

IFPI Dijital Müzik Raporu 2010

Müzik nasıl, ne zaman, nerede istersen



İçerik

3. Giriş
4. Yönetici Özeti: Müzik – Yaratıcı Endüstriler Devriminde Yol Gösterici
8. İş Modellerinin Çeşitlendirilmesi
10. Dünya Çapında Dijital Müzik Satışları
12. Profilde: Dijital Müziğin Öncüleri
18. Hileli bir Piyasada Rekabet Etmek – Yasadışı Dosya Paylaşımı Sorunu
20. Tüm Yaratıcı Endüstriler için ‘İklim Değişikliği’
24. Dereceli Sorumluluk – Orantılı ve Önleyici bir Çözüm
28. Yasal Müzik Servisleri Dünyası
30. Tüketici Eğitimi – Çıkarılan Dersler



Müzik Nasıl, Ne zaman, Nerede İstersen – Ancak Korsan’ı Ele Almadan



IFPI Yönetim ve İcra Kurulu Başkanı John Kennedy tarafından hazırlanmıştır

Bu yedinci IFPI Dijital Müzik

Raporudur. Bu raporu 2004 yılında yayımlanan ilk rapor ile karşılaştırırsanız teknolojik ilerlemeler ile çalışmış, tüketicisini dinlemiş, yeni format ve kanallarla müziğini lisanslayarak duruma cevap vermiş bir sektör çerçevesinde yaşanan dönüşümü görebilirsiniz.

2009 yılında, tüm dünyada, ilk kez, plak şirketi gelirlerinin dörtte birinden fazlası dijital kanallardan elde edilmiştir. Hayranlar parça ve albümlere birkaç yıl önce tasavvur edilemeyen şekillerde sahip olabilmektedirler – örneğin indirme mağazaları, streaming siteleri, abonelik servisleri, kullanıcılarına ücretsiz olan siteler, genişbant ya da cep telefonu cihazları ile birlikte sunulan paketler.

Bu yeniliklerin sanatçılara daha fazla yatırım ve daha fazla iş imkanı ile piyasada büyüme olarak ödüllendirildiğini bildirmek çok iyi olurdu. Ancak maalesef durum bu değil. Dijital korsan, hala piyasada büyümenin önünde duran büyük bir engeldir. Bu raporda değinilen satışlardaki ani düşüş ve üç ana müzik piyasasına yapılan yatırım bu duruma işaret etmektedir ve dünyaya yönelik bir uyarı niteliğindedir. Olumlu tarafından bakarsak, tüketici-dostu servislerden oluşan 4.2 milyar dolarlık bir dijital iş modeli oluşturduk. Olumsuz tarafından bakarsak, küresel satışlarımız 2004 – 2009 arasında yaklaşık %30 düştü, dijital satışlarımızın büyümesi de yavaşlamakta ve hatta bu raporda anlatılan başarı hikayeleri dahi korsan sorununu ele almazsak hayatta kalma mücadelesi verecekler.

Bazı kişiler sorabilir, ‘neden mücadeleden vazgeçmeyelim?’

Cevabı basit – öncelikle, buna maddi gücümüz yetmez. Yeni sanatçılara

yatırım yapmaya devam edebilmemiz için korsanla mücadele etmemiz şart. İkinci olarak ise, etkili bir cevap yolunda ilerlemektediriz. Bu ilerleme, oyalanacak zamanı olmayan bir endüstri için acı verici derecede yavaş ancak sonuçta yine de bir ilerlemedir.

Raporun 20. sayfasında, Kudos yapım şirketinin başkanı Stephen Garrett, yaratıcı endüstrilerde bir iklim değişikliğinden bahsetmektedir.

“ Yeni sanatçılara yatırım yapmaya devam edebilmemiz için, korsanla mücadele etmemiz şart.”

Bu ifade dijital korsan tartışmalarının evrim yolunu yakalamaktadır.

Dünya çapında bunu duyabilirsiniz:

Bu artık yalnızca müziğin sorunu değil, bu yaratıcı endüstrilerin sorunu: film, televizyon, kitaplar ve oyunlar etkilenmektedir. Bu arenada, müzik endüstrisi yaratıcı endüstrilere yol göstermekte ve tüketicilere yenilikler sunarak liderlik etmektedir. 2009 yılında, Rupert Murdoch içerik kleptomalarının başarı kazanmaması gerektiğini belirtmiştir ve Microsoft korsanla mücadele konusunda açıklama yaparak korsan disk oynatmak üzere konsolunu modifiye eden imkanı, oyuncular Xbox live’den men etmeye hazır olduğunu belirtmiştir – üç aşama prosedürüne gerek kalmayacaktır!

Tartışmaların ardında yatan fikir de büyük ölçüde değişmiştir. Tartışma artık büyük ekonomik öneme sahip yaratıcı endüstrilerin geniş kapsamı ve istihdam ettiği binlerce kişi ile ilgilidir. Fransa, İngiltere ve diğer hükümetlerin yasa dışı dosya paylaşımının kökünün kazınması için mevzuat çıkarma

sebeplerinden bir tanesi de budur.

Diğer aşık bir değişim ise müzik sektörünün kendi içinde gerçekleşmiştir. Kısa bir süre öncesine kadar sanatçıların korsan ve korsanın kendilerine verdiği zararlar ile ilgili kamuya açık tartışmalara girmeleri nadir görülen bir durumdu. Eylül 2009’da bu durum değişti.

Lily Alen yasa dışı dosya paylaşımının genç sanatçıların kariyerleri üzerindeki etkisinden bahsetti. Lily Alen internet üzerinden, hakaret içeren tacizlerle karşılaştığında ise diğerleri ona destek oldular.

Değişim modu hükümetleri de açıkça etkilemektedir. 2009 yılında, ISP’lerin kişiler arası korsanlıkları mücadelelerini öngören mevzuat Fransa, Güney Kore ve Tayvan’da benimsenmiştir. Bu ülkeler yasada tekrarlanan uyarılara rağmen ısrarla telif haklarını ihlal edenlerin orantılı ve etkili yaptırımlara maruz kalmasının uygun olduğunu belirtmiştir. Bu yasalar, fikri mülkiyet haklarının internet üzerinde korunması açısından çok önemli bir emsal teşkil etmektedirler. İngiltere’de de Fransa’da olduğu gibi, hükümetin internet üzerindeki içeriğin korunmasında kilit bir rol üstlendiği anlaşılmıştır. En rekabetçi, yenilikçi ve piyasa tarafından yönlendirilen piyasalarda bile, piyasa ancak etkin hukuk üstünlüğü çerçevesinde faaliyet gösterebilmektedir.

Bu rapor müzik endüstrisine yönelik iyimser bir geleceğe giden yolu işaret etmektedir – tüketicilere sunulan muhteşem fırsatlar, sanatçılara daha fazla yatırım yapılması, ekonomik büyüme ve daha fazla iş imkanı.

Ancak, şu anda bu geleceğin yakınında bile değil ve yaratıcı eserlerin ödüllendirildiği ve kişilerin telif hakları hırsızlığından etkin bir biçimde caydırıldığı güvenli bir yasal ortam olmaması durumunda bu noktaya ulaşmamız mümkün değildir. Dijital müziğin büyük potansiyelinin önünü açmak için, hem kişiler arası ağlarda hem de diğer şekillerde gerçekleşen korsanın ele alınması gereklidir. İşte bugün, bu noktada hükümetlerden harekete geçmelerini beklemekteyiz.

Yönetici Özeti: Müzik – Yaratıcı Endüstrilerin Dijital Devriminde Yol Gösterici

“ Amacımız yalnızca dijital meraklısı olmak değildir- amacımız tüketici meraklısı olmaktır.”

Elio Leoni-Sceti, EMI Music İcra Kurulu Başkanı

Çeşitlenen bir endüstri

Müzik endüstrisi, dijital devrim yolunda yaratıcı endüstrilere öncülük etmeye devam etmektedir. 2009 yılında, ilk kez, kayıtlı müzik endüstrisinin küresel gelirlerinin dörtte birinden fazlası (%27) dijital kanallardan elde edilmiştir – tahmini olarak 4.2 milyar dolar ticari değere sahip piyasada, 2008 yılında %12 oranında bir büyüme yaşanmıştır (IFPI). Dünyanın en büyük müzik piyasasına sahip olan ABD’de, internet ve cep telefonu aracılığıyla elde edilen müzik gelirleri halihazırda müzik satışlarının yaklaşık %40’ına karşılık gelmektedir. Tüketici tercihleri farklılaşmıştır çünkü şirketler dünya çapında 400 yasal müzik servisinde 11 milyon parçayı lisanslamış bulunmaktadır.

Bugün hayranlar çeşitli şekillerde müziğe erişebilmekte ve ücret ödeyebilmektedirler – örneğin, indirme mağazalarından parça ya da albüm satın alınması, abonelik servislerinin kullanılması, cihazlarla birlikte sunulan müzik hizmetlerinin kullanılması, müzik için mobil uygulamalar satın alınması, ücretsiz streaming servisleri aracılığıyla müzik dinlenmesi.

Müzik şirketleri ücret ödemeyenler ve dosya paylaşanların ilgisini çekmek için reklam destekli servisleri lisanslamışlar, büyük ISP’lerle çok önemli anlaşmalar yapmışlar, cihaz üreticileriyle ortaklıklar geliştirmişler ve büyük izleyici kitlesine yönelik yüksek kalitede video sunma amaçlı yeni bir platform kurmuşlardır. Tüm bu girişimler deneysel ve yenilikçidir ve tüm bunlar müzik hayranlarının ihtiyaçlarının karşılanması ilkesine dayanmaktadır.

“ Vizyonumuz her yerde, her zaman ve her mekanda müziğe erişim. Fakat en büyük soru bunu korsanın yaygın olduğu bir ortamda nasıl gelire dönüştürebiliriz sorusudur?”

Eric Daugan, Warner Music International EMEA, Ticari Stratejiden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı

“Amacımız yalnızca dijital meraklısı olmak değildir – amacımız tüketici meraklısı olmaktır. İnsanların müziği dijital olarak tüketmek istediklerini biliyoruz, bu nedenle dijital anlamda bilinçli olmamız, dijital imkanlar ve pazarlama becerilerine sahip olmamız gerekmektedir,” diyor Elio Leoni-Sceti, EMI Music İcra Kurulu Başkanı.

Dijital çağda, müzik endüstrisi iş modellerini ve gelir akışlarını çeşitlendirmektedir. iTunes önderliğindeki à-la-carte indirme modelleri internet sektöründe en büyük gelir kaynağı olmayı sürdürmektedir ve 23 ülkede 100 milyondan fazla hesaba sahiptir (Apple). A-la-carte sektördeki son yenilikler parça satışlarının albüm satışlarına dönüşmesini, iTunes LP’nin çıkışını ve uluslararası alanda DRM içermeyen indirmeleri teşvik eden çeşitli fiyatlandırma seçeneklerini içermektedir.

Yeni iş modelleri

Plak şirketleri müziği önceden tahmin edilemeyen birçok şekilde erişilebilir kılmaktadır. Birkaç yıl önce, bir albüm yalnızca birkaç formatta sunulurken bugün albümler yüzlerce format ve ürün şeklinde piyasaya sürülmektedir. Örneğin, Beyoncé’nin *I Am... Sasha Fierce* albümü ABD’de, müzik videosundan, mastertone, çalarken dinlet melodisi ve müzik parçasına kadar 260’tan fazla farklı ürün şeklinde sunulmaktadır.

Geçtiğimiz birkaç yıl içerisinde, müzik şirketleri Spotify, Deezer, MySpace Music ve We7 gibi reklam-destekli servisler, Danimarka’da TDC, Brezilya’da Terra ve İngiltere’de Sky gibi ISP’ler ve Vodafone gibi mobil operatörlerle, Nokia ve Sony Ericsson gibi cep telefonu üreticileri Hulu ve VEVO gibi internet video kanallarıyla ortaklıklar kurmuşlardır.

Erişim ve paket fırsatlar

Bu ilerlemeye rağmen, asıl zorluk dijital müziği ticari kitle piyasasına götürebilmek ve mevcut davranışı “gelire dönüştürebilmektir”. Büyümeye yönelik

oldukça geniş çaplı tüketici talebi ve potansiyel bulunmaktadır.

Capgemini tarafından gerçekleştirilen bir araştırma ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya’da tüketilen tüm müziğin yüzde 70’inin dijital kanallardan geldiğini, ancak söz konusu ülkelerde dijital platformlardan elde edilen gelirlerin endüstri gelirlerinin yalnızca yüzde 35’ine tekabül ettiğini göstermektedir. Sözü edilen büyüme potansiyelini hayata geçirme yollarından bir tanesi halihazırda tükettiği müzik için herhangi bir ücret ödemeyen büyük çoğunluğun davranışından değer yaratmaktır.

ABD’de, 13 yaş ve üzeri internet kullanıcılarının yalnızca yüzde 18’i günümüzde düzenli olarak dijital müzik satın almaktadır (NPD Group).

Avrupa’da, dijitalin benimsenme oranı daha da düşüktür – en üst beş sıradaki AB piyasalarında yer alan internet kullanıcılarının yalnızca yüzde 8’i sıklıkla dijital müzik satın almaktadır (Forrester).

“Ütopyaya çok daha yakınız, bin tüketiciden 10’ar € almak yerine bir milyon tüketiciden 1’er€ alıyoruz.”

Rob Wells, Universal Music Group International, Dijitalden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı

“Müzik erişimi” korsana karşı zorlayıcı ve meşru bir alternatif olarak görülmektedir. Müzik, servis ya da cihazlarla birlikte paket fırsatlar şeklinde ya da tüketiciye ücretsiz olarak reklam-destekli biçimde sunulmaktadır.

Bu kullanıcı başına düşük ortalama gelir ve daha fazla kullanıcı yaklaşımı geleceğe yönelik tek bir modelden ziyade birçok gelir modelini bir araya toplayan melez gelir modellerinden biri olarak görülmektedir.

Cihazlar arasında servislerin yakınlaşması da dijital müzik alanında önemli konulardan bir tanesidir. Bu, birlikte işlerliğin önünde duran ve bazı servislerin tüketici çekiciliğini kısıtlayan ve dijital sektörün büyümesini sınırlandıran engellerinin kırılmasına yardımcı olmaktadır. Her yıl, müziğin birçok ekran ve platforma aktarılması ve buralarda kullanılması kolaylaştıkça, tüketici daha iyi tekliflerle karşılaşmaktadır. Örneğin, 2009 yılında, mobil uygulamalar, iPhone gibi cihazlara Spotify, Deezer ve diğerleri gibi streaming servisleri getirerek taşınabilirlik imkanı sunan üst düzey bir hizmet fırsatı sunmuşlardır. Servis ve cihazların bu şekilde yakınlaşması ve yeni gelir kanallarının açılmasının hız kazanması beklenmektedir.

İlerlemenin Önündeki Engeller

Dijital müzik sektörü halen büyümesine yönelik birçok engelle karşı karşıya kalmaktadır. Bunların arasında bazı ülkelerdeki servislerin pazarlama yetersizliği, yayım haklarıyla ilgili sorunlar, internet üzerinden ödeme yapma konusundaki tüketici isteksizliği ve farklı tüketici gruplarına yönelik kullanıcı dostu servisler yaratılması şeklindeki karmaşık zorluk yer almaktadır.

Ancak dijital korsan sorunu tüm bu engelleri aşmaktadır. İşbu raporun 18. sayfasında ele alınan birçok gösterge dijital korsanın gelirleri, yeni servisleri ve yatırımları öldürdüğünü teyit etmektedir. Aynı zamanda, anketler de odak grupları ve her yerdeki anekdotlar tarafından desteklenen basit önermeyi doğrulamaktadır –bugün mevcut meşru alternatifleri kullanmayıp yasadışı dosya indiren tüketicilerin büyük çoğunluğu bunu bedava olanın cazibesi sebebiyle yapmaktadır.

Üçüncü taraflarca gerçekleştirilen çeşitli araştırmalar sonuç olarak, yasa dışı dosya paylaşımının net etkisinin müzik satın alımlarında yaşanan düşüş olduğunu göstermektedir. Araştırmalarda ortaya çıkan diğer bir gerçek ise tüm bunlara rağmen bazı dosya paylaşımçıların aynı zamanda sıklıkla müzik satın alan kişiler olduğudur.

“İş bir sonraki aşamaya taşımak ve henüz tüketilmemiş büyük potansiyeli yakalayabilmek için, kitle piyasasını gerçek anlamda yerinden oynatacak yeni servislere ihtiyacımız vardır. Bunu yapmak için, çekici bir kullanıcı arayüzü, güçlü bir değer önermesi ve açık bir pazarlama mesajı hayati önem taşıdığı kadar korsanın kökünün kazınmasında da etkili bir yöntemdir.”

Thomas Hesse, Sony, Küresel Dijital İşler, ABD Satış ve Şirket Stratejisi Başkanı, Sony

Korsan yatırımları vurdu

Yasadışı dosya paylaşımının engelleyici etkileri aşıkardır. Genel müzik satışları 2004-2009 yılları arasında yaklaşık yüzde 30 civarında düşmüştür.

En kötü etkilenen piyasalar endüstrinin çabalarına rağmen, meşru dijital servislerin gelişim şansının çok az olduğu ülkelerdedir. Yasal sorunların korsanla mücadele yetisini zora düşürdüğü İspanya’da, satışlarda 2009 yılında yaklaşık yüzde 18 düşüş yaşanmıştır ve piyasa şu anda 2001 yılında sahip olduğu düzeyin üçte birine sahiptir.

İspanya ve diğer yerlerde mağdur olan yerli sanatçılara yapılan yatırımlar olmuştur.

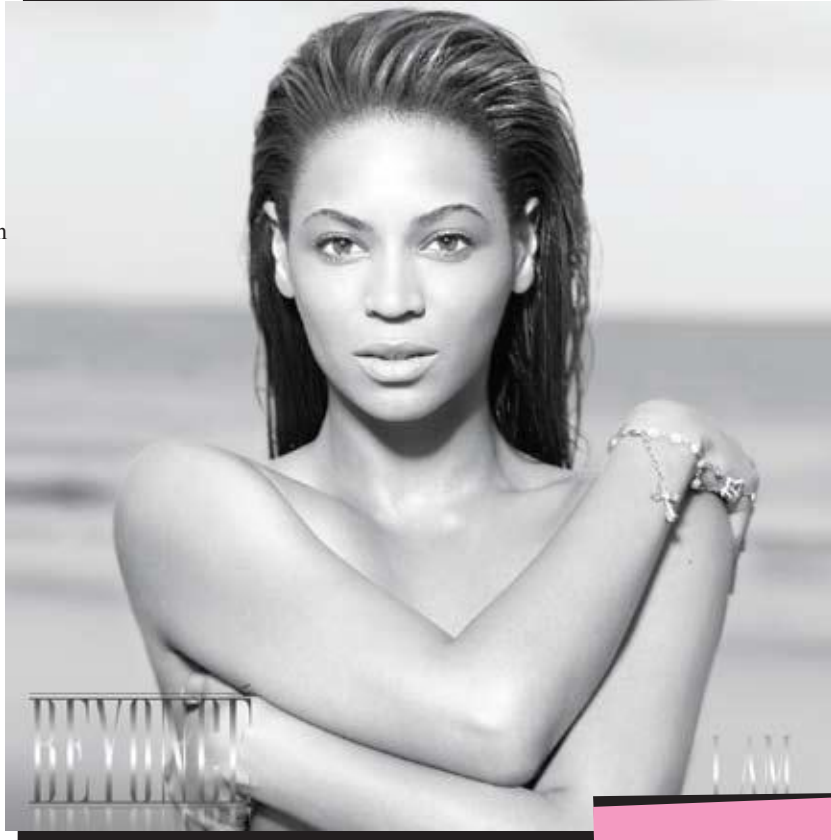
Yerli sanatçıların albüm satışları 2004- 2009 arasında yüzde 65 oranında düşmüştür. Fransa’da, yerli repertuar albüm çıkışları 2003’ün ilk yarısında 271 iken, 2009’un aynı döneminde 107’ye gerilemiştir. Brezilya’da, listenin üst sıralarında yer alan müzik şirketleri tarafından gerçekleştirilen yerli sanatçı albüm çıkışlarında 2004- 2009 arasında yüzde 80’den fazla düşüş yaşanmıştır.

Girona İspanya’da bulunan Indie plak şirketi Musica Global Başkanı Salvador Cufi “Kataloglarımızı dijitalleştirmek ve internet için yeni iş modelleri üretmek üzere çok çaba sarf ettik– ancak günümüz piyasasında bu yatırımları karlı kılmamanın başka bir yolu yok. Artık yeni sanatçılara istediğimiz gibi yatırım yapamıyor olmamız çok üzücü” diyor.

Warner Music International EMEA Ticari Stratejiden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı Eric Daugan “Vizyonumuz her yerde, her zaman ve her mekanda, erişilebilen müzik, ancak en büyük soru yaygın korsan ortamında bunu gelire nasıl dönüştürebileceğimiz sorusudur. Bunun bir yolu insanların tüketmek isteyeceği ürünler geliştirmektir ve bizim sorumluluğumuz budur. Ancak, bu ürün ve hizmetler yaygınlaşacak ise hükümet ve ISP’lerin de yardımına ihtiyacımız bulunmaktadır” diyor.

Dijital Müzik:Değişimin Tablosu

	2003	2009
Lisanslanan müzik servisleri	50’den az	400+
Mevcut kataloglar	1 milyon	11.6 milyon parça
Endüstrinin dijital gelirleri	\$20milyon	\$4.2 milyar
Endüstrinin dijital yollardan gelen gelirleri, % olarak	Kayda değmez	%27



İngiltere’de bulunan Harris Interactive tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre kişiler arası paylaşım (P2P) ana korsan sorunu olmaya devam etse de, müziğin diğer kanallar aracılığıyla yasadışı olarak yayılması 2009 yılında ciddi boyutta artmıştır.

Lisanssız indirme siteleri, haber grupları, uzmanlaşmış arama motorları, forumlar, bloglar ve cyberlocker’lar ihlalin gerçekleştirildiği ana kanallardır.

260+: Sayıda farklı ürün
Beyoncé’nin *I Am...*
Sasha Fierce albümü
ile birlikte 2009’da
piyasaya sürüldü

“Yaptırımlara ihtiyaç vardır, ISP’lerin dahil edilmesi ve destek mevzuata ihtiyaç vardır. Buna ulaşmak için tamamıyla ticari bir çözümü tercih ederdim, ancak maalesef bu pek de olacağı benzemiyor. Bu nedenle, mevzuat aracılığıyla teşviklere ihtiyaç duyulmaktadır.”

Martin Mills, Beggars Group Başkanı

Vaka çalışmaları,

yaratıcı endüstriler

İsveç ve Güney Kore’de korsanın kökünün kazınması ve meşru satışların artırılmasına yönelik güçlendirilmiş telif hakları ortamı etkisinin olumlu göstergeleri görülmüştür.

Bu rapordaki vaka çalışmaları 2009 yılında söz konusu ülkelerde iyileşen müzik satışlarını göstermiştir, ancak bu ilerlemeyi muhafaza etmek için ilgili eylemlerin sürdürülmesi gerekmektedir.

Dijital korsan 2009 yılında tüm yaratıcı endüstrilerin gündemlerinde en üst sıralara tırmanmıştır. Teknolojideki hızlı ilerleme ile birlikte, oyun üreticileri, film ve televizyon yapımcıları ve kitap yayıncıları son on yılın başında müzik endüstrisinin yaşadığı zorlukların aynısı gibi yüz yüze gelmektedirler. Sanatçı menajeri, Simon Renshaw, “Endişe ettiğim konu telif haklarının herhangi bir değere sahip olmadığı ve fikri mülkiyet yaratıcılarına destek ve koruma sağlaması için kimsenin teşvik edilmediği bir dünyaya doğru yol alıyor olmamız” diyor.

Tüketici eğitimi

Tüketici eğitimi çok önemli bir role sahiptir ve müzik endüstrisi halihazırda dünya çapında 70’den fazla bilinç geliştirme programına dahildir. Ancak, tek başına tüketici eğitimi,

izinsiz dosya indirme ile ilgili yasal ve etik konulara ilişkin bilinci etkili bir biçimde geliştirmiş olmasına rağmen, tüketici davranışını değiştirememektedir. Nitelikli meşru müzik arzları ve anlamlı caydırıcılar bu süreçte hayati önem taşımaktadır.

Mevzuat, ISP işbirliği

Müzik endüstrisi ve dünyadaki diğer yaratıcı endüstriler, ağlarındaki dijital korsanın kökünün kazınması yolunda ISP desteğinin sağlanmasının yollarını aramaktadırlar. Çoğu ülkede bu yolda, tüm ISP topluluğundan tutarlı ve etkili bir tepki alınması için hükümetlerin yardımı gerekli olmaktadır. Şu ana kadar en geniş çaplı değerlendirilen yaklaşım, ihlalcilere uyarıların gönderildiği, ve ihlali durdurmayı reddedenler karşısında son çare olarak hesabın geçici olarak askıya alınması yaptırımını içeren dereceli sorumluluk yaklaşımıdır. Dereceli sorumluluk korsanın kökünün kazınmasında orantılı ve etkili bir yöntemdir.

IFPI, ISP’leri dereceli sorumluluk sisteminde işbirliği yapmaya ilk olarak 2005 yılında çağırmıştır. Beş yıl sonra, gönüllü yöntemler büyük ölçüde ilerleyemez hale gelmişlerdir. Ancak, Fransa, İngiltere, Yeni Zelanda, Güney Kore ve Tayvan dahil olmak üzere bir dizi hükümet, bu gibi bir işbirliğinin gerekli görülmesi için mevzuatlar yürürlüğe koymuşlardır ya da buna ilişkin hazırlıkları yürütmektedirler. n



“On yıldır süren müzik dosya paylaşımı ve hırsızlığı bundan zarar görenlerin yaratıcılar olduğunu açıkça ortaya koymuştur... Bu, tersine Robin Hood uygulamasının fayda sağladığı kişiler ise artarak şişen karları müzik endüstrisinin kaybettiği gelirleri mükemmel bir şekilde gösteren zengin servis sağlayıcılarıdır.”

Bono, şarkıcı- şarkı yazarı, *New York Times*, Ocak 2010

İş Modellerinin Çeşitlendirilmesi

“Müziği insanların yaşamlarına sokabilmek için yeni yollar bularak geleceğimizi şekillendiriyoruz.”

Lucian Grainge, Universal Music Group International Yönetim ve İcra Kurulu Başkanı

İndirmeler büyümeye devam ediyor

A-la-carte indirme servisleri internet üzerinden elde edilen gelirlerin büyük bir kısmına tekabül etmektedir ve istikrarlı bir büyüme yaşamıştır. 2009 yılındaki üç kilit gelişme: daha fazla DRM'siz servisin piyasaya sürülmesi, dijital albüm çıkışlarındaki sürekli büyüme ve değişken fiyatlandırmanın çıkarılması olmuştur.

Müzik şirketleri uluslararası alanda DRM'siz a-la-carte servislerin lisanslanmasına hız vermişlerdir. Hayranlar şu anda, herhangi bir internet servisinden sanal olarak satın aldıkları müzik dosyalarını farklı taşınabilir cihazlara aktarabilmektedirler. Dijital albüm satışları birçok piyasada single parça satışlarından daha hızlı büyümüştür. Listede üst sıralara çıkan yeni parçalara göre katalog müzikte indirim yapılan değişken fiyatlandırma, parça alımlarının albüm satışlarına dönüştürülmesine yardımcı olmaktadır.

Delüks dijital format **iTunes LP**'nin başlatılması, bir ana dijital albümün çıkış satışlarının ortalama yüzde 65-70'ine tekabül etmekte olan premium (ayrıcalıklı) albümlere olan talebi patlatmıştır. Bob Dylan'dan Jay-Z'ye, sanatçılar hayranlarını bu yeni yolla meşgul etmekte. Premium albüm indirmeleri çoğu kez normal sürümleri sayıca geçmektedir. Avrupa'da iTunes aracılığıyla yapılan satışların birinci haftasında, Michael Bublé'nin *Crazy Love* delüks formatı standart sürümünün üç katı daha fazla tercih edilmiştir.

ISP ve mobil ortaklıklar

İnternet servis sağlayıcılar (ISP'ler) müzik şirketleriyle ticari ortaklık kurulması konusunda gitgide daha fazla ilgilenmektedirler. Bunlar ISP'lere birçok piyasada doyum noktasına ulaşmaya yakın genişbant talebi bulunan ve video gibi

içeriklere yönelik tüketici taleplerinin ağ masraflarını artırdığı bir dönemde katma değer sağlayabilir. Müzik ve diğer eğlence içerikleri ISP'lerin 'kayıpları' azaltmaları ve müşterilerini muhafaza ederek yeni gelirler elde etmelerine yardımcı olabilecektir.

TDC'nin PLAY servisi başlatılan ilk müzik servisi olmuştur. Bugün bu servis TDC'nin Danimarka'daki genişbant, mobil ve kablolu müşterilerine 6.1 milyon parçayı içeren bir katalogdan, herhangi ek bir ücret ödenmeksizin, sınırsız müzik streaming hizmeti sunmaktadır. TDC'nin internet üzerindeki müşteri kaybı TDC Play servisini kullananlar sayesinde, yüzde 50 oranında düşmüştür.

İngiltere'de ev eğlence şirketi Sky Ekim 2009'da **Sky Songs** servisini başlatarak aylık 10-15 parça indirmeyi içeren paketlerle birlikte dört milyonu aşkın parçayı sınırsız streaming aracılığıyla dinleme fırsatı sunmuştur. Bu yeni fırsat, müzik servisi Omnifone tarafından desteklenmektedir.

Brezilya'da, Telefonica Group'un bir parçası niteliğindeki **Terra Networks**, 2006'da **Sonora** servisini başlatmıştır. Servis, ücretli ISP faturası ile birlikte gelen “bağlı” abonelik aracılığıyla sınırsız müzik streaming hizmeti sunmaktadır. Şubat 2009'da Sonora yeni bir servis ayağı sunmuştur – buna göre reklam destekli, tüketiciye ücretsiz servis aracılığıyla aylık 20 saat müzik streaming sunulmuştur. Bu yeni fırsat bir yıldan daha az bir sürede üç milyondan fazla kullanıcı çekmiştir. Mobil operatörler de gitgide daha fazla katma değer sağlayan içerikler sunmaktadır.

STREAMING

DOWNLOADS

Örneğin, **Vodafone** hem a-la-carte hem sınırsız abonelik hizmetleri sunarak 20'yi aşkın ülkede aktif konumdadır. Nisan 2009'da Vodafone İspanya başlatıldıktan çok kısa bir süre sonra 100,000'i aşkın kullanıcıyı çekmeyi başaran, genel mobil servis ile birlikte paket halinde sunulan sınırsız müzik aboneliği servisini başlatmıştır.

Cihazlarla birlikte paket halinde sunulan müzik abonelikleri

Mobil telefon üreticileri Nokia ve SonyEricsson 2008 yılında cep telefonları ile birlikte paket halinde sunulan sınırsız müzik servislerini sunmaya başlamışlardır. Bu cihazların tüm dünyada yaygın olarak kullanılması çok büyük imkanlar sağlamaktadır. Nokia, her yıl 450 milyon cihaz satarak dünyanın en büyük cep telefonu üreticisi konumunu elinde bulundurmaktadır.

Nokia'nın Comes With Music Servisi(CWM)

11 ülkede başlatılarak, 2009 yılında uluslararası piyasalara büyük ölçüde yayılmıştır. Servis özellikle Latin Amerika'da büyük

“Endüstrideki herkes için kilit nokta deneylere devam etmek ve yaklaşımımızda biraz agnostik olmaktır.”

Ron Werre, EMI Music Services Başkanı

bulunmaktadır. Sınırsız streaming bilgisayarla birlikte ve reklam destekli olarak ücretsizdir. Mobil uygulamalar aracılığıyla, reklamsız taşınabilir erişim aylık €9.99 karşılığında sunulmaktadır. Spotify İsveçli ISP TeliaSonera ile anlaşma yaparak müşterilerinin ayrıcalıklı servis ücretini geniş bant faturası üzerinden ödenmesine imkan tanımıştır.

Benzer bir şekilde faaliyet gösteren diğer bir servis **Deezer**, kullanıcıların yazılım indirmeye gerek olmaksızın herhangi bir bilgisayar aracılığıyla erişilebilen web-tabanlı bir servistir. Bu servis müzik streaming ve kişiselleştirilmiş web radyoları sunmakta. Şu ana kadar Fransa’da 10 milyon olmak üzere, toplam 16 milyonu aşkın kullanıcıyı çekmeyi başarmıştır. Reklam destekli modeller müzik için ücret ödemeye isteksiz ve temelde yasadışı dosya paylaşım servislerini kullanan kullanıcıların çekilmesinde başarı sağlamıştır. GfK’na göre, Spotify’nın 12 İsveçli kullanıcılarından altısı Temmuz ayında servisi kullanmaya başladıklarından beri dosya paylaşım faaliyetlerini durdurduğunu ya da azalttığını bildirmiştir.

2009 sonlarına doğru iTunes, endüstri yorumcularının, şirketin streaming piyasası ile meşgul olmaya başlamasına sebep olabilecek bir hamle olduğunu söyledikleri Lala’yı, satın aldığını duyurmuştur.

İnternetteki müzik videolarının gelire dönüştürülmesi

Müzik videoları dijital müzikte başı çeken, streaming servislerinin başarısı ile beslenen bir büyüme alanıdır. 2009 yılında Jupiter Research tarafından gerçekleştirilen bir çalışmaya göre, YouTube gibi siteler, internette müzik videosu izleyen tüm internet kullanıcılarının yaklaşık üçte biri (%31) ile Avrupa’daki dijital müzik faaliyetlerini egemenliği altına almaktadır.

Aralık 2009’da, Universal Music Group ve Sony Music Entertainment ABD ve Kanada’da **VEVO** servisini başlatmak üzere YouTube ve Abu Dhabi Media Company ile ortaklık kurmuştur. Servis EMI Music ile de anlaşma imzalamıştır. Servis Youtube içerisinde VEVO kanalı üzerinden VEVO.com ve diğer internet destinasyonları aracılığıyla profesyonel müzik videolarının reklam destekli yayımına odaklanmıştır. Aynı bir hamle çerçevesinde, Warner Music,

Eylül 2009’da YouTube ile bir anlaşma imzalayarak Warner Music sanatçılarının müzik ile ilgili içeriklerine erişim sağlayan hayranlar için, yüksek kalitede ayrıcalıklı oynatıcı, içeriği artırılmış kanallar ve sanatçı web sitesi linklerini içeren, çok seçenekli bir deneyim yaratmıştır. Anlaşma aynı zamanda plak şirketinin, müziğini farklı kanallarda kullanan videoların yanı sıra reklam satmasına da imkan tanımıştır.

Sony Music Entertainment, Küresel Dijital Sektör, ABD Satış ve Şirket Stratejisinden sorumlu Başkanı Thomas Hesse “VEVO profesyonel olarak üretilmiş içeriğin görüntülenmesine yönelik yeni bir ayrıcalıklı ortam ile birlikte, hem müşteriler hem reklam verenlerin tecrübelerini, iyileştirmek üzere yaratılmıştır” diyor.

Hulu internet üzerinden müzik videoları ve canlı konserler sunan diğer bir servistir. Aynı zamanda, MySpace Music **MySpace Music Videos** hizmetini başlatabilmek için servis kapsamını genişletmiştir.

Doğrudan tüketiciye

Müzik şirketleri de müziğin, ticari ürünlerin ve konser biletlerinin doğrudan tüketiciye satışında sanatçıları desteklemek için çaba sarf etmektedirler.

Warner Music sanatçı web sitelerini 2008 yılında bünyesine almaya başlamıştır ve bunları Avrupa listesinin yaklaşık dörtte birinde işletmektedir. İspanya’da şirket, sanatçı Alejandro Sanz’ın resmi sitesini işletmektedir ve sanatçının hayran kulübünün yaklaşık yüzde 80’ini yıllık €38.99 karşılığında ayrıcalıklı üyeliğe geçirmiştir. Sitenin aylık kullanıcı miktarı Warner Sanz ile birlikte site üzerinde çalışmaya başladıktan bu yana yüzde 300 artmıştır, sanatçı günde üç dört kere blog yaparak aktif bir internet topluluğu oluşturulması yönündeki çalışmalara destek sağlamaktadır.

başarı kazanmıştır. Meksika’da servisin faaliyete başlamasından itibaren ilk altı ay içerisinde 10 milyon indirme gerçekleştirilmiştir ve Brezilya şu an CWM’in en çok sattığı ülkedir. “Comes with the Music” şirketi yalnızca bir cep telefonu üreticisinden internet servis şirketine dönüştürmek üzere yapılmış stratejik bir hamledir. “Müziğin, başlattığımız diğer servisler içerisinde önemli bir ayak olduğu aşikardır”, diyor, Nokia Music Brezilya, Paraguay, Arjantin ve Uruguay’dan sorumlu Yöneticisi, Adrian Harley.

Diğer cihaz ortaklığı türleri Dell’in bilgisayarları ile birlikte paket olarak, ABD’de abonelik servisi **Rhapsody**, İngiltere’de ise sınırlı süreli **Napster**’ı sunmasıdır.

Streaming servislerinin yükselişi

2009’da gerçekleşen kilit gelişmelerden bir tanesi hayranların herhangi bir ücret ödemeksizin streaming hizmetleri alabildikleri reklam destekli servislerde yaşanan büyümedir. Kullanıcıların daha pahalı olan ayrıcalıklı servisleri kullanmaya ikna edilmeleri bu şirketlerin uzun vadeli başarıları açısından kritik önem taşımaktadır. **Spotify** bu servislerden en yüksek düzeyde olanlardan bir tanesidir. Altı ülkede bugüne kadar kayıtlı yedi milyonu aşkın kullanıcısı

1/3: Avrupalı internet kullanıcılarının yaklaşık üçte biri müzik videolarını internet üzerinden izlemektedirler



Dünya Çapında Dijital Müzik Satışları

Müzik şirketlerinin küresel dijital gelirleri 2009 yılında tahmini olarak %12 büyüyerek ticari gelirlerde toplam \$ 4.2 milyara ulaşmıştır. Dijital kanallar, 2008'de müzik satışlarının %21'ine karşılık gelirirken günümüzde bu oran %27'ye çıkmıştır (IFPI). Müzik sektörü internet piyasası ve mobil piyasadan, elektronik oyunlar hariç olmak üzere, yaratıcı endüstrilerdeki diğer tüm sektörlerden çok daha fazla değer elde etmektedir. Müzik şirketlerinin dijital kanallardan elde ettiği gelirler, şu an, film, gazete, dergi endüstrilerinin elde ettiği gelirler toplamının nispi olarak iki katından fazladır.

Bu başarıya rağmen, müzik endüstrisinin dijital satışlarındaki artış fiziki formatların satışındaki ciddi düşüşün önüne geçememektedir. Genel anlamda, küresel müzik satışları 2009 yılında faaliyetlerinin onuncu yılında düşüş yaşamıştır. Tüm yıla ait rakamlar basım tarihinde mevcut değildir ancak dijital ve fiziki küresel satışlar 2009 yılının birinci yarısında %12 düşmüştür, temsili haklar gelirleri hariçtir (IFPI).

En büyük dijital müzik piyasası, ABD'dedir,

sekiz yıllık sürede dijital gelirler pratikte sıfırdan ABD müzik piyasasının %40'ına tekabül edecek şekilde artmıştır (RIAA). iTunes şu anda ABD'de tüm müzik piyasasının %25'ine karşılık gelerek en büyük müzik satıcısı konumundadır, onu Walmart, Best Buy ve Amazon takip etmektedir.

(NPD Music Watch).

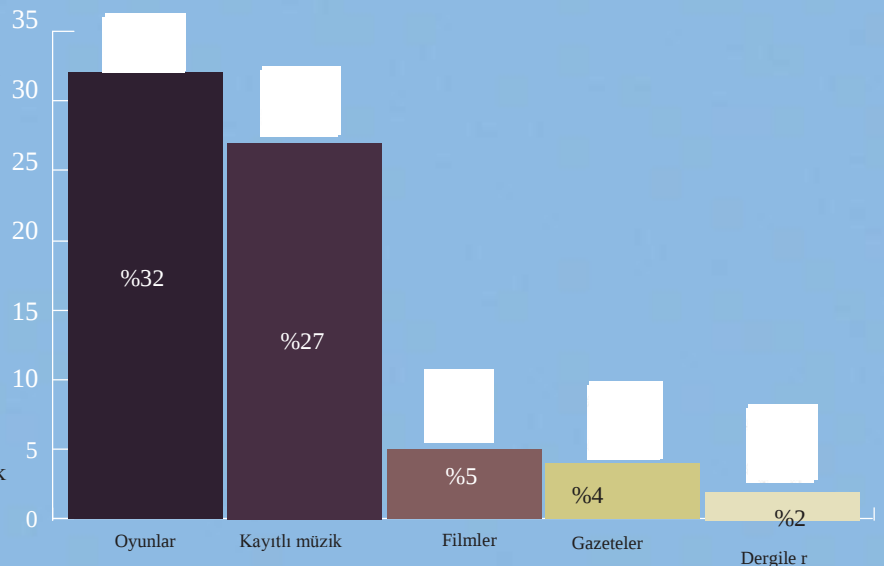
En Çok Satan 10 Dijital Şarkı

2009

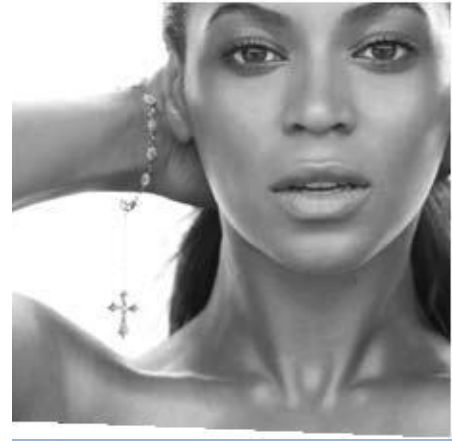
SANATÇI	PARÇA ADI	SATIŞ
Lady Gaga	Poker Face	9.8m
Black Eyed Peas	Boom Boom Pow	8.5m
Jason Mraz	I'm Yours	8.1m
Lady Gaga	Just Dance	7.7m
Black Eyed Peas	I Gotta Feeling	7.1m
Taylor Swift	Love Story	6.5m
Beyoncé	Single Ladies (Put A Ring On It)	6.1m
Soulja Boy Tell'Em	Kiss Me Thru The Phone	5.7m
Kanye West	Heartless	5.5m
Britney Spears	Circus	5.5m

Kaynak: IFPI. Tablosu internet üzerindeki single parçaları, ses ve video mastertone'larını, çalarken dinlet melodilerini ve cep telefonuna tam parça indirmelerini içermektedir. Süre Kasım 2009'a kadar 12 aydır. Satış rakamları yuvarlanmıştır. Aynı parçanın tüm sürümleri birleştirilmiştir.

Küresel Dijital Gelirlerin Dağılımı



Kaynaklar: IFPI, PWC Global Entertainment and Media Outlook



Asya’da, fiziki satışlarda büyük düşüş yaşanan bir ortamda, müzik iş dünyasının yaklaşık dörtte biri halihazırda dijital gelirlerden oluşmaktadır (IFPI). Çin, Endonezya, Güney Kore ve Tayland’daki dijital satışlar günümüzde tüm müzik satışlarının yarısından fazlasına karşılık gelmektedir. Güney Kore daha güçlü bir telif hakları ortamının faydasını görmüş ve MP3 abonelik servislerinde güçlü bir büyüme yaşamıştır (bkz sayfa 26). Bölgedeki en büyük piyasa, Japonya’yı ise mobil korsan ve ekonomik gerileme vurmuştur ve CD satışları 2009’un ilk yarısında yüzde yirmiyi aşan bir oranda düşmüş, dijital satışlarda ise değişiklik olmamıştır.

Dosya indirmeye yönelik güçlü talep **Avustralya’nın** 2009’da genel büyüme yolundaki “kutsal amaca” ulaşabilen birkaç gelişmiş müzik piyasasından bir tanesi haline gelmesine yardımcı olmuştur, çünkü dijital müzik satışlarındaki artış fiziki formatlardan elde edilen gelirlerde yaşanan ufak çaplı düşüşü dengelemiştir. Dijital albüm satışları 2009 yılında neredeyse iki katına çıkarak, tüm albüm satışlarının yüzde 8’ini temsil etmiştir ve dijital albümler bir sürümü takip eden ilk günlerde özellikle popüler olmaktadır (ARIA). Bazı yerli sanatçıların sürümleri, örneğin, Avustralyalı sanatçı Eskimo Joe, Hilltop Hoods ve Paul Dempsey, birinci hafta toplam satışlarının yüzde 15 ile 20’sine karşılık gelen dijital albüm satışları görmüşlerdir.

Avrupa, satışların yalnızca yaklaşık yüzde 15’ini dijital kanallardan elde ederek dijitalin benimsenmesinde geriden gelmeye devam etmektedir. Ancak, 2009’da Avrupa dijital satışlar anlamında en hızlı büyüyen bölge olmuştur.

Mart 2009’da Jupiter Research tarafından gerçekleştirilen bir çalışma Avrupa’nın dijital konusunda neden geç kaldığına ilişkin bazı sebeplerin altını çizmektedir:

- Müzik korsanlığının etkisi – Yalnızca ilk beş Avrupa piyasasında dosya paylaşım servislerini sık kullananların sayısı 29.8 milyonu bulmaktadır ve diğer korsan türleri de gelişmektedir. Eğilimler, İtalya ve İspanya’daki büyük ölçüde yüksek korsan düzeylerine bakıldığında, kuzey-güney ayrımına işaret etmektedir. Ücretli dijital müzik servisleri yaygın yasadışı indirme ile rekabet etmede temel sorunlar yaşamaktadır.
- Avrupa’nın ABD’ye kıyasla yüksek vergileri, farklı telif bedeli yapıları ve bölünmüş haklar alanı bütün-Avrupa lisanslamalarını kaynaklar açısından yoğun ve karmaşık bir süreç haline getirmektedir.
- Satış mağazaları ile bütünleşme ABD’de daha erken başlamıştır. Bu sayede aktif müzik hayranları, hem Amazon gibi internet CD satıcılarıyla hem de dijital mağazalarla daha erken internete çekilmiştir.
- Büyük oyuncular ve geniş çaplı ekonomilere fayda sağlayan \$0.99 ücretli à-la- carte modeli, nispeten düşük oranlara sahip olduğundan, parçalı Avrupa piyasasına kıyasla ABD’ye daha uygundur.

Latin Amerika, gelirlerin yaklaşık %15’ini dijital kanallardan elde ederek dijital alanında Avrupa’yı yakından takip etmektedir. Bölgedeki en büyük dijital piyasa Brezilya, 2009’da Nokia Comes With Music ve Terra Sonora gibi servislerin başarılı gelişimlerine şahit olmuştur. Ağustos 2009’da Meksika- bölgede ilk olarak -iTunes Store servisinin başlatılması tanık olmuştur

Dünya çapında, single parçalar ilk kez 1,5 milyar sınırını aşmış, 2008’e göre tahmini olarak yüzde 10 artış göstermiştir. Dijital albümler tahmini olarak, single parçaların artış oranının iki katı, % 20 oranında artmıştır. Bugün ABD’de satılan albümlerin yaklaşık yüzde 20’si, İngiltere’de ise yaklaşık yüzde 15’i dijitaldir (RIAA, BPI).

2009’un en çok satan single parçası Lady Gaga’nındır ve toplamda 9.8 milyon adet satmıştır. Karşılaştırmak gerekirse, 2008’in en çok satan dijital single parçası Lil Wayne- *Lollipop* 9.1 milyon adet ve 2007’de Avril Lavigne- *Girlfriend* 7.3 milyon adet satmıştır (IFPI).

Küresel mobil müzik gelirleri 2009’da, korsan, bazı piyasalarda müzik servislerine operatörler tarafından yeterli desteğin verilmemesi ve mastertone sektörünün doyuma ulaşması sebebiyle düşmüştür. Diğer taraftan, ABD, Japonya ve Hindistan’daki güçlü satışlar sayesinde single parçaların cep telefonlarına indirilmesi istikrarını korumuş ve çalarken dinlet melodilerinin indirilmesinde büyüme devam etmiştir.

Müzik abonelikleri devam etmiştir ve büyüme beklenmektedir, 2009’da müzik abonelikleri dijital satışların yüzde 5’inden fazlasına karşılık gelmiştir (IFPI). TDC PLAY, Nokia Comes With Music, Spotify Premium ve Vodafone gibi servisler bu büyümeyi sağlamıştır. Tüm dijital gelirlerde mütevazı bir paya tekabül etmeyi sürdürse de, reklam destekli gelirlerin de 2009 yılında büyük ölçüde büyümesi beklenmektedir.

Profilde: Dijital Müziğin Öncüleri

Hanehalkına Müzik

Neil Martin, Sky Songs

İngiliz ev eğlence şirketi Sky'ın, tüm büyük ve bağımsız plak şirketleri ile ortak olarak, Ekim 2009'da başlatılan müzik servisi, müzik endüstrisi ile bir ISP arasında bugüne kadar kurulmuş en üst düzey ilişkidir.

“Sky ayrıcalıklı içerik ve muhteşem ileri teknoloji çözümleri ile eş anlamlıdır. Aynı zamanda, insanların içerik için ücret ödemekten memnun oldukları abonelik hizmetlerinin başlatılması ve büyütülmesindeki öncü çalışmalarımız ile de tanınmaktayız. Bu nedenle, şirketimiz bünyesinde dijital bir müzik servisi başlatılması ile ilgili becerilere sahiptik” diyor iş geliştirme direktörü Neil Martin.

Sky Songs şirketin, Xbox'ta Sky Player ve iPhone'da mobil tv'nin başlatılmasını içeren, çeşitli platformlarda hizmet sunumuna yönelik daha geniş çaplı hamlesinin bir parçasıdır. “İnsanların medyayı kullanım şekilleri değişmektedir. Genel izleyici kitlesi, şu anda farklı ortamlarda, telefonlarda bilgisayarlarda ve televizyonlarda, içerik kullanabilmekten memnundur.”

Servis, müzik hayranlarına dört milyondan fazla parçayı kapsayan sınırsız streaming hizmeti ve bir albüm ya da 10 parçayı aylık £6.49 karşılığında veya 15 parçayı ayda £7.99 karşılığında indirebilme imkanı sunmaktadır. Kullanıcıların yalnızca bir ay süreyle servise kaydolma seçenekleri de bulunmaktadır. “İnsanları uzun süreli sözleşmelerle hapseden ve dosya indirme seçeneği bulunmayan abonelik servisleri popüler değildi.

İnsanlar altı ay sonra harcadıkları para karşısında gösterilecek hiçbir şey olmadığını düşündüler. Bizler kim oluyoruz da insanların müziği nasıl kullanmaları gerektiğine karar veriyoruz? İnsanlar bir anda ve çok miktarda müzik satın almak isterlerse, onların istediğini istemeliyiz.”

Sky sitenin editoryal desteklerine büyük yatırımlarda bulunmuştur. “İnsanları 150 yıllık repertuar karşısına terk ederek bununla baş etmek üzere tek başlarına bırakamazsınız. İnsanların yeni müziği keşfetmelerine ve ortaya çıkarmalarına yardımcı olmalısınız aksi takdirde neyi seçeceklerini bilemez ve öylece kalırlar.”

“Bunu televizyonla ilgili çalışmalarımız sayesinde anlıyoruz, program saatlerini belirleyenler, insanların Sky Platform'da bulunan 600 kanal arasından iki ya da üçünü diğerlerinden daha fazla izlemelerini sağlayacak seçenekler sunuyorlar. Sky Songs ile, başyazı insanların belirli müzik türlerini ya da parçaları keşfetmesine önderlik edebilir. Düenden önceki gün, serviste en çok ziyaret edilen sayfa gelmiş geçmiş en iyi cenaze şarkılarını içeren bir çalma listesi idi, bunun sebebi ise küçük bir başyazıydı.”

Sky dijital, kullanıcı deneyimlerinin sunumundaki kaliteyle, Dijital hizmetlerin adaptasyonunun daha fazla benimseneceğine inanmaktadır. “When Sky Plus'ı (kişisel video kaydedici servisi) sattığımızda, teknoloji satmadık, biz teknolojinin sizin için yapabildiklerini sattık. Şu anda bu servis İngiltere'deki hanelerin %25'inde mevcut. Bit ve bayt satmıyorsunuz, kullanıcı deneyimi satıyorsunuz. İnsanlar arkadaşlarını partilerde ya da barlarda Sky Plus konusunda heyecanlandırıdılar. Servisin kalitesinden dolayı Sky Songs için böyle bir destek yaratmak istiyoruz.”

Korsanın Ortaklıklarla Yer Değiştirmesi

Jonathan Benassaya, Deezer İcra Kurulu Başkanı

Deezer Fransa kaynaklı, reklam destekli bir müzik streaming servisi.

Lisanssız ve yasadışıktan yeni sisteme geçişinde müzik endüstrisinin değer verilen bir ortağı haline gelmiştir. “ABD’de, başlangıçlar genelde garajlarda yapılır; Paris’te eşim, blogmusik.net adlı web sitesini başlatarak müzik işinin başlangıcını mutfağımda gerçekleştirdi” diyor, Jonathan Benassaya. “Kısa bir süre sonra hak sahiplerini temsil eden kurumlardan servisin yasadışı olduğunu ve kapatılması gerektiğini belirten mektuplar almaya başladı. Kendisi bunu yaptı ve sonrasında ben eşim ve hak sahipleri, ileriye yönelik bir yol bulunabilmesi için bir araya geldik.”

Bunun sonucunda, kullanıcıların bir tarayıcı (browser) aracılığıyla her yerden erişebilecekleri lisanslı ve yasal bir web sitesi olan Deezer ortaya çıktı. Servis, internet üzerinden müzik streaming, web radyosu ve Last fm ya da Pandora’ya benzer akıllı radyo aracı hizmetleri sunmaktadır. Kullanıcılar kendi çalma listelerini birkaç kere dinledikten sonra yeni hitleri bulmak üzere web radyosuna ya da yeni parçaları keşfetmek için akıllı radyo aracına geçme eğilimi gösterirler. Deezer, web radyo servisi için ücretsiz mobil uygulama da sunmaktadır. İnternet aracılığıyla sağlanan taşınabilir özellikler için kullanıcıların aylık €9.99 ödemesi gereklidir.

Şirket Ağustos 2007’de üç kişiden oluşurken şu anda 45 kişiden oluşmaktadır. “Odak noktamız uluslararası genişleme yerine karlılık. Bu nedenle, Fransa’da, müzik ile ilgili haklardan maliyet yapısına, her şeyi optimum konuma getirmek için çok büyük işler başardık. 100,000 ziyaretçiden yola çıkarak, Fransa’da yaklaşık 12 milyon olmak üzere, Avrupa çapında 16 milyon ziyaretçiye ulaştık.”

Spot & Identify (Belirle ve Tespit et)

Daniel Ek, Spotify İcra Kurulu Başkanı

Spotify, bugün kayıtlı kullanıcılara streaming servisi kapsamında 6.5 milyondan fazla parçaya ücretsiz erişim sağlarken, ayrıcalıklı hizmetler aylık ücret ödeyen hayranların cep telefonlarında müzik dinlemelerine ve ücretsiz modeli destekleyen reklamların kapsam dışı bırakılmasına imkan tanımaktadır.

“2006 yılında, proje üzerinde çalışmaya başladığımızda, şirket ben ve bir meslektaşımın oluşmaktaydı. Kısa süre içerisinde dört kişiyi daha işe aldık. Ekim 2008’de servis başlatıldığında yaklaşık 40 personelimiz bulunmaktaydı. Şu anda, şirket için çalışan yaklaşık 110 kişi mevcuttur.”

“Spotify servisini başlattığımızda, insanların müziği tüketim biçimleri ile iş modelinin işleyişi arasında bir tutarsızlık olduğunu hissettim. Biz şu an teknolojiyi bir işletme sorununu çözümlemek ve tüketicilerin müziğe erişimini daha kolay hale getirmek için kullanmaktayız. Aynı zamanda, içeriğin korunması da önem taşımaktadır böylelikle elde edilen gelirler sanatçılara geri dönebilecektir.”

Ek, Avrupa’daki dijital müzik sektörünün önümüzdeki birkaç yıl içerisinde en az dört katına çıkarak büyüyeceğine inanıyor. “Kullanıcı deneyimine odaklandık. Amacımız tüketicilerin sevdiği bir şey yapmak ve daha sonra bunu gelire dönüştürmenin yollarını aramak olmuştur.”

Spotify üzerinden erişilen müziğin yaklaşık yüzde 65-70’i yeni sürümlerden ziyade eski kataloglardan oluşmaktadır ve servis müzik keşif aracı olarak oldukça etkili bir biçimde faaliyet göstermektedir. “Sonuç olarak, bunun sebebi platform çok hızlı ve üç saniye içerisinde istediğiniz her türlü müziği dinlemenizin çok kolay olmasıdır.”

Spotify’ın temel amacı yasadışı dosya paylaşımları servisini kullanmaya teşvik edebilmek, böylece 15- 25 yaş arası müzik hayranlarını yeni müzikler yaratılabilmesi için para getirebilen yasal bir model kullanmaya başlatabilmektir. Servis 30 yaş üstü müzik hayranlarının ilgisini çekmeyi de başarmıştır ve bunların Spotify’ın ücretsiz servisinde ayrıcalıklı fırsatlarına geçiş oranı çok daha yüksektir.

“Tüm radyo reklam ve teşhir reklamcılığı (display advertising) gelirlerinin yüzde birini alırsanız ve bunu dijital müzik piyasasına koyarsanız İngiliz dijital müzik piyasasının yüzde 16-20’sine karşılık gelen bir rakama ulaşırsınız. Yani müzik endüstrisine gelir sağlayan reklam destekli bir servis oluşturulması imkansız değildir, ancak sonuç olarak gelirlerin genel anlamda artmasını sağlayacak olan, bu model ile ücretli modellerin karışımıdır.”

Spotify uluslararası alanda genişlemeyi planlamaktadır. Şirket, aynı zamanda cep telefonu üreticileri ve telekomlar ile ortaklık kurmuş olan, Çin’deki en büyük internet portalı tom.com ile ortaklık kurmaktadır. “Çinliler mobil içerik için ücret ödemeye çok alışkınlar. Bu sürekli olarak kanıtlanmakta olan bir gerçektir.”

ABD’de, Spotify’ın hedefi bir müzik servisi abonelerinin sayısını beş kat artırmaktır.

“Bunun zorlu bir görev olduğu ve buna ulaşmak için birkaç yıla ihtiyaç duyduğumuz aşıkardır.”



Öncü İnternet Servis Sağlayıcı

Tejs Bautrup, TDC Play, Müzik Yöneticisi

TDC, kullanıcıya ücretsiz müzik erişim servisi sağlayan dünya çapındaki ilk ISP olmuştur. Müşteriler evlerindeki bilgisayarlarından ya da TDC ağındalar ise cep telefonlarından servise erişebilmektedirler.

Kasım 2009 itibarıyla, şirket, servis kullanılarak 140 milyondan fazla dosya indirme gerçekleştirildiğini ve bunun servisin başlatılmasından itibaren saniyede 2.5 dosya indirme anlamına geldiğini bildirmiştir. En popüler 100 sanatçı indirilen tüm parçaların yüzde 35'ine tekabül etmektedir ve servisin başlatıldığı ilk yıl içerisinde erişilebilir kılınan parçaların yüzde 50'si indirilmiştir.

“Danimarka piyasası geniş bant piyasasında büyük müşteri kaybı yaşamıştır. TDC PLAY sayesinde geniş bant piyasasındaki müşteri kaybımızı azaltabildik.”

Şirket, Danimarka’da piyasaya giren rakabetçiler görmüştür, ancak bunların hepsi aylık yaklaşık \$14 karşılığında bağımsız abonelik hizmetleri sunarken, TDC servisi müşterilere ücretsizdir ve sınırsız streaming hizmeti sunmaktadır. “TDC PLAY servisinin başlatılmasının Danimarka’daki korsan faaliyetler üzerinde bazı etkileri olduğunu düşünüyoruz. Geçen yıl üçüncü taraflarca gerçekleştirilen bir anket PLAY müşterilerinin yüzde 40’ının müzik alanındaki korsan faaliyetleri bıraktığını göstermiştir.”

“Tüketicilere bu türden servisler sunulmasına öncülük ettik ve bundan gurur duyuyoruz. Dünya çapında birçok kişi bize bunun nasıl taklit edilebileceğini sordu. Bu servis, internet müzik piyasasına tamamıyla yeni bir bakış getirmiştir.”

Müzik Videoları Alanında Yeni bir Hamle

Rio Caraeff, Vevo İcra Kurulu Başkanı

VEVO Google'ın YouTube servisi ile Universal Music ve Sony Music arasında ortaklık kurularak oluşturulan yeni bir konsepttir. Kuruluş EMI Music ile de çok yıllık lisans anlaşması imzalamıştır. Dört ana plak şirketinden üçünü arkasına alan ve bağımsız plak şirketlerin dahil olduğu The Orchard ve INGrooves gibi şirketlerle ortaklık kuran VEVO, piyasada mevcut bulunan müzik videolarının %85'ini sunmakta ve diğer müzik şirketleri ile de geleceğe yönelik anlaşmalar imzalamanın yollarını aramaktadır. VEVO hayranlar için daha iyi bir müzik video deneyimi ve reklam verenler için daha çekici bir internet ortamı yaratmayı amaçlamaktadır.

“VEVO'nun ardında yatan fikir müzik şirketlerinin kaderleri açısından daha fazla sorumluluk almalarını sağlamaktır. Biz, eski iş modellerini korumaya çalışmıyoruz, biz yalnızca müzik severler için en iyi olana odaklanıyoruz. Eğer bunu başarabilirsek, sanatçı, plak şirketi ve reklam verenlere çekici gelebiliriz. Bunu yaparken, eski yöntemin işe yaramadığı ortadadır. Geniş ve küresel bir izleyici

kitlesi, belki de şu ana kadar gelmiş geçmiş en geniş müzik izleyici kitlesini yaratmak için çok önemli bir fırsat olduğunu düşünüyoruz.”

Müzik videoları ve bağlantılı içerik YouTube içerisinde yer almaktadır, ancak VEVO'nun kendi web sitesi içerisinde ve diğer birçok platform aracılığıyla erişilebilir kılınacaktır. Çok büyük bir izleyici potansiyeli vardır. Dünya çapında, aylık 450 milyon kişi YouTube sitesini ziyaret etmektedir ve bunların %60'ından fazlası müzik ile ilgili programlamaların bir türünü tüketmektedir. Web sitesi Aralık ayında başlatıldığında web üzerindeki en geniş müzik videosu ağı haline gelmiştir ve bu yıl içerisinde dünya çapında kilit bölgelere açılacaktır.

“Müzik videolarında son 30 yıldır büyük bir değişiklik yaşanmamıştır. Doğrusal bir ortam olan televizyonda tüketimden, iki yönlü iletişim platformu internete tüketime geçişi yansıtmamaktadırlar.”

Şirket reklam ve entegre marka sponsorluklarına odaklanmıştır. Caraeff zorlu ekonomik dönemlerde bu gibi gelirlerin mevcut olmayacağı konusundaki endişelere aldırıyor. “İnternet video reklamcılığında geçtiğimiz yıl %300 büyümeye yaşandı, markalar halihazırda erişilebilir olandan çok daha fazla ayrıcalıklı içerik arayışı içerisine girdiler.”

“Yeni özgün programlar yaratıyor ve daha önce erişilebilir kılınmamış içerikleri lisanslıyor olacağız. Müzik videoları VEVO'nun temelini teşkil edecektir ancak müzik videoları ile sınırlı kalınmayacaktır, VEVO müzik videolarından büyüyecektir.”





Cep Telefonu Üreticiliğinden Müzik Sağlayıcılığa

**Tero Ojanperö, Nokia,
Hizmetlerden Sorumlu Başkan
Yardımcısı**

Nokia Comes With Music (CWM) 2008 yılında başlatılan en üst düzey servislerden bir tanesidir ve 2009'da servis dünya çapında 13 ülkeye açılmıştır.

“Dijital müzik sektörü ve bu sektörün nasıl genişleyebileceği konusunda iyimseriz. Müzik keşiflerini mümkün olduğunca basit hale getirmek ve engelleri kaldırmak istiyoruz” diyor Tero Ojanperö. “CWM cep telefonunuzun parçası olan bir servis – sınırsız indirme imkanına sahip oluyorsunuz ve bunları sonsuza kadar saklıyorsunuz. Özel satış noktası bu ve piyasada bu koşulları sunan başka bir servis yok.”

Brezilya Nokia ComesWith Music için bir numaralı pazar. 2009'un üçüncü çeyreğinin sonu itibarıyla, Comes With Music Brezilya'daki dijital müzik piyasasının yaklaşık %10'unu ele geçirmiştir. Bu başarı, kısmen Brezilya'da telefonların ayrıcalıklı CWM servisi olmaksızın satılmamasına bağlanmıştır. Lisanslı yerel repertuarın mevcut olması da önem taşımaktadır - Nokia 200 Brezilyalı bağımsız plak şirketi ve 2,000'den fazla uluslararası bağımsız plak şirketi dahil altı milyon parçayı içeren bir katalog oluşturmuştur.

“Her bir piyasa kendine hastır ve farklı noktaları aynı çizgide toplamak zorunda kalırsınız: servisin mükemmel olması gerekir, çok iyi bir cep telefonu, piyasayla ilgili iyi bir yaklaşım ve satıcılar ve operatörlerin kanal desteğine ihtiyacınız vardır. Ancak tüm bunları aynı çizgide toplayabildiğiniz takdirde büyüyecek bir modele sahip olabilirsiniz” diyor Ojanperö.

Çin'de Meşru bir Zemin Gary Chen, Top100.cn İcra Kurulu Başkanı

Çin'deki dijital müzik manzarası geniş çaplı telif hakları ihlalcisi Baidu ve diğer “derin link” veren ihlalciler içerik dağıtıcılarının egemenliği altındadır. Ancak, oldukça küçük bir meşru sektör tutunacak bir zemin bulabilmek için mücadele vermektedir. Top100.cn, Çin'de Google müzik aramalarının ardında yer alan streaming ve indirme servsidir. Servis Mart 2009'da başlatılmıştır. Şirketin amacı Çin'de yasadışı müzik indiren ya da streaming aracılığıyla yasadışı müzik tüketen 217 milyon internet kullanıcısına ulaşmaktır. “Söz konusu kullanıcı tabanından gerçek anlamda faydalanabilecek ve korsan servislerle boy ölçüşecek ilk lisanslı servistir.”

Gary Chen daha iyi bir kullanıcı deneyimi sunarak korsan servislerle boy ölçüşebileceğini düşünüyor. “Lisanssız sitelerde yapmanız gereken üç tıklamaya kıyasla, biz yalnızca iki tıklama ile bedava müziğe erişim sağlıyoruz. Şu ana kadar dijital formata aktarılmış ve lisanslanmış tüm yerel repertuarı sanal olarak temsil eden 100,000 yerli parçayı sunuyoruz.”

Top100.cn
dört milyon
parçayı erişilebilir
kılmak üzere
ana plak şirketleri
ve 10,000
bağımsız plak şirketi
tarafından
lisanslanmıştır.
Şirket halihazırda
günlük olarak
beş milyon müzik
streaming ve dosya
indirme faaliyetini
kolaylaştırmaktadır.

“Servise ilave parçalar eklenmesi yoğun işçilik gerektiren bir görevdir. Bunun için çalışan 60 tam zamanlı ve 30 yarı zamanlı personelimiz mevcuttur. Parçaları kullanmak için erişim yetkisini beklemek ve parçaları ancak resmi sürüm tarihleri itibarıyla yaymaya başlamak durumundayız. Korsan servisler bu kısıtlamalar çerçevesinde faaliyet göstermemektedir.”

Servis tıklama başına bedel reklamcılığı getirmiştir ve şu anda dünyanın ikinci en büyük reklam piyasası konumundaki Çin'de bulunan genç tüketicilere ulaşmak isteyen uluslararası markaları hedeflemektedir.

Hileli bir Piyasada Rekabet Etmek – Yasa Dışı Dosya Paylaşımı Sorunu

“ Artık yeni sanatçılara istediğimiz şekilde yatırım yapamıyoruz.”

Salvador Cufi, indie plak şirketi Musica Global Başkanı

Korsan – Satışlara etkisi

Müzik şirketleri ve meşru müzik servisleri internet servislerini içeren işletmelerini bedava içerikle dolu hileli bir piyasada kurmaya çalışmaktadırlar. Yasa dışı dosya paylaşımında yaşanan büyüme son on yıl içerisinde meşru müzik satışlarındaki düşüş ve 2004 -2009 yılları arasında küresel endüstri gelirlerinde görülen %30'luk azalmanın temel sebebidir. Dünya üzerindeki tüm ülkelerde, kayıtlı müziğe harcanan miktar yasa dışı dosya paylaşımı yaygın hale geldiğinden bu yana düşmüştür.

Bağımsız anketlerden bir kaç dışında hepsi yasa dışı dosya paylaşımının net etkisinin meşru müziğe harcanan miktarın azalması olduğunu teyit etmektedir. Kayıtlı müzik satışlarındaki ciddi düşüşü araştıran akademik çalışmaların çoğu yasa dışı dosya paylaşımı sebebiyle ortaya çıkan zararın söz konusu düşüşte temel bir etken olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bunlar arasında Norbert Michael (*Dijital Dosya Paylaşımının Müzik Endüstrisi üzerindeki etkisi: Deneyisel bir Analiz*, 2006), Rob & Waldfogel (*High C'lerde Korsan*, 2006) ve Alejandro Zenter (*Dosya Paylaşımının Müzik Alımları üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi*, 2003) yer almaktadır.

2006 yılında Professor Stan Liebowitz, tarafından yapılan *Dosya-Paylaşımı: Yaratıcı Yıkım ya da Sadece Basit Yıkım?* adlı çalışmanın sonucuna göre: “Dosya paylaşımının etkilerini inceleyen çalışmalar yöntem ve sonuçları açısından kategorilere ayrılabilir. Sonuçlar açısından yapılan sınıflandırma basittir. Sıfır etki saptadığını iddia eden bir çalışma mevcuttur (Oberholzer ve Strumpf, 2004) ancak bu çalışma sıklıkla şüpheli bulunmaktadır. Diğer tüm çalışmalar dosya paylaşımı ile ses kayıtlarının satışı arasında

belirli ölçüde olumsuz bir ilişki tespit etmişlerdir.” 2009 yılında Harris Interactive tarafından, İngiltere’de 16-54 yaşları, arasında, 3,400 internet tüketicisi arasında yapılan araştırma neredeyse 4 kişilerarası dosya paylaşımcıdan birinin (%24) tipik olarak müziğe hiçbir ücret ödemediğini göstermiş ve bazı dosya paylaşanların hem yasal hem de yasadışı dosya indirme faaliyetlerinde bulunduğunu tespit etmiştir.

Jupiter Research tarafından, beş Avrupa ülkesinde 15 yaş ve üstü 5,000 internet kullanıcısı arasında, 2009 yılında yapılan bir çalışma, internette müzik satın alanlar ile dosya paylaşanların alışkanlıkları arasında örtüşme olsa da, çoğu yasa dışı dosya paylaşanın “müzik satın almadığını ve cadde üzerindeki mağazalardan ya da internet mağazalarından CD alma ihtimallerinin müzik alıcılarına kıyasla neredeyse yüzde elli daha az olduğunu” tespit etmiştir. Çalışma aynı zamanda yasa dışı dosya paylaşımının net etkisinin negatif olduğunu da bulmuştur. “Dosya paylaşım işlevlerinin, dosya paylaşımında da bulunan dijital müzik alıcıları açısından bir çeşit keşif aracı olması mümkünse de, bu kişilerin dosya paylaşmamaları halinde harcayacakları miktarın daha yüksek olacağını farz etmek mantıklıdır. Dosya paylaşımının müzik harcamaları üzerindeki genel etkisi negatiftir.”

Bedavanın cazibesi

Bağımsız bir araştırma kurumu, korsanın temel sebebinin daha iyi seçenekler veya kalite değil “bedavanın cazibesi” olduğunu teyit ederek yasa dışı dosya paylaşımının tüketici davranışı üzerinde neden böyle bir etkisi bulunduğunun açıklanmasına yardımcı oluyor. Araştırma şirketi GfK “bedava olduğu için” cevabının İsveç’te 2009’da yayımlanan araştırmada 400’ü aşkın yasa dışı dosya paylaşanın çoğu tarafından verilen cevap olduğunu bulmuştur. İngiltere’de Entertainment Media Research

2008’de dosya paylaşım faaliyetlerini artırdığını kabul edenlerin %71’inin bunu “bedava olduğu için” yaptığını tespit etmiştir. Norveç’te, 2009 yılında Norstat tarafından yapılan araştırma da P2P servislerden yasadışı dosya indirme için gösterilen temel sebebin “bedava olduğu için” olduğunu tespit etmiştir. 2009’da Japonya ve Belçika’da yapılan diğer çalışmalar da aynı sonuca ulaşmıştır (IFPI).



Yasadışı müzik paylaşımının “kullanıcıya ücretsiz” olması, maliyet tabanlı sanatçılara ve telif hakkı sahiplerine yapılan ödemeleri içeren ve bedava, yasadışı alternatif ile rekabet edemeyen meşru müzik servislerine karşı haksız bir avantaj yaratmaktadır. Diğer her türlü etkenden ziyade bu durum, dijital korsana karşı etkin bir tedbirin alınmadığı şu durumda yenilikçi ve girişimci bir meşru müzik sektörünün büyümesi önünde duran engelleri açıklamaktadır.

Yerel Yeteneklere etkisi

Yasa dışı dosya paylaşımının sanatçı ve yerel repertuara yapılan yatırımlar üzerinde de çok önemli ve bazı durumlarda felaket niteliğinde etkileri olmuştur. Korsan yüzünden azalan gelirler sebebiyle, müzik şirketlerinin elinde

yerel sanatçıların gelişimini finanse etmek üzere çok daha az kaynak kalmıştır. Canlı müzik gelirlerinin artırılması kayıtlı müzik satışlarındaki düşüşü tazmin edebilir görüşüyle çok hayaller kurulmuştur ancak bu aslında bir efsanedir.

4 Kişiden 1'i:
P2P dosya paylaşımlar
tipik olarak müziğe
hiçbir ücret ödemezler

Canlı performans gelirleri genellikle deneyimli, yerini sağlama almış sanatçılara fayda sağlamaktadır, fakat ünlerini kayıtlı müzik satışlarıyla genişletme şansı bulamayanlar yeni çıkış yapan genç ve canlı performans kariyerleri henüz gelişmemiş sanatçılardır.

Bu etkiye ilişkin somut kanıtlar Fransa, İspanya ve Brezilya gibi piyasalarda görülebilir.

Fransa'da, son yıllarda çıkan yerel repertuar albümlerinde ciddi bir düşüş yaşanmıştır. 2009 yılının birinci yarısında, 107 Fransız repertuarı albümü çıkış yapmıştır, 2003 aynı dönemde bu sayı 271'dir ve bu döneme göre düşüş %60'tır. Fransa'daki sanatçı imzaları da, 2002 yılının birinci yarısında 91'den 2009'un birinci yarısında 35'e gerilemiştir ve düşüş %60'tır.

Fransız müzik endüstrisi tarafından pazarlama ve tanıtıma yapılan genel yatırım 2009 yılının ilk altı ayında yüzde dokuz oranında düşmüştür. Aynı zamanda, Fransız internet nüfusunun tahminen yüzde 25'i halihazırda kişilerarası (P2P) ağlardan ya da diğer kaynaklardan aylık bazda yasa dışı müzik indirmektedir (Jupiter Research, 2009).

İspanya'da, yasa dışı dosya paylaşımına ilişkin devlet tarafından hoş görülen duysızlık müzik piyasasındaki ciddi çalkalanmalara katkıda bulunmuştur. İspanya, Avrupa'daki diğer büyük piyasalara kıyasla, internet korsanlığı sorunu en ciddi boyutta olan ülkedir. Günümüzde, İspanya'da P2P kullanımı, internet kullanıcılarının yüzde 32'sine tekabül etmektedir ki bu Avrupa'da yüzde 15 olan oranın iki katıdır

(Jupiter Research, 2009).

İspanya'daki meşru müzik piyasası 2001'deki boyutunun üçte birine sahiptir ve bu piyasada yalnızca 2009 yılı içerisinde yaklaşık %17 düşüş yaşanmıştır. İlk 50 listesinde yer alan yerli sanatçı albüm satışları 2004- 2009 yılları arasında %65 oranında azalmıştır.

Brezilya'da, müzik satışları 2005- 2009 yılları arasında yüzde 40'ı aşkın oranda gerilemiş ve bunun yerli repertuara yapılan yatırımlar üzerindeki etkisi bir felaket niteliğinde olmuştur. 2008 yılında Brezilya'daki beş en büyük müzik şirketi tarafından yalnızca 67 yerli sanatçı albümü piyasaya sürülmüştür – bu rakam on yıl öncesinde geçerli olan rakamın (625) onda birine karşılık gelmektedir. Bu durum, tüketilen müziğin yüzde 70'inin yerli repertuar olduğu bir piyasada büyük zarara yol açmıştır.

Yeni korsan türleri ortaya çıktı

P2P (kişilerarası) dosya paylaşımı kullanıcılar tarafından paylaşılan dosyaların boyutu sebebiyle en çok zarar veren korsan türü olmayı sürdürse de, son iki yıl içerisinde hosting sitelerinden indirme, mobil korsanlık, stream ripping, kısa mesajla paylaşım, forum ve bloglardan dosya indirme gibi kişiler arası olmayan korsan türlerinde de ciddi bir artış yaşanmıştır.

Jupiter Research tarafından 2009 yılında gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, Avrupa'nın en büyük piyasalarında yaklaşık beş kişiden biri (%21) sıklıkla izinsiz müzik paylaşımı ile meşgul olmaktadır. Ağ üzerinden gerçekleştirilmeyen dosya paylaşımı (non-network file sharing) artmaya devam etse de müzik paylaşımlarının yaklaşık üçte ikisinin kişilerarası ağlarda dosya alıp verdiği, kişilerarası korsan faaliyetler, halen en büyük ve tek kaynaktır.

İngiltere'de Harris Interactive tarafından gerçekleştirilen araştırma, kişilerarası korsan faaliyetlerin tek ve en büyük sorun olması ve 2009 yılında sona ermemesine rağmen, ihlale sebebiyet veren müzik dosyalarının kişiler arası olmayan kanallarla yasa dışı bir biçimde dağıtılmasının ciddi boyutta artmakta olduğunu göstermiştir. Araştırma kullanımda en büyük artışın deniz aşırı lisanssız ücretli MP3 siteleri (%47) ve haber gruplarında (%42) yaşandığını göstermiştir. Diğer ciddi artışlar MP3 arama motorları (%28) ve forum, blog ve cyberlocker'lara verilen pano linklerinde (%18) tespit edilmiştir. n

* en büyük beş müzik şirketine göre

Tüm Yaratıcı Endüstriler için ‘ İklim Değişikliği’

“ Hiçbir şeyin değeri yokmuş gibi görünen bir dünya yaratma tehlikesi ile karşı karşıyayız ve ürettiklerimiz... az bulunan ya da nesli tükenen ticari mallar haline gelecek.”

Stephen Garrett, Kudos Baş Yöneticisi



Korsanın yaratıcı sektör üzerindeki etkisi

Yıllar boyu dijital korsan en çok müzik ile ilgili bir sorun olarak kabul edilmiştir. Ancak, günümüzde, film, yayıncılık ve televizyon gibi yaratıcı endüstriler internet dünyasını “gelire dönüştürmek” ve dijital korsanla mücadelenin en büyük sıkıntıları olduğunu ifade etmektedirler.

“Müzik endüstrisi ilk zarar gören endüstri oldu ancak şu anda kapasitesi artırılan genişbant sayesinde tüm yaratıcı endüstrilerin devrilme noktasında oldukları bir duruma geldik” diyor Simon Renshaw, Dixie Chicks dahil birçok ünlü sanatçının Los Angeles’da bulunan menajeri. “DVD piyasasından bu çöküşü anlayabilirsiniz; televizyonda, gazetelerde ve dergilerde neler olduğunu görebilirsiniz. Ve şimdi de aynı şeyi kitap yayıncılığı alanında görüyoruz

ve korsan romanlar ve kaynak kitaplar görmeye başlayacaksınız.” Renshaw tehlikelerin müzik endüstrisinin çok ötesinde olduğuna hararetle inanıyor. “Endişe ettiğim konu şu; telif haklarının hiçbir değeri olmadığı ve kimsenin fikri mülkiyet yaratıcılarına koruma ve destek sağlamak üzere teşvik edilmediği bir dünyaya doğru ilerliyoruz.”

Renshaw’a göre, hem genç hem de yerini sağlama almış sanatçılar için ve onları çevreleyen iş ve faaliyetlerin ekonomisi açısından devir değişti. “Her hafta bu konuyla uğraşıyoruz – bir plakla ilgili olarak gücünüzün yapmaya yeteceği her şey büyük ölçüde azaldı ve bu aynı zamanda video şirketlerine, otellere, hava yollarına, grafik sanatçılarına, makyaja harcadığımız her şey anlamına da geliyor, her şey belki yüzde 70 azaldı.

Dijital Korsanın yaratıcı endüstrilere maliyeti

- Piyasaya sürülen *Wolverine* adlı film 24 saat içerisinde 100,000 kez yasa dışı olarak indirilmiştir
- İngiltere’de dosya paylaşan on kişiden altısı aynı zamanda yasa dışı film indirmektedir
- Televizyon içeriklerinin yasa dışı dağıtımı müzik ve film korsanlığından çok daha hızlı artmaktadır.

Artık elde para kalmadı. Eğer rock yıldızları olmazsa tüm endüstri ve bu endüstride çalışan insanlar zarar görecek.”

Film ve Televizyon Korsanlığı Büyüyor

Film endüstrisi de dijital korsanın etkilerini yaşamaktadır. Film stüdyolarını temsil eden MPA, yasa dışı streaming ve dosya indirmenin şu an miktar anlamında korsan probleminin %40'ına karşılık geldiğini tahmin etmektedir. Blockbuster filmlere ilişkin vaka çalışmaları beğenilen filmlerin nasıl popüler müzik albümleri ile aynı dijital korsan sorununu yaşadığını göstermektedir. *Wolverine* adlı filmin ön gösterim kopyaları Nisan 2009'da

bunların internete sızmasını

takip eden 24 saat içinde 100,000 kez indirilmiştir. 2008 yılında *Batman: Dark Knight*

adlı filmin yedi milyon kopyası BitTorrent üzerinden indirilmiştir. Bunun endüstri çapında, yatırım ve işler üzerinde dalgalanma etkisi bulunmaktadır.

MPA'a göre, yalnızca ABD'de, film ve televizyon endüstrilerinin 2.5 milyon kişi istihdam ettiği tahmin edilmektedir.

Sorun İngiliz film endüstrisinin gelmiş geçmiş en büyük gişe hasılatı başarısı *Mamma Mia'*ın hem sahne hem de film versiyonlarının yapımcısı Judy Craymer tarafından şu şekilde ortaya koyulmaktadır. “Müzik sektörüne çok kötü zararlar veren teknolojinin film ve televizyon alanına çabucak yetişmiş olduğu açıktır – ve bu korkutucu bir öngördür. Yaratıcı film yapımcılığı eserlerin satışından elde edilen gelirlere ihtiyaç duymaktadır – ancak şu an bunlar dünya çapında yaygın olarak indirildikçe tükeniyor. Çoğu insan, başka bir kimsenin eserini çalmanın yasa dışı ve yanlış olduğunu bilse dahi, ki biliyor, bu faaliyette gerçek anlamda herhangi bir risk görülmemektedir.”

Televizyon endüstrisi de 2009 yılında dijital korsan alarmı vermiştir. Televizyon şirketi Kudos'un Yönetim Kurulu Başkanı Stephen Garrett şirketinin beğenilen dizi *Spooks* gibi

“Geleceğimizi finanse etmek için bir yöntem bulmalıyız ve yeni gelir modelleri mucize eseri gelip bizleri kurtaracak taklidi yapmamalıyız çünkü korsan kayıtlı müzik dünyasını yıkıma uğrattıyor.”

Björn Ulvaeus, eski ABBA grubundan, şarkıcı- şarkı yazarı

şovlarının geniş kitlelerce indirilmesinin televizyon ve film şirketlerinin geleceğini tehdit ettiğini ifade ediyor. Bu döneme yaratıcı sektör çapında “eğlence endüstrilerinin iklim değişikliği” adını veriyor. “Yalnızca her şeyin serbest olduğuna değil aynı zamanda her şeyin serbest olması gerektiğine inanarak büyüyen bir kuşak besliyoruz.

\$1.4 TRİLYON:
Eğlence ve medya endüstrisinin 2009 yılı değeri (PWC)

Ve bundaki sorun ürettiklerimizin - müzik, film ve televizyon programlarının- inanılmaz pahalı olması. Hiçbir şeyin değeri yokmuş gibi görünen bir dünya yaratma tehlikesi ile karşı karşıyayız ve ürettiklerimiz ve

aslında gerçek değeri olan şeyler az bulunan veya nesli tükenen ticari mallar haline gelecekler. Bu yüz binlerce işi de tehdit etmektedir, burada büyük servete sahip olanlar ya da şişman kedilerden değil – şoförler, elektrikçiler, marangozlar, normal çalışan insanlardan bahsediyoruz. Korsan ve ekonomik gerilemenin birleşimi oldukça etkili bir iş katilidir.” Garrett'e göre çözüm “gelire dönüştürme” ile birlikte ISP'leri korsanın kökünün kazınması faaliyetlerine dahil eden mevzuat. “Müzik endüstrisi çok etkileyici bir çığır açmıştır ve emekleri sonucu ortaya çıkan ürünleri gelire dönüştürmenin yollarını bulma konusunda muhtemelen tüm yaratıcı endüstrilerin önündedir. Bununla birlikte, ciddi bir korsan sorunu yaşamaktadır. Boşlukları kapatmak ve yasa dışı faaliyetleri durdurmak için elimizden gelenin en iyisini yapmalıyız.” Film korsanlığının etkisi dünya çapında hissedilmektedir. 2009 tarihli bir raporda Oxford





Simon Renshaw

“ISP’leri hakların korunmasına destek sağlama sürecine dahil etmezsek, telif haklarının değeri tamamen kaybolacaktır.”

Simon Renshaw, Los Angeles’ta bulunan sanatçı menejeri



Judy Craymer



Stephen Garrett

Economics, yalnızca İngiltere’de film korsanlığına verilen kayıpların £600 milyon olduğunu tahmin etmiş ve bu sorunla başa çıkılırsa neredeyse 8,000 iş ve £150 milyon vergi geliri elde edileceğini öngörmüştür. Televizyon programlarının korsanlığı da artmaktadır. Ticari televizyon ve ağ yapımcılarının hatırı sayılır yatırımlarını reklam gelirleri, uluslararası sendikasyon ve DVD satışları aracılığıyla geri almaları gerekmektedir. Düşen reklam gelirleri ile birlikte dijital korsan bunları yapabilme becerilerini tehdit etmektedir. Fox, 2009 Nisan ayında, ABD’de *Prison Break* adlı dizinin galasını yayınladığında, dizinin 1.14 milyon olan yasa dışı indirilme sayısı 18- 49 yaşları arasındaki meşru izleyicileri ile eşitti.

Korsan kitap tehdidi

Kitap yayımcıları da dijital çağda gelişmekte olan yeni iş modellerinin getirdiği sıkıntılarla boğuşmaktadırlar. Akademik kitap korsanlığı bir süredir yayımcılar açısından sorun teşkil etmektedir. Şu anda bu sorun daha geniş bir tüketici kitlesini kapsayan kitap sektörü açısından büyük bir tehdit haline gelmiştir. 2009 yılında, Amazon’un Kindle’ı tarafından öncülük edilen e-kitap ilk kez dünyaya açılmıştır. E-kitap satışından elde edilen dijital gelirler halen, ABD’nin büyük ölçüde başı çektiği, yayımcılık sektörünün %1’inden azına tekabül etmektedir, ancak bu alanda ciddi artış görülmektedir. Yayımcılar dijital kitap piyasasının dijital müzik piyasasına göre çok daha yavaş gelişebileceğini düşünüyorlar ancak eserlerin yayılmasına ilişkin teknolojik engellerin kalkması ve dosyaların nispeten küçük boyutta olmasının kitap korsanlığını öncesine göre daha büyük bir tehdit haline getireceği konusunda hemfikirler.

Yayımcılar Birliği Başkanı Simon Juden korsanın üst düzey kitaplar açısından halihazırda gerçek ve büyük bir tehlike olduğunu belirtmektedir. “Geçen yılın en büyük çıkışı Dan Brown’un *Kayıp Sembol* adlı eseri olmuştur ve korsan sürüm çok çok hızlı bir şekilde internette yerini almıştır. Yasa dışı kopyaları kaldırmayı başardık ancak bu durum büyük zarara yol açtı çünkü eser yayımcılık sektörünün 2009 yılındaki en değerli bir mülkiyetiydi.”

Juden bu gibi korsan faaliyetlerin meşru bir dijital yayımcılık sektörü yaratmak için

gerekli yatırımları baltaladığının altını çizmektedir. “İnternet servislerinin geliştirilmesi yeni iş modellerine yatırım yapılmasını gerektirmektedir ve korsanın en büyük tehditlerinden bir tanesi yeni girişimleri desteklemek üzere alınan mali risk için adil bir karşılık alma şansını ortadan kaldırmasıdır.”

Fransa merkezli küresel yayımcılık şirketi Hachette Livre birimlerinden bir tanesi Hachette UK Group dijital sorumlusu George Walkley “Dijital korsan yayımcılık açısından büyümekte olan bir sorun ve Hachette bu sorunu çok ciddiye almaktadır. Bu durum işletmelerimiz ve konu alanlarımız çapında yazarlarımızı etkilemektedir. Sorunu ele almanın farklı yolları olduğunun farkındayız, ancak kilit nokta yaratıcı endüstrilerin hükümet ve diğer paydaşlar bazında, yasa dışı dosya paylaşımının azaltılmasına yönelik etkili tedbirler alınması için lobicilik yapmak üzere işbirliği oluşturmalarıdır” diyor.

ISP eylem çağrısı

Yaratıcı endüstriler bu sorunun çözümü için ISP’lerden destek beklemektedirler. Renshaw “Bunlar 21. yüzyılın kamu hizmeti sunan kurumları gibidirler – tüm bu içeriği sunma hakkı ve yeteneği olan dev endüstriler. Ancak, ISP’leri hakların korunmasına destek sağlama sürecine dahil etmezsek, telif haklarının değeri tamamen kaybolacaktır” diyor.

Judy Craymer korsanla mücadele yaptırımları konusunda İngiliz hükümetini takdir ediyor. “Yayımcılarımız, yönetmenlerimiz, oyuncularımız ve çalışanlarımız *Mama Mia* gibi filmler aracılığıyla elde etmiş olduğumuz başarıyı muhafaza etmek durumundalar ise, sorunla mücadele yolunda somut eylemler görmeliyiz. Ve bu konuda zaman gibi bir lüksümüz yok.”

Kudos adına, Stephen Garrett dereceli sorumluluk uygulamasını getiren Fransız HADOPI yasasının uluslararası bir emsal teşkil ettiğini belirtmiştir. “Fransız yasası kesinlikle yerinde bir yasadır. Tüketici hakları ve kişilerin internet haklarıyla ilgili konuşmak iyidir ancak aynı şekilde, biz içerik sahipleri ve yaratıcıların da eserlerimiz karşılığında bedel alma hakkımız bulunmaktadır. Bir kişinin bant genişliğinin kısıtlanması ve en nihayetinde ısrarcı olanların bant genişliğinden söz konusu küçücük oranda kesinti yapılması çatışan haklar arasında oldukça adil bir denge kurmaktadır.”

Coal Face’ten örnek durum Çalışmaları

Indie Plak Şirketi

Keith Armstrong, merkezi İngiltere’nin kuzeyindeki Newcastle şehrinde bulunan Kitchenware Records’un eş kurucusudur. Kitchenware genellikle sanatçılarla kariyerlerinin çok başında anlaşma imzalayan sanatçı gelişimine yönelik bir plak şirkettir.



“80’lerin başında bu işe başlarken” diye anımsıyor Armstrong
“ ‘Evde yapılan çekimler müziği öldürür’ adlı bir kampanya yürütülüyordu. Bizim sloganımız ‘Evde yapılan çekimler ufku genişletir’ olmuştur fakat yasa dışı dosya paylaşımı tamamen farklı bir ligde ve insanların müziğe ilişkin algılarında değer kaybına yol açarak bunu ucuz hale getiriyor.”

Armstrong sanatçıların çoğu için, ilk satışlarından elde edilen gelirlerin kariyerlerini sürdürmek için esaslı bir önem taşıdığını söylüyor. “O gelirler hemen sanatçı profili oluşturulması ve onları bir sonraki aşamaya çıkarmak için kullanılıyor, fakat bu gelirler şu an için yok olmakta.”

Editors adlı grubu İngiltere ve Avrupa’da büyük ölçüde başarılı olmuş ve ABD’de popüler olduğu görülen ancak bu bölgede satış yapamayan sanatçılara örnek olarak gösteriyor. “Çocuklar her iki kıyıda da sürekli olarak dört bin koltuk satıyorlar, ancak albümleri yalnızca 50,000 kopya satıyor. Korsan kültürünün ocağına düştükleri görülüyor.”

Sirens, adlı tamamıyla dansçı kızlardan oluşan grup, çok farklı bir profile sahip olmasına rağmen aynı sorunu yaşıyor. “Onları dans kulüplerinde tanıttık ve ilk single’ları dans müziği listelerinde

“ müzik indirmeye karşılık €1 ücretin abartılı bulunduğu bir dünyada yaşıyoruz.”

Teemu Brunila, şarkıcı- şarkı yazarı

oldukça başarılı oldu fakat henüz radyolarda çalınmaya başlamayan ve önümüzdeki yıla kadar piyasaya sürülmeyecek olan bir sonraki single’larının yasa dışı olarak 15,000 kez indirildiğini internette gördüm. Bu indirmelerin hepsi satış kaybı değildi muhtemelen, ancak üç tanesinden bir tanesi dahi kızlara gerçekten ihtiyaçları olan turne desteğini sağlayabilirdi.”

Armstrong “Eskiden HMV adlı şirkette çalışırdım ve biri gelip plakları çalmaya başlasa onu sokakta kovalardık. İnternete indirilmek üzere dosya yükleyenler mağaza hırsızlarının yaptığı gibi aynı şeyi yapıyorlar. Sanatçıların bundan zarar görüyorlar. Editors ve Sirens yeni sanatçıların tarafını tuttuğunda ve bunun durdurulması gerektiğini söylediğinde Lily Allen’a destek oldular.

Sanatçı-Şarkı yazarları

Teemu Brunila Grammy ödüllü Finlandiyalı şarkıcı ve şarkı yazarı ve aynı zamanda ülkenin önde gelen pop-rock gruplarından The Crash’ın

eski baş vokalistidir The Crash 10 yıl içerisinde dört albüm çıkarmış ve 1999- 2009 yılları arasında 30 ülkede plak satmıştır. “The Crash uygun bir isimdi” diyor Brunila üzüntülü bir şekilde “çünkü müzik sektörünün yaşadığı büyük çarpışmayı gördük.” Bazı eleştirmenler grubun artan canlı performans gelirleri ile düşen plak satışlarını dengeleyerek grubun bu sorunu yaşamaması gerektiğini ifade etseler de Brunila bu görüşü reddediyor. “Grup olarak yıllık gelirimizin yüzde 90’ı, grubumuz 20 ülkeyi kapsayan turne düzenlemesine rağmen canlı performanslarımızdan değil, telif hakkı kanallarından gelmekteydi. Hata yapmayın, telif haklarının korunmadığı bir dünyada bilgiye erişim özgürlüğü bilgidan uzaklaşma anlamına gelecek çünkü kimse yaratıcı bir halt etmeyecek. Şarkı yazmak bir meslek olmaktan çıkabilir.”

Bir örnek veriyor. “Bir yıl grup Letonya’daki en büyük müzik festivali Valmiera’da çaldı. Havaalanından yola çıktık ve radyoda şarkılarımızın çalındığını duyduk. Festivale çıktığımızda 10,000 kişilik güçlü kalabalık şarkılarımızı bağıra bağıra söylüyordu. Sahneden indiğimizde şirket temsilcimize Letonya’da kaç tane plak sattığımızı sordum. Cevap yüzüme tokat gibi çarptı. 200.”

Şu an şarkı yazmaya odaklanan Brunila aynı mesleği icra eden çoğu kişinin müzik satışlarındaki düşüş sebebiyle birçok zorlukla karşı karşıya kaldığını bilincinde. “Finlandiya’da ortalama bir şarkı yazarı vergiler düşülmeden ve temsili haklar aracılığıyla elde edilen ücretler çıkarıldığında 1,600 € kazanmaktadır. Yalnızca 200 şarkı yazarı yıllık 20,000 €dan fazla kazanmaktadır. Bunun böyle olmasının sebebi müzik indirmeye karşılık 1 € ücretin abartılı bulunduğu bir dünyada yaşıyor olmamız, buna karşılık Starbucks’tan alınan bir kahve karşılığında birkaç Avro verilmesi makul bulunuyor.”



Dereceli Sorumluluk – Orantılı ve Engelleyici bir Çözüm

“Dijital piyasada hem havuç hem de sopaya ihtiyacımız var – ve bu insanların korsan servislerden meşru servislere geçmesini sağlayacak mevzuatı da içermektedir.”

Daniel Ek, Spotify Kurucusu ve İcra Kurulu Başkanı

Dereceli sorumluluk yaklaşımı, müzik endüstrisinin, ISP’lerin dijital korsanla mücadele yolunda harekete geçmeleri için yürüttüğü kampanyanın odak noktası haline gelmiştir. Dereceli sorumluluk sisteminin sağladığı kilit önem taşıyan faydalardan biri mevcut yasalarca öngörülen kapsamlı yasal işlem ve kovuşturmaları içeren alternatif yaklaşıma kıyasla etkin ve orantılı olmasıdır.

Bu sistem kapsamında, hak sahipleri tarafından ihlal amaçlı kullanıldığı tespit edilen hesap sahiplerine ISP’leri aracılığıyla uyarılar gönderilmektedir. Uyarıda ihlale son vermeleri tavsiye edilmekte ve telif haklarına saygı göstererek hak sahiplerine gerekli bedeli ödeyen meşru bir servisi kullanmaları önerilmektedir. Arka arkaya gönderilen birkaç uyarı sonrasında, son çare olarak, ihlali durdurmayı reddeden kişilerin internet hesapları geçici olarak askıya alınacaktır. Sistem bireylerin isimlerini saklı tutacak ve yasaya, ve özellikle telif hakları yasasına uyulduğu takdirde, sürekli servis sağlarken temelde ISP abonelik anlaşmalarının standart hükümlerini uygulayacaktır.

Farklı ülkelerde yapılan tüketici anketleri dereceli sorumluluğun toplumun sadece küçük bir bölümünü etkilemesinin yanında tüketici davranışlarında etkin bir biçimde etkili olduğunu göstermektedir.

Fransa’da Mayıs 2008’de gerçekleştirilen IPSOS araştırması tüketicilerin yüzde 90’ının, dereceli sorumluluk programı kapsamında ISP’lerinden ikinci bir uyarı almaları halinde yasa dışı dosya paylaşımını durduracağını tespit etmiştir.

Entertainment Media Research tarafından 2009 yılında yapılan bir çalışma yasa dışı müzik indiren tüketicilerin yüzde 45’inin dereceli sorumluluk modelinin uygulanması halinde bu faaliyetlerini tamamen durduracağını göstermiştir. Yüzde 35’lik ilave bir grup söz konusu faaliyetlerini muhtemelen durduracağını iddia etmiştir.

Yeni Zelanda Telif Hakları Hırsızlığı ile Mücadele Federasyonu (NZFACT) için 2008 yılında yapılan bir araştırma ülkede bulunan 15- 30 yaşları arasındaki internet kullanıcılarının yüzde 70’inin ISP’lerinin yasanın ihlali sebebiyle internet hesaplarını askıya alma ya da kapatma imkanı olması halinde telif hakları ihlali olan film dosyalarının paylaşımını durduracaklarını tespit etmiştir.

İngiltere’de 2009 yılında Harris Research tarafından yapılan bir çalışma telif hakları yasasına yalnızca aşına olmanın yasa dışı dosya paylaşımında caydırıcı olmadığını tespit etmiştir. Çalışma, İngiltere genel nüfusunun yüzde 23’ünün yasal olmayan dosya paylaşımıyla müzik ihlali bulundugunu, bunların arasında da yasaya oldukça aşına olan yüzde 33’lük kesimin yasa dışı dosya paylaştığını ortaya koymuştur.

Dereceli sorumluluk alanında dünyada kaydedilen ilerleme

Dereceli sorumluluk mevzuatı 2009 yılında Fransa, Güney Kore ve Tayvan’ın kanunnamelerine girerek kavramı gerçekliğe dönüştüren yasaların kabulüne imkan sağlamıştır. İngiltere ve Yeni Zelanda gibi diğer hükümetler mevzuatın kabulü yolunda çalışmalar yürütmektedirler.



Fransa hükümeti bu sistemin Fransız sanatçıların yaratıcılığı ve yerel kültürün korunması için etkili bir yol olduğunu anlayarak dereceli sorumluluk mevzuatının ilk şampiyonu olmuştur.

Fransız mevzuatı Ekim ayında yürürlüğe girerek, ISP'lerin internet üzerinden telif haklarını ihlal eden kişilere uyarılar göndermelerini sağlayacak yeni bir idari otorite kurmuştur (HADOPI). İkinci bir uyarıdan sonra, HADOPI sürekli ihlalcilerin dosyalarını ceza mahkemelerine gönderecek, burada bir hakim ihlalcilerin internet erişiminin bir yıla kadar askıya alınabilmesini emretme ve çeşitli para cezalarını da uygulayabilme yetkisine sahip olacaktır.

Dereceli sorumluluk sisteminin 2010 başlarında uygulamaya ilişkin bazı kararlar alınır alınmaz uygulanmaya başlaması beklenmektedir.

Bir dizi AB'ye üye devlette dosya paylaşımı ve diğer korsan türleriyle mücadeleyle yönelik mevzuatla ilgili gelişmeleri göz önünde bulundurarak, Avrupa Komisyonu üye devletlere rehberlik sağlayabilmesi açısından çerçeve kanunlar oluşturup oluşturmayacağını düşünmektedir. Seçeneklerden bir tanesi Komisyonun 2010 yılında AB Uygulama Direktifi'nin güçlendirilmesine yönelik teklifler getirmesidir.

Asya'da, **Güney Kore** ve **Tayvan** tekrar eden ihlaller hususunda hesabın kapatılmasına varabilecek dereceli sorumluluk süreçlerini getiren mevzuatları kabul etmişlerdir.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen telif hakları ihlaliyle mücadeleyle yönelik mevzuat hükümetin Dijital İngiltere görüşmeleri sonrasında Kasım ayında İngiltere'de de duyurulmuştur. Teklifte tekrar eden ihlaller halinde ihlalcinin hesabının askıya alınması gibi olası yaptırımlara varan dereceli sorumluluk sistemi yer almaktadır. ISP'ler hesaplarının ihlale sebebiyet verdiği bildirilen aboneleri durumdan haberdar edecek ve kayıtlarda isimleri saklı tutacaklardır.

Bunun üzerine hükümet, tekrar eden ihlallerde ISP'leri teknik tedbirler uygulamaya ya da geçici olarak hesabın askıya alınmasına mecbur edecektir.

Yeni Zelanda'da, hükümet dereceli sorumluluk getirilmesine ilişkin mevzuatla ilgili görüşmelerini tamamlamıştır ve 2010 başında hükümetin Parlamento'ya bir yasa taslağı göndermesi beklenmektedir.

Dereceli sorumluluğa yönelik farklı bir yol **İrlanda'da** izlenmiştir. Ülkenin en büyük ISP'si Eircom, yerel kayıt endüstrisi ile anlaşmalı olarak böyle bir sistem getirilmesini kabul etmiştir.

Birçok ülkede ISP'ler ile içerik endüstrileri arasında hükümetler sponsorluğunda bir dizi tartışma gerçekleştirilmektedir. **Almanya'da**, Ekonomi Bakanlığı dereceli sorumluluk, yeni iş modelleri ve eğitim konularındaki tartışmaları içeren toplantılarda sponsorluğu üstlenmektedir. Benzer tartışmalar gerçekleştirilen diğer ülkeler arasında **Avustralya**, **Brezilya**, **Hong Kong** ve **Japonya** yer almaktadır– bunların hepsi diğer yerlerdeki gelişmeleri yakından takip etmektedirler.

Bazı ülkelerde, özellikle ABD'de bazı bireysel hak sahipleri ile ISP'ler arasında ISP'nin bir tür dereceli sorumluluk sistemi getirme taahhüdünü içeren özel anlaşmalar imzalanmıştır.

Endüstrinin Sürüm Öncesi Korsanlığına Karşı Yürüttüğü Çalışmalar

ISP işbirliği geniş çaplı kişilerarası (P2P) dijital korsanlığa potansiyel bir çözüm sunsa da, müzik endüstrisi ayrı bir konu olan ve büyük zararlara yol açan sürüm öncesi korsanlığı ile mücadele konusunda çok aktiftir. Sürüm öncesi parça ve albümler resmi sürüm tarihlerinden gün ya da haftalar önce sızdırılmaktadır. IFPI'nin Londra merkezli korsanla mücadele ekibi hem sızmaların önlenmesi hem de dünya çapında yasa dışı dağıtılan içeriğin yayılmasının sınırlanması için üye müzik şirketleriyle birlikte çalışmaktadır. 2009'da IFPI'nin internet korsanla mücadele birimi kuruluşun fiziki/ adli korsanla mücadele operasyonları ile birleştirilmiştir.

IFPI korsanla mücadele direktörü Jeremy Banks yeni ekibin başına geçmiştir. "Plak şirketleri şu an albümün piyasaya sürüm tarihi öncesinde alınan önleyici tedbirlerin albümün tam piyasa potansiyeline ulaşip ulaşamamasında hayati önem taşıdığı konusunda hiç olmadıkları kadar bilinçliler. Sanatçı ve plak şirketine dönmeyen kayıp gelirler cinsinden maliyeti ilk kopyanın internete sızdığı andan itibaren hesaplayabilirsiniz."

IFPI'nin korsanla mücadele ekibi piyasaya sürülen parça ve albümlerin sızdırılmasını dünya çapında takip etmektedir. Blogları, forumları ve web sitelerinin yanı sıra P2P ağları araştırmakta ve aynı zamanda telif haklarını ihlal eden içeriğin kaldırılmasını sağlamak için YouTube gibi meşru internet servisleri ile birlikte çalışmaktadır. IFPI tarafından kaldırılan ihlalciler linklerin sayısı 2008'de üç milyonken 2009'da beş milyonun üzerine çıkmıştır. İnternete bu şekilde odaklanılmasının yanı sıra bazı durumlarda internet üzerinden gerçekleştirilen ihlallerle bağlantısı bulunan ticari boyutlu fiziki müzik korsanlığı ile mücadeleye yönelik sürekli çalışmalar yürütülmektedir.

2009 yılında gerçekleştirilen en yüksek düzeyde sürüm öncesi sızdırma eylemi Leona Lewis parçalarının sanatçının plak şirketinin internet hesaplarından birinin "hacklenmesi" üzerine internete koyulmasıdır. Syco Records Direktörü Simon Cowell "hackleme" eylemi ve Kuzey Amerika ve Avrupa'daki kaynaklara yapılan sızdırmanın izini süren polis ve endüstri müfettişlerini çağırmıştır. n



Güney Kore – Mevzuat Değişikliği ile Birlikte Yeni Servisler Satışların Artırılmasına Yardımcı Oluyor

Güney Kore yasal ortamda yapılan iyileştirmelerle birlikte çeşitli meşru hizmet fırsatlarının meşru müzik satışlarındaki önemli artışa katkı sağladığı ve yerli müziğe yatırımı canlandırdığı görülen ülkelere verilebilecek bir örnektir.

Dijital müzik Güney Kore’ye son on yılın başlarında gelmiş, dijital müzik satışları 2006 yılında fiziki format satışlarını geçmiştir. Ancak, ilk safhalarda meşru dijital servisler CD satışlarının düşmesine de sebep olan yüksek korsan oranları sebebiyle zarar görmüştür.

Ancak, 2007’den bu yana, Güney Kore ülkedeki müzik hak sahiplerine sağlanan korumayı önemli bir boyutta güçlendiren bir dizi mevzuat değişikliği ve yasal işlemlerin desteğiyle istikrarlı bir canlanma süreci yaşamaktadır. 2009 yılının birinci yarısında, hükümet, Temmuz ayında yürürlüğe giren yeni dereceli sorumluluk yasasını tanıtmaya başlamıştır ve müzik satışları %18 oranında artmıştır, dijital satışlar ise 2008 yılının aynı dönemindeki rakamlara kıyasla %32 oranında artmıştır. Dijital satışlarda 2009 yılının ilk dokuz ayı içerisinde %53’lük bir büyüme görülmüştür. 2009 yılında, CD satışlarında da, büyük ölçüde yerel K-pop aracılığıyla, beş yıldan beri ilk kez artış yaşanmıştır.

Güney Kore’nin telif hakları alanı 2007 yılında, ihlale sebebiyet verdikleri için yasal işleme tabi tutulan iki büyük servis, Soribada ve Bugs’ın meşru hale getirilmesiyle iyileşmeye başlamıştır. Yine 2007’de Güney Kore dünyada P2P dosya paylaşım

**YERLİ
REPERTUAR:
Plak Şirketleri
yatırımların arttığını
bildiriyor**

operatörlerinin hak sahipleri tarafından talep edildiği takdirde telif haklarıyla korunan eserlerin yasa dışı yayımını bloke etmek üzere gerekli tedbirleri almalarını zorunlu kılan ilk ülkelerden bir tanesi olmuştur. 2008’de, yeni hükümet yetkili kurumların ISP’lerin ihlale sebebiyet veren kullanıcıları uyarmasını ve üç uyarı sonrasında hesapların askıya alınmasını emretme yetkisi veren mevzuatı hazırlamıştır. Yetkili kurumlara uyarılar sonrasında ihlale sebebiyet veren mesaj panoları, bloglar ve forumları da askıya alma yetkisi verilmiştir. Yeni dereceli sorumluluk yasası Nisan 2009’da kabul edilmiş ve Temmuz’da yürürlüğe girmiştir.

Yasanın getirilmesi ile ilgili olarak yürütülen bilinç geliştirme çalışmalarının önemli caydırıcı etkisi olduğu görülmüştür. Güney Kore hükümeti tarafından gerçekleştirilen ön araştırmalar tüketicilerin yeni yasanın bilincinde oldukları ve bundan etkilendiklerini göstermektedir. 1,000 görüşmeyi içeren belirleyici bir ankette yüzde 45’lik bir kesim daha az yasa dışı içerik indirdiğini belirtmiştir.

Bu iyileştirme ortamının yardımı ile birlikte, Güney Kore’nin meşru müzik servisleri ve fiziki satıcılar gelirlerde umut verici bir artış görmektedirler. Aynı zamanda, plak şirketleri piyasayı daha da canlandıran, yerli repertuar yatırımlarının artmakta olduğunu bildirmişlerdir.

Hükümet tarafından atılan adımların yanı sıra, 2008, çok çeşitli yerli ve uluslar arası repertuar seçenekleri sunan yasal sınırsız MP3 abonelik servislerinin kalkışa geçtiği bir yıl olmuştur. Bugün, Soribada ve M.Net Media gibi büyük oyuncuların tümü sınırsız MP3 abonelik servisleri sunmaktadır.

Bu servisler tüketiciler tarafından oldukça güçlü bir şekilde benimsenmiştir. Şu an Soribada’nın, servisin yasa dışı formatta iken sahip olduğu 700,000 aboneye kıyasla 300,000 ücretli abonesi bulunmaktadır. M.Net Media ve Neowiz Bugs servisleri sırasıyla 350,000 ve 320,000 abone çekmeyi başarmışlardır.



İsveç Genel Müzik Gelirlerinin Artışına Tanık Oluyor – Neler İşe Yaradı?

İsveç piyasası 2009 yılında büyümeye ilişkin umut verici işaretler vermiştir, ancak sonuçların uzun vadeli bir eğilim olup olmayacağı henüz belli değildir. Avrupa çapında satışlarda büyük ölçüde düşüş yaşanan bir ortamda, 2009 yılında İsveç müzik piyasasında %10.2'lik artış yaşanmıştır. Bu büyüme dijital piyasadaki % 98.6'lık ve fiziki format satışlarındaki %1.9'luk artış öncülüğünde gerçekleşmiştir.

İsveç'in hayata dönüşünde, müzik ile ilgili olarak sunulan fırsatların "havuç", uygulamaya koyulan yeni mevzuatın "sopa" olduğu görülmektedir. 2009'da dijital satışlarda yaşanan büyüme ağırlıklı olarak iTunes ve Spotify öncülüğünde gerçekleşmiş ve bazı müzik şirketleri dijital gelirlerinin 2009 yılında ikiye katlandığına şahit olmuşlardır. Spotify İsveç'te Ekim 2008'de başlatılmış ve bir yıl içerisinde İsveç nüfusunun %17'sine ulaşmıştır.

Bu olaylar yalnızca piyasanın öncülüğünde gerçekleşmemiştir, ancak İsveç 2009 yılında yasal ortamında güçlendirilmesine şahit olmuş, hem IPRED korsanla mücadele kanunun uygulanmasıyla ilgili hem de dünyanın en büyük BitTorrent tracker'ı The Pirate Bay aleyhine verilen mahkeme kararını duyurmak üzere geniş çaplı tanıtım kampanyaları düzenlenmiştir.

"Birçok insan İsveç'te bu sene neler işe yaradı?" sorusunu sormakta diyor, bağımsız plak şirketi Playground Music Yöneticisi ve İsveç bağımsız plak şirketleri birliği SOM Başkanı Jonas Sjöström. "Bu türden bir büyümeye nitelikli kullanıcı dostu dijital

" Bazı olumlu haberler mevcut ancak tüm sektör halen risk altında."

Jonas Sjöström, Playground Music

servisler ile birlikte korsana karşı caydırıcı tepkileriniz olması halinde ulaşabilirsiniz. Tabi ki bunun yalnızca bir başlangıç olması gerekiyor. Yasa, uygulanmazsa uzun vadede kendi başına caydırıcı olamayacaktır. Kullanıcı dostu servisler açısından daha fazla desteğe, İsveçli şirketlerin yerli repertuara daha fazla yatırım yapmalarına ve ISP'lerin korsanın kökünün kazınmasında sorumluluk almaları için daha fazla hükümet baskısına ihtiyacımız bulunmaktadır. İsveç'teki bağımsız plak şirketleri son yıllar içerisinde yasa dışı dosya paylaşımından çok fazla zarar görmüşlerdir. Şimdi bazı olumlu haberler mevcuttur ancak tüm sektör halen risk altındadır ve önümüzde ise büyük bir mücadele vardır."

İsveç'in IPRED kanunu 1 Nisan 2009 tarihinde yürürlüğe girmiştir. AB Uygulama Direktifine dayanarak, kanun telif hakkı sahiplerine ISP'lerden telif haklarını ihlal edenlerin isim ve adreslerini alma hakkını vermektedir. Kanıtlar yasanın kısa vadede müzik kullanıcıları üzerinde güçlü bir etki yarattığını göstermektedir. GfK tarafından Haziran 2009'da yapılan bir araştırma ihlale sebebiyet veren dosyaları paylaşan kişilerin yüzde 60'ının IPRED kanununun getirilmesi sonucu bu faaliyetlerini durdurduğunu ya da azalttığını tespit etmiştir. Ancak, İsveç'teki korsan oranlarının o zamandan bu yana arttığına inanılmaktadır, bu durum da baştan sona aynı düzeyde sürdürülen uygulama ve ISP işbirliğine olan ihtiyacın altını çizmektedir.

Spotify'in kurucu ve baş yöneticisi Daniel Ek "havuç ve sopanın" İsveç'in başarısında hayati önem taşıdığına inanıyor. "İsveç'te, en önemli ders sorunun halk tarafından tanınması olmuştur. İnsanların çoğu şu an lisanssız müzik dosya paylaşımının yasa dışı olduğunu ve – doğru olmadığını ve bunun, özellikle de kullanabileceğiniz yasal servislerin mevcut olması halinde, yapılması gereken bir şey olmadığını kabul ediyorlar."



Yasal Müzik Servisleri Dünyası

Meşru dijital müzik servislerini gösteren liste Pro-music bilgi kaynağında yer almaktadır (www.pro-music.org). Bu liste dünyadaki meşru müzik web sitelerini en kapsamlı ve güncel şekilde göstermektedir. Pro-music uluslar arası, plak şirketleri (büyük plak şirketleri ve bağımsız plak şirketleri), edisyon şirketleri, icracı sanatçılar, müzik menajerleri ve müzisyen birliklerini temsil eden kuruluşlar birliği tarafından onaylanmıştır. Listede yaklaşık 60 ülkede 400 meşru servis yer almaktadır.

ARJANTİN

BajáMúsica
Cyloop
Faro Latino
Personal Música
Sonora
Ubbly Música

AVUSTRALYA

199 Songs
3 Mobile
Bandit.fm
BigPondMusic
DanceMusicHub
Getmusic

iTunes
Jamster
MP3.com.au
Music Station
Myspace Music
Nokia Comes With Music
Nokia Music Australia
Optus
Vodafone
YouTube
Zooloader

AVUSTURYA

3MusicStore
7digital
A1 Music
AmazonMP3
DG Web Shop
eMusic
Finetunes
iTunes Austria
Jamba
Ladezone
Last.fm
Musicbox
Musicload
Mycokemusic
MySpace
Nokia Music Store
Nokia Comes With Music
Preiser
SMS.at

AVUSTRALYA BÖLGESİ

Soulseduction
Telering
T-Zones
Weltbild
YouTube
Zed

BELÇİKA

7digital
Belgian Music Online
Cellorado
eMusic
Fnac
Hysterias

iTunes Belgium
Jamba
La Mediatheque
Legal Download
Mobistar
MP3tunes
PIAS shop
PlayNow Arena
Proximus (Vodafone Live)
Studio 100 MP3 shop

BREZİLYA

Baixa Hits
Claro
Coolnex
CTI Move!l
Deckpod
Esom
Huck_00
iMusica
iToC
IWFC Net Music
MegaOmni Music
Mercado da Musica - Transamerica
MSN Music Store
MusIG
Nokia Comes With Music
Nokia Music Store
Oi
Som Livre

BREZİLYA BÖLG.

Sonora
TIM Music Store
Universal Music Loja
Universal Music Mobile
UOL Megastore
Vineyard Music
Warner Music Store
Yahoo! Music
YouTube

BULGARİSTAN

4fun
eMusic
M.Dir.bg
mp3.bg
MTel Music Unlimited
MusicSpace
Novialbumi
Vmusic

KANADA

7digital
Bell Music Store
eMusic
iTunes Canada
Jamster
Napster Canada
Puretracks
Telus
Ur Music
Vevo

ŞİLİ

Bazuca
Claroideas
Cyloop
Entel-Napster Mobile
Mall Music
Mimix
Portal Disc
Wapmania
Wow

ÇİN

163
9Sky
9You
China Mobile
Douban
Kuwo
Perfect World
QQ
Sina
Top100

KOLOMBİYA

Codiscos
Cyloop
ETB Musica
Ideas Comcel Music Store
Supertienda Movistar
Música
Tigo

KOSTA RİKA

Cyloop

HIRVATİSTAN

Cedeterija
Fonoteka

KIBRIS

eMusic

ÇEK CUMHURİYETİ

Allmusic
eMusic
i-legalne
Nokia
O2 Active
Stream
t-music
Vodafone
YouTube

DANİMARKA

3music
Bilka Musik
Box
CD Skiven
CDON Danmark
eMusic
Digidi
EL Giganten
Getmore
GUCCA
Hollywood Express
Inpoc (Aspiro)
iTunes Denmark
MTV Music Shop
Netmusik.dk
Optakt
PlayNow Arena (Sony Ericsson)
Prefueled
TDC Play
TDC Musik
Telia
The Voice
TouchDiva

EKVATOR

Cyloop

MISİR

Mazika
Mazzika Box

ESTONYA

eMusic

FİNLANDİYE

7digital
City Market CM Store
DNA Musiikkikauppa
download.MTV3.fi
Download.NetAnttila
Downloads.cdon.com
eMusic
iTunes
Meteli.net
musiikki.gigantti.fi
MTV Music Shop
Nokia Comes With Music
Nokia Musiikkikauppa
NRJ Kauppa
NRJ Kauppa Mobile
Playnow Arena
Poimuri
Pop City
Sonera Music Player
Spotify
Store.radiorock.fi
Tune Download Shop
WAP Funman

FRANSA

7digital
airtist
Amazon
Beatport
Beezik
Cultura.com

FRANSA BÖLG.

Deezer
E-Compil
eMusic
FnacMusic
iTunes
Jamba
Jamendo
JIWA
Last.fm
musicMe
Musicclassics
Neuf Music
Nokia
Orange Music
Qobuz
SFR Music
Spotify
Starzik
Virgin Mega
YouTube
Zed

ALMANYA

7digital
Amazon MP3
AOL Musik
Beatport
Concert Online
Deezer
DG Web Shop
elixic.de
eMusic
e-Plus unlimited
eventim music
Finetunes
Freenet
iMesh
iTunes Germany
Jamba
Justaloud
Labelstudio
Last.fm
Magix Music Shop
Mediamarkt Musik-downloadshop
Medionmusic
Motorload
mp3.de
MP3.Saturn
Musicload
Musicbox
Musicstar
Musik-Gratis.net
Napster
Nokia Music Store
o2 Music
PlayNow
Shop2download
Steereo
T-Mobile Music
UMusic
VodafoneLive
Weltbild
Zed
zwo3.net

YUNANİSTAN

123play
Akazoo
Audiotex
Bob Mobile
Cosmote
eMusic
Emi Downloads
GoMP3
iTunes Greece
MAD
mpGreek

YUNANİSTAN BÖLG.

Newsphone Hellas
Ringtones.GR
Sony Music Musicstore
Tellas
Viva
Vodafone
Voiceweb
Wind

HONG KONG

ÇİN

3Music
Eolasia.com
iMusic
Moov
MusicStation
Musicxs
O8Media
YouTube

MACARİSTAN

Dada
Dalok
eMusic
Jamba
MP3 Station
Nokia Comes With Music
PlayNow
Songo
UPC Music
Vodafone Live!

İZLANDA

Gogoyoko
Grapewire
Tonlist.is

İRLANDA

3 Music
7digital
Bleep.com
CD World
Downloadmusic
Eircom
eMusic
iLike
iTunes Ireland
Jamster
Last.fm
Meteor Music Store
MySpace
Nokia Music Store
Universal Music
Vodafone Music
YouTube

İTALYA

3italia
7digital
Azzurra Music
Beatport
Dada
Deejay Store
Downlovers
eMusic
GazzaMusic
IBS
iMusic Libero
iTunes
Jamba
Last.fm
M2O.it
Messaggerie Digitali
Mondadori
MSN Music
Net Music Media World
Nokia Comes With Music
Nokia Store



İTALYA BÖLG.

Sorrisi Music Shop
TIM
Vodafone Live
Yalp
YouTube
Zed

JAPONYA

Beatport
clubDAM
Dwango
HMV Digital Japan
iTunes Japan
Lismo
Listen Japan
mora
mora win
mu-mo
Music-jp
Musico
Musing
Napster
Naxos Music Library
OnGen
Reco-Choku
YouTube

LETONYA

eMusic

LİTVANYA

eMusic

LÜKSEMBURG

eMusic
iTunes Luxembourg

MALEZYA

Bimbit
Gua Muzik
Ruumz

MALTA

eMusic

MEKSİKA

American Express
Music Shop
In2Go
Ideas Music Store
Mexico
Ideas Radio Mexico
Ideas Telcel
iTunes Music Store
Mexico
Iusacell
Iusacell Music Box
Mixup Digital
Movistar
Nokia Comes With Music
Nokia Music Store
Prodigy MSN Mexico
Tarabu
Terra Mexico
Tvolucion

HOLLANDA

7digital
Dance Tunes
Downloadmusic.nl
eMusic
iTunes Netherlands
JAHA
Jamba
Kindermuziek.tv
Legaldownload
Mega-Media
MP3downloaden

HOLLANDA BÖLG.

MSN Music Shop
Nokia Comes With Music
Planet Music
PlaymeLoud
Radio 538
Sony Ericsson PlayNow
Plus
Surf2Music
Toost
YouMakeMusic
Zazell
ZoekMuziek
YouTube

YENİ ZELANDA

Amplifier
Bandit.fm
Digirama
iTunes
Jamster
Last.fm
Music Station
Myspace Music
Telecom Music Store
Vodafone
YouTube

NORVEÇ

7digital
Bulls Press
CDON.com Norway
DVDHuset
Elkjop
Expert
iTunes
Jamba
MTV
Musikkonline
Musikkverket & Playcom
NetCom
Nokia
Platekompaniet
Spotify
Telenor Musikk
TV2

PANAMA

Cyloop

PARAGUAY

Cyloop
FeelMP3

PERU

Cyloop

FİLİPİNLER

Fliptunes
OPM Online
Pinoy Tunes
Smart Sandbox
Star Records
Tugtog Pinoy

POLONYA

eMusic
iplay.pl
Jamba
Last.fm
Melo.pl
mp3.pl
Muzodajnia
MySpace
Nokia
Soho.pl
YouTube

PORTEKİZ

7digital
Beatport
eMusic
iTunes Portugal
Jamba
Nokia
Optimus
Qmusic
SAPO/ Musicaonline
TMN
Vodafone
Zed

ROMANYA

eMusic
Orange
Vodafone

RUSYA

Fidel
Jamster
mp3.ru
Nextload
Nokia Comes With Music
Soundkey

SINGAPUR

Geetune
Mobile 1
Music Station
Nokia Comes With Music
Nokia Music Store
Samsung Funclub
Singtel AMPed
Singtel Ideas
Sony Ericsson PlayNow
Plus
Starhub Play
Starhub Gee!
Xpointo Media

SLOVAKYA

eMusic

SLOVENYA

eMusic
mZone

İSPANYA

7digital
Beatport
Blinko
Deezer
eMusic
IbizaDanceClub.com
iTunes Spain
Jamba
Jukebox Orange
Last.fm
Los40.com
Magnatune
Movistar Emocion
MTV
MySpace
Nokia Music Store
Nokia Comes With Music
Olemovil
PixBox
PlayNow
Rockola.fm
Spotify
Vodafone
Yes.fm
YouTube

GÜNEY AFRIKA

DJs Only
GETMO

GÜNEY AFRIKA BÖLG.

Jamster
Just Music
MTN Loaded
Music Station
Nokia Comes With Music
Nokia Music Store
Pick n Play
Rhythm Online
Vodafone Live

GÜNEY KORE

3355 Music
Bugs
Dosirak
Lolsong
Melon
MNet
Monkey3
MusicOn
Musicsoda
Muz
Ohdio
Soribada

İSVEÇ

7digital
Ähléns
Bengans
Blipbeat
CDON
eClassical
eMusic
Enjoy
Gazell Digital Store
Ginza
iTunes
Jamba
Klicktrack
Last FM
Media Milkshake
MSN Music
MTV Music Shop
Music Station
Musikshopen
MySpace
Nokia Comes With Music
Nokia Music Store
Poplife
Sony Ericsson – Playnow
Arena
Sound Pollution
Spotify
Tele2 – Musikbutiken
Telenor Musik
Telia Musik
Tre Music Store
YouTube

İSVİÇRE

7digital
AmazonMP3
Ex Libris
iTunes
Jamba
Musicload
MusicStation
Napster
Nokia Comes With Music
Nokia Music Store
Orange
PlayNow Arena
Soundmedia
Sunrise Joylife
Vidzone
Vodafone
Weltbild
ZED

TAYVAN

Ezpeer+
iNDIEVOX
iNmusic
KKBox
muziU
YouTube

TAYLAND

Cool Voice
iMobile
Mobifan
Music Combo
N-content
Pikpod
Ringthai
Sab Mobile
Sanook
Shinee
Tom Yum
True Digital

TÜRKİYE

Avea
Fizy
MPlay
MTV
Mynet
Muzik.net
Sendinle
TTnetmusik
Turkcell
YouTube

BİRLEŞİK KRALLIK

3
7digital
AmazonMP3
Bleep.com
eMusic
HMV Digital
iTunes UK
Jamster
Last.fm
MSN Music
MusicStation
MySpace Music
Napster
Nokia Music UK
Nokia Comes With Music
O2
Orange
Play.com
Sky Songs
Spotify
Tesco
T-Mobile

BİRLEŞİK KRALLIK BÖLG.

TuneTribe
Vodafone
We7
YouTube

URUGUAY

Cyloop

ABD

AmazonMP3
AOL Music
Artist Direct
Bearshare
eMusic
iLike
imeem
iMesh
iTunes
lala
MP3.com
MySpace Music
Napster
Qtrax
Rhapsody
Vevo
Yahoo! Music
YouTube
Zune

VENEZUELA

Cyloop

Bu liste Pro-music web sitesinde (www.pro-music.org) yer alan dünya çapındaki dijital müzik dervişlerini göstermektedir. Pro-music uluslar arası, plak şirketleri (büyük plak şirketleri ve bağımsız plak şirketleri), edisyon şirketleri, icracı sanatçılar, müzik menajerleri ve müzisyen birliklerini temsil eden kuruluşlar birliği tarafından onaylanmıştır.

Liste IFPI tarafından, IFPI ulusal gruplarından alınan ve yayım anında geçerli olan bilgilere dayalı olarak derlenmiştir. Bu listenin eksiksiz olduğu iddia edilmemektedir ve IFPI bu listenin %100 doğruluğunu garanti etmez. Okuyucular daha güncel bilgiler için www.pro-music.org web sitesine bakmalıdırlar.

Tüketici Eğitimi– Çıkarılan Dersler

Eğitim korsanın ele alınmasında olmazsa olmaz bir unsurdur, fakat nitelikli ticari müzik servisleri ve iyi uygulanan mevzuat ile birlikte çözümün yalnızca bir parçasını oluşturabilir.

Müzik endüstrisi son altı yıl içerisinde dünya çapında, tüketici girişimlerinden okullara, ebeveyn ve işverenlere yönelik projelere kadar 70’i aşkın eğitim kampanyasında aktif olarak yer almıştır. Ancak, bu faaliyetlerin değerlendirilmesiyle kaçınılmaz bir sonuca varılmaktadır: eğitim korsanın ele alınmasında olmazsa olmaz bir unsurdur, fakat nitelikli ticari müzik servisleri ve iyi uygulanan mevzuat ile birlikte çözümün yalnızca bir parçasını oluşturabilir.

Müzik sektörü kampanyaları farklı izleyici kitlelerini hedeflemiştir. “Etki yaratanları” – ebeveyn ve öğretmenleri– hedef alan Gençler, Müzik ve İnternet adlı kampanya Childnet International isimli çocukların refahı için çalışan yardımlaşma derneği ve hak sahipleri birliği Pro-music ile işbirliği sağlanarak 13 dilde 20’den fazla ülkeye yayılmıştır. Kampanya eğitim kurumlarından gelen talep üzerine gerçekleştirilmiştir. 2008 ve 2009 yıllarında İngiltere’de öğretmen, eğitim kurumu ve kütüphaneler tarafından 135,000’den fazla bilgi broşürü istenmiştir.

IFPI, bilgisayar kullanıcılarının bilgisayarlarına güvenli ve yasal bir biçimde nasıl müzik indirebileceklerine ilişkin açık ve basit öneriler sunması hedeflenen Digital File Check (DFC) isimli bir eğitim yazılımını erişilebilir kılmıştır. DFC on dilde erişilebilir kılınmış ve medya ve satış ortakları aracılığıyla dağıtılmıştır.

Kampanyalar eğitim kurumları ve işverenlere ağırları üzerindeki telif hakkı ihlalleri ile mücadele edilmesi konusunda yardım sağlamayı da hedeflemiştir. Müzik sektörü üniversite ve işverenler için broşürler yayımlamış ve bu broşürler dünya çapında

birçok dilde basılarak dağıtılmıştır. www.pro-music.org web sitesi her türlü bilgiyi içeren, 2003 yılında kurulmuş olan bir kaynaktır ve meşru dijital müzik servisleriyle ilgili zaruri bilgiler sunmaktadır. Fransa ve İtalya’da, tüketicileri hedefleyen viral filmler bir albümün piyasaya sürülmesi için çalışan ve adları telaffuz edilmeyen işçiler topluluğunu evlere taşımıştır. Yüksek düzeyde davalar da müzik endüstrisinin son yıllardaki bilinç geliştirme faaliyetlerinde kilit rol oynamıştır.

“Daha fazla eğitim gerekli olsa da, yasalara daha fazla aşına olmak tek başına dosya paylaşımını azaltacak gibi görünmüyor.”

Harris Research

2003’den bu yana, endüstri, çok miktarda yasa dışı dosya paylaşan bireyler aleyhine 22 ülkede 100,000’i aşkın hukuk ve ceza davası açmıştır. Anketler, hem ABD hem de Avrupa’da bu gibi iyi tanıtılan yasal işlem dalgalarının izinsiz dosya paylaşımına ilişkin yasa konusunda bilinç geliştirilmesinde çok önemli etkileri olduğunu göstermiştir. Avrupa’da GfK tarafından yapılan araştırma yasal işlemler sonrasında yasa dışılığına ilişkin bilinç düzeyi yüzde 70’lere ulaşmıştır. ABD’de Public Opinion Strategies tarafından 2003 ve 2004 yıllarında yapılan araştırma davaların açılmaya başlaması üzerine bilinç düzeyinin bir anda yüzde 74’lere çıktığını göstermiştir. Harris Interactive araştırması

2009 yılında, 16- 54 yaşları arasındaki İngiliz nüfusunun yüzde 78’inin telif haklarıyla korunan müziğin dosya paylaşımı aracılığıyla tüketilmesinin yasa dışı olduğunu anladığını tespit etmiştir.

Son yıllarda gerçekleştirilen tüm eğitim çalışmalarına rağmen, dijital müzik piyasasında tüketici davranışının şekillendirilmesinde yalnızca bilinç geliştirme çalışmalarının yeterli olmadığını gösteren deliller güçlüdür. Nitelikli yasal servislerin “havucu” hayatı önem taşımaktadır. Yaptırım unsurunun rolü de aynı şekilde önemlidir.

Araştırmalar yasaya ilişkin bilincin tek başına sürdürülebilir davranış değişikliği yaratmayı başaramadığını göstermiştir. Hızlı para cezaları ya da diğer toplumsal caydırıcılar ve benzer şekilde risk algısı olmaması halinde, tüketici davranışı büyük ölçüde aynı kalmaktadır. Bu durum Avrupa Birliği’nin 29 ülkeyi kapsayan 2007 tarihli Çocuklar için Daha Güvenli bir İnternet Raporunda gözler önüne serilmiştir. Çalışma şunlara dikkat çekmektedir “tüm ülkelerdeki vakaların büyük çoğunluğunda, çocuklar indirilenlerin çoğunun yasa dışı olduğunu bilmekte, ancak uygulamayı hafife almakta, reddetmekte ya da gerekçelendirmektedirler. Herkes yapıyor.”

Bu bulgu İngiltere’de 2009 yılında Harris Research tarafından gerçekleştirilen araştırma ile de pekiştirilmiştir. Anket, müzik dosya paylaşımının “yasaya pek aşına olanlarda” (%33) genel nüfusa (%23) kıyasla çok daha yaygın olarak görüldüğünü tespit etmiştir. Harris şu sonuca varmıştır: “Dosya paylaşanları telif haklarıyla korunan müzik paylaşmayı durdurmaya ikna edebilmek için daha fazla eğitim gerektiği yadsınamaz bir gerçek olmasına rağmen, gitgide daha açık bir biçimde görülüyor ki yasaya aşına olmak, kendi başına, dosya paylaşımını azaltma imkanına sahip değildir.” n

Fotoğraflar:
Sayfa 3
John Kennedy-Graham Flak

Sayfa 10-11:
Lady Gaga – Oliver Rauh
Black Eyed Peas – Meeno
Taylor Swift – James Medina

Sayfa 12:
Neil Martin-Justin Downing
Sayfa 14:
Daniel Ek-Ian Philips-Mclaren
Sayfa 16-17:
Rio Caraeff-Anthony Saint James
Gary Chen-Ketty Zhang
Sayfa 23:
Teemu Brunila-Ville Suomaki

© IFPI 2010.

Tüm hakları saklıdır. Bu yayının herhangi bir bölümü telif hakkı sahibinin izni olmaksızın çoğaltılamaz, yayılamaz ya da kamuya erişilebilir kılınmaz.

Band London tarafından tasarlanmıştır www.bandlondon.co.uk
Özgün resimler Amy DeVoogd tarafından yapılmıştır www.devoogd.com



www.ifpi.org