

PLAK SATIŞLARI ON YILDA 100 KAT ARTTI



Teknolojik gelişmeler hepimizin hayatına etki ediyor. Bu etki özellikle son yirmi yılda eskisinden daha da büyük oldu. Medyada da müzikte de eğitimde de akla gelen her alanda geçmişe göre çok farklı bir hayat yaşıyoruz. Bunda başrolü oynayan en büyük etken dijitalleşme oldu. Dijitalleşme öylesine hayatımıza girmiş ki, korona korantolunda kasaca hayatın her aşamasında olduğu oynayan bir araç oldu. Bir başka deyişle dijital teknolojiler sayesinde biz etkilendiğimiz yerden yaşamaya başladık. Geçtiğimiz hafta MÜYAP'ın açtığı profesyonel müzik sektörü haber paneli Müzikanaliz' (muzikanaliz.com) baktım. İlk önce MÜYAP'ın bu hizmetinin çok yararlı bir hizmet olduğunu söylemek istiyorum. Müzik adına merak edilen her şey, özellikle müzik endüstrisi adına bulamaya çalışmaz pek çok yararlı bilgi ve rapora bu haber portalında ulaşmak mümkün. Hayecanlı haber portalında gezinirken MÜYAP'ın hazırladığı Türkiye'nin müzik endüstrisi hakkında detay bilgiler içeren raporlara rastladım. O sitede incelerken dijital dönüşümün bir kez daha müzik endüstrisini kökten değiştirdiğine şahit oldum.

MÜZİK ENDÜSTRİSİ DÖRT YILDA İKİ KAT BÜYÜDÜ

İlk önce müzik endüstrisi adına olanları bir gelişmeden bahsetmek istiyorum. Müzik endüstrisi Türkiye'de her yıl bir büyüme gösteriyor. 2014 yılında sektörün hacmi 22,7 milyon dolarken 2018 yılında 42,4 milyon dolara yükseldi. Nereden baksanız yüzde doksanı yalan bir sektörün büyüme bu.

CD'LER ARTIK TARİH OLUYOR

Hepimizin yaşadığı ve bildiği bir konuyu on CD satışlarının düşmesi ve insanların müziği dijital platformlardan dinlemeye tercih etmesi konusu bir kez daha gündeme geldi. Bu ekonomik olarak

güzel bir şey, ama müzik marketlerin kapanması, cd satışının ciddi anlamda düşüşe geçmesi müziği benim gibi eğerde bir materyal tutarak dinlemek isteyen genelleğe için üzülür. Ben şahsen müzik dinlerken elimde o dinlediğim müziğe ait bilgilerin yer aldığı bir kaset, CD ya da kitapçık, özette fiziki bir materyale dokunmaktan zevk alan biriyim. Ancak bu materyaller artık yok olma sürecine girdi. Rapordeki veriler de bunu destekliyor. 2014 yılında 11,8 milyon dolar olan fiziki albüm satış değeri 2018 yılında 8,2 milyon dolara düştü.

Bu fiziki satışların tabii ki en büyük örneği CD satışları. 2008 yılında 12 milyon 310 bin adet CD satılırken bu rakam 2018 yılında 3 milyon 523 bine kadar geriledi. Yani on yılda Türkiye'deki CD satışları jet gibi yer galdı. Bu düşüş devam edecektir çünkü 2019 yılında pek çok müzik şirketi artık albümlerini CD olarak yayınlamamaya başladı, DR&R başta olmak üzere pek çok perakendeci müzik reyanslarını ya küçülttü ya da kaldırdı. Eskiden bir mağazaya gider reyansın vitrininden kaset, CD, plak bakar hafta yeni bir şey var mı diye gözlemlerde bulunurken başka bir şey bulup satın alırdık. Artık bu imkan bitti. 2019 yılında fiziki müzik satış yapan yerlerde ümidi iyice kesmiş olacak ki müzik reyanslarını kaldırdı.

Olayı en dramatik yaşayan müzik araçları arasında VCD ve DVD'ler de var. Eskiden DVD alırdı DVD'den film yada konser izlerdik. Ondan önce ise doksanı yıllarda VCD furusu vardı. Bu materyaller de artık çöp oldu. USB flash bellekler artık VCD ve DVD'lerin yerini aldı. Netflix DVD'leri bittirdi. Artık filmi DVD'den izlemek yerine Netflix'ten izlemeye başladı insanlar. Müzik etkinlikleri, konserleri gibi görsel işleri de VCD ve DVD yerine Youtube'dan izlemeye başladı. Öyle olunca VCD ve DVD'ler

de artık yavaş yavaş tarih olmaya başladı. 2008 yılında Türkiye'de 251 bin VCD satılırken, bu 2018 yılında 8 bin beşyüzü düştü. Yine 2008 yılında 121 bin DVD satılırken 2018 yılında 8 bin 920 DVD satıldı.

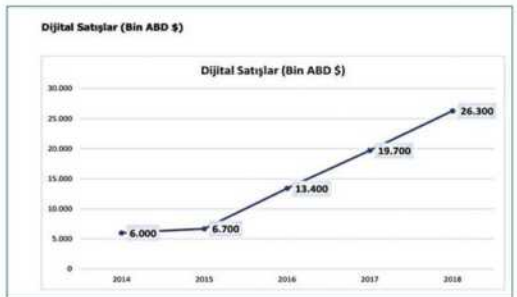
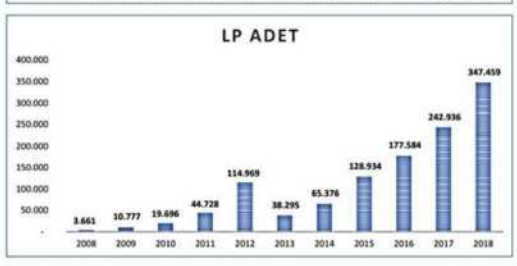
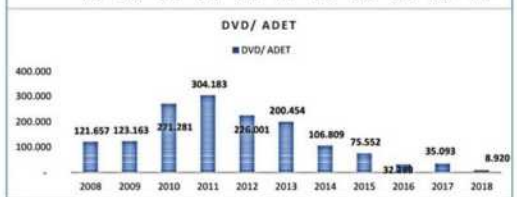
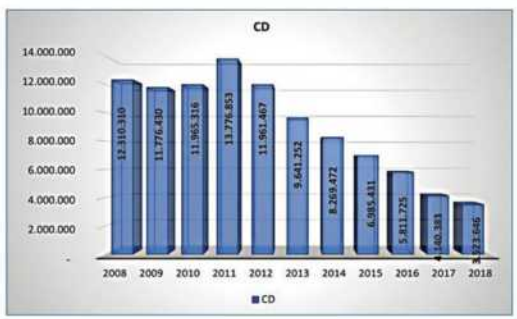
PLAK NOSTALİSİ GERİ DÖNDÜ

VCD, DVD, ve CD'ler yavaş yavaş tarih olurken son yıllarda bir sürpriz imza atan ve tüm dünyaya telerak gündeme gelen plaklar ya da eski adıyla Long Playler (LP) yükselişine devam ediyor. Şu an tüm fiziki müzik satışları düşüşe ilen plakların yükselişe olmasa hem ilginç, hem de güzel. Güzel diyorum, çünkü bir albümün plağın olması benim gibi müziği dinlerken fiziki bir şeye dokunmak, o dinlediğim müzik hakkında bilgi almak isteyenler için bu bir fırsat. Bugün insanlar CD'leri bırakırken onlardan önceki kupaşından en önemli müzik dinleme gelişmesi olan plaklara geri dönmeye başlıyorlar. Plaklar bir dönem bağıntılı kasetlere gidiyordu. Artık zedden bile anılmıyorlar. Ama kupaşlar değişikliğe plaklar bir anda tüm dünyaya trend hale geldi. Bugün fiziki müzik satış yapan pek çok dükkanın stoklarında CD'den çok plak var desem abartmaz. Bunun nedeni ise tabii ki talep artışı. 2008 yılında 3 bin 661 adet plak satılırken 2018 yılında 347 bin 459 adet plak satılmış. Bu çok ciddi bir büyüme. Plak satışları on yılda yüz kat artmış neredeyse. Dilerim bu artış devam eder, böylece hem fiziki müzik satış da aydınlatılır hem de kaliteli ve entelektüel bir görüntüye sahip plaklar eski popülerliğini yitiriyor.

APPLE MUSIC TÜM DÜNYAYA YAYILIYOR

Dijital müzik endüstrisinde yaşanan bu büyüme uluslararası dijital müzik platformlarının da yayılmasına büyümeye neden oluyor. Bunlardan biri Apple Music. Spotify ile dünya şampiyonluğunda kapaşan Apple Music tüm dünyaya hizmet vermek üzere geliştirildiği çalsınlarına 2020 yılında ivme verdi. 2020 yılının ilk çeyreğinde 53 ülkede daha hizmet vermeye başlanan Apple Music böylece toplamda 167 ülkede hizmete veren dev bir dijital müzik platformu oldu. Apple Music, Libya, Fas, Kamerun, Kongo Zambiya gibi Afrika kıtasında olan ülkelerin yanı sıra Kuveyt, Katar, Jermeni, İtalya gibi ülkelerde de hizmet vermeye başladı. Apple Music yeni giriştiği eli üç ülkenin müzik dinleyişine bir de kayak sıyıp ve altı aylık bedava abonelik hizmeti sundu. Apple Music'in bu atılımı hem dijital müzik pazarının dünyada büyümeye adına hem de Spotify ile arasındaki dünya şampiyonluğuna kapışması adına büyük bir avantaj oldu.

Pek çok sektör ekonomik sıkıntı yaşarken, müzik endüstrisinin Türkiye'deki büyüme trendi oldukça güzel. Bunda tabii ki en büyük etken sektörün dijital odaklı büyüme yaşaması. Mesela 2020 yılında yaşanan bu korona pandemisinin emirinin en az etkilenen olan sektörlerden biri dijital müzik endüstrisi olacak. Çünkü insanlar evlerine hapsedildiği sırada müziği dinlemeye devam etti ama yeni müziğe sadece dijital müzik platformlarından ulaşabili.



ASLAN PAYI DİJİTAL MÜZİKTE

HER şey azalıyor bir tek plak satışları artıyor, peki müzik endüstrisi nasıl büyüyor diyeceksiniz? Müzik endüstrisi dijitalleşme ile beraber büyümeye sürüyor. Yani müzik piyasasında aslan payı artık dijital müzik dinleyicisinde. İnternet hızları artınca, laptopların kalitesi artınca, akıllı telefonlar kullanıldıkça müzik de artık bu küçük çiplerin içinde çalışan dijital platformlardan dinleniyor. Spotify, Apple Music, fizy, Youtube ve akla gelececek tüm müzik içeren dijital platformların bunun içinde. Ne güzel ki ülkemizde de artık tüketici de bilinçlendi ve özellikle yeni kuşak bu müzik servisine para ile abone oluyorlar ve resmi müzik dinliyorlar. Mesela

benim Apple Music, Spotify, Youtube Music Premium aboneliğim var. Müziği dinlerken resmi dinliyorum, hem müzik endüstrisinin büyümesine katkıda bulunuyorum hem de müzik hürsuzanna "hany" diyorum. Bu alışkanlık artık gençlerde de var, öğrencilerimden de takipçilerimden de görüyorum. Hepsinin büyük bir bölümünün resmi bir ödeme dijital müzik dinleme platformu aboneliği var. Dilerim bu toplamın yüzde yüzünde olsun ve müzik endüstrisi daha da büyüsün. 2014 yılında 6 milyon dolar olan dijital müzik pazarı 2018 yılında 26 milyon 300 bine çıkmış. Yaklaşık dört kat artmış. Eminim 2019 yılında da artış hızı bir tek daha üstte olacak.