

**Enstitüsü : Sosyal Bilimler
Dalı : İletişim Sanatları
Programı : İletişim Sanatları
Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Sevinç KOÇAK
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek lisans – Nisan 2018**

**KISA ÖZET
YOUTUBE SOSYAL PAYLAŞIM AĞININ
POPÜLER MÜZİK ÜZERİNE ETKİSİ:
2010 YILI SONRASI DÖNEMDE TÜRKİYE ÖRNEKLERİ
İNCELEMESİ
Y. GÜNEY ÇELİK**

Bu çalışmada, internet ve sosyal medyanın müzik sektörü ile ilişkisi nezdinde Youtube sosyal paylaşım ağının popüler müzik üzerine etkileri, 2010 yılı sonrasında günümüze kadar olan dönemde Türkiye'deki müzik ve müzisyen örneklerinin incelenmesiyle ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Günümüzde tanık olduğumuz iletişimin dijital dönüşüm süreci ve teknolojik gelişmelerin sağladığı imkanlarla değişen dünya, sosyal yaşamı ve iş sektörlerini değişime zorlamaktadır. Bu etkiler bireysel ve toplumsal iletişim becerilerini eskisine göre farklı bir şekilde organize etmektedir. Bu çalışmada, bu yeni organizasyon yapısında, müzik sektörü, müzisyenler ve tüketici konumundaki dinleyicilerin bu yeniliklere ayak uydururken yaptıkları tercihleriyle gelişen yeni iletişim şeklinin müziği hangi koşullarda popüler yaptığı sorgulanmak istenmektedir.

Araştırma, teknolojik gelişmeler sebebiyle dönüşen ve yenilenen iletişim alanının getirdiği değişikliklerle birlikte bireylerin ve toplumun sosyal medya kullanımı ve popüler müzik tercihleri ile birlikte müziğin popülerleşme sürecini ve sebeplerini bulmaya çalışmaktadır.

Çalışmada, iletişimin dijital dönüşümü esnasında, yeni dönemde müzik sektörünün ve Youtube özelinde sosyal medyanın ilişkisinden doğan yeni popülerleşme süreçlerinin neden-sonuç ilişkisi tespit edilmektedir.

Sosyal medyanın bireyler tarafından yoğun kullanımı sonucu Youtube sosyal paylaşım ağı üzerinden müzikler ve müzisyenler büyük kitlelere ulaşabilmekte ve bu süreçte müzik sektörünün diğer kitle iletişim araçlarına eski dönemlerde olduğu gibi ihtiyaç duymadığı tespit edilmektedir.

Ayrıca kültür endüstrisi yaklaşımı ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile yorumlanan bu süreçlerin, toplum nezdinde nasıl karşılandığına dair daha sağlıklı yorumlar yapabilmek adına bir alan araştırması yapılarak daha gerçekçi sonuçlar bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler: İletişim, Halkla İlişkiler, Dijital Medya, Kitle İletişimi, Müzik

**University : Istanbul Kültür University
University Institute : Institute of Social Sciences
Department : Communication Arts
Programme : Communication Arts
Supervisor : Dr. Öğr. Üyesi Sevinç KOÇAK
Degree Awarded and Date : MA – April 2018**

ABSTRACT

**THE EFFECT OF YOUTUBE, SOCIAL MEDIA TOOL, ON THE
POPULAR MUSIC:
EXAMINATION OF SAMPLES IN THE REPUBLIC OF TURKEY
SINCE 2010 UNTIL TODAY.**

Y. GÜNEY ÇELİK

In this study, it is aimed to examine the interaction of web and social media with music industry, more specifically, the effect of YouTube as a social network on the popular music. The investigation is of studying the musicians and their works from 2010 till today.

The transformation of communication through digital development is forcing social life and business industries to modify. The modification differs in individual and commune levels. In the following text it is mentioned about how the music becomes popular while the industries, musicians and individuals (consumers) adopting themselves to the contemporary variations.

It is aimed to investigate the process of being popular and the reasons of it with the help of popular music preferences and usage of the social media after the transforming technology and communication.

During the digital transformation of the communication, the reasons of popularization of contemporary music and the social media of Youtube has been studied.

It is observed that as a result of the massive usage of social media by individuals, the music and musicians are able to reach enormous crowds via YouTube. This phenomenon explains that the conventional communication tools of musicians and their followers has been losing their popularity.

Moreover, a survey has been included in the study in order to strengthen the ideas proposed. The survey reveals how the society welcomes the transformation process.

Keywords: Communication, Public Relations, Digital Media, Mass Communication, Music