaştırmaya çalışıyoruz. Ve bu durum, yalnızca diyaspora popülasyonları için değil, ana akım için de önemli.

ADAM GRANITE

Universal Music Group, Piyasa Geliştirme, İdari Başkan Yardımcısı

Plak şirketlerinin bölge genelindeki sanatçılar için küresel başarıya giden yolda anahtar bir rol üstlendiğini düşünüyor. "Bu piyasalar çok hızlı bir şekilde büyüdü; o kadar ki altyapıları aynı hızda gelişmedi.

"Bu durum, getirdiğimiz değer önermesinin, uluslararası yaratıcı yeteneği içeren ve anında harekete geçirilebilen küresel ağın kilit parçasıdır. Ve yerel çaptaki fırsat ve bir numaralı zorluğun, Asyalı yetenek için sanatçı dostu, yaratıcı odaklı bir deniz feneri olmak olduğu anlamına gelir.

Asya, Astralwerks elektronik dans plak şirketini yöneten Cindy Gu, hem yerel Sanatçı ve Repertuvar ekipleri yoluyla hem de grubun Universal Music'in küresel erişim ve kaynaklarıyla bağlantısını kurarak yerel eylemleri yeni seviyelere taşımaya yardımcı oluyor.

Şöyle söylüyor: "Yaklaşık altı ay önce Endonezya, Weird Genius ile bir sözleşme imzaladık ve kendilerine Sanatçı ve Repertuvar desteği ile tüm Universal ağına erişim sunmaya



BTS fotoğrafını çeken Big Hit Entertainment

başladık. Örneğin küresel sanatçılarımızın bir kısmının parçalarını remikslediler; [Hollandalı-Faslı DJ] R3HAB'nin, hit parçalarından biri olan Lathi'yi remikslemesi için ayarlamaları yaptık. Yakın zamanda 100 milyon YouTube görüntülemesine ulaştı, yaklaşık 50 milyon Spotify stream gerçekleşti ve 10'dan fazla ülkede listelere girdi.

"Hem Güneydoğu Asya ekiplerimiz hem de L.A. ekibimiz, proje için inanılmaz heyecanlı ve birlikte yakın bir çalışma içine girdiler; iki ekip de yatırım, destek ve planlama bakımından bunu kendileri imzaladılar gibi ele aldılar.

"Kendimizi kanıtlamak, böylece bir elektronik sanatçı, kariyerini sonraki seviyeye taşımaya, kendi bölgelerinin ötesine bakmaya hazır olduğunda ilk tercihleri olmak istiyoruz."

"EKİBİMİZ, SANATÇI VE REPERTUVARDAN DESTEK ALIYOR"

Sony Music'in Almanya ve Avrupa'daki yüzlerce sanatçıyı destekleme taahhüdü, geçtiğimiz yıl 8000 metrekairelik yeni Alman ve Avrupa genel merkezlerinin Berlin'de açılmasıyla kısmen simgelenmiş oldu. Berlin'in Avrupa'daki müzik merkezi olarak önemini pekiştiren yeni tesis, yeni parçaları kaydedip çalmak üzere son teknoloji müzik odaları içeriyor. Elbette ki pandemi nedeniyle tesis henüz tam potansiyeliyle kullanılmadı ancak Sony Music Entertainment, Almanya, İsviçre ve Avusturya CEO'su Patrick Mushatsi-Kareba, karantinanın bölgede yarattığı beklenmedik bir artıyı bulmayı başarıyor. Şunları söylüyor: "Alman piyasanın toplamda dijitalleşmeye doğru uzun bir

YEREL LİSTELERİMİZİ GENİŞLETMEK İÇİN YOĞUN YATIRIM YAPTIK ANCAK AYNI ZAMANDA BÖLGE GENELİNDE VE ÖTESİNDEKİ SANATÇILAR ARASINDA İŞBİRLİKLERİNİ DESTEKLEMeye DE STRATEJİK OLARAK ODAKLANDIK.

İNIGO ZABALA, WARNER MUSIC LATİN AMERİKA VE İBERYA, BAŞKAN

yolculuk geçirdiği ve ülkenin büyük bir fiziki piyasa payını elinde bulundurduğu iyice anlaşıldı.

"Şimdi, sanatçıların turne yapamadığı ve kimsenin dışarı çıkmadığı gerçeği karşısında, insanlar bu dijital yolculuktaki son adımlarını da atmak zorunda; bu adımlar hem hayranların müziği tüketme şekilleriyle hem de sanatçıların hayranlarıyla buluşmak için diğer dijital ve sanal yolları kabullenme şekilleriyle ilgili ve bu da kendilerine yardımcı olmak üzere çok iyi konumda olduğumuz bir şey."

Sözlerine devam ederken Almanca müzikteki yükselişin bazı türlerde egemen olduğunu söylüyor: "Şehir müziğinde Almanca rap, tarz ve yaşam biçimi haline geldi. Alman rapçiler şu anda ülkedeki en başarılı sanatçılar durumunda."

Sony Music Entertainment, Kıta Avrupası ve Afrika Başkanı Daniel Lieberberg de yerel repertuvarın önemini farkında: "Yerel repertuvar, bizim ve yerinde çalışan ekiplerimiz için çok gerekli. Geçtiğimiz yıl, birçok Avrupa piyasamızdaki yerel sanatçıların albüm satışlarında rekor sayılara şahit oldu; buna birkaç örnek ise Almanya'da Apache 207, İsveç'te Viktor Leksell ve İtalya'da Supreme.

"Avrupa'daki birtakım dil engellerine rağmen hem Sanatçı ve Repertuvar hem de tanıtım bakımından uluslararası birçok başarılı işbirliği oluşturmayı başardık; bunun en yakın örneği ise ana dili Fransızca olan Brüksel'den Yakuza ve Lous ile İtalya'daki bazı en büyük sanatçılar arasındaki işbirliği oldu."

Ayrıca Warner 2020'de, bu defa Doğan Music ile mevcut ortaklığının uzatılmasıyla birlikte Türkiye'de yeni bir Avrupa ofisi açtı. Warner Music, Yükselen Piyasalar Başkanı Alfonso Perez-Soto şöyle açıklıyor: "Türkiye, kayda değer bir demografiye sahip önemli bir bölge. Nüfusu 90 milyon ve Batı Avrupa'da yer alan büyük bir diaspora. Güçlü bir büyüme sergileen çok canlı bir piyasa."

"Aynı zamanda Avrupa ile Orta Doğu arasında bir köprü; yani gerçekten ilgi çekici bir kültürel karışıma sahip ve bu sebeple desteklemeye ve birlikte çalışmaya gerçekten istekli olduğumuz bir sanatçı yelpazesine ev sahipliği yapıyor."

Bölüm başkanı Gülce Özyeşilpınar şunları söylüyor: "Ekibimiz; Sanatçı ve Repertuvar, pazarlama, yaratıcılık ve analizlerden destek alıyor. Uluslararası sanatçılarımız için burada büyük bir üs inşa ederken bir yandan da büyük yerel projeler üzerinde çalışıp yatırım yapıyoruz."

"Türkiye gerçekten yerel sanatçıların egemen olduğu bir piyasa, ben de bundan gurur duyuyorum. Çok çeşitli yerli yeteneklerimiz ve geniş bir dizi yelpazede kreatörlerimiz bulunuyor. Hip hop piyasası çok büyük, pop müzik ise çok güçlü ve benzersiz; burada katalog yeri çok başka. Türkiye'de hem bizler hem de sanatçı ortaklarımız için fırsatlar sonsuz."

Warner'ın Türkiye'de attığı ilk imzalardan biri, Özyeşilpınar'ın da dünya çapında potansiyele sahip olduğunu düşündüğü pop sanatçısı Aleyna Tilki oldu. "Kendisi şu anda Türkiye'deki en büyük genç pop yıldızı ve *Retrograde* adlı ilk İngilizce single albümünü Şubat ayında piyasaya çıkardık."

"Bu projede küresel pazarlama ve ürün ekipleri arasında büyük bir bağlantı söz konusu; Warner'ın her parçasına ulaşip birlikte çalışabiliyoruz ve bu durumdan en başta Aleyna olmak üzere bütün sanatçılarımız yararlanacak."

Perez-Soto'ya göre ise COVID-10 pandemisi ülkedeki bazı planlarını etkilemiş olmakla birlikte büyümenin devam edebilmesi için bu kesintiden önce zemini hazırlamışlardı: "Sonuç olarak COVID-19 boyunca stratejimizi değiştirmedik. Çalışmalarımızın devam

edebilmesi için doğru ilişkilere sahiptik. Elbette ki duruma uyum sağlamamız gerekti ancak ilerlemeye de devam edebildik."

"SINIRLARIMIZI SÜREKLİ ZORLUYORUZ"

Arina Dmitrieva, on yıldan uzun süredir Sony Music Rusya ile birlikte olup 2013'te İdari Müdür olarak atandı. Rusya'nın müzik piyasası için daha iyi bir dönem ya da daha parlak bir gelecek olmadığı konusunda son derece ısrarlı.

"İndirmeleri hemen geçip 15 milyon ücretli kullanıcıyla streaming piyasasına giriş yaptık; bu rakam bir yandan muhteşem olmakla birlikte hâlâ muazzam bir büyüme potansiyelimiz olduğunu düşünüyorum."



Lül Zey fotoğrafını çeken Eylül Ezik

Dmitrieva'ya göre bu büyüme, güçlü ve çeşitlilik içeren rekabetle destekleniyor. "Apple bir süredir burada, ancak şimdi Spotify da var ve Temmuz ayında [2020] burada çok başarılı bir lansman gerçekleştirdi. Rusya'da ciddi anlamda yoğunlaşmış durumdalar."

"Ayrıca burada Facebook'tan daha büyük bir sosyal medya platformu olan VK gibi çok güçlü yerel oyuncularımız da bulunuyor. Eskiden lisanssız müzik sunuyordu ancak plak şirketleriyle çalıştıktan sonra şimdi tamamen yasal bir streaming hizmetine döndü."

"Bu kadar farklı özelliklere sahip, çok farklı tüketicilere yönelik bu kadar farklı hizmet sunmamız, sanatçılarımızı daha geniş kitlelere ulaştırabileceğimiz anlamına geliyor."

Streaming ile ortaya çıkmakla birlikte Rusya'daki plak şirketlerinin olarak sağladığı deprem niteliğinde bir başka geçiş de yerel sanatçılara yönelik fırsatlarda görülen büyük artış oldu.

"Çeşitli streaming hizmetlerinin grafiklerine bakarsanız yerel sanatçıların çoğunlukta olduğunu görebilirsiniz; bazı grafiklerde bu oran %90'a kadar ulaşüyor. Rus halkı Rus müziği dinlemek istiyor, o nedenle biz de genç yetenekleri ararken, geliştirirken ve bu kitleye ulaştırırken aktif olmak zorundayız."

Rebecca Allen, İngiltere'nin en büyük plak şirketi EMI Records'ın Başkanı olmakla birlikte vizyonu ve sanatçıları için hedefledikleri gerçekten küresel nitelikte. İngiliz süperstar sanatçılardan oluşan listelerine rağmen Universal Music'in uluslararası ağına olan ilgisi ve bütün uluslararası piyasalar konusundaki farkındalığı ve saygısı da dünyanın herhangi bir yerindeki bir plak şirketi yöneticisi kadar yüksek.

Şöyle söylüyor: "Geçtiğimiz yıl dünya genelinde stream'lenen 10 şarkıdan biri, bir İngiliz sanatçıya aitti. Bu da gösteriyor ki buradaki müzik endüstrisi, sanatçılara her zamankinden fazla yatırım yapıyor ve bir İngiltere şirketi olarak elimizde, hitap edebildiğimiz ve müziği paylaşabildiğimiz dinleyici ve topluluklardan oluşan büyük bir oyun bahçemiz bulunuyor (böyle demek hoşuma gidiyor).



Kızaru fotoğrafını çeken İbar Veiga

"Örneğin Hindistan; Nijerya ve Çin gibi bizim için büyük bir ortak haline geldi. Artık bu piyasalardaki meslektaşlarımızla düzenli olarak konuşuyoruz. Ve sanatçılarla imza atıp onların gelişmelerine yardımcı olurken işlerin yalnızca İngiltere'de nasıl gideceğini değil, bir dizi piyasanın tamamını, doğru içeriği, doğru görselleri, doğru hikâyeleri ve doğru işbirliklerini sunarak sanatçılarımızın nasıl daha geniş kitlelere ulaşabileceğini de düşünüyoruz."

Sanatçıları yerel piyasalarının dışında büyümeleri için desteklemek ve olanaklar sunmak, CEO Brad Navin'in açıkladığı gibi The Orchard için kilit odak noktası durumunda: "Bağımsız plak şirketi ortaklarımızla ilişkimiz, her zaman birlikte iş yapmayı temel almıştır. Sanatçıların ve plak şirketlerinin değişen piyasada başarı elde etmesine olanak veren araçlara yatırım ve destek sunmak, işimizin merkezinde yer alıyor."

"Sınırlarımızı sürekli zorluyor, sanatçılara ve plak şirketlerine kulak veriyoruz. Başarı elde etmeleri için neye ihtiyaçları var? Daha fazla ilerlemelerine nasıl yardımcı olabiliriz? Veri odaklı kabiliyetlerimiz sayesinde dünya genelinde neler olduğunu görebiliyor ve bunları yaptığımız işe geçirebiliyoruz, böylece ortaklarımızın büyüyüp gelişmesi için kesintisiz bir strateji yaratmış oluyoruz."

Universal Music Group, Piyasa Geliştirme, İdari Başkan Yardımcısı Adam Granite, belirsiz dönemlerde devam eden küresel gelişmeler üzerine şunları söylüyor: "2020

yılında, pandemiye rağmen dünya genelindeki ülkelerde birçok yeni operasyon başlatabildiğimiz için gurur duyuyorum, 2021'de de aynı şekilde devam edeceğiz."



Divina fotoğrafını çeken Shubham Lodha

"En başından bu yana söylenen 'Önce bu repertuarı dünyaya aktarmaya odaklanacağım ve herkes aynı anda, aynı şekilde bundan keyif alacak' ifadesinin aksine bence, nereye gidersek gidelim önce yerel kitleye hitap eden muhteşem bir müzik yaratarak başlayıp oradan devam etmemiz gerekiyor. İşler böyle yürümüyor; biz uygulama üretmiyoruz."

"Yapacağımız şey, küçük bir bölgede, belki de sınırlı kaynaklar ve altyapı eksikliği nedeniyle sanatlarını, repertuvarlarını ve kitlelerini istedikleri gibi geliştiremedikleri bir yerde büyük bir yaratıcı yetenek bulmak. Biz de tam bu noktada, kaynaklarımız ve yaratıcı becerilerimizle devreye giriyoruz."

"Sonuç olarak Hindistan, Çin veya Afrika'dan birtakım yetenekleri alıp dünyanın geri kalanına ulaştırmaya çalışıyoruz. Ve bu durum, yalnızca diaspora popülasyonları için değil, ana akım için de önemli. Yeteneğin orada olduğunu biliyoruz ve bu bizim için önemli bir odak noktası."

SANATÇILARLA BİRLİKTE, HAYRANLARIN HİZMETİNDE

2020 yılında küresel canlı müzik endüstrisini etkileyen COVID-19 ile birlikte plak şirketleri, sanatçıların bu zorlu zamanlarda gelirlerini korumaları veya artırmaları, hayranlarıyla bağlarını sürdürmeleri, kariyer yollarına devam etmeleri ve birçok durumda sadece güven verici, donanımlı ve istikrarlı varlıklarını sunmalarına yardımcı olmak konusunda daha büyük bir rol oynadı.

Birçok durumda sanatçılar aniden karantinaya girmek zorunda kaldı ve turne yapamaz hale geldiler; yeni müzikler yapıp hayranlarına sunmak, kimi zaman bu yaşanan ortak deneyimleri yansıtmak, kimi zaman da bundan uzaklaşmak istediler.

"MÜZİK, İNSANLARI BİR ARAYA GETİRİP BAŞKA HİÇBİR ŞEYLE KIYASLANAMAYAN BİR RAHATLIK VE MUTLULUK SUNUYOR"

Warner Music Group, Kayıtlı Müzik, Küresel Pazarlama, Kıdemli Başkan Yardımcısı Jess Keeley-Carter şunları söylüyor: "İnsanlar toplum içindeki bağlantıya ve birlikteliğe her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyuyor; sanatçılarımızın ve müziğin en önemli yönlerinden biri de bu, insanları bir araya getirip başka hiçbir şeyle kıyaslanamayan bir rahatlık ve mutluluk sunuyorlar.

"Yani, sanatçılarımızla yaptığımız çalışmaları onların ihtiyaçlarına göre uyarlamak, ardından da onların yaptıklarını maksimum düzeye çıkarıp mümkün olduğunca çok insana ulaştırarak şu dönemde insanlara ihtiyaç duydukları şeyi vermek bizim işimiz."

Embassy of Music İdari Müdürü Konrad von Löhneysen de benzer bir deneyimi paylaşıyor: "Plak şirketleri sanatçılar için her zamankinden daha fazla ana teması, ana odak noktası ve başvurulacak kurum haline geldi. Normal şartlarda yapacağımızdan çok daha fazla müziği piyasaya sunduğumuz kesin; yılın başında sanatçıların bile yapacaklarından haberdar olmadığı müziği piyasaya sunduk.



Aimyon fotoğrafının sahibi Warner Music Japonya

"Sanırım pandemi, bir plak şirketinin münferit amacına odaklanmamızı sağladı; bu amaç ise deneyimimizi ve kapsamlı uzmanlığımızı kullanarak sanatçılarla hayranlar arasındaki ilişkiyi koruyup geliştirmek."

Sony Music Entertainment, Epic Records Başkanı ve CEO'su Sylvia Rhone şunları söylüyor: "Biz her zaman sanatçılarımıza odaklandık, geçtiğimiz yıl da yeni müzikleri piyasaya sunmak, sanatçıların hayran kitlelerini korumasına yardımcı olmak ve görünürlüklerini artırmak konusunda şanslı olduk.

"Hit parçalar kariyer sanatçıları yaratır, kariyer sanatçıları da hit parçalar çıkarır. O nedenle bir plak şirketi için konu her zaman, sanatçının vizyonunu desteklemek ve vizyonlarını genişletip kitlelerini artıracak bilgi ve kaynaklarla donatarak yaratımlarına olanak tanımakla ilgili oldu. Dijital çağda o kadar çok yeni platform ortaya çıkıyor ve o kadar çok veri üretiliyor ki. Bizim işimiz gürültüyü eleyip sanatçıların önceliklerini belirlemesine yardımcı olmak ve hayallerini gerçekleştirebilmeleri için vizyonlarını ortaya koymalarını sağlamak.

"Kısacası her sanatçı bireysel bir güce, özel bir süper güce sahip ve plak şirketleri olarak bu vizyonu genişletmek bizim işimiz."

Universal Music Group, Piyasa Geliştirme, İdari Başkan Yardımcısı Adam Granite şunları söylüyor: "İş dünyasında her zaman işleri aksatan

dönemler olur; endüstri olarak biz de geçtiğimiz 20 yıl içinde çok zorlu birtakım dönemlerden geçtik. İlgili işletmeler için önümüzdeki birkaç yılı belirleyecek olan, şirketlerin ve sektörlerin bu aksaklıkları nasıl karşıladığı, hatta kucakladığıdır.

Sanatçılarımızın ve müziğin en önemli yönlerinden biri de bu, insanları bir araya getirip başka hiçbir şeyle kıyaslanamayan bir rahatlık ve mutluluk sunuyorlar.

JESS KEELEY-CARTER

Warner Music Group,
Kayıtlı Müzik, Küresel Pazarlama,
Kıdemli Başkan Yardımcısı

"Sanatçılarımızın çoğu evde kapalı kalmasına rağmen bu kadar aktif olduğu ve beklenmedik şarkılar, albümler ve görsellerin yanı sıra ve daha da önemlisi hayranları açısından müziklerinin gücünü, ilham verici ve moral yükselten gücünü pekiştiren inanılmaz yaratıcı sonuçlar elde etmelerine yardımcı olabildiğimiz için gurur duyuyorum."

Sony Music Entertainment, Küresel Dijital İşletme ve ABD Satışları Başkanı Dennis Kooker, plak şirketlerinin sanatçıları için yaratıcı bir çıkış noktasını korumak açısından yaptığı işi dile getiriyor ve 2020 yılının sanatçılarla bu

ortaklıklar olmadan mümkün olmayacak çokça müziğin piyasaya sunulmasına şahit olduğu gerçeğini yineliyor.

Aynı zamanda modern müzik endüstrisinin dijital ve verilere dayalı yapısının, birçok insanın evde ve çevrimiçi olmasıyla birlikte, plak şirketlerinin sanatçı ve dinleyiciler arasındaki bağı etkili biçimde kurabileceği anlamına geldiğinin de altını çiziyor.

"Küresel bir işgücünün parmaklarının ucunda, gerçek zamanlı olarak müziğin etkisi hakkında çok daha fazla bilgiye ve ticari istihbarata sahibiz; bu bilgileri daha önce hiç olmadığı gibi sanatçılarımızın ve ekiplerimizin önüne serebiliyoruz. Açıkçası bu yatırım yıllar önce başlamasına rağmen geçtiğimiz yıl yepyeni ve önemli bir şekilde ürününü vermiş oldu."

"BİR SANATÇI İLİŞKİSİ ARTIK SANATÇI: HAYRAN DEĞİL, KREATÖR: ORTAK KREATÖR ŞEKLİNDEDİR"

Yeni dijital trendleri anlayıp kullanmak konusunda da ürününü verdi. Kooker sözlerine şöyle devam ediyor: "İnsanların 'kreatör jenerasyon'dan bahsettiğini duyuyorum ve buna ben de katılıyorum. Müziğin söz konusu bu kreatör topluluk ve dolayısıyla kısa biçimli platformlar için ne kadar önemli olduğunu gördük.

"Bu durum son derece heyecan verici çünkü bizim için piyasayı büyütüyor, sanatçılarımızın eriştiği alanı genişletiyor, onlara yeni çıkış noktaları ve yeni fırsatlar sunuyor. Önemli bir nokta da büyük ölçüde bunun artık yasal bir şekilde yapılıyor olması."



Kang Daniel fotoğrafının sahibi Konnect Entertainment

SANATÇILAR YAPTIĞIMIZ HER ŞEYİN MERKEZİNDE OLMALI. ÇÜNKÜ AZMİMİZ SANATÇILARIMIZIN AZMIYLA BİR ARAYA GELDİĞİNDE ONLAR İÇİN VE ONLARLA BİRLİKTE KAZANMIŞ OLUYORUZ.

MAX LOUSADA
WARNER MUSIC GROUP,
KAYITLI MÜZİK, CEO

"Bence diğer canlı performans tipi etkinliklere kıyasla üç boyutlu etkinliklerle ilgili gerçekten özel olan şey, sınırsız bir yaratıcı format olması. Anahtarları sanatçıya uzatıp 'Ne yapmak istediğini bize söyle,' diyebilirsiniz. Neredeyse hiç sınır yok, yani sanatçılarımız bu alanda sürekli olarak yeni ve ilginç içerikler yaratacak, bu gerçekten heyecan verici bir beklenti."

"ÜÇ BOYUTLU EĞLENCE BURADA KALICI"

Roblox'ta görünen bir başka sanatçı da Atlantic'ten Ava Max. Warner Music Group, Kayıtlı Müzik, Uluslararası Başkanı Simon Robson şunları söylüyor: "Ava platformda albümü için bir dinleme partisi düzenledi. Bir milyonu aşkın hayranının katılmasını sağladı ve etkinliğin parçası olarak sanal ürünler sattı."

"Müzik ve oyun evliliği doğru yapıldığında, pek çok fırsatın kapılarını açan benzersiz bir deneyim olabiliyor. Kesinlikle keşfetmeye devam edeceğimiz bir alan."

Kooker temaya geri dönüyor: "Üç boyutlu eğlence burada kalıcı. Pandemi bunu sadece hızlandırdı. Müzik, üç boyutlu eğlencenin gelişiminde büyük rol oynayabileceği gibi, oynamalıdır da."

"Özellikle müzik ve oyunun kesişim alanının geleceği konusunda iyimseriz. O kadar ki açıkçası bizim için yeni bir format olabileceğini düşünüyorum. Bununla ilgili yaratıcı stratejimiz yalnızca büyük, destek amaçlı (*tent-pole*) etkinlikler etrafında kurulu olmayıp daha çok süregiden düzenli bir içerik stratejisi niteliğinde."

"MÜZİK VE SANAT, TUTKU VE BAĞLILIKLA İLGİLİ; BUNU DOĞRU YAPTIĞINIZDA RAKAMLAR DA PEŞİNDEN GELECEKTİR"

Universal Music Group, Yaratıcılık, İdari Başkan Yardımcısı Dave Rocco, bütün konunun müzik ve sanatçı ile hayranlar arasındaki bağın gerçek ve tutkulu hâle getirilmesiyle ilgili olduğunu söylüyor.

"Müzik ve sanat, tutku ve bağlılıkla ilgili; bunu doğru yaptığınızda başarının diğer bütün ölçümleri, yani rakamlar da peşinden gelecektir," diyor. "Buradaki soru, sanatçının bu hikâyeyi anlatmasına ve hayranlarla bu bağı gerçek kılmasına yardımcı oluyor musunuz şeklinde olmalı. Hayranlar gerçekten bağlı mı? İnsanlar daha fazlasını istediği zaman işe yaradığını bilirsiniz."

Rocco, bir sanatçının vizyonunu sonraki seviyeye taşımak ve dünya çapında kitlelere ulaşmak için sanatçı ile plak şirketi arasında gereken sinerjiyi vurguluyor:

"Sanatçılarımızın sanat yoluyla kültürü değiştirmesine yardımcı olmaya çalışıyoruz. Her gün en yüksek yaratıcı ve ticari potansiyellerine ulaşmalarına yardımcı olmak için çalışıyoruz. Bir sanatçı belirli bir seviyede küresel erişim, beceri, hacim artışı, kaynak, yaratıcılık, pazarlama, finans istiyorsa plak şirketleri bunu sağlayabilir ve bir kariyerin hem dikey hem de yatay yönde büyümesine yardımcı olabilir."

"Ancak her sanatçı ve her sanatçının hayranları farklıdır. Her şeyden önce sanatçı ve sanatçının vizyonu açısından özgün olması gerekir. Daha sonra, bu inanılmaz dikkat yarışı içinde bile insanları yakalaması gerekir; onları sadece çekmek değil, tekrar tekrar ve farklı yollarla yakın bir ilişki kurmalarını sağlamak söz konusu. Bunun için üst düzey yaratıcılık ve deha gerekiyor. Küresel çapta başarı için de bir ekip gerekli."

"Universal Music Group'ta çalışan binlerce kişinin her gün kalkıp işe gelmesinin tek bir nedeni var: Müziği ve sanatçıları seviyorlar. Bu tutku, bu beceriler ve bu deneyimler bir sanatçıya aktarılıp onun yakıtı oluyor."

Ministry of Sound Başkanı Dipesh Parmar, bu taahhüdü şöyle dile getiriyor: "Plak şirketleri ile sanatçılar arasındaki ilişki, hiç bu kadar işbirlikçi olmamıştı. Günümün büyük bir kısmını, albüm yapmak, şarkı bulmak, işbirlikleri kurmak, yeni pazarlama fikirleri sayesinde heyecan verici fırsatlar yaratmak ve yeni dijital ortamlarla sanatçıların vizyonunu geliştirmek gibi çok çeşitli konularda sanatçılarımızla konuşarak geçiriyorum. Ayrıca sanatçılarımızın yaratıcılıklarının sürmesini sağlamanın yanı sıra kendilerini ve akıl sağlıklarını kontrol etmek konusunda da çok önemli bir rolümüz oldu. Piyasaya müzik sunmaya devam etmek için kendilerine gerekli araçları sunmak ve dolayısıyla bir gelir kaynaklarının olmasını sağlamak benim işim."



Ava Max photo courtesy of Atlantic Records

Warner Music İberyası Başkanı Guillermo Gonzalez, sanatçılarıyla başarılı ilişkilerinin temelini oluşturan şeyin bu tutku olduğunu düşünüyor; bunun bir örneği ise son derece başarılı İspanyol sanatçı Pablo Alborán. Sanatçı 2020'de uzun süredir devam eden ilişkilerinin ardından plak şirketiyle anlaşmalarını yeniledi. Gonzalez şunları söylüyor: "Bizim şirketimizde, açık ve şeffaf olduğuna inandığı bir ekip olduğunu biliyor. Bu bir ortaklıktan daha fazlası, biz bir ekibiz. Çok çalışmamızı istiyor, biz de onun için çok çalışmak istiyoruz ve karşılığında bizi kendi dünyasına ve kendi yolculuğuna götürüyor. Böyle bir sanatçıyla bu kadar yakın bir ilişki içinde olmak çok özel."

Kısacası her sanatçı bireysel bir güce, özel bir süper güce sahip ve plak şirketleri olarak bu vizyonu genişletmek bizim işimiz.

SYLVIA RHONE

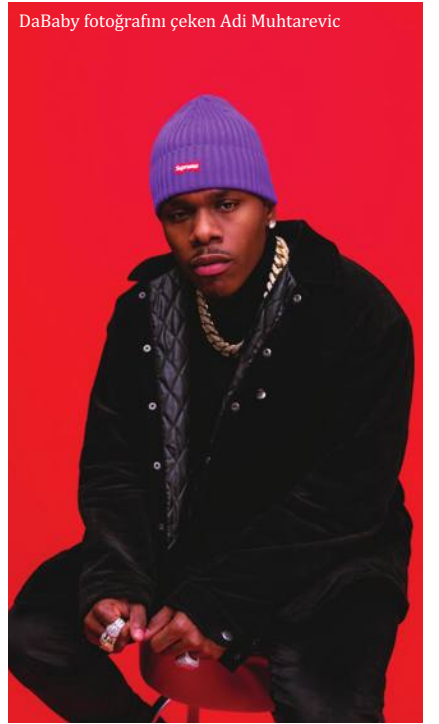
Epic Records, Başkan ve CEO

Sanatçılarla yürütülen ortaklıklara yönelik bu tutku ve taahhüt, Warner Records İngiltere'den Sanatçı ve Repertuvar Başkanı Joe Kentish tarafından da dile getiriliyor: "Müziğini gerçekten sevdiğiniz birinin sizi gece dokuzda arayıp yeni bir şarkı dinletmesinin zor bir tarafı yok. Benim için zor değil. Keyif verici ve eğlenceli; ayrıca işin bir parçası ve gerçekten muhteşem."

Yöneticilerin sanatçılara sıklıkla bulundukları duygusal taahhütler konusunda şunları ekliyor: "Duygusal ve yaratıcı açıdan sizi de içine alıyor ve çok şey vermeniz gerekiyor. Bir kömür madeninde gece yarınlarına kadar çalışmak gibi değil elbette ama onların çıktığı bu yolculukta onlarla çok yakınlaşıyorsunuz ve gerçekten yaratıcı bir biçimde açık ve müsait olmalısınız."

Interscope Geffen AM, Sanatçı ve Repertuvar Yardımcı Başkanı/İdari Başkan Yardımcısı Nicole Wykoarko, plak şirketlerinin sanatçılarla ortaklığını, bir roketin uçuşu gibi açıklıyor: ateş, yakıt, patlayıcı. Bir plak şirketinin enerjisinin ve taahhüdünün, bir sanatçının yolculuğunu ne kadar yükseklere taşıyabileceğine örnek olarak Interscope'un hip hop sanatçısı DaBaby ile olan çalışmasına işaret ediyor: "Açıkça görülüyor ki zaten ham yeteneği ve etrafında muhteşem bir ekibi vardı. Bunu bir sonraki seviyeye taşımak için"

DaBaby fotoğrafını çeken Adi Muhtarevic



DaBaby ve South Coast Music Group'tan menajeri Arnold Taylor, şu anda olduğu dünya çapındaki süperstarlık noktasına getirmelerine yardımcı olmak üzere ilave 'roket yakıtı' için bize başvurdu.

"Bizim kattığımız da bu ek destek. Doğru özellikleri bulmak, sesi yaymak için ilave prodüktörler getirmek, kendisini denizaşırı ülkelere erkenden götürmek, televizyona çıkarmak ve bu gerçekleştirmede nasıl işe yaradığını bilmek, ayrıca mümkün olan en iyi performansı elde etmek için neler isteyeceğimizi ve neleri zorlayacağımızı bilmek."

"Sanatçıların ekiplerinin plak şirketlerinden istedikleri bunlar; çünkü yerel ve ulusal yıldızları alıp küresel başarı elde etmelerini sağlamak için bunların gerektiğini biliyorlar. Bugün DaBaby bütün dünyada büyük bir isim ve bu noktaya varmasında onun ortağı olmaktan gurur duyuyoruz."

Son olarak Warner Music Group, Kayıtlı Müzik CEO'su Max Lousada şu sonuca varıyor: "Sanatçılar yaptığımız her şeyin merkezinde olmalı. İster sanatını onurlandırmak ve güçlendirmek olsun, ister sanatçılarımıza sunabileceğimiz fırsatları anlamak ya da kendilerine sunduğumuz hizmet ve desteği güçlendirmek konusunda düşünmek olsun. Çünkü bizim azmimiz sanatçılarımızın azmiyle bir araya geldiğinde onlar için ve onlarla birlikte kazanmış oluyoruz."

ÖRNEK OLAY

En İyi

CHEN LI NONG ÇİN'DE FIRTINALAR ESTİRİYOR. VE BU DAHA YOLCULUĞUNUN BAŞLANGICI. AYRICA KENDİ BENZERSİZ SESLERİNİ YARATİYOR, KARIYERİNİ ŞEKİLLENDİRİYOR VE KÜRESEL BAŞARIYA ULAŞMAYA ÇALIŞIYOR - BUNLARIN TÜMÜNÜ DE PLAK ŞİRKETİ UMG İLE BİRLİKTE YAPIYOR

Universal Music Çin, Chen Li Nong'u ilk olarak televizyondaki *Idol Producer* adlı programda yarışmacı olarak çıktığında parlayan bir yıldız olarak tanıdı ve daha sonra, Kasım 2019'da solo sanatçı olarak

kendisiyle imza attı. İlk UMG single parçası *Features of Happiness*, 2020 yılının ilk günü piyasaya sürüldü ve 10 milyon stream sınırını hızla aştı.

Bu başarının üzerine *Unbelonging* (ilk UMG albümü) Haziran 2020'de piyasaya çıktı ve QQ Music platformunda yedi satış rekorunun sahibi oldu; buna sadece bir dakika içinde Diamond (Elmas) seviyesine gelmek de dahil - nefes kesen bir başarı. Bir dizi ödül kazanan ve dikkatleri üzerine çeken Chen Li Nong'un sosyal medya erişiminde patlama yaşandı; bütün platformlarda toplam 19 milyona yakın takipçi kazanırken sadece Weibo'da bu rakam 17 milyonun üzerindeydi.

Universal Music ailesinin bir parçası olmaktan mutluluk duyuyorum.

20'li yaşlarımın başındaki bir sanatçı olarak Universal Music'in ilk albümümde benimle yakın bir çalışma içinde olması ve elde ettiğim çokça canlı performans fırsatı, devam eden müzik ve yaratıcılık yolcuğumda bana mümkün olan EN İYİ başlangıcı sundu. Umarım başka gençlere de tıpkı benim gibi hayallerinin peşinden gitmeleri konusunda ilham olabilirim.

CHEN LI NONG

Universal Music Çin, İdari Müdür Garand Wu şunları söylüyor: "Bu bir ortaklık. Başarı için plak şirketleri ve sanatçıların ortak bir vizyonu olması gerekiyor. Bu nedenle birlikte başarı elde edeceğimizden eminiz: Ona ve yeteneklerine inanıyoruz, hedefleri ile bizim onda gördüklerimiz birbiriyle örtüşüyor; Sanatçı ve Repertuvar bakış açısıyla ekibimizin deneyimine ve fikirlerine inanıyoruz."

"En başından beri kendisiyle ve menajeriyle, onu Çin'den tüm Asya'ya ve dünyaya taşımak için birlikte çalıştık. J-Pop var, K-Pop var ve C-Pop diye bir şey de olacak. Chen Li Nong da öncülerden olacak."

Universal Music, Büyük Çin, Pazarlama, Kıdemli Başkan Yardımcısı Yvonne Yuen şu eklemede bulunuyor: "Chen Li Nong ile ilgili olarak anahtar unsur, kendi yaratıcı katkıları. Benzersiz yeteneklerinin farkındayız ve bu yeteneği beslemek için çalışıyoruz. Sanatçı ve Repertuvar ekibimiz, hem sanatçı hem de şarkı yazarı olarak kendisiyle birlikte çalışacak en iyi şarkı yazarlarının peşinde. Hem bir şarkı yazarı hem de sanatçı olarak bu zamanı ayırmak ve müziği kendi haline bırakmak bizim ve onun açısından bir yatırımdır."

Uluslararası üne doğru atılan bir adım, Amerikalı oyuncu ve şarkıcı Hailee Steinfeld'in de yer aldığı, 2020'nin sonlarında piyasaya sürülen *Masterpiece* adlı single parça oldu. Yuen şunları söylüyor: "Müzik yoluyla bağ kurdular. Doğru şarkıyı bulmak için Hailee'nin Sanatçı ve Repertuvar ekibiyle çalıştık ve İngilizce sözlere kendisi de katkıda bulundu. Bütün olay, iki sanatçı arasında ve UMG'nin Republic Records ekibiyle çok yakın bir ortaklıktı.

"Bu tür işbirlikleri hakiki ve organik olmalıdır; bunlar Chen Li Nong'un kariyerinin üzerine inşa edileceği nitelikler olup Çin'in içinde ve dışında, ayrıca bütün dünyada bu şekilde tanınıp saygı görecektir: kendi kimliğine sadık kalarak."

ÖRNEK OLAY

Sanal Konser

HİT PARÇALARIN SANATÇISI, PRODÜKTÖR VE ŞARKI YAZARI TRAVIS SCOTT, YARATICILIĞIN SINIRLARINI ZORLAMASI VE ZAMANIN RUHUNU YAKALAMASI İLE ÜNLÜ

Öte yandan, pandemi sebebiyle bütün dünya karantına altındayken öngörülü sanatçı, sanal dünyada özgürleştirici ve unutulmaz bir deneyim

sunarak hayranlarının -kısacık bir an için bile olsa- küresel pandeminin yarattığı baskıdan kaçabilmesine yardım etmek istedi.

Böylelikle kendisi ve plak şirketi Epic Records (Sony Music Entertainment ve daha büyük Sony ailesinin parçası) onun hayalini hayata geçirmek için çalıştı.

"Epic'te bizi, kültürel anlara etki eden kreatörler yönlendiriyor ve bunların arasında Travis Scott gibi teknoloji, film, moda, oyun, sanat ve içerik geliştirme konusundaki liderler yer alıyor," diyor Epic Records Başkanı ve CEO'su Sylvia Rhone. "Daha geniş Sony sistemine bağlanma ve sanatçılarımıza sonsuz fırsatlar sunma gibi bir avantajımız var, böylece ulaşmak istedikleri her kitle için yaratım süreçlerine devam edebiliyorlar.

"Travis bize fizik ve bilimin kurallarından bağımsız, hayranlarına gerçekten üç boyutlu bir deneyim yaşatabilecek sanal bir konser yaratma hayali ile geldiğinde, bunu gerçekleştirmesi konusunda yardımcı olabileceğimizi biliyorduk. Bir dünya yıldızı olmasına rağmen hâlâ yeni dönüm noktalarından geçiyor. Yaratıcı bir deha ve aynı zamanda büyük bir bilgisayar oyuncusu, o yüzden de konserini *Fortnite*'ta Epic Games ile ortak yapmak onun için çok doğal ve doğru bir şey oldu.

Travis bize fizik ve bilimin kurallarından bağımsız, hayranlarına gerçekten üç boyutlu bir deneyim yaşatabilecek sanal bir konser yaratma hayali ile geldiğinde, bunu gerçekleştirmesi konusunda yardımcı olabileceğimizi biliyorduk.

SYLVIA RHONE

EPIC RECORDS, BAŞKAN VE CEO

23 Nisan 2020 akşamı, Travis Scott, Epic Records ve *Fortnite*'ı geliştirenlerin ortak yaratıcı çalışması *Astronomical*, dünyanın gözleri önüne serildi.

"Sanal konser katılımcıları için adeta bu dünyanın dışından ve yoğun bir deneyimdi," diyor Rhone, "ve Travis ile geliştiricilerin en başından itibaren ne kadar uyumlu olduğunu gösterdi, büyük başarısının nedeni de bu oldu.

"Travis ve geliştiriciler birlikte çalışırken onların dilini konuşabiliyor ve yaratımının her yönüne etki eden sanatsal süreçlerine saygı duyuyordu. Dahil olan herkes, Travis'in sadık hayranları ile *Fortnite* oyuncularının arasında bir bağ kurmanın, eşsiz bir fırsat sunduğunu anladı.

Konser rekor kırarak zirve noktasında eş zamanlı 12,3 milyon oyuncunun, toplamda da beş *Astronomical* yayınına katılan dünya genelinde 28 milyon eşsiz oyuncunun katılımını sağladı. Yinelenen izleyiciler dahil hayranlar etkinlikte toplamda 46 milyon defa görüldü ve konser oyununda icra edilen beş parçadan yalnızca bir tanesi yeniydi. Oyundan sonraki toplam stream sayısı dünya genelinde 372 milyon oldu.

"*Fortnite* oyuncularının yalnızca üçte biri, bu ortaklıktan önce Travis Scott hayranı olduğunu söyledi. Ancak bir pandeminin ortasında olduğumuz ve dünyanın çok büyük bir bölümü evde tıkalı kaldığı için her şey katlanarak büyümüştü. Bu faaliyetin başlaması bir aile deneyimine dönüştü. *Fortnite* oyununu daha önce duymadıkları için oyunla ilgili beni arayan anne-babalar oldu; o nedenle bunun sanal dünyadaki yeni fırsatların kapısını daha kalıcı bir şekilde açtığını düşünüyorum."

Fortnite haricinde Travis Scott'ın popülaritesi ve tüm listesi üzerinde görülen etki muazzam oldu. *Sicko Mode* etkileşimi dünya genelinde %195 arttı ve *Astroworld* albümü yeniden ilk ona girdi. Dört yıllık *Birds in the Trap Sing McKnight* albümünden *Goosebumps*, %228 artış gösterdi, yarattığı sosyal heyecan ve etkileşim de çarpıcı bir yükseliş sergiledi.

"Onu yeni kitlelere açtığımız kesin ve bu hayranlar sonsuza kadar yanında kalacak. Gerçekten dünya çapında bir iş oldu ve sadece üç gün içinde küresel bir kitleyi ateşledi. *Astronomical*, hem oyun üreticileri hem de sanatçının bir uzantısı olan gerçek bir marka ortaklığının gücüne örnektir. Bu benzersiz kesişim, faaliyetin gerçek başarısıydı. Ancak işe yaramasının tek nedeni, kendisi için doğru olmasıydı. Müziği yaptığı her şeyin merkezinde tuttuğu için bu alandaki liderlerden biri olarak ortaya çıkmıştı ve markasını, kültürün istediği her köşesine kolaylıkla entegre edebiliyordu."

ÖRNEK
OLAY

Dua Lipa



Dua Lipa fotoğrafının sahibi Warner Records İngiltere

WARNER RECORDS İNGİLTERE'DE SANATÇI VE REPERTUVAR BAŞKANI JOE KENTISH'E GÖRE İRONİK BİR BİÇİMDE, DUA LIPA'NIN İKİNCİ ALBÜMÜ FUTURE NOSTALGIA, TEK VE BASİT BİR KONSEPT ETRAFINDA TASARLANIP OLUŞTURULDU: TAMAMEN ÇILDIRMIŞ BİR KALABALIĞIN ÖNÜNDE CANLI OLARAK İŞE YARAMALI.

Piyasaya çıktığı 2020 yılının Mart ayının sonlarında koşullar, canlı deneyimin yaşanmasını önleyecek nitelikteydi; ancak buna rağmen bir saha dolusu hayrana çalınırken Dua'nın kariyerini, küresel profilini ve eleştirel duruşunu birkaç vites artıran bir albüm olduğu ortaya çıktı (bu yazı yazıldığında küresel satışlar 3,3 milyondan fazla albüm satışına eş değer bir rakamdaydı).

Dua henüz 18 yaşındayken onunla anlaşma yapan Kentish, *Future Nostalgia* parçasını, "plak şirketi olarak yapmaya çalıştığımız şeyin, yani ticari başarıyı yaratıcı mükemmellikte birleştirmenin tam da doruk noktası" olarak tanımlıyor.

Bunun plak şirketi, sanatçı ve menajer arasındaki güçlü, yakın ve güvene dayalı bir ortaklığın sonucu olduğunu söylüyor. "Şanslıyım çünkü Dua her zaman iletişim içinde olmak istiyor. Müzik ya da ikinci albümün nasıl olacağı hakkında sürekli konuşuyoruz.

"En iyi sanatçılar, tüm ham maddeleri hazır gelir, böylece Dua gibi birinin ne yapmak istediğini dinler ve daha sonra deneyiminizi ve ilişkilerinizi kullanarak bunu başarabileceği ortamı yaratırsınız. Kendisine inanarak ve istedikleri şeyi yaratmaları ve gitmek istedikleri yere gitmeleri için ihtiyaç duyduklarını sağlayarak bir başkasının azmine olanak tanırıyorsunuz aslında, belki de buna katkıda bulunuyorsunuz."

Birinci ve ikinci albüm arasında neredeyse üç yıl vardı ve Kentish, işin içindeki herkesin vaktin dolmak üzere olduğunu farkında olduğunu kabul ediyor. "Sanatçıların yeniden piyasaya çıkmak için, plak şirketi olarak da büyük sanatçıların müziğini ortaya çıkarmamız için üzerimizde doğal bir baskı vardır.

"Ancak iki taraf da vazgeçmememiz gerektiğini, onun bir hayalinin olduğunu ve bu hayale hakkını verecek şarkıları beklememiz gerektiğini biliyordu."

Kentish'in açıklamasına göre sonuç olarak, *Future Nostalgia* gibi bir albümün başarısının bir yan avantajı, sanatçı başta olmak üzere dahil olan herkesin güvenindeki artıştır. "Elle tutulur bir rahatlama görülür çünkü şöyle düşünürler: 'Zor kararlar verdim, vazgeçmedim ve işe yaradı.' Bizim için de aynı şey geçerli. Ve bir dahaki sefere, bir proje konusunda biraz gergin hissettiğinizde belki de daha sağlam durursunuz."

Future Nostalgia'nın piyasaya çıkışının COVID-19 pandemisi karşısında yaşanan ve hiç de kısa sürmeyecek küresel bir karantinanın tam da başlangıcına denk geleceğini bilselerdi herkes daha da gergin olabilirdi, diyor.

[Future Nostalgia] plak şirketi olarak yapmaya çalıştığımız şeyin, yani ticari başarıyı yaratıcı mükemmellikle birleştirmenin tam da doruk

noktası.

JOE KENTISH

WARNER RECORDS İNGİLTERE,

SANATÇI VE REPERTUVAR BAŞKANI

"Hâlâ Glastonbury oynayacağımızı düşünüyorduk! Gerçek belirmeye başladığında bunu erteleme isteği de yoğun oldu. Single çok iyi gidiyordu, o zaman neden riske girelim?

"Sanırım ilk ipucu Dua'dan geldi. Tek söylediği, 'Olacağı varsa olur. Biz üretelim ve yaptığımız albüme inanalım.' Ben de aynı şeyi düşünüyordum; elimizdeki albümün muhteşem olduğunu biliyorduk ve bunu paylaşmamak yanlış olurdu."

Albümün varoluş nedeni olan çalınıp canlı dinlenme konusuna gelince, buna en yakın alternatif Kasım ayındaki Studio 2054 canlı yayın gösterisi oldu; Çin'den 1,9 milyonu ve Hindistan'dan 95.000'i aşkın benzersiz oturum açma dahil 5 milyondan fazla görüntüleme aldı.

Warner Records uyum sağladı ve Kentish'in ifadesiyle, "bu bizim dünya turnemiz oldu ve bu etkinlik etrafında her önemli bölgede çokça tanıtım yaptık; farklıydı ama bir yandan da aynıydı."

Sözlerine şunu ekliyor: "Ertesi gün yeniden izledim ve bu albümün esas amacını neredeyse unutmuştum; aslında bir partiydi. Ve itiraf etmeliyim şöyle düşündüm, 'Glastonbury'de olsa harika olurdu'."

MÜZİĞİN ÖTESİNDE

Bir dizi şok edici olayın ateşleyip en dikkat çekicisi Black Lives Matter hareketi olmak üzere küresel ve yerel kampanyalarla devam eden 2020 yılında sosyal adalet meseleleri, resmî, kurumsal ve bireysel gibi her seviyede dünya gündemine yükseldi.

Plak şirketleri, kendilerini sorgulayıp sınırlarını zorlamanın yanı sıra hem toplumsal hem de küresel çapta meselelere katılım ve katkı göstererek kendi paylarına düşen rolü oynadılar.

"ARTIK PASİF BİR UYUM DÜNYASINDA YAŞAMIYORUZ"

Universal Music Group'ta İdari Başkan Yardımcısı olan Eric Hutcherson, Halk ve Kapsayıcılık Baş Sorumlusu olarak görev görüyor. Son zamanlarda yaşanan olaylara tepki verirken çalışanlarıyla yakından ilgilenip topluma katkıda bulunan UMG'deki değişimi anlatıyor.

Kelly Khumalo fotoğrafını çeken Xavier Sear



Khalid fotoğrafını çeken Ro.lexx

"İş ve özel yaşamı, iş ve toplumu ya da kişisel olanı ayırt etmek imkânsız; her şey iç içe."

UMG geçirdiği değişime devam ederken kendisi de odak noktasını kurumdaki insanlar üstünde tutarak yönetme fırsatlarından yararlanıyor. "Yapmaya çalıştığımız şeyin temel prensibi, insanları merkeze koymak: çalışanlarımızı merkeze koymak, sanatçılarımızı merkeze koymak, hayranları merkeze koymak."

Yapmaya çalıştığımız şeyin temel prensibi, insanları merkeze koymak: çalışanlarımızı merkeze koymak, sanatçılarımızı merkeze koymak, hayranları merkeze koymak.

ERIC HUTCHERSON

Universal Music Group,
Halk ve Kapsayıcılık Baş Görevlisi,
Kıdemli Başkan Yardımcısı

"Çalışanlarınız, sahip olduğunuz en kıymetli varlıktır; onların tecrübeleri, gördükleri muamele, birbirleriyle olan ilişkileri, bütün bunlar başarınız için büyük önem taşır. O nedenle biz, işe en iyi hallerini getirmelerini sağlayacak, kapsayıcı bir ortam yaratmak."

"Bir çalışan olarak bilmek istiyoruz, her gün neler yaşıyorsunuz? Ve bu nasıl daha iyi hale getirilebilir? Yaşantısal rahatlık, personelimize nasıl muamele ettiğimiz ve onların bağlılığını nasıl kazandığımız açısından ayırt edici önemli bir etken olacaktır."

"Artık size ne yapacağınızı söylediğimiz pasif bir uyum dünyasında yaşamıyoruz. Bu işe yaramıyor, çünkü bu jenerasyonda insanlar kurumdan çekilebilir ya da kendi değerleriyle tutarlı yeni bir tane oluşturabilir."

Hutcherson, şirketlerin savundukları değerleri ve kurum olarak nelere inandıklarını yüksek sesle ifade etmelerinin önemini vurguluyor. "Çalışanlar, sizinle uyumlu olup olmadığına dair bir karar verecektir. En iyi çalışanları böyle cezbeder ve elinizde tutarsınız; bir şeyleri savunarak ve gerçekten fark yaratan bir şeyler yaparak."

"DÜNYAYA ETKİ EDECEK BİR POZİSYONDAYIZ"

"Amacım, bu endüstriyi ortak noktalarımızın yanı sıra farklılıklarımızı da kabul eden daha kapsamlı ve kapsayıcı bir endüstriye dönüştürmek için anlamlı bir değişikliğe öncülük etmek."

Müzikte benzersiz bir başarı için farklı sesler arasında işbirliği gerekir. Hikâyeyi biçimlendirmek ve başı çekmek için farklı bakış açılarına sahip çeşitli geçmişlerden insanların bulunması gerçekten önemli ve anlamlı. Sadece kendi yolculuğumu düşündüğümde bile, bir başka sektörde olsam bu fırsatlara sahip olabilir miydim, bilmiyorum.

NICOLE WYSKOARKO

Interscope, Sanatçı ve Repertuvar
Eş Başkanı/Kıdemli Başkan
Yardımcısı

Hutcherson bunu hem plak şirketleri hem de sanatçıların ortak hedefi olarak görüyor. Ortak öncelikler ve tamamlayıcı güçlü noktalar etrafında çevrelenen bu ruhun, sosyal adalet ve yardımseverlik gibi alanlarda gerçek bir değişime neden olabileceğine inanıyor.

"Çalışanlarımızın deneyimini iyileştirerek sanatçılarımızın deneyimini dönüştürmeyi, Universal'ın sadece kendileriyle iş yapan bir albüm şirketi olmadığından, dünyada bir fark yaratmalarına yardımcı olabilecek bir ortak olduğundan emin olmalarını hedefliyoruz."

Kendisi şu sözleri kullanıyor: "Müzik evrenseldir" sözünü çok seviyorum; dünyaya etki edecek bir pozisyonda olduğumuz ve sanatçılarımızın da bunun merkezinde olduğu anlamına geliyor. Sanatçılarımızın markasını tesis etmek, onlara toplumsal değişim yaratacak bir platform sunmak ve çalışanlarımıza hem içeride hem dışarıda değişim yaratabilecekleri platformu ve desteği vermek, benim burada olma nedenim bu."

Hutcherson, UMG'nin sanatçıların endüstrinin ve toplumun geri kalanının geleceğini şekillendirmekte oynadığı merkezi rolü kabul edip destekliyor.

Genel olarak endüstri, benim başladığım döneme kıyasla kadınların yönetici görevlerde olmasını daha çok desteklemeye dikkat gösteriyor. Bu endüstri, piyasamızı yansıtmaması gerektiği için her türden çeşitliliğe yer verilmeli. O kadar çok muhteşem genç kadın ortaya çıkıyor ki, ihtiyaçları olan tek şey kendilerine fırsat verilmesi ve biz de bu fırsatları sunmaya çalışıyoruz.

TRACY FRASER
Warner Music Güney Afrika, İdari Müdür



Charmaine fotoğrafını çeken Spencer Edwards

"Sanatçılarımızın kattığı değer konusunda çok heyecanlıyım çünkü açıkçası, belki de bütün devlet kurumlarının bir araya gelip ulaşabileceğinden daha büyük bir hızla değişime yön verebileceklerini düşünüyorum. Bütün plak şirketlerimiz onlarla her gün konuşuyor ve sanatçıların öne çıkıp şöyle söylediğini görüyorlar, 'Ben bunu yapmak istiyorum, bunu yapmama nasıl yardımcı olabilirsiniz?'

"Bunu doğru yapabilir ve sanatçılarımızın sesini güçlendirip insanların düşünme ve hareket etme biçiminde değişim yaratmalarını sağlayabilirsek bunun ne kadar güçlü olabileceğini bir düşünün."

Ayrıca günümüzde tartışılan toplumsal sıkıntıların münferit olaylar olmadığının, onun yerine tarihteki en karanlık dönemlerin tekrarı olduğunun da farkında: "Black Lives Matter yeni değil, en eski şeyin en güncel hali ve insanların bunun artık doğru

olmadığını söylemesinden memnunum. Sesler yavaş yavaş kesildiğinde insanların ve kurumların eski normlarına geri dönmeyecekleri konusunda ihtiyatlı bir iyimserlik içindeyim." UMG içindeki bir gelişme, şirketin Anlamli Değişim Çalışma Kolunun (Task Force For Meaningful Change) kurulması oldu.

Hutcherson şöyle diyor: "UMG'ye katıldığımda gurur duyduğum husus ve aslında UMG'ye katılmaya mecbur hissetme nedenlerimden biri, eyleme geçmeleriydi. Anlamli Değişim Çalışma Kolunu kurdular ve doğrudan politika değişimleri yapmaya, şirket içinde gelecekteki kadın ve Siyahi yöneticileri destekleyip geliştirmeye, özellikle Siyahi geçmişe sahip kolejlerle çalışan bir staj programı oluşturmaya vb. başladılar.

"Bunların etkisi uzun vadeli olacak ve hem dışarıdaki faaliyetlerimizi hem de iç dinamiğimizi değiştirecektir."

"EVRENSEL BAZI TEMEL PRENSİPLER VE TEMEL UNSURLAR VAR: SAYGI, SAYGINLIK, DÜRÜSTLÜK, SORUMLULUK, ŞEFFAFLIK. BUNLAR BİZİ YÖNLENDİREN ŞEYLER."

Warner Music'in Küresel Eşitlik, Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Başkanı Dr. Maurice Stinnett, devinimi sürdürmenin ve girişimleri yüceltmenin önemini kabul ediyor. "Esas zorluk; politik açıdan avantajlı, cazip ve insanların ilk aklına gelen şey olduktan çok uzun zaman sonra bile işlerin devam etmesini sağlamak. Artık gündemde olmadığı zaman, mutlaka yapılması gereken işi yapmaya devam ediyoruz.

"Korkmadığınızı, ticari sonuçları olacağını düşünmediğiniz zaman, esas zorlukla karşılaşsınız, yani geçtiğimiz 12 ayda gördüğümüz yoğunlukla devam etmeye yönelik uzun vadeli taahhüt ve bu durum, sırf doğru olduğu ve biz böyle olmak istediğimiz için bunu yapmaktır esas konu."

Ayrıca görevinin küresel yapısını ve yerel meselelerin yarattığı farkları kabul etmenin önemini de vurguluyor. "Altı kıtadaki 46 ülkede varlığımızı sürdürüyoruz ve benim işim, her bölgede yaptığımız her şeyi, çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık açısından düşünmemizi sağlamak.

"Evrensel olan bazı temel prensipler ve temel unsurlar var: saygı, saygınlık, dürüstlük, sorumluluk, şeffaflık. Bunlar

bizi yönlendiren şeyler. Öte yandan alçakgönüllüğe de çok önem veriyorum, dolayısıyla bir bölgeye gittiğimizde önce sadece dinliyoruz, dinliyoruz ve öğreniyoruz.

"Oraya elinizde hazır bir yanıtla gidemezsiniz, çünkü işe yaramaz. Kültürel bir tevazuyla yaklaşmanız gerekir."

Bu yaklaşım, yukarıdan aşağıya kurumsal taahhüdün desteğiyle birlikte altyapının Warner'ın bu alandaki çalışmasına uygulanmasına kadar uzanıyor. Stinnett şöyle diyor: "Bir Küresel Çeşitlilik Konseyini zaten kurmuşlar, başına geçmeme ve kendi ekibimi toplamama izin vermişlerdi. Kaynaklar muazzam, ekibimi işe almam ve her şeyi büyük ölçekli ve etkili biçimde yürütebilmem için ihtiyacım olan her şeyi verdiler.

"Şu anda çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık çalışmalarını yerel çapta yönlendirecek belirli alanlara odaklanmış 50'den fazla küresel çalışan kaynak grubumuz bulunuyor.

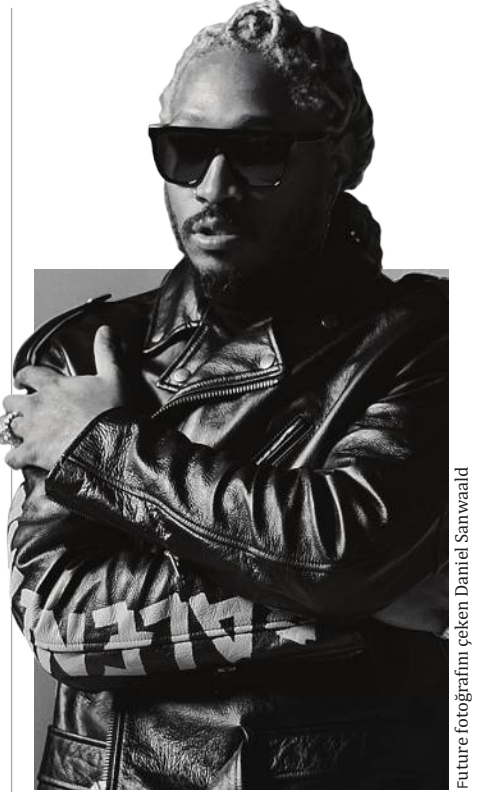
Şu anda çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık çalışmalarını yerel çapta yönlendirecek belirli alanlara odaklanmış 50'den fazla küresel çalışan kaynak grubumuz bulunuyor. Yani askerlerimiz de zaferlerimiz de muharebe alanında.

DR MAURICE STINETT

Warner Music, Küresel Eşitlik, Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Başkanı



DABOWWAY fotoğrafını çeken John Tods



Future fotoğrafını çeken Daniel Sanwaald

Yani askerlerimiz de zaferlerimiz de muharebe alanında." Stinnett sözlerine devam ederken plak şirketleri içinde gerçekleştirilen sosyal adalet eylemi ile toplumdaki daha kapsamlı hareket arasındaki sinerjik ilişkiyi açıklıyor: Sosyal adalet hareketinin güzel tarafı bu, herkesin üstleneceği bir rol bulunuyor.

"Yönetim kurulundaki rolümü önemsiz görmediğim gibi, sokaklarda yürüyüş yapan bir kimsenin rolünü de önemsiz görmüyorum. Hepimizin üstleneceği çeşitli roller bulunuyor, hepimiz aynı gemideyiz. Bunu etkili biçimde yaparsak aradığımız değişimi görebiliriz."

"SANATÇILARIMIZ NE YAPTIĞIMIZI VE NASIL YARDIMCI OLABİLECEKLERİNİ BİLMEK İSTİYOR"

Towalame Austin, Sony Music Group'ta Yardımseverlik ve Sosyal Etki İdari Başkan Yardımcısı olarak çalışıyor. Şirkete 2020 yılının yaz döneminde katıldı ve şirkette yaptığı ilk çalışmaların büyük bölümü, ABD'deki 2020 başkanlık seçiminin öncesinde yürütülen Oy Ver (Get Out The Vote) kampanyasının parçasıydı.

Şunları söylüyor: "Senin Sesin, Senin Gücün, Senin Oyun (Your Voice, Your Power, Your Vote) adlı bir girişim başlattık. Mümkün olduğunca çok insanın haklarını bilmesini ve doğru bilgiye sahip olmasını sağlamak istiyorduk. Dünyanın her yerinde sosyal adaleti ilerletmek taahhüdümüzün bir parçası.

"Kampanya, toplum temelli çok sayıda örgütle birlikte çalışmayı ve 80'den fazla sanatçımızı bu mesajı güçlendirmek konusunda seferber etmeyi içeriyordu."

Platformumuz ve çalışanlarımızla sanatçılarımızın sesi, toplum ve kültür üzerinde güçlü bir etki yaratabilir.

TOWALAME AUSTIN
Sony Music Group, Yardımseverlik ve Sosyal Etki, İdari Başkan Yardımcısı

Müziğin gücü, Sony Music'in çeşitli meselelerde farkındalığı artırma ve değişim yaratma vizyonunun da merkezinde yer alıyor.

"Platformumuz ve çalışanlarımızla sanatçılarımızın sesi, toplum ve kültür üzerinde güçlü bir etki yaratabilir.

"Çalışanlar ve sanatçılar, her zamankinden daha çok işin içinde ve daha görünür olmamız ve farklı topluluklarla bağ kurabilmemiz için nasıl yardımcı olabileceklerini bilmek istiyorlar."

Öte yandan Sony Music'in işlerinin yardımseverliği uygulama tarafının "halk" unsurunu da vurguluyor.

"Pandeminin başlarında Sony Corp, COVID'den etkilenenlere destek vermek için \$100 milyon değerinde bir fon oluşturdu. Acil ihtiyaçları ele almanın yanı sıra gıda güvensizliği ve evsizlik gibi COVID'le ilgili veya COVID kaynaklı meselelerde toplulukları destekliyor ve onlarla birlikte çalışıyor.

"Ayrıca lise müzik programlarını da destekliyoruz çünkü bazı aletleri çalmak için özel koruyucu ekipmanlar gerekiyor ve grupların ve orkestraların güvenli bir ortamda faaliyetlerini yürütebilmeleri için bunları tedarik ediyoruz. Topluluklara gerçekten yakın olduğunuzda önemli bir etki yaratabileceğiniz açık."

"İNSANLAR GERÇEK SONUÇLAR VE GERÇEK DEĞİŞİM GÖRMEK İSTİYOR"

Austin'in iş arkadaşı Tiffany R. Warren, Sony Music Group'ta Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Baş Görevlisi, İdari Başkan Yardımcısı olarak görev görüyor. Sony Music'in şeffaflık temelini ve çalışan deneyimine doğrudan etki eden şirket kültürünü değiştirme isteğinin önemini vurguluyor. "Hem içerideki hem dışarıdaki yeteneklerimizin, değerlerimizin iş arkadaşlarımızın ve yöneticilerimizin sözlerine, yüzlerine ve eylemlerine yansıdığını görmesi önemlidir; biz de bunu yapıyoruz, çünkü kültür gerçekte böyle değiştirilir. Ben gelmeden önce de bu böyleydi.

"Gördüm; küçük değişiklikler büyük değişikliklere yol açıyor, anlar hareketlere yön veriyor. Bir şeyin gerekmesi durumunda doğru çerçeve, doğru ortam ve doğru araçlar sağlandığında, her seviyedeki yeteneklerimiz anlamlı bir değişimi yaratıp destekliyor.

"Sony Music Group'un yetenekli topluluğu, bugünün ve yarının liderleri; bir çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık kültüründe yetişmelerinin önemli olduğunu biliyoruz. Şirket, kültürümüzün değişimine yardımcı olmak için yeteneklerimizle yakın ilişki içinde olduğu bir geçmişe sahip; çünkü nihayetinde bir yönetici ve bir iş arkadaşı olarak kendilerini istisnai kılan bu."

Kapsayıcılık ve çeşitlilik konusunda bu şirketin yaptıklarından gurur duyuyorum. Rehberlik ve mentorluk konusunda genç kadınlara verilen fırsatlara bakıyorum da, inanılmaz.

REBECCA ALLEN
EMI Records, Başkan

P!NK fotoğrafını çeken Sølve Sundsbø

Endüstrideki birçok yönetici gibi Warren da tutumda ve vurguda bir değişimi kabul ediyor ve mutlulukla karşılıyor. Şunları söylüyor: "Genel kural olarak çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık, sözümüzün ötesine geçmeli ve eylemlerimize ve kimliğimize dönüşmeli. Kurumsal dünyada yüzeysel, edimsel bir unsur sık sık görülmele birlikte şimdi eylem ve sorumluluk zamanı.

Genel kural olarak çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık, sözümüzün ötesine geçmeli ve eylemlerimize ve kimliğimize dönüşmeli.

TIFFANY R. WARREN
Sony Music Group, Çeşitlilik ve Kapsayıcılık Baş Görevlisi, İdari Başkan Yardımcısı



Geçtiğimiz yaz sosyal adalet protestoları bütün dünyaya yayılırken şirket olarak eyleme geçmek zorundaydık ve ABD başkanlık seçiminde Sony Music Group'un "Senin Sestin, Senin Gücün, Senin Oyun" kampanyasına öncülük ettik. Bugün, 2020 seçimlerinden uzaklaşıp ulusumuzun karşı karşıya olduğu dönüştürücü meselelere odaklanırken, eğitim, sağlık, gıda ve iş fırsatlarına erişimi ele alan kuruluşlarla çalışarak toplum üzerinde uzun süreli bir etki yaratmaya öncelik veriyoruz.

SYLVIA RHOME
Epic Records, Başkan ve CEO



Micro TDH fotoğrafının sahibi Warner Music Latina

Çağımızda kadınlara güçlü unvanlar vermek yeterli değil, geçmişte yapılan hataları, kör noktalarımızı, imtiyazlarımızı kabul etmemiz ve bunların üstesinden gelerek telafi etmek için sürekli çalışmamız gerekiyor. Müzik kesinlikle durdurulamaz bir güç ve yaptığımız iş, gerçek bir çeşitliliğin ve kapsayıcılığın yolunu açabilir ve açmalıdır da. Warner'da çeşitlik içeren ve kapsayıcı bu kültürü her bölgede uygulamak, adalet talep etmek ve sanatçılar, endüstri çalışanları ve müzik hayranları için güvenli alanlar sunmak gibi bir misyonumuz var.

GÜLCE ÖZYEŞ İLPINAR
Warner Music, Türkiye, Genel Müdür

MÜZİĞİN GELİŞİMİ İÇİN ADİL BİR ORTAM YARATMAK

IFPI, tüm müzik sektörünün büyümesi ve gelişmesini desteklemek üzere dünya genelinde adil ve sürdürülebilir düzenleyici çerçeveler için mücadele etmek amacıyla plak şirketiyle birlikte çalışıyor. Buna müziğe yatırım yapanların ve müziği yaratanların haklarının tanınması ve etkili şekilde uygulanması da dahil.

Müzik piyasalarının yapısı dünyanın her yerinde farklılık gösterebilmekle birlikte müziğin küresel gelişimini sağlayacak şu prensipleri piyasalara sunmak için çalışıyoruz:

1 MÜZİĞİN DEĞERİNİ TANIMAK

Müziğin hem kültürel hem de ekonomik değeri söz konusudur; kamu politikaları müzik dağıtan tüm hizmetlerin, nasıl faaliyet gösterdiklerinden bağımsız olarak, adil, rekabetçi bir piyasada müzik yaratıcıları ve (müziği yaratan ve müziğin mülkiyetini elinde bulunduran) hak sahipleri ile piyasa değerindeki lisansları müzakere edebilmesini sağlamalıdır.

Dünya genelindeki politika üreticiler, "güvenli liman" hükümlerinin telif hakkı yükümlülüğünden muaf olmak ve çevrimiçi piyasada müziğin değerine zarar vermek üzere çevrimiçi platformlar tarafından suistimal edilmemesinin sağlanmasının gerektiğini giderek daha iyi anlıyor. Avrupa Birliği'ne Üye Devletler, bu meseleye yönelik "Telif Hakkı Direktifi" olarak bilinen bir mevzuat uyguluyor; Direktifin orijinaline sadık kalarak aktarılması gerekir, yoksa icra edilme amacı olan kamu politikasını bozacaktır. Meksika'da hükümet, "güvenli liman" kurallarına, engelleme işleminden sonra lisanssız içeriğin yeniden ortaya çıkmasını sağlayan "uyar ve engelle" (notice and staydown) koşullarını ekledi.

Hak sahipleri ayrıca, müzikleri halka açık temsillerde veya yayınlarda kullanıldığında da korunmalıdır. 2020 yılının sonunda, IFPI ve üyelerinin yönettiği uzun vadeli bir kampanyanın ardından Çin, kayıtların halka açık temsillerde ve yayınlarda kullanımı için tam temsili alan haklarını tesis etti. İlk defa hak sahipleri için, halka açık temsillerde ve yayınlarda kayıtların kullanımından dolayı gelir elde edilerek Çin müzik topluluğuna daha fazla yatırım sağlanacak. Singapur da halka açık temsil haklarını tanımayı kabul etti ve bunları uygulamak için çalışıyor. Endüstrinin hâlâ Japonya ve ABD'de temsili alan haklarında tam koruma sağlaması gerekiyor.



Amy Shark fotoğrafını çeken Max Doyle



Sfera Ebbasta fotoğrafını çeken Haris Nukem

2 TELİF HAKKI ÇERÇEVELERİNİN NET OLMASINI SAĞLAMAK VE YASAL KESİNLİK SUNMAK

Herkesin, müziğin nasıl yasal olarak kullanılabileceğini anlamasını ve bunu yapabilmesini sağlamak için ticari ve yasal kesinlik gereklidir. Bunun anlamı, hak sahiplerinin münhasır haklar yoluyla uygun seviyede korumaya sahip olmasını garanti etmektir. Telif haklarına istisnaların bulunduğu yerde söz konusu istisnalar sınırlandırılmalı, açıkça tanımlanmalı ve meşru bir kamu politikası elde etmek gibi dar kapsamlı bir hedefi olmalıdır. Açık uçlu veya "esnek" istisnalar, suistimale açık olup gereken kesinliği sağlamaz.

3 SÖZLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜNE SAYGI

Adil ve işlevsel bir piyasada taraflar, lisans düzenlemelerinin şartları konusunda anlaşmakta özgür olmalıdır. Ne kadar iyi niyetli olsa da müdahale edilmesi, piyasayı bozacak, yatırım konusunda cesaret kırarak ve tüm sektörün büyümesini baltalayacaktır. Asla teknoloji kadar hızla değişim gösteremeyecek olan sabit düzenlemelerle endüstrinin elini kolunu bağlamak, plak şirketlerinin, sanatçıların ve platformların sürekli değişen bir piyasa karşısında en etkili ve yenilikçi çözümleri bulma kabiliyetini sınırlandırır.

4 DİJİTAL KORSANLIĞLA MÜCADELE

Teknolojiyle birlikte lisanslı dijital müzik değişim geçirdikçe telif hakkı ihlali de bu değişimi yaşıyor. IFPI ve üye şirketleri, lisanssız müziğin çevrimiçi yayılmasını frenlemeye yönelik adım atarak sanatçıların içeriğini korumak için hiç durmadan çalışıyor, buna müzikten yasa dışı kazanç sağlamaya çalışan hizmetlerin faaliyetlerini yasaklamak için gereken yerde yasal işlem başlatmak da dahil.

Çalışmalarımıza yardımcı olmak için dünya genelindeki hükümetler, Hindistan'dan Latin Amerika ve AB'ye kadar artan sayıda ülke örneğini takip ederek lisanssız müziği kullanıma sokan hizmetlere erişimi engellemek için çevrimiçi araçlar gerektiren mevzuatı yürürlüğe koyup uygulamalıdır. Hükümetler ayrıca çevrimiçi yer sağlayıcıların, hizmetlerinden müziğin ihlalini uzak tutmak için "uyar ve engelle" tedbirlerini benimseyip uygulamasını da şart koşabilir. Bütün araçlar, müşterileriyle ilgili doğru tanımlayıcı bilgilere sahip olduklarından emin olmak için adımlar atmalı ve bu bilgileri, fikri mülkiyet haklarının koruması gibi meşru bir amaçla ihtiyaç duyan hak sahiplerinin ve kanun uygulayıcı kuruluşların kullanımına sunulmalıdır. Çevrimiçi araçlar, toplu telif hakkı ihlali olanak tanıyarak kazanç sağlamamalıdır.

MÜZİĞİN EKONOMİK KATKISI

Müzik, hayatlarımıza çok farklı, genelde de hesaplanamaz şekillerde katkıda bulunur. Ölçebileceğimiz alanlardan biri, ekonomik katkısıdır. IFPI tarafından Oxford Economics'e yaptırılan *The Economic Impact of Music in Europe* (Müziğin Avrupa'daki Ekonomik Etkisi) adlı derinlemesine bir çalışmaya göre müzik sektörü, AB ve İngiltere'de ekonomiye her yıl €81,9 milyar katkı yapıyor ve iki milyon işi destekliyor.

€81,9 milyar

MÜZİK SEKTÖRÜNÜN AB VE İNGİLTERE'DEKİ GAYRİSAFİ YURTİÇİ HASILAYA KATTIĞI GAYRİSAFİ KATMA DEĞER

MÜZİK SEKTÖRÜNÜN DESTEKLEDİĞİ TOPLAM İŞ

2 MİLYON İŞ

(SEKTÖRE BAĞLI HER 119 İŞTEN 1'İ)

€9,7 milyar

AB VE İNGİLTERE DIŞINDAKİ ÜLKELERE İHRAÇ EDİLEN MAL VE HİZMETLER

€31 milyar

SEKTÖRÜN TOPLAM VERGİ KATKISI

Bu çalışma özellikle AB ve İngiltere'ye odaklanmakla birlikte müziğin doğru politika ortamı sağlandığı takdirde bir ülkeye yapabileceği katkısı gösteriyor.

flowerkid fotoğrafını çeken Levon Baird



FOTOĞRAFLARIN SAHİPLERİ

KAPAK

Angèle fotoğrafını çeken Charlotte Abramow

Ray Dalton fotoğrafını çeken Epic / Sony Music Almanya

Dua Lipa fotoğrafının sahibi Warner Records İngiltere

LYRA Vanilla fotoğrafını çeken Rang Surasak Ittirit

BTS fotoğrafını çeken Big Hit Entertainment

Bruno Mars fotoğrafını çeken Kai Z Feng

Doja Cat fotoğrafını çeken Vijat Mohindra

Julie Bergan fotoğrafını çeken Paul Edwards

The Weeknd fotoğrafını çeken Nabil Elderkin

SAYFA 6

BTS fotoğrafını çeken Big Hit Entertainment

SAYFA 7

Taylor Swift fotoğrafını çeken Beth Garrabrant

Drake fotoğrafını çeken Gabrielle Salonga

The Weeknd fotoğrafını çeken Nabil Elderkin

Billie Eilish fotoğrafını çeken Kenneth Cappello

Eminem fotoğrafını çeken Danny Clinch

Post Malone fotoğrafını çeken Gabrielle Salonga

Ariana Grande fotoğrafını çeken Dave Meyers

Juice WRLD fotoğrafını çeken Chris Long

Justin Bieber fotoğrafını çeken Mike Rosenthal



representing the
recording industry
worldwide

IFPI, dünya genelinde kayıt endüstrisinin sesi olup dünya çapında 8000'i aşkın plak şirketi üyesini temsil etmektedir. Kayıtlı müziğin değerini desteklemek, plak prodüktörlerinin haklarını savunmak ve dünya genelinde kayıtlı müziğin ticari kullanımını artırmak için çalışıyoruz.