

İnternet ile Gelişen ve Değişen Radyo Kültürü: Spotify İncelemesi¹

Cemal Gencer GÜRKAN²

Öz

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmeler ve internetin getirdiği kolaylıklarla birlikte müzik dinlemek artık çok daha kolay hale gelmektedir. Bu kolaylığı sağlayan unsurlar internetin ilk yıllarından beri insanlara hizmet vermekte buna bağlı olarak da son yıllarda yaygınlaşan ve gelişim gösteren online müzik yayınlama ve dinleme özelliğini barındıran platformlar oluşmuştur. Çeşitli varyasyonlara sahip olan bu platformların genel özelliklerinden biri de bireylerin tercihleri doğrultusunda oluşturulan algoritmalarla desteklenerek kullanıcılara hizmet etmeleridir. İnternetin getirdiği gelişmelerle birlikte literatürde yaşanan değişiklikler de görülmektedir. Bu süreçte toplum/birey kavramı, kitle/kullanıcı kavramı olarak değişimini gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla müzik dinleme platformları, radyonun aksine kitlelere değil, kullanıcılara indirgenerek özelleştirilmiştir. Kullanıcılar geleneksel radyonun gerçek zamanlı yayınları yerine artık online/offline radyo, albüm, single, konser, podcast, dj setleri gibi çeşitli müzik oturumlarından oluşan içerikleri dinleyebilmektedir. Bu bakımdan radyonun dönüşümü mü yoksa radyonun değişimi mi sorusu karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle geleneksel radyo dinleme olgusunun gelişimi, yeni müzik platformlarından olan Spotify’da görülen değişiklikler ve yeni alışkanlıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, gelişen ve değişen radyo kültürünün, Spotify müzik platformundaki yansımaları doküman analizi yöntemiyle incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: *Teknoloji, Radyo, İnternet, Spotify*

¹ Geliş Tarihi: 28.01.2021 – Kabul Tarihi: 20.05.2021

² Cemal Gencer Gürkan, Selçuk Üniversitesi, cgencergurkan@gmail.com, Orcid No: 0000-0002-5986-4175
DOI: 10.17932/IAU.SANAT.2015.015/sanat_v07i13009

Developing and Changing Radio Culture with the Internet: Review of the Spotify

Abstract

With the technological developments in the world and the convenience of the internet, listening to music is now much easier. The elements that provide this convenience have been serving people since the first years of the internet, and accordingly, platforms that have the feature of publishing and listening to online music, which have become widespread and developed in recent years, have been formed. One of the general features of these platforms, which have various variations, is that they serve users by being supported by algorithms created in line with the preferences of individuals. Along with the developments brought by the Internet, changes in the literature are also observed. In this process, the concept of society/individual is changing as the concept of mass/user. Therefore, music listening platforms, unlike radio, are customized by reducing them to users, not to the masses. Instead of the real-time broadcasts of traditional radio, users can now listen to content consisting of various music sessions such as online/offline radio, albums, singles, concerts, podcasts, dj sets. In this respect, the question arises of the transformation of the radio or the change of the radio. For this reason, the development of the traditional radio listening phenomenon appears as changes and new habits in Spotify, one of the new music platforms. In this context, the reflections of the developing and changing radio culture on the Spotify music platform will be examined by document analysis method.

Keywords: *Technology, Radio, Internet, Spotify*

Giriş

Müziğin tanımı, coğrafik konum, kültür, ekonomik yapı, sosyal statü, kişisel beğeniler ve bunun gibi birçok olgu dikkate alındığında kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Genel bir tanımına değinecek olursak “Müzik, birtakım duygu ve düşüncelerin belirli kurallar çerçevesinde uyumlu seslerle anlatma sanatı ve musiki eğitimi” olarak tanımlanabilmektedir (<http://sozluk.gov.tr>). Beethoven’a göre müzik, “Her bilgelik ve felsefeden daha yüksek esin verir.” şeklindedir. Bunların dışında binlerce sanatçı ve düşünür tarafından sayısız tanımı bulunmaktadır. Uzun yıllar boyunca müzik araştırmacıları ve kuramcılar, müziğin keşif macerasını ve hangi amaçla kullanıldığını cevaplamak için birçok çalışmada bulunmaktadırlar. Genel bir yaklaşımla, müziğin ilk olarak ilk çağ insanları tarafından doğadaki sesleri taklit etmek üzere ortaya çıktığı tahmin edilmektedir. Müziğin doğuşuna ilişkin teoriler ise 19. yüzyılda ortaya atılmaktadır. Bu teorilere göre müziğin esinlendiği dilin, hayvanların ve özellikle kuşların çıkardıkları sesler, insanların birbirlerine seslenmeleri, doğada bulunan doğal sesler, insanların birbiriyle kurdukları duygusal ilişkilerden kaynaklandığı ya da esinlendiği düşünülmektedir. O dönemde yapılan müziğin bilinçli ve estetik kaygılarla yapıldığı ileri sürülmektedir. Tarihin önemli eserlerinden ve kaynaklarından olan Gılgamış Destanı, Hammurabi Yasaları, Tevrat, Piramitler, İlyada ve Odesa, Herodot Tarihi gibi değerlerde de müzik alanına ilişkin notlar ve yapılar görülmektedir (Say, 1997:24).

19.Yüzyılsonlarında başlayan ve özellikle 20.yüzyıl boyunca sıçramalı bir gelişim, değişim gösteren teknolojik yenilikler, müziğin yaygın bir biçimde dinlenebilmesini sağlamakla kalmamış aynı zamanda besteci ile müzik dinleyicisi arasındaki bağıllığı da geliştirmiştir. Müzik, yeni teknolojinin sunduğu araçlar sayesinde tarihte daha önce hiç yaşanmamış bir ağ alanını oluşturmuştur (Say, 1997:507). Bu gelişen teknoloji ile birlikte, müzik dinleme araçlarından olan plak, kaset, disk ve CD’lerin yerini akıllı telefonlar, tabletler, bilgisayarlar, akıllı televizyonlar almış ve bunların aracılığı ile erişim sağlanabilen online müzik

dinleme uygulamaları oluşturulmuştur. Bu uygulamalar içerisinde Spotify, binlerce sanatçı, albüm, single ve podcast bulduran ve bunlara kolayca ulaşmayı sağlamanın yanı sıra, playlist oluşturma, sanatçı ve kullanıcı takip edebilme, çevrimiçi/çevrimdışı müzik dinleme, podcast dinleyebilme, haftalık keşif, yakındaki konserler, kullanıcı moduna göre müzik, en çok dinlenenler gibi özellikleriyle kullanıcılara birçok seçenek sunmaktadır.

Bu bağlamda, makalede öncelikle radyonun, internet ile birlikte gelişim ve değişim süreci, daha sonra kültür endüstrisi kavramının bireyler ve toplum üzerine olan yaklaşımı, en son olarak da gelişen ve değişen radyo kültürünün, Spotify müzik platformundaki yansımaları doküman analizi yöntemiyle incelenecektir. Doküman analizi sayesinde araştırmada anlam çıkarmak, ilgili konu hakkında anlayış oluşturmak ve ampirik bilgi geliştirmek için veriler incelenecek ve yorumlanacaktır (Corbin ve Strauss, 2008).

Araştırmaya başlamadan önce “Kültür Endüstrisi” kavramına değinmek faydalı olacaktır. Çünkü günümüzde Spotify platformunun kültür üzerindeki etkileri ve yansımaları kitle kültürünü etkilemektedir.

1. Kültür Endüstrisi

Kültür endüstrisi kavramına değinmeden önce kültür kavramını bilmek gerekmektedir. Kültür de müzik gibi toplumdan topluma, bireyden bireye farklılık gösteren kabaca esnek bir yapıya sahip olan tanımlardan oluşmaktadır. Türk Dil Kurumu’nun yaptığı tanımlardan birine göre kültür, “*Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin*” anlamına gelmektedir. Adorno’ya göre ise idari bir bakış tarafından belirlenen felsefe, din, bilim, sanat, yaşam tarzları ve töreler gibi olgulardan oluşan ve bir çağın nesnel tinlerini ifade eden şeyler olarak tanımlanmaktadır (Adorno, 2007:121). İktidarın verdiği şekille oluşan kültür ve birey davranışları,

toplumsal bir hareket oluşturmaktadır. Bu toplumsal hareket kültürün değişkenleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Adorno, bu sebeple kültüre ve kültür endüstrisine eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Frankfurt okulu kuramcılarında olan Adorno ve Max Horkheimer'in yazdığı "Aydınlanmanın Diyalektiği" isimli kitapta ilk kez Kültür Endüstrisi kavramı kullanılmaktadır. Kültür endüstrisi kuramına göre, insanın bireyselliğini tehdit eden kitle kültürü etkisinden bahsetmektedir. Bireyin yaşam pratiklerinden olan dinlenme, eğlenme, sanat, spor, boş zamanları değerlendirme gibi aktiviteler kitle kültürü sayesinde tüketim eylemine dönüştürmektedir. Günümüzde kültür, her iletişim dalında benzerlik göstermektedir. Radyo, sinema, dergi gibi görsel, işitsel ve yazılı medya içeriklerinde bir sistem meydana getirilmektedir. Bu iletişim dalları hem kendi içlerinde hem de birlikte söz birliği içinde hareket etmektedirler. Hatta siyasal zıtlıkların estetik ifadeleri bile bu ritmin uyumundan faydalanmaktadır (Adorno, 2014:164). Televizyon izlemek, radyo dinlemek, alışveriş yapmak gibi bireyin sosyal aktiviteleri artık zevk vermek yerine ihtiyaç halini almaktadır. Kültür endüstrisi aynı zamanda reklamlar ve medya aracılığıyla kitlelere ihtiyaçlarının dışında olan ürünleri sanki ihtiyacı varmış gibi göstermektedir. Dolayısıyla oluşan bu toplu hareket popüler kültürün tohumlarının oluşmasında en büyük etkilerden biridir. İnsanlar artık çevrelerindeki insanlardan etkilenerek hareket etmektedir. Günümüzde insanlar, sosyal medyadan veya yakın çevresinden gördükleri tüketim biçimlerini uygulayarak sanki bir ihtiyaçmış gibi hayatlarını sürdürmektedir. Netflix'te gösterime sunulan yeni bir dizinin veya Spotify'daki bir çalma listesinin popüler kültürde sürekli insanların karşısına çıkması ve bunu tüketmenin bir zorunluluk haline getirilmesi buna örnek olarak gösterilebilmektedir. Fakat aslına uygun hiçbir sanat eseri ya da hiçbir gerçek felsefe kendi özünde ve kendi başına tüketilmemektedir. Oluşturulan anlamlar, toplumun gerçek hayat süreçlerinden ayrı durmaktadır. Dolayısıyla toplumun suçuna kültürün tamamı ortak olmaktadır ve kültür, üretim alanındaki yaşanan adaletsizlikten

beslenerek varlığını sürdürmektedir (Adorno, 2007: 29).

Adorno'nun yaptığı kültür ve kültür endüstrisi yaklaşımında da görüldüğü gibi, kitle iletişim araçlarında yaşanan ve kültür bağlantılı olan bu değişim, birey ve toplumu derinden etkileyen bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçlarında yaşanan bu değişim sadece radyo ile kalmamış televizyonda da bazı izlenim alışkanlıkları farklılık göstermiştir. Bu noktada radyonun tanımı ve tarihinin yanı sıra diğer kitle iletişim araçları ile olan etkileşiminden bahsetmek yerinde olacaktır.

2. Radyonun Kısa Tarihi

Radyo yayını ile ilgili olarak farklı kaynaklarda birbirine benzeyen birçok tanım bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde radyo yayını için; "Elektrik dalgalarının özelliğinden yararlanılarak seslerin iletilmesi" tanımını yaparken, radyo istasyonu ise; "elektrik dalgalarıyla düzenli olarak yayın yapan istasyon ve bu istasyonun programlarını düzenlemekle görevli kuruluşu" ifadesini kullanmaktadır. Latince bir kelime olan radius (ışınlanma) ile Yunanca bir kelime olan fone (ses) sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşan radyofoni sözcüğü, günümüzde kullandığımız radyo sözcüğünün kökenini oluşturmaktadır (Kasım, 2014:13). Radyo yayınlarının başlangıç tarihinin 1860 yılına kadar uzandığı söylene de bu tarih elektriğin keşfedildiği tarihe kadar indirilebilmektedir. Çünkü mantıksal bir yaklaşımla baktığımızda, ses sinyallerinin bir yerden başka bir yere aktarılma macerası, elektriğin keşfi ile başlamaktadır. Bu keşfin ilerlediği ince, uzun yolda insan azmi ve iradesinin hâlâ sürmekte olan izleri bulunmaktadır. Radyo dalgalarının keşfiyle birlikte, insanların 20 yıl öncesine kadar bu denli gelişmeyi hayal bile edemezken bu noktadan sonra insanları sürekli devam eden gelişim sürecinin baş kahramanları durumuna getirmiştir (Tekinalp, 2003:55). Radyonun elektro-manyetik dalgalar aracılığıyla insanlara hizmet etmesinin yaklaşık bir asırlık geçmişi bulunmaktadır. Ancak radyo telsizinin ilk kez yayına başlaması

1920’li yıllarda gerçekleşmesine rağmen, radyo tekniğinin başladığı tarih, 1860’lı yıllara kadar uzanmaktadır. Bu tarihçe içinde birçok bilim insanının ve mucidin emeği bulunmaktadır. Dolayısıyla farklı tarihlerde, farklı ülkelerde, farklı kişiler tarafından birden fazla buluş gerçekleşmiş olduğunu görmekteyiz.

James Clerk Maxwell, Heinrich Hertz, Guglielmo Marconi, Lee de Forest gibi radyo tekniğinin öncüleri olarak bilinen isimlere daha niceleri eklenebilir. Bunun sebebi olarak da aynı buluşun farklı ülkelerde, aynı tarihlerde birbirlerinden habersiz olarak gerçekleştirildiği gösterilebilir. Dolayısıyla radyo tarihine değinen kitap ve yazılarda ilk buluşun kim tarafından yapıldığı konusunda zaman zaman fikir ayrılıkları yaşanmaktadır, özellikle Sovyetler Birliği ve Batılı ülkeler, radyonun icadı öyküsünde kendi milletlerinden insanların adlarını belirtmekte ve insanlığın bu en önemli buluşunu kendilerine mal etmeye çalışmaktadırlar (Tekinalp, 2003:56). Radyonun icadı insanlık tarihi açısından kesinlikle bir milat olarak değerlendirilmektedir. İletişimin tek yönlü olması ve topluma uygulanması, insanları sosyo-kültürel çerçevede oldukça etkilemiştir. Düzenli radyo yayınlarının başladığı yıllarda radyo önemli bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir. İnsanlar evlerinde bulunan radyo alıcıları sayesinde evlerinden dışarı çıkmadan, haber alma, eğlenme, eğitim ve kültür ihtiyaçlarını karşılama lüksüne kavuşmuşlardır. Radyonun önemi, İkinci Dünya Savaşı’nda propaganda aracı olarak kullanılmaya başlayınca daha çok artmıştır. 1950’lerde gelişmeye başlayan televizyon karşısında radyo, teknik ve program alanında yaptığı değişmelerle günümüze kadar ayakta kalmayı başarabilmiştir. Radyo, bir taraftan televizyon ile olan mücadelesinde kendini yenilemeye çalışmış, diğer taraftan dinleyicilerini televizyona kaptırmamak için amansız bir mücadele vermiştir. Radyonun televizyon karşısında gerçekleştirmiş olduğu bu soğuk savaşta kısmen başarılı olduğu söylenebilmektedir. İlerleyen yıllarda radyoda, kaliteli içeriklerin ve nitelikli haber programların hazırlanması, özellikle ABD’de 24 saat boyunca dinleyicilere içerik sağlanması, 1960’lı yıllardan

itibaren radyonun artık evdeki bir elektronik araç değil, kişinin dostu, arkadaşı kimliğini kazanmasını sağlamıştır (Tokgöz, 1994: 299). Yayın niteliğinin artmasıyla, özellikle FM bantlardan yapılan yayınlarda, müzik programların niteliği de artmış, programlar monotonluktan kurtarılmış ve radyo günümüze kadar önemini sürdürmüştür (Tekinalp, 2003:75). Günümüzde eskisi gibi pek kullanılmayan fakat internet teknolojisi sayesinde dolaylı yollardan kullandığımız radyo, hayatın vazgeçilmez bir alışkanlığı olmakla beraber gelecekte devamlılığını sürdüreceği düşünülmektedir. Bu noktada radyodan sonra, kitle iletişim araçlarının bir diğer değer taşı olarak öne çıkan televizyondan ve radyo ile arasındaki ilişkiden bahsetmek faydalı olacaktır.

2.1. Radyo ile Televizyon Arasındaki İlişki

Yayın hayatına girdiği 1920’li yıllardan beri, farklı demografik yapıdaki dinleyici kitlelerine ulaşarak macerasına başlayan ve en önemli kitle iletişim araçlarından biri olan radyonun en önemli özelliği ise ikna edici olmasıdır. Bu özelliğinin yanı sıra hızlı haber akışı sağlayabilme, etkili bir şekilde dinleyicilerine ulaşabilme ve başka işlerle meşgulken dinlenebilme özelliğine de sahiptir. Başka bir kitle iletişim aracı olarak televizyon ise 1940’lı yıllardan itibaren farklı demografik yapıdaki geniş izleyici kitlelerine ulaşmaya başlamıştır. Televizyon radyodan farklı olarak hem kulağa hem de göze hitap etmekte ve görüntü sağlayıcı özelliğiyle bireylerin eğitilmesi, eğlenme, bilgi alma, ürün ve hizmetlerin tanıtılması gibi amaçlar için kullanılmaktadır.

Günümüzde gündelik hayatta vazgeçilmez bir unsur haline gelen, hatta aile fertleri arasında “tiryakiliğe” varan, sosyal çevrede gündemi oluşturan televizyon, durağan ve hareketli görüntüyü kullanarak, yüz yüze iletişimden daha farklı bir iletişim biçimini ortaya çıkarmaktadır. İki boyutlu görüntü ve ses ile anlatılan mesajın kavranabilmesi yeni ve farklı bir iletişim biçimini gündeme getirmektedir. Televizyon, radyonun aksine sağladığı görsel ve işitsel yayın içerikleriyle kulaktan çok göze hitap eden araç durumundadır. Sesin sağladığı destek ise televizyonda görüntüye

bir yan unsur olarak kullanılmaktadır (Özkanal, 2013:6). Radyo ile televizyonun kullanım koşulları farklılık göstermektedir. Radyo'nun kulağa, televizyonun ise hem kulağa hem de göze hitap etmesi bu ayrımı göstermektedir. Örneğin; ev işleri yaparken, başka bir işle uğraşırken, kitap okurken, hatta uyurken radyo dinleyebiliriz. Fakat televizyon için aynı şeyler geçerli değildir. Hem dinleyip hem görmek için televizyonun yanında olmamız ve başka bir işle uğraşmamamız gerekmektedir. Başka bir örnek vermek gerekirse, trafikte araç kullanırken, radyo dinleme alışkanlığı genellikle her sürücüde bulunan ve dikkati dağıtmayan bir davranıştır. Fakat araçlarda radyo yerine, görsel bir yayın bulunması halinde felaket senaryosunun kaçınılmazlığı herkes tarafından öngörülmektedir.

2.2. İnternet ile Gelişen Radyo

21. Yüzyıl ile birlikte gelişen teknoloji ve internet, bilgisayarlara, tabletlere, telefonlara dolayısıyla insanlara hükmetmektedir. İnsanlar artık çantalarında ya da ceplerinde taşıdıkları mobil cihazlarla her an istedikleri bilgiye ulaşabilmektedirler. Kıtalar arası anlık iletide bulunabilir, arzu ettikleri televizyon yayını, videoyu izleyebilir, istedikleri müziği, radyoyu dinleyebilirler, İnternet sayesinde radyo daha geniş bölgelere yayılmaktadır. Uydu döneminde bölgesel, ulusal olan radyo, internetin gelmesiyle yoluna evrensel olarak devam etmektedir. Artık insanlar istedikleri zaman uluslararası radyo programlarını canlı veya podcast (bant yayın) olarak dinleyebilmektedirler. İnternetin radyocular için bir diğer faydası ise amatör radyocu olgusunu oluşturmasıdır. Artık herkes kendi evinde kuracağı amatör radyo düzeneği ile yayıncılık yapabilmektedir. Gelişen ve uzmanlaşan yayın içerikleri, dijital radyo yayıncılığında da kendini geliştirmektedir. Özellikle üniversite radyoları, internet radyoculuğundaki en iyi örneklerden biri olarak gösterilebilir. Ayrıca profesyonel ve amatör dj'lerden oluşan ve 7/24 müzik hizmeti sağlayan radyo istasyonları ise bir diğer örnek olarak gösterilebilir.

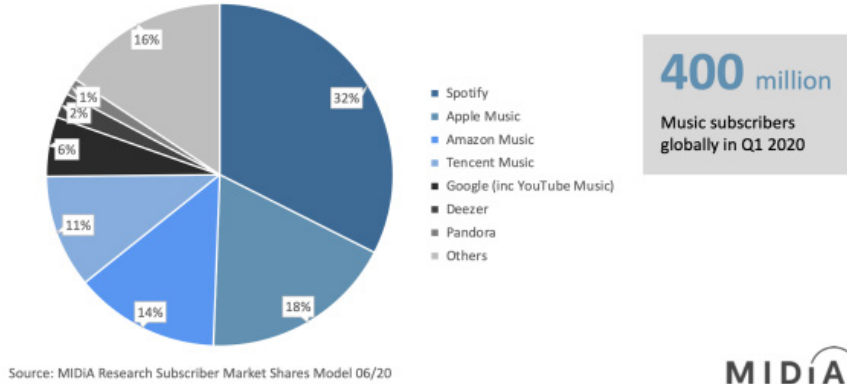
Tematik yayıncılık açısından internet radyo yayıncılığı yeni bir çığır açmıştır. İnternet

üzerinden dijital radyo dinleyebilmek için gerekli olan bilgisayar sistemimizi evimizin bir köşesine yerleştirmemiz gerekmektedir, böylelikle bilgisayarlara bağlantısı yapılan özel bir cihazla, binlerce televizyon ve radyo kanalına ulaşma olanağı gerçekleşmektedir. Ayrıca insanların kendi müziklerini yapıp internetten paylaşabileceği ya da yayınlatabileceği bir dönem yaşanmaktadır. Dolayısıyla, insanların internet sayesinde oluşturdukları ya da kiraladıkları online radyo istasyonları günümüzde varlığını sürdüren ve geliştirilen bir süreç olmaktadır. (Tekinalp, 2003:63). Günümüzde internetle birlikte radyo dışında farklı müzik platformları da oluşmuştur. Yaklaşık 10 yıldır süregelen müzik platformları insanlara istediği müziği sunma seçeneğine sahiptir. Soundcloud, Fizy, Apple Music, Deezer, Youtube Music, Google Play Music, Spotify gibi platformlar ayrıca podcast uygulaması sağlamaktadır. Podcast'in genel bir tanımı şu şekildedir: Podcasting, çoğunlukla dizi halindeki dijital medya ürünlerinin (radyo programları, videolar vs.) internet üzerinden genellikle feed (bildirim) yoluyla bilgisayar ve taşınabilir cihazlara (cep telefonu, tablet vs.) indirilebilecek şekilde yayınlanmasıdır. Bu şekilde indirilmiş dosyalara ise podcast denmektedir (vikipedi.com).

Bu noktada üzerinde durulması gereken sadece müzik olarak algılanmamalıdır. Bu platformlar üzerinde söyleşi, doktor açıklamaları, dersler, tartışmalar, eğlence içerikli sohbetler gibi birçok tarzda podcast programları yapılmaktadır. Dinleyiciler bu yayınları istedikleri zaman istedikleri yerde dinleyebilmektedirler. Yayıncı istediği içeriği paylaşmak için bazı gerekli prosedürleri yerine getirmelidir. Spotify yayıncısından örnek vermek gerekirse yayıncı, paylaşımında bulunmak istediği içeriği bir yayın şirketiyle anlaşarak bu platformda paylaşabilmektedir. Soundcloud'da ise yayıncı tarafından hazırlanan içerik platformda oluşturulan kullanıcı adı altında aracı bir firmaya gerek duyulmaksızın paylaşılabilir.

2020 yılının ikinci çeyreğinde yapılan, müzik platformlarının abonelik ve kullanıcı sayılarını ele alan bir araştırmaya göre, Spotify toplamda 286 milyon aylık aktif kullanıcı ile ilk sıradaki yerini

Despite strong growth from Amazon and Apple, Spotify retains the same global music subscriber market share in Q1 2020 as Q1 2019



Şekil 1. 2020 yılının ilk çeyreğinde müzik abonelerinin global dağılımı (<https://musically.com/2020/02/19/spotify-apple-how-many-users-big-music-streaming>)

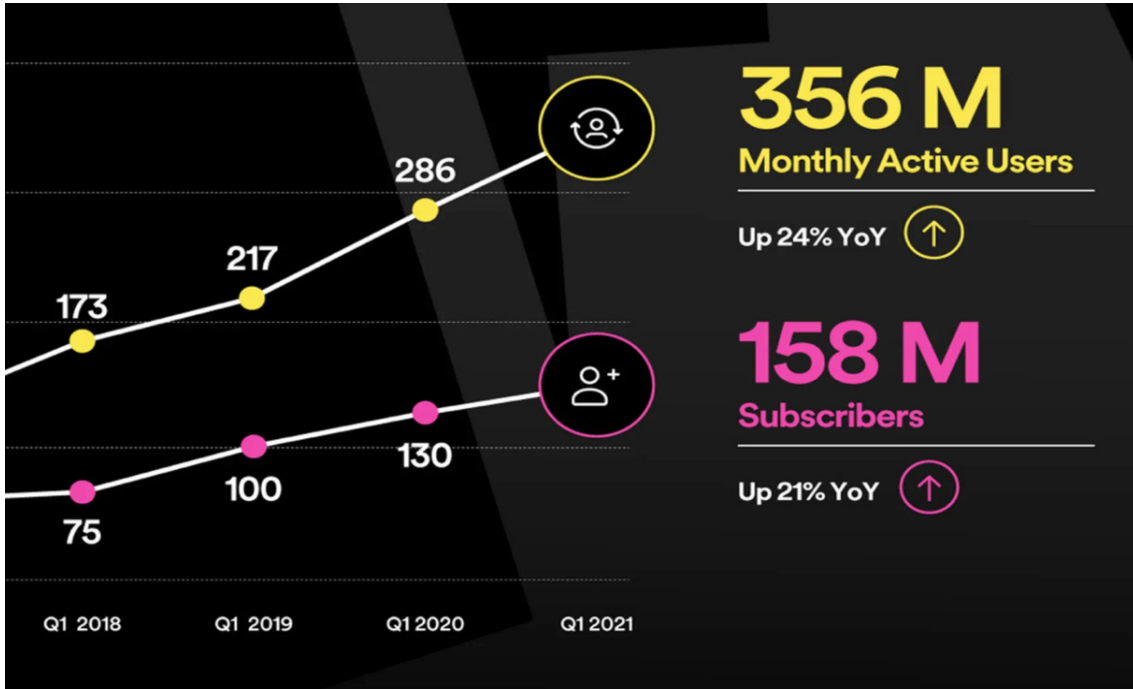
almaktadır. 286 milyon aylık aktif kullanıcının 130 milyonu abonelerden oluşurken 156 milyonu ise reklam destekli ücretsiz dinleyicilerden oluşmaktadır. Apple Music için yapılan araştırma ise Haziran 2019'da gerçekleştirilmiştir. Bu tarihteki verilere göre bu platformun, 60 milyon aboneye sahip olduğu belirtilmektedir. Apple Music abonelik sayısında her ay ortalama iki milyon yeni abonelik olacağı ve 2019 yılının sonunda 70 milyon, 2020 yılının haziran ayında ise 80 milyon olacağı öngörülmektedir. Diğer müzik platformları sırasıyla Amazon Music 55 milyon abonelik, Tencent Music 657 milyon aktif kullanıcı yanı sıra 42,7 milyon abonelik, YouTube Music 20 milyon abonelik, Pandora 6.2 milyon abonelik, SoundCloud 175 milyon kullanıcı, Deezer 16 milyon kullanıcı yanı sıra 7 milyon abonelik olarak belirtilmektedir.

2018-2021 yılları arasında yapılan ve yılların ilk çeyreklerini ele alan Spotify kullanıcı araştırmasına göre ise, 2018 yılının ilk çeyreğinde 173 milyon aylık aktif kullanıcı ve 75 milyon abone, 2019 yılının ilk çeyreğinde 217 milyon aylık aktif kullanıcı ve 100 milyon abone, 2020 yılının ilk çeyreğinde 286 milyon aylık aktif kullanıcı ve 130 milyon abone, 2021 yılının ilk çeyreğinde ise 356 milyon aylık aktif kullanıcı ve 158 milyon aboneye sahip olduğu belirtilmektedir. Bu noktada Spotify

müzik platformunun kullanımının, her geçen yıl kullanıcı ve abone sayısında belirli bir artış olduğunu görülmektedir.

3. Spotify Örneği

Müziğin, insanların hayatlarına girdiği ilk andan itibaren arzu edilen müziği dinlemek için önce o müziğe ait plağa sahip olmak daha sonra ise plağı oynatacak pikabı edinmek gerekemekteydi. İlerleyen süreçte ise kaset dinlemek için kasetçalara, CD dinlemek için CD çalara ihtiyaç duyulmaktaydı. Günümüzde ise bir tık veya dokunuşumuzla istediğimiz yerde istediğimiz müziğe erişim sağlayabilmekteyiz. Bu özgürlüğü sağlayan platformların içinde bu çalışmada Spotify örneğini ele alınmaktadır. Spotify, aralarında Sony, Warner Müzik Grubu, Universal, The Orchard, EMI gibi müzik yapım şirketlerinin yanı sıra birçok bağımsız plak şirketlerinin de olduğu İsveçli müzik veri sağlayıcı ve podcast servisi olarak tanımlanmaktadır. Spotify 2006 yılında İsveç/Stockholm'de kurulmuş ve Avrupa Birliği bünyesindeki bir ekip tarafından geliştirilmektedir. Şirket Daniel Ek ve Martin Lorentzon tarafından Stockholm'de kurulmuştur. Şirketin geliştirme merkezi Stockholm'de bulunurken araştırma ve geliştirme merkezi ise Londra'da bulunmaktadır. Spotify, dünya ile olan etkileşimini 7 Ekim 2008 tarihinden itibaren aktif



Şekil 2. 2018-2021 yıllarının ilk çeyreğindeki Spotify kullanıcı artış grafiği
(<https://www.theverge.com/2021/4/28/22405953/spotify-earnings-q1-2021-subscribers-average-revenue-per-user>)

hale getirmiştir. Spotify, Windows, Mac OS X, Linux gibi işletim sistemli bilgisayarların yanı sıra Android, IOS, Symbian, Windows Mobile, S60 gibi işletim sistemli telefonlar ve tabletlerde de kullanılabilir (vikipedi.com). 2013 yılının Eylül ayından itibaren ise Türkiye’de dinlenebilir ve en çok tercih edilen müzik platformlarından biri olmuştur (Bozkurt, 2015: 59).

Uygulama mobil cihazlarda, tabletlerde, bilgisayarlarda, televizyonlarda, arabalarda, oyun konsollarında, akıllı saatlerde, akıllı ekranlarda, sesli asistanlarda dinlenebilmektedir. Spotify, ücretsiz ve ücretli olarak iki şekilde kullanılabilir. Ücretsiz abonelikte müzikler, karışık olarak, çevrimiçi, reklamlı, şarkı atlama hakkı olmadan ve düşük ses kalitesiyle dinlenebilmektedir. Ücretli olan aboneliklerde ise istenilen parçayı oynatılabilen, çevrimdışı dinlenebilmekte, reklam kesintisiz, sınırsız şarkı atlanabilen ve yüksek ses kalitesiyle dinlenebilmektedir. Spotify Premium aboneliği için 2020 yılının son çeyreğinde ayda 13,99 TL fiyatıyla erişilebilmektedir. Öğrenciler

için 3 aylık Premium 0,99 TL daha sonra 6,99 TL. Aile için Premium ise ayda 20,99 TL toplamda altı aile bireyinin kullanımına izin vermektedir. Spotify aynı zamanda sosyal bir platform gibi kullanılmakta ve kullanıcılar istedikleri kişileri takip ederek onların müzik listelerine erişebilmektedir. Kişiler, müzik listelerini takipçilerin görünür bir şekilde ayarlamaları yanı sıra dilediği listelerini başkalarına görünmeyecek şekilde gizleyebilmektedir. Kişiler takip ettikleri müzik listelerinden anlık bildirim yoluyla haberdar olabilmektedirler. “Haftalık Keşif” sekmesinde, kullanıcıların genel olarak dinledikleri müzik türü ya da o türe yakın bir tür baz alınarak haftada bir değişen listeler olarak öneride bulunma özelliği bulunmaktadır. “Türe ve moda” göre olan bölümde insanların anlık duygularına karşılık verecek çalma listeleri mevcut bulunmaktadır. “Podcast” sekmesinde tüm dünyadan daha önceden kayıt edilmiş radyo programları, söyleşiler, müzik listeleri, dj performansları bulunmaktadır. Kullanıcılar bu podcast’lerden yararlanarak kaçırdıkları bir

programı daha sonra tekrar dinleyebilmektedirler. “Yeni Çıkanlar” sekmesinde ise Spotify dâhilinde bulunan sanatçıların çıkardıkları yeni albüm ve single’lar kullanıcılara bildirilmektedir. “Keşfet” sekmesinde oluşturduğın çalma listelerine uygun öneriler bulunmaktadır. Böylece kullanıcıların sevdiği müzik türlerine en yakın türde ve ritimde öneriler bulunmaktadır. “Konserler” sekmesinde bulunduğu konuma en yakın yerlerde olan konseri kullanıcılarına sunmaktadır.

Sonuç

Müzik, evrensel oluşu ile yani yaş, din, dil, ırk, cinsiyet gibi faktörler fark etmeksizin her türde insan için günlük hayatta tercih edilen bir olgu olarak tanımlanmaktadır. İnsanlık tarihinden günümüze kadar bireylerin ve toplumun her zaman eşlik ettiği, eğlendirdiği, dinlendirdiği hatta zaman zaman sakinleşmenin bir aracı olduğu bilinmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle önce radyo daha sonra da internet aracılığı ile müzik istasyonlarına ulaşılabilirdi. Mobil cihazların kullanımının yaygınlık kazanması ile birlikte müzik artık taşınabilir bir hal almış, bu da müziğe erişimi daha ulaşılabilir kılmıştır. Pikaplar, kaset çalarlar, CD çalarlar, mp3 çalarlar yerlerini mobil cihazlar aracılığı ile mobil uygulamalardan dinlenebilen platformlara bırakmıştır. Mobil uygulamalarla birlikte radyo yayıncılığına da yenilikler gelmiştir. Öncelikle radyo yayınları uydudan değil internet tabanlı olmuştur. Bu sayede evrensel bir ağ oluşarak kıtalar arası yayın dinleyebilme fırsatı oluşmuştur. Ayrıca dinleyenin sevdiği türe göre müzik veri tabanları oluşturulmaktadır. Podcast’ler oluşturularak daha sonra dinlenebilmek üzere radyo programları kayıt edilmektedir. Böylece radyoda yapılan programları yerinde ve zamanında dinleyemeyen kullanıcılar, farklı bir zamanda istedikleri podcast yayını dinleyebilirler.

Söz konusu olan bu değişim ve gelişim süreci radyo için beklendiği bir gelişme olmuştur. Önceleri, Dj’lerin veya yayın yönetmenlerinin tasarladığı program içeriklerini artık kullanıcılar kendi istekleri ve zevkleri doğrultusunda oluşturabilmektedirler. Bir başka değişim ve

gelişim ise yabancı sanatçıların yayınladığı şarkıları ilk defa radyoda dinleyebilmektedir fakat günümüzde bir şarkıyı ya da radyo programını yayınladığı ülkeyle aynı zamanda dinleyebilmektediriz. Spotify’ın sağladığı kullanım kolaylığı, ses kalitesi, kullanıcıya göre her gün yenilenen milyonlarca şarkı, podcast yayınları, zamana ve mekâna göre gelen bildirimler gibi özellikleriyle online müzik uygulamalarının en çok tercih edilenleri arasında yerini almaktadır.

Spotify, gelir grafiği açısından da diğer uygulamalar arasında Dünya’da ilk sıradaki yerini almaktadır. Özellikle son on yılda teknolojiyle birlikte gelişen mobil cihazlar sayesinde dijital müzik kullanımının artması bu kullanımla doğru orantıdadır. Yapılan bazı araştırmalara göre insanların dijital müzik dinlemesindeki artan eğilimin, ilerleyen yıllarda da aynı artışı göstererek müzik platformlarının kullanımının gelişeceği düşünülmektedir. Bunun sebebi ise müziğin insanların hayatında hiçbir zaman yok olmayacağı ve teknoloji geliştikçe müzik platformlarının da gelişeceği öngörülmektedir. Müzikle alakalı onlarca platform olmasına rağmen, ilerleyen süreçte bu platformların sayısının gelişerek artacağı ve var olan platformların ise bu doğrultuda gelişeceği düşünülmektedir. Müziğin dışında eğitim-öğretim alanında da ders kayıtlarının yapılıp, bunların hazır şekilde platformlara yüklenmesi ve insanların istedikleri zaman bu kayıtları dinlemeleri sağlanabilir. İnsanların her anında, yer ve mekân fark etmeksizin yanında olabildiği müziğe, gelecekte sesli komut sistemleri sayesinde birkaç kelime sarf ederek ulaşabileceği aynı zamanda ulaşım konusunda sağlanacak kolaylıkların arttırılacağı düşünülmektedir. Döneminin en önemli kitle iletişim araçlarından olan radyonun, teknolojik gelişmeler sonucunda kitlelere değil kullanıcıların eğilimlerine göre şekillendiği görülmektedir. Dönemin radyo frekanslarında uygulanan sohbet programlarının, müzik seçkilerinin, tartışma programlarının, haber programlarının, eğitim programlarının yerini artık Spotify platformu almaktadır. Spotify platformu müzik dinleme uygulaması olmasının yanı sıra geleneksel radyo kültürünün izlerini taşıyan her türde programlardan

oluşan bant yayınları da (podcast) bünyesinde bulundurmaktadır. Bu çalışma sonucunda Spotify platformu ile ilgili kullanıcı eğilimlerine yönelik doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Her geçen zaman içerisinde Spotify platformunun kullanımında büyük bir artış gözlenmektedir. Bu da platformun uyguladığı yeni model radyo eğilimini ve kullanıcılardaki artış grafiğinin en önemli yansımalarını göstermektedir. Döneminde gerçekleşen ve günümüzde oldukça azalan geleneksel radyo kültürünün artık Spotify platformunda gelişerek tekrar yaşadığı ve devam ettiği ortaya çıkmaktadır.

Radyo bulunduğu ve insanlara eriştiği yıllarda başka bir kitle iletişim aracının alternatifinin olmaması, radyonun popüler hale gelmesinde önemli bir rol oynamıştır. Ancak günümüzde Spotify platformunun bu kadar popüler olmasının sebeplerinden biri de Spotify platformunun birçok farklı alternatif ile karşı karşıyayken bile kullanıcılara interaktif olma imkânı vermesidir. Bu bakımdan Spotify, tıpkı sosyal medya platformları gibi yeni medya çatısı altında değerlendirilebilmektedir. Kullanıcıların iki yönlü iletişim modelinde olduğu gibi yalnızca karşı taraftan verilen veriye bağlı olmaksızın görece daha özgürce hareket edebilmeleri ve farklı kullanıcılarla etkileşim içine girebilmeleri bir yayın platformu olan Spotify'nın biricik olmasını sağlamaktadır. Bu sebeple Spotify gibi çevrim içi yayın platformlarının gelecekte de daha da popülerleşerek varlığını sürdüreceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Adorno, Theodor W. (2007). *Kültür Endüstrisi* (Çev. Nihat Ülner-Mustafa Tüzel- Elçin Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.

Adorno, Theodor W. & Horkheimer, Max. (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği* (Çev. Nihat Ülner-Elif Öztarhan Karadoğan), İstanbul: Kabalıcı Yayıncılık.

Bozkurt, Aslıhan. (2015). Tercih Edilen Online Müzik Platformları, *Bilişim Dergisi*, Cilt:43, Sayı 79.

Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.

Kasım, Metin. (2014). *Radyo Programcılığı*, Konya: Literatürk Yayınları.

Özkanal, Berrin. (2013). *Radyo ve Televizyonda Program Yapımı*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Say, Ahmet. (1997). *Müzik Tarihi*, Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.

Spotify, AB (2019). <http://spotify.com>

Spotify, TR (2019). <http://spotify.com.tr>

Tekinalp, Şermin. (2003). *Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon*, İstanbul: Der Yayınları.

Tokgöz, Oya. (1994). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Türk Dil Kurumu; (2020). sozluk.gov.tr, Erişim Tarihi: 21.08.2020

Wikipedia (2019). Spotify <http://tr.wikipedia.org/wiki/Spotify> Erişim Tarihi: 03.07.2020

Dredge, Stuart. (2020). How Many Users Do Spotify, Apple Music and Other Big Music Streaming Services Have?, <https://musically.com/2020/02/19/spotify-apple-how-many-users-big-music-streaming>, Erişim Tarihi: 14.08.2020

Porter, Jon. (2021). Performed Above Expectation <https://www.theverge.com/2021/4/28/22405953/spotify-earnings-q1-2021-subscribers-average-revenue-per-user>, Erişim Tarihi: 15.06.2021