



**T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
MÜZİKOLOJİ ANA BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYADA PİYANO EĞİTİMİ

Gizem KILIÇ

**Ekim-2025
BATMAN**

**T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
MÜZİKOLJİ ANA BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYADA PİYANO EĞİTİMİ

Gizem KILIÇ

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Yiğit KARABULUT**

Diğer Jüri Üyeleri

Doç. Dr. Arif MÖHSÜNOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Kamil Onur KARATAŞ

**Ekim- 2025
BATMAN**

T.C.
BATMAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TEZ KABUL VE ONAYI

Gizem KILIÇ tarafından hazırlanan “Sosyal Medyada Piyano Eğitimi” adlı tez çalışması 13/10/2025 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müzikoloji Ana Sanat Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Başkan

Doç. Dr. Arif MÖHSÜNOĞLU

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Yiğit KARABULUT

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Kamil Onur KARATAŞ

Yukarıdaki sonucu onaylarım.

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Murat ÖTER

ETİK BEYANI

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını beyan eder, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sorumluluğu kabullendiğimi bildiririm.

ETHICAL DECLARATION

I declare that all the information in this thesis has been obtained within the framework of ethical behavior and academic rules, and that the source of any statements and information that do not belong to me in this study prepared in accordance with the thesis writing rules has been fully cited, and I declare that I accept all kinds of legal responsibility in case of any contrary situation.

Gizem KILIÇ
13/10/2025

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYADA PİYANO EĞİTİMİ

Gizem KILIÇ

Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Müzikoloji Ana Sanat Dalı

Danışman:

Dr. Öğr. Üyesi Yiğit KARABULUT

2025, 46 Sayfa

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında piyano eğitimi veren öğretmenlerin kullandıkları eğitim stratejilerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır ve nicel bir araştırmadır. Çalışma grubunu 2024-2025 yıllarında sosyal medya platformlarında piyano dersi vermiş olan 70 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak amacıyla öğretmenlerden görüş almak için araştırmacı tarafından, alan uzmanlarından görüş alınarak hazırlanan anket kullanılmıştır. Öğretmenlerin en sık kullandıkları sosyal medya platformunun instagram olduğu tespit edilmiştir. Ders içeriği paylaşırken kullanılan teknolojilerin çoğu “video çekim cihazları, video düzenleme yazılımları, nota yazma programları ve çevrimiçi platformları” gibi çoklu araç kombinasyonlarına dayanmaktadır. Sosyal medyada ders içeriği paylaşım teknikleri ise büyük oranda “eğlenceli içerikler”, “özel günlerde paylaşım”, “piyano notaları paylaşımı” ve “hashtag kullanımı” olarak tespit edilmiştir. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken müzik performansının ve eğitim sürecinin yalnızca teknik becerilere değil aynı zamanda çevresel, bireysel, pedagojik ve fiziksel faktörlere bağlı olarak şekillendiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyada paylaşım yapılırken kullanılan içerikler incelendiğinde, “Kendi fotoğrafı, öğrencisinin fotoğrafı, kendi videosu, ders içeriği, öğrencisinin videosu ve eser seslendirme” gibi çoklu birleşimlerin öne çıktığı görülmektedir. Sosyal medya paylaşımlarında en yaygın tercih edilen içerik türünün performans videoları olduğu, sosyal medya kullanımında en yaygın paylaşım sıklığının haftada bir olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya üzerinden yürütülen piyano eğitimi sürecinde karşılaşılan en yaygın sorunun etkileşim yetersizliği olduğu belirlenmiştir. Sosyal medyada piyano eğitimi ile ilgili görüşler incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı piyano eğitimi bağlamında destekleyici ve tamamlayıcı bir platform olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Piyano, Eğitim, Teknoloji, Metod.

ABSTRACT

MASTER THESIS

PIANO EDUCATION ON SOCIAL MEDIA

Gizem KILIÇ

Batman University Graduate Education Institute

Musicology Department of Art

Advisor: Assistant Professor Dr. Yiğit KARABULUT

2025, 46 Pages

This study was conducted to examine the educational strategies used by piano instructors teaching on social media platforms. A survey model was used in the research, and it is a quantitative study. The study group consists of 70 instructors who taught piano lessons on social media platforms in 2024-2025. To collect data for the research, a questionnaire prepared by the researcher with input from field experts was used to gather opinions from the instructors. It was determined that Instagram was the most frequently used social media platform by the instructors. The technologies used when sharing lesson content mostly relied on combinations of multiple tools such as “video recording devices, video editing software, music notation programs, and online platforms.” Techniques for sharing lesson content on social media were largely identified as “fun content,” “sharing on special days,” “sharing piano notes,” and “hashtag use.” It was concluded that when sharing lesson content on social media, musical performance and the educational process are shaped not only by technical skills but also by environmental, individual, pedagogical, and physical factors. When examining the content used in social media posts, it is observed that multiple combinations such as “own photo, student's photo, own video, lesson content, student's video, and work narration” stand out. It has been determined that performance videos are the most commonly preferred content type in social media posts, and that the most common posting frequency on social media is once a week. It has been determined that the most common problem encountered in the piano education process conducted via social media is insufficient interaction. When opinions about piano education on social media were examined, it was concluded that the vast majority of participants viewed social media as a supportive and complementary platform in the context of piano education.

Keywords: Social media, Piano, Education, Technology, Metod.

ÖN SÖZ

Teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde, müziğe ve piyano eğitimine olan ilgim bu çalışmayı başlatmamda en büyük motivasyon oldu. Piyano eğitimini sosyal medya penceresinden yeniden keşfetmek, anlamak ve anlatmak bana hem akademik hem de kişisel olarak yeni bakış açıları sundu. Bu tezde sosyal medyanın piyano üzerindeki etkilerini sizlerle paylaşmayı amaçladım.

Tez sürecimde bilgi, tecrübe ve deneyimiyle bu yolda bana ışık tutan danışmanım Dr. Yiğit Karabulut'a yürekten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca araştırmama katkı sağlayan değerli meslektaşlarıma, her zaman yanımda olan ve beni her daim destekleyen, çok kıymetli eşime ve kızım Serenat'a minnettarım. Bu tez, akademik bir çalışmanın ötesinde kendime ve mesleğime olan inancımın bir yansımasıdır. Gücümü keşfetmemi sağlayan bu süreç için en çok kendime teşekkür ediyorum.

Tezimin, sosyal medyanın piyano eğitimindeki rolüne katkı sağlayacağına inanıyor ve bu çalışmanın, müziği hayatının bir parçası haline getirmiş tüm meslektaşlarıma ilham olmasını diliyorum.

Gizem KILIÇ
BATMAN-2025

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖN SÖZ.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı.....	3
1.2. Alt Amaçlar.....	3
1.3. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi.....	3
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	4
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	5
2.1. Sosyal Medya.....	5
2.2. Sosyal Medyada Eğitim.....	7
2.3. Sosyal Medyada Piyano Eğitiminin Sosyal Öğrenme Kuramı İle İlişkisi.....	9
2.4. Eğitim.....	10
2.5. Müzik Eğitimi ve Türleri	10
2.5.1. Genel müzik eğitimi.....	11
2.5.2. Özenen (Amatör) müzik eğitimi	11
2.5.3. Mesleki (Profesyonel) müzik eğitimi.....	11
2.6. İlgili Araştırmalar.....	12
3. YÖNTEM.....	15
3.1. Araştırmanın Modeli	15
3.2. Çalışma Grubu	15
3.3. Veri Toplama Araçları	16
3.4. Verilerin Analizi	16

4. BULGULAR	17
4.1. Demografik Bulgular	17
4.2. Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Yönelik Bulgular	20
4.3. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşırken Kullanılan Teknolojilere Yönelik Bulgular.....	21
4.4. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşım Tekniklerine Yönelik Bulgular .	24
4.5. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşırken Dikkat Edilen Kriterlere Yönelik Bulgular.....	27
4.6. Sosyal Medyada Paylaşım Yapılırken Kullanılan İçeriklere Yönelik Bulgular.....	30
4.7. Sosyal Medyada Paylaşım Yapılırken Kullanılan İçerik Türlerine Yönelik Bulgular.....	32
4.8. Sosyal Medyada Paylaşım Sıklığına Yönelik Bulgular	34
4.9. Sosyal Medyada Piyano Eğitiminde Karşılaşılan Problemler	36
4.10.Sosyal Medyada Piyano Eğitimi İle İlgili Görüşlere Yönelik Bulgular .	38
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	40
5.1 Sonuçlar	40
5.2 Öneriler	42
KAYNAKLAR	44

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1. Yaş Dağılımı	17
Tablo 4.2. Cinsiyet Dağılımı	18
Tablo 4.3. Mezun Olunan Lisans Programı	18
Tablo 4.4. Meslek Durumu	19
Tablo 4.5. Kullanılan Sosyal Medya Platformu	20
Tablo 4.6. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşırken Kullanılan Teknolojiler ..	21
Tablo 4.7. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşım Teknikleri	24
Tablo 4.8. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşırken Dikkat Edilen Kriterler ...	27
Tablo 4.9. Sosyal Medyada Paylaşım Yapılırken Kullanılan İçerikler	30
Tablo 4.10. Sosyal Medyada Paylaşım Yapılırken Kullanılan İçerik Türleri	32
Tablo 4.11. Sosyal Medyada Paylaşım Sıklığı	34
Tablo 4.12. Sosyal Medyada Piyano Eğitiminde Karşılaşılan Problemler	36
Tablo 4.13. Sosyal Medyada Piyano Eğitimi İle İlgili Görüşler	38

1. GİRİŞ

İnternet, milyarlarca cihazı birbirine bağlayan ve yenedünyanın en büyük teknolojik devrimlerinden biri olarak kabul edilen dev bir ağıdır. İnternetin temelleri, 1960’larda Soğuk Savaş döneminde, ABD Savunma Bakanlığı’nın ARPA (Advanced Research Projects Agency) birimi tarafından iletişimin koordine edilmesi amacıyla atılmıştır. Daha sonra 1990’larda ise halkın kullanımına açılmış ve 1993 yılında TÜBİTAK- ODTÜ iş birliği ile Türkiye dünya çapında internete bağlanmıştır (Çolak ve Topçu,2005).

Kuzhan (2019) İnternet, teknolojinin gelişmesiyle birlikte toplumsal yaşamın her alanına nüfus eden bir yapı haline gelmiş ve bilgiye erişimi kolaylaştırmıştır. Ayrıca sosyal medya platformlarının yaygın kullanımı toplumun tüm kesimlerini etkilediğini belirtmektedir. İnternetin başlıca kullanım alanlarını sistematik biçimde ele aldığımızda;

Eğitim; İnternet, eğitim sistemlerinde köklü değişimlere yol açmıştır. Öğrenmenin zamana ve mekâna bağlı olmaktan çıkmasına neden olmuştur. Geleneksel sınıf ortamına ek olarak sanal öğrenme platformları (Eba, Zoom), video dersler ve interaktif içerikler bilgiye erişim imkânı sunmuştur.

İletişim; İnternet bireylerin birbiriyle iletişim kurma biçimlerini derinden etkilemiştir. E-posta ve anlık mesajlaşma uygulamaları (Whatsapp, Telegram), görüntülü görüşme sistemleri (Zoom, Skype) ve sosyal medya platformları (Facebook,Instagram,X) gibi araçlar sayesinde iletişim kurmak artık olağan hale gelmiştir.

Eğlence; İnternetin günlük yaşama entegre olması yalnızca bilgiye erişim ve iletişim biçimlerini değil aynı zamanda eğlence anlayışını da köklü biçimde değiştirmiştir. Geleneksel eğlence türlerinin dijital mecralara taşınması ile dizi,film izleme platformları (Netflix), video paylaşım siteleri ile birlikte bireylerin boş zamanlarını değerlendirme biçimleri çeşitlenmiş olup zaman ve mekan sınırlamaları ortadan kalkmıştır.

Haberleşme ve Bilgi Erişimi; İnternetin sağladığı en temel avantajlardan biri de bilgiye hızlı ve çoğu zaman ücretsiz bir biçimde erişim imkanının olmasıdır. Web siteleri dijital ansiklopediler (Wikipedia) akademik veri tabanları (Google Scholar) ve Blog yazıları, bireylerin bilgiye ulaşımında büyük kolaylık sağlamaktadır. Bu durum bilgiye

erişimde sosyoekonomik engellerin kısmen ortadan kalkmasına yol açmıştır (Nitev Technology,2024).

İnternetin kullanım alanlarının artması ile birlikte iletişim şeklimiz hızla değişime uğramış ve modern hayatın vazgeçilmez bir parçası olmuştur (Çolak ve Topçu, 2005). İnternet, bilgiye erişimde kolaylık sağlarken toplumsal değişimlerin de önünü açmıştır. Bu değişimlerden en çok etkilenen alanlardan biri de sanat eğitimi olmuştur ve teknolojik ilerlemelerle birlikte müzik eğitimi alanında da etkilerini göstermiştir.

Geleneksel olarak birebir ilişkiye dayanan ve uygulamalı bir süreç olan müzik eğitimi, internetin sunduğu çeşitli araçlar sayesinde farklı şekillerde uygulanabilir hale gelmiş, geleneksel sınıf ortamlarının ötesine geçerek dijital platformlara taşınmış ve bireyler çalgı aleti çalmayı öğrenmek için artık sosyal medya platformlarını kullanmaya başlamışlardır. İnternet sayesinde öğrenci, kendi seviyesine uygun ders içeriklerini seçebilir, anlamadığı konuları tekrar izleyebilir ve kendi gelişimini kendisi takip edebilir duruma gelmiştir. Bu durum bireysel çaba gerektiren çalgı aleti eğitiminde büyük bir avantaj sunmuş ve öğrenciler kendi zamanlarını yönetebilir duruma gelmiştir. O halde internetin sunduğu en önemli fırsatlardan biri de öğrencilerin öğrenme süreçlerini kişiselleştirebiliyor olmasıdır. Müzik eğitimi, etkileşimli içerikler ve öğretici videolar sayesinde hem bu eğitimleri alan bireyler hem de bu eğitimi veren öğretmenlerin beklenti ve rollerini yeniden şekillendirmiştir. Özellikle piyano eğitimi gibi teknik ve disiplin gerektiren alanlarda sosyal medya da ki kaynaklar doğru bir şekilde kullanıldığında hem öğretici hem de destekçi bir araç haline gelmiştir.

Bu bilgiler ışığında sosyal medya ve müzik arasındaki ilişki, dijital çağda müziğin üretimi, tanıtımı ve tüketimi üzerinde köklü değişiklikler oluşturmuş durumdadır. Sosyal medya platformları müziğin daha geniş kitlelere hızla ulaşmasını sağlarken müzisyenler için bağımsız bir kariyer yaratma fırsatı sunmuştur ve müziğin demokratikleşmesine katkıda bulunarak daha çok insanın müzik üretmesine ve paylaşmasına olanak sağlamıştır. Geleneksel müzik endüstrisinin sınırlarını aşan sosyal medyadaki müzikal etkinlikler, müziğin daha kapsamlı ve erişilebilir olmasını sağlamıştır.

Bu çalışmada, sosyal medyadaki eğitim etkinlikleri ve söz konusu platformların teknolojik altyapısı, müzik eğitiminin gelecekte oluşturacağı yeni perspektiflerin eğitim üzerindeki etkileri, sosyal medyada eğitim veren müzik ve enstrüman eğitimcilerinin görüşleri doğrultusunda incelenmiştir.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya platformlarında piyano eğitimi veren öğretmenlerin kullandıkları eğitim stratejilerini incelemektir. Ayrıca, sosyal medyanın piyano eğitiminde nasıl bir rol oynadığını ve geleneksel eğitim yöntemleriyle karşılaştırıldığında ne gibi avantajlar ve dezavantajlar sunduğunu ortaya koymaktır.

Araştırma problem cümlesi “Sosyal medya platformlarında piyano eğitimi veren öğretmenlerin eğitim süreçleri nasıldır?” olarak belirlenmiştir.

1.2. Alt Amaçlar

1. Sosyal medyada piyano eğitimi verenlerin kullandıkları dijital platformlar nelerdir?
2. Sosyal medyada piyano eğitimi veren öğretmenlerin kullandığı teknolojik araçlar nelerdir?
3. Sosyal medyada piyano eğitimi verenlerin paylaşım yaparken kullandıkları yöntemler nelerdir?
4. Sosyal medyada piyano eğitimi verenlerin öğretmenlerin paylaşımlarının içerikleri nelerdir?

1.3. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi

Sosyal medyada piyano eğitimi özellikle öğrencilere ulaşmak ve bilgiyi yaymak konusunda geleneksel yöntemlerden farklı bir yaklaşımdır. Sosyal medya platformlarında piyano eğitimi veren öğretmenlerin akademik altyapılarının ve müzikal yeterliliklerinin standardı olmadığı düşünülebilir. Bu nedenle sosyal medyada verilen piyano eğitiminin geleneksel müzik eğitimi anlayışından farklı olarak, pedagojik yeterlilik, içerik kalitesi ve öğrenci etkileşimi açısından nasıl bir etki yarattığı ve bu durumun piyano eğitiminin niteliği üzerindeki olası etkileri nelerdir? Sorusuna cevap aranmaktadır.

Ayrıca bu araştırma, sosyal medyanın eğitim alanında giderek artan etkisini ve özellikle müzik eğitiminde nasıl kullanıldığını anlamak açısından önem taşımaktadır. Piyano eğitimi gibi özel bir alanda sosyal medya platformlarının kullanımı, hem öğretmenler hem de öğrenciler için yeni fırsatlar ve zorluklar yaratmaktadır. Bu çalışma,

eğitmenlerin sosyal medyada etkili eğitim stratejileri geliştirmelerine yardımcı olabilir ve öğrencilerin bu platformlardan en iyi şekilde nasıl yararlanabileceğine dair bilgiler sunabilir. Ayrıca, bu araştırma, dijital çağda müzik eğitiminin geleceği hakkında önemli ipuçları sağlayabilir ve eğitimciler için değerli bir kaynak olabilir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma çalışma grubu ile sınırlıdır.
- Veriler, 2024-2025 eğitim-öğretim yılı içinde toplanmıştır.
- Katılımcıların beyanları esas alınmıştır; dolayısıyla beyanlarda öznel algılar etkili olabilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya

Sosyal medya, insanların internet aracılığı ile içerik üretmesini, paylaşmasını ve diğer bireylerle iletişim ve etkileşim içinde bulunmasını sağlayan dijital platformların genel adıdır. Günümüzde sosyal medya, eğitim ve sanat alanlarında oldukça aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Bu nedenle sosyal medya platformları geleneksel eğitim ortamlarının dışına çıkmış ve eğitimin dijital ortamlardaki etkisi artış göstermiştir.

Çeşitli platformlarda sunulan piyano eğitimi içerikleri, öğrencilerin model alma, tekrar etme ve kendi performanslarını geliştirme süreçlerine katkı sunmakta ve öğrenmenin yalnızca geleneksel öğretmen öğrenci ilişkisi ile değil dijital etkileşimler aracılığıyla da sürdürülebileceğini göstermektedir.

Sosyal medya ile ilgili literatür taraması yapıldığında karşımıza çıkan bazı sosyal medya tanımları şu şekilde verilmiştir;

“Sosyal medya; zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı) paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insani iletişim şeklidir”. (Vural&Bat, 2010, s.3351).

Sosyal medya terimi; bireylerin aralarında çeşitli içeriklerdeki bilgiyi paylaşarak iletişim kurmaları için imkan sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir. (Vardarlier ve Eren 2013, s.852).

Sosyal medya; içeriğin, resimler, videolar ile işitsel unsurlar biçiminde yaratılmasını ve kolaylıkla yayınlanmasını mümkün kılan web tabanlı uygulamalardır. (Safko ve Brake 2009,s.6).

Sosyal ağlar, bireyler ve gruplar arasında bağlantı kurmayı, iletişimde bulunmayı ve bilgi paylaşımını sağlayan Çevrim içi platformlar olup kullanıcıların içerik paylaşmasına, yorum yapmasına ve etkileşimde bulunmasına olanak tanırken bu platformlar toplumsal ilişkilerden profesyonel ağlara kadar geniş bir yelpazede kullanılır.

Sosyal medya kavramını daha iyi anlamak için sosyal medya araçlarını da iyi tanımak gerekir. Bu araçlar, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurarak ve içerik oluşturarak paylaşım yapmasını, analiz etmesini ve etkileşimde bulunmasını sağlayan dijital platformlardır ve farklı amaçlara yönelik kategorize edilebilirler.

Sosyal ağların popüler örnekleri arasında: Facebook, X, Instagram, Youtube, Tiktok gibi en bilinen sosyal medya örnekleri yer alır. Başta ‘‘Facebook olmak üzere İnternet ve tüm sosyal medya uygulamalarının sadece eğlence ortamı olduğu fikri eksik bir bilgi olduğunu ve bu uygulamaların gençler için eğitim öğretim platformu halini aldığını, kişisel gelişimlerine destek olacak bilgilere ulaşmak ve gündemi takip etmek için bu ortamların gençler tarafından kullanıldığını bilmek gerekmektedir’’(Kamiloğlu ve Yurttaş,2014, s.148).

Bu nedenle Sosyal medya kullanımı doğru yönde olduğunda insanlar ve özellikle gençler için, online eğitim, kariyer konusunda bilinç edinme, eleştirel düşünme, farklı kültürleri tanıma ve bilgiye hızlı erişim konusunda oldukça faydalı olabilir.

Sosyal Ağ Platformları;

Bu araçlar kullanıcıların bağlantı kurarak içerik paylaşmasını sağlar.

- Facebook(2004)
- Instagram(2010)
- Twitter(2006)
- Linkedin(2003)
- Threads

Görsel ve video paylaşım araçları; Bu araçlar, görsel içeriklerin oluşturulmasına ve yayılmasına olanak sağlar.

- Youtube(2005)(eğitim videoları için popüler bir platform)
- Tiktok(2016)
- Snapchat
- Pinterest

Sohbet uygulamaları; Bu araçlar, mesaj ve sesli/görüntülü aramalar için kullanılır.

- Whatsapp
- Telegram
- Messenger
- Discord

İçerik yönetim ve planlama araçları; Bu araçlar, içerik üreticileri için sosyal medya içeriklerini yönetmeye yardımcı olur.

- Hootsuite
- Buffer
- Canva

- Later

Canlı yayın ve etkileşim araçları; Bu araçlar, canlı yayın yaparak geniş kitlelere ulaşılmasını hedefler.

- Twitch
- Youtube Live
- Facebook Live
- Instagram Live

Bu platformlar insanların düşüncelerini kolaylıkla paylaştığı, her konuda yorum yapabildiği, başkalarının fikir ve tavsiyelerini görebildiği ve insanların etkileşimi için yeni bir alan sağladığı bir platform olarak hayatta önemli bir yer edinmiştir.

2.2. Sosyal Medyada Eğitim

Eğitim, bireylerin bilgi, beceri, değer ve tutum kazanmasını sağlayan sistematik bir süreçtir. Eğitimin amacı bireylerin topluma uyum sağlamalarını, kendilerini geliştirmelerini ve hayatlarında başarılı olmalarını sağlamaktır. Genellikle okullar, üniversiteler ve benzeri kurumlar aracılığı ile yapılırsa da aynı zaman da yaşam boyu süren bir deneyim olmasından kaynaklı medya gibi diğer kaynaklardan da gelebilir.

Eğitimin birçok tanımı yapılmaktadır. İletişim ve etkileşim açısından bir tanıma bakıldığında, “bireyin içinde yaşadığı topluma göre sosyalleşmesi, toplumun kültürünü kazanması, toplumu tam olarak benimsemesi, ona katılması ve toplumun kültürünü geliştirmesi”, psikolojik açıdan ise “bireyin içindeki yetenekleri arzuları ve ilgileri ulaşabileceği en üst düzeye kadar çıkarmak kişinin içindeki potansiyeli tam olarak geliştirebilmek için gerekli çevre imkânlarını düzenlemek” şeklinde yapılabilmektedir. Aynı zamanda bir olgu olarak da ifade edilmek istenirse eğitim bireyin kendi yaşantısıyla ve bir amaç doğrultusunda istedik yönde bir takım değişimlerin söz konusu olması şeklinde ifade edilir(Ergün,2015, s.1).

Sosyal medya; “Kullanıcıların kendileri ile ilgili kişisel haberleri verebileceği, arkadaş edinebileceği veya arkadaşlarıyla etkileşimli bir şekilde iletişim kurabileceği resimlerin, videolarını paylaşabilecekleri, çeşitli etkinlikler düzenleyebilecekleri web sitelerine genel olarak sosyal ağ ya da sosyal paylaşım adı verilir” (Eldeniz,2010).

Toplumsal hayatın birçok alanına hem yenilikler sunan ve hem de dönüşümleri mümkün kılan sosyal medya; kaçınılmaz olarak eğitim başlığı altında tartışılabilir

konuları da gündeme taşımaktadır. Bu çalışmada eğitim başlığı altında tartışılan tüm konular eğitimin öğretim boyutunu da kapsamaktadır.

Bilindiği gibi eğitim bireyin kendi isteği ile gelişim sürecine katkı sağlaması beklentisi ile belli başlı bir konuda deneyimlediği her türlü tecrübeyi, bilgi edinmeyi kapsayan bir yolculuğun adıdır. Öğretim/öğrenim bu yolculuğun araçlarından birisidir. Dolayısıyla eğitim, bireylerin belirli yaşantı sonucu kasıtlı olarak istendik yönde davranış değişikliği süreci olarak ifade edilebilir. Eğitim süreci, bireylerin içinde yaşamış olduğu toplumun beklentilerine göre hareket etme temeline dayanır. Sosyal medya bu anlamda eğitimin önemli bir parçası olarak, kazandırılmak istenen davranışların, beceri ve tutumların edinimi hususunda önemli rol oynamaktadır (Arslan, 2006, s.6).

Teknoloji sayesinde müzik bilgisi artık daha kolay erişilebilir hale gelmiştir müzik bilgisinin öğretilmesi ve yayılmasında ayrıca yeni müziklerin üretilmesinde kullanılan teknolojilerin artması ve çeşitlenmesi müzik alanındaki değişimi hızlandıran başlıca etkenlerdendir (Levendoglu, 2004).

Çevrimiçi dersler, videolar, dijital notalar ve uygulamalar sayesinde insanlar müziği daha geniş kitlelere ulaştırarak farklı öğrenme stillerine sahip bireylerin bakış açısı desteklenmiş olur ve öğrenme süreci monotonluktan uzaklaşır.

Günümüzde ve gelecekte görünen odur ki, sosyal medyanın önemli hale geleceği alanlardan biri de eğitimidir. Özellikle yaşam boyu öğrenme anlayışı, sosyal medyanın öğrenme öğretme süreci içindeki yerini daha da önemli hale getirmektedir. Her yaş grubunda ve her düzeyde öğrenenlere sunduğu yaygın, kolay ve ücretsiz kullanım olanakları, sosyal destek ve iş birliğini arttırması, akran desteğini sağlaması, daha esnek bir öğrenme ortam sunması, öğretim ve değerlendirme süreçlerinde daha farklı uygulamalara fırsat vermesi, araştırma sürecini desteklemesi, çok fazla üniversite desteği gerekmeden kullanılabilmesi gibi özellikleri sosyal medyayı eğitimde önemli bir unsur haline getirmektedir (Blackey ve Chew,2009:akt. Jones, Blackey, Fitzgibbon ve Chew,2010).

Sosyal medyada eğitim, tüm geleneksel eğitim yöntemlerini dönüştürücü bir rol üstlenmiş, bilgiye ulaşılabilirliği daha demokratik bir hale getirmiştir. Dolayısıyla dijital çağda öğrenen ve öğretene arasındaki ilişki teknolojinin eğitim süreçlerine entegre olmasıyla birlikte büyük değişim göstermiştir. Dijital araçlar öğrenme süreçlerini daha erişilebilir, etkileşimli ve bir hale getirirken öğrenen ve öğretene arasındaki ilişkiyi de

yeniden şekillendirmiştir. Bu süreçle birlikte, sosyal medyada eğitim içerikli paylaşımlar yapan içerik üreticileri de önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmıştır.

2.3. Sosyal Medyada Piyano Eğitiminin Sosyal Öğrenme Kuramı İle İlişkisi

Sosyal öğrenme kuramı, psikolog Albert Bandura tarafından geliştirilmiş ve eğitim alanında ciddi anlamda kabul görmüş bir kuramdır. Bu kuram, bireylerin gözlem yoluyla öğrenmeyi gerçekleştirebildiği ve model alma yoluyla bilgiye ulaştıklarını öne süren bir yaklaşımdır. Sosyal öğrenme kuramı günümüz toplumsal yaşantısında önemli bir yer edinmiş ve bu kuram dijital çağda özellikle sosyal medya platformları üzerinden yapılan öğrenmeleri anlamak için ve başkalarının performanslarını da gözlemlemek açısından önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır.

Öğrenmenin tek bir yolu yoktur ve bu süreci farklı bakış açılarıyla desteklemek gerekir. Eğitimde, gözlem yoluyla öğrendiğimiz davranışların temelinde sosyal öğrenme yeteneği yatmaktadır. Sosyal öğrenme kuramı müzik eğitiminde de kendini göstermektedir ve özellikle piyano eğitimi gibi uygulamalı alanlarda bireyler farklı teknikleri izleyerek ve model alarak, öğreticilerin yöntemlerini takip ederek ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurarak kendi becerilerini geliştirebilmektedir.

Bandura'ya göre her davranışı içselleştiririz fakat o davranışı sergilemek için bazı ihtiyaçlarımız vardır.

- Motivasyon (Övgü, beğeni vb.)
- Öz-yeterlik (İnanç)
- Çevresel imkanlar (Araç gereç vb.)

Bu koşullar sağlandığında birey öğrendiklerini pratiğe dökebilir ve bu kavramları müzik eğitimi ortamına entegre ederek gözlem, içselleştirme ve sergileme döngüsünü doğru bir şekilde hayata geçirir. Dolayısıyla öğrenmenin yalnızca deneyimle değil, gözlem, model alma ve dolaylı pekiştirme yoluyla da gerçekleştiğini ortaya koyar. Merkezine öz-yeterlik inancını alan bu kuram hem klasik eğitimde hem de digital tabanlı öğrenmeler de uygulama alanlarına büyük imkânlar sunar.

2.4. Eğitim

Eğitim, bireyin hem kişisel gelişimini hem de toplumsal uyumunu sağlayan en önemli süreçlerden biridir. Başaran (2008), eğitimi “bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla, kasıtlı olarak istendik değişiklikler oluşturma süreci” şeklinde tanımlar (s. 23). Bu bağlamda eğitim, yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda bireyin toplum içindeki rolünü şekillendiren bir süreçtir.

Benzer şekilde Demirel (2019), eğitimi “insanın doğumundan ölümüne kadar devam eden, bireysel ve toplumsal yönleri bulunan planlı ya da plansız öğrenme süreci” olarak vurgular (s. 15). Bu tanım, eğitimin yaşam boyu devam eden ve bireyin sosyal çevresiyle sürekli etkileşim içinde olan bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Eğitimin temel amaçlarından biri bireyin toplumsal hayata uyum sağlamasını kolaylaştırmaktır. Ertürk (1984), eğitimin bireye kazandırdığı davranışların “toplumun kültürel değerleri ile uyumlu olması gerektiğini” belirtir (s. 32). Buradan hareketle eğitim, bireyi yalnızca mesleki anlamda değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ahlaki açılarından da geliştirmeyi hedefler.

Benzer şekilde Özden (2014), eğitimin bireylere yalnızca bilgi kazandırmadığını; aynı zamanda onların problem çözme, eleştirel düşünme ve yaratıcı becerilerini geliştirdiğini ifade etmektedir (s. 40).

2.5. Müzik Eğitimi ve Türleri

Müzik, insanlık tarihinin en eski ifade biçimlerinden biri olarak bireylerin kültürel, duygusal ve sosyal gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle müzik eğitimi, yalnızca müziksel beceriler kazandırmayı değil, aynı zamanda bireyin toplumsal yaşama uyum sağlamasını ve estetik duyarlılığını geliştirmeyi amaçlar. Uçan (2005), müzik eğitimi “bireyin müziksel davranışlarını değiştirme, geliştirme ve yönlendirme süreci” şeklinde tanımlayarak (s. 18), bu sürecin hem bireysel hem de toplumsal yönüne dikkat çekmiştir. Müzik eğitimi, bireylerin duygusal zekâlarını, yaratıcılıklarını ve kültürel kimliklerini destekleyen bir eğitim alanı olarak görülmektedir.

Say (2009), müziğin eğitimdeki rolünü vurgulayarak, “müzik eğitimi yoluyla birey yalnızca müziksel beceriler değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve duygusal gelişim de kazanmaktadır” ifadesini kullanır (s. 27). Bu yaklaşım, müzik eğitiminin

sadece teknik beceri kazandıran bir alan olmadığını, aynı zamanda bireyin çok yönlü gelişimini hedeflediğini ortaya koymaktadır.

2.5.1. Genel müzik eğitimi

Genel müzik eğitimi, her bireyin yaşamının bir parçası olarak görülmektedir. Okul öncesinden başlayarak üniversiteye kadar uzanan süreçte bireylere verilen bu eğitim, onların temel müziksel bilgi ve beceriler edinmelerini amaçlar. Uçan (2005), genel müzik eğitimi “bireyin temel müziksel bilgi, beceri ve duyarlılık kazanmasını sağlayan, okulda ya da okul dışında verilen eğitim” olarak tanımlar (s. 25). Bu tür eğitim, bireylerin müziğe duyarlı, bilinçli birer dinleyici ve katılımcı olmalarını sağlar.

2.5.2. Özengen (Amatör) müzik eğitimi

Özengen müzik eğitimi, bireylerin müziğe ilgi duyması ve boş zamanlarını değerlendirmesi amacıyla gerçekleştirilen bir eğitim türüdür. Meslek edinme amacı taşımayan bu eğitim, bireyin kişisel tatminini, estetik gelişimini ve sosyal etkileşimini destekler. Yıldız (2010), özengen müzik eğitimi “bireylerin müzikle amatör bir şekilde ilgilenerek hobi ya da sosyal bir etkinlik olarak sürdürdükleri eğitim süreci” olarak tanımlamaktadır (s. 41). Bu tür eğitim, halk eğitim merkezleri, belediye kursları ve özel müzik atölyelerinde yaygın olarak uygulanmaktadır.

2.5.3. Mesleki (Profesyonel) müzik eğitimi

Mesleki müzik eğitimi, bireyin müziği meslek edinme amacıyla aldığı planlı, sistemli ve yoğun bir eğitimidir. Konservatuvarlar, güzel sanatlar fakülteleri ve eğitim fakültelerinin müzik bölümlerinde verilen bu eğitim, bireyin icracı, besteci, öğretmen ya da araştırmacı kimliği kazanmasını hedefler. Çevik (2013), mesleki müzik eğitimi “bireyin profesyonel müzik yaşamına hazırlanmasını sağlayan, ileri düzeyde bilgi ve beceriler kazandıran eğitim süreci” olarak açıklar (s. 59).

Türkiye’de Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte, müzik eğitiminin sistematik bir şekilde yapılandırıldığı görülmektedir. Özellikle Musiki Muallim Mektebi’nin 1924’te kurulması, hem mesleki hem de genel müzik eğitiminin temellerini atmıştır (Uçan, 2005,

s. 112). Günümüzde ise Türkiye’de müzik eğitimi, okul öncesinden başlayarak üniversiteye kadar uzanan geniş bir yelpazede sunulmaktadır.

2.6. İlgili Araştırmalar

Sosyal medya ve piyano eğitimi üzerine yapılan araştırmalar, son yıllarda özellikle çevrimiçi öğrenme ortamlarının yaygınlaşmasıyla dikkat çekici şekilde artmıştır. Mulyani, Sulisty ve Setiawan (2022), Endonezya’daki Lampung Üniversitesi’nde yürüttükleri araştırmada, COVID-19 pandemisi sürecinde sosyal medya platformlarının çevrimiçi piyano eğitimi üzerindeki motivasyon artırıcı etkilerini incelemiş; özellikle rekabetçi öğrenme stratejilerinin öğrencilerin çalışma disiplini güçlendirdiğini ortaya koymuşlardır.

Sun, Jiraphatphong ve Limtrakool (2025), Tayland’da TikTok’un piyano öğretimine etkilerini ele aldıkları çalışmalarında, platformun öğrencilerin müzik bilgisine ve ilgi düzeyine katkı sağladığını, ancak teknik beceri gelişiminde sınırlı etkiye sahip olduğunu belirterek, sosyal medyanın geleneksel eğitim yöntemleriyle destekleyici biçimde kullanılmasını önermişlerdir.

Denenburg (2016), sosyal medyanın özel piyano derslerine esneklik ve çeşitlilik kattığını; öğrencilerin yorumlama, sahne varlığı ve müzikal ifade becerilerini geliştirmede katkı sağladığını, fakat içerik kalitesindeki heterojenliğin dikkatle yönetilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Boston Üniversitesi’nden Wilson (2021) ise sosyal medyanın, özellikle bilinçli ve stratejik kullanıldığında, müzik öğrencilerinin performans hazırlık sürecinde hem özgüven hem de görünürlük kazandırdığını bildirmiştir.

Bunun yanında dijital teknolojiler ve yapay zekâ temelli yaklaşımlar da piyano eğitiminde yenilikçi çözümler sunmaktadır. Chen ve Liu (2021), bulut tabanlı akıllı piyano sistemleri ve Makine Öğrenmesi (HMM) ile öğrencilerin icra performanslarını analiz ederek sanat ifadesi ve tamamlanmış eser skorlarında anlamlı gelişmeler elde etmişlerdir.

Li ve Wang (2022), oyunlaştırılmış akıllı piyano eğitimlerinin okul öncesi çocuklarda %80’in üzerinde ilgi ve katılım sağladığını göstermiştir. Zhang, Wu ve Huang (2025) ise üç katmanlı çift yönlü LSTM ve dikkat mekanizması (attention) kullanan bir

dijital müzik değerlendirme modeli geliştirerek, piyano performanslarını %91,9 doğruluk oranıyla sınıflandırmış; öğreimen ve öğrencilerden yüksek memnuniyet düzeyi almıştır.

Huang ve Chen (2024) tarafından geliştirilen “ImproVISE” adlı artırılmış gerçeklik tabanlı doğaçlama eğitim sistemi, piyano doğaçlamasında değerlendirme ve motivasyon sorunlarına çözüm getirmiş; ayrıca AR piyano prototiplerinin nota okuma, postür, motivasyon ve doğaçlama becerilerini geliştirmede sunduğu fırsatlar sistematik incelemelerle ortaya konmuştur.

Gereken, S. E., şengün, E. & Atmaca, E. (2023) tarafından yapılan karma yöntemli araştırma, meslek yüksekokullarında müzik eğitimi alan lisans öğrencilerinin sosyal medya platformlarını enstrüman çalma becerilerini geliştirmede nasıl kullandıklarını incelemiştir. Araştırmada nicel veriler anket ve yüzde analizleriyle; nitel veriler ise içerik analizi yöntemiyle kod, kategori ve temalar çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bulgular; öğrencilerin sosyal medyayı aktif biçimde kendi düzenledikleri öğrenme süreçlerine dahil ettiklerini ve bu platformları enstrüman becerilerini geliştirmede etkili şekilde kullandıklarını göstermiştir.

Yavuz Selim Kaleli (2021) tarafından yürütölen çalışmada, Necmettin Erbakan Üniversitesi Müzik Eğitimi Bölümü öğrencilerinin piyano derslerinde çevrimiçi ve bireyselleştirilmiş öğretimin TPACK (Technological Pedagogical Content Knowledge) becerileri ve akademik başarıları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ön-test–son-test kontrol gruplu deneysel desende yapılan uygulamada, deney grubuna verilen çevrimiçi destekli bireyselleştirilmiş öğretim yaklaşımının, kontrol grubuna kıyasla hem piyano dersi başarısında hem de TPACK ölçeğinin bazı boyutlarında daha etkili olduğu ortaya konmuştur.

B. Güdek (2022) tarafından yapılan betimsel bir çalışma, piyano eğitiminde teknolojinin değişim ve gelişim süreçlerine odaklanmakta; çevrimiçi, senkron ve asenkron toplu piyano derslerinin uygulanabilirliğini ve sosyal medya ile müzik etkileşiminin rolünü tartışmaktadır. Çalışmada ayrıca gelecekte teknoloji donanımlı piyano yapısının nasıl olabileceğine dair analizler de yer almaktadır.

Karan, E. & Yokuş, H. (2022) tarafından Antalya-Muratpaşa’daki özengen müzik eğitimi sunan özel kurumlarda görev yapan piyano eğitimcilerinin görüşlerine dayalı gerçekleştirilen durum çalışmasında, piyano eğitim sürecine ilişkin uygulamalar ve motivasyon stratejileri analiz edilmiştir. Araştırma, piyano eğitiminin büyük ölçüde veli beklentileri etrafında şekillendiğini; öğretmenlerin bilinçli öğrenme stratejilerini

yeterince kullanmadıklarını ve motivasyonu artırmak için ödüllendirme yöntemlerine başvurduklarını göstermiştir

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme ile veri toplama araçları ve veri analizi sunulmuştur.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli geçmişte ve şu anda devam eden durumu olduğu gibi ortaya koymayı amaçlayan bir araştırma modelidir. Bu model araştırmayı değiştirmeden olduğu gibi yansıtmaktadır (Karasar, 2016). Tarama araştırmaları “ne, nerede, ne zaman, hangi sıklıkta” gibi sorulara cevaplar üretmektedir. Betimsel araştırma ise, bir olayı nicel verilerle araştıran ve betimleyen araştırma türüdür. Betimsel araştırmada tarama modeli kullanılmaktadır, ancak bununla sınırlı kalmamaktadır. (Balcı, 2001).

Araştırma nicel bir araştırmadır. Nicel araştırmanın mantığını pozitivism yaklaşımı oluşturmaktadır. Bu felsefi görüşün düşünürleri Saint Simon ve August Comte'dur. Pozitivism esas olarak bilginin deneyimlemeyle elde edilmesi üzerinde durmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.38). ‘Pozitivism yaklaşımının varsayımlarına göre var olan gerçeklerin doğrulanması ve kanıtlanmasında deneyimin oldukça önemli olduğu görülmektedir(Garip, 2023).

Nicel araştırmalar mevcut durum ve olgular hakkında bilgi sahibi olmak için sayısal değerlerin objektif ve sistematik bir şekilde gözlemleyerek ölçüldüğü ve yapılan ölçümlerin tekrarlanabildiği süreci kapsayan araştırmalardır (Burns ve Grove,1993). Bu tür araştırmalar ölçülebilir verilerle belirli değişkenler arasındaki ilişkiyi anlamayı, açıklamayı ve tahmin etmeyi amaçlar.

3.2. Çalışma Grubu

Yapılan araştırmanın çalışma grubunu 2024-2025 yıllarında sosyal medya platformlarında piyano dersi vermiş olan 70 öğretmen oluşturmaktadır. Katılımcıların çalışmada kullanılan anketi özgür bir ortamda, herhangi bir baskı ve engelleme ya da yönlendirmeye maruz kalmadan gönüllü olarak cevaplaması sağlanmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak amacıyla öğretmenlerden görüş almak için araştırmacı tarafından, alan uzmanlarından görüş alınarak hazırlanan anket kullanılmıştır. Bu anketle, Sosyal medyada piyano eğitimi veren öğretmenlerin görüşleri alınarak, eğitim uygulamalarının etkililiği, varsa avantajları ve dezavantajları incelenmiştir. Veri toplama aracının birinci bölümünde araştırmacı tarafından oluşturulan demografik bilgi formu kullanılmıştır.

Bununla birlikte, güvenilirliği artırmak için anket sorularının açık, anlaşılır ve ölçülmek istenen kavrama doğrudan yönelik olması gerekir. Büyüköztürk (2018), anket hazırlarken dilin yalın, ifadelerin tek anlamlı olması gerektiğini, aksi halde güvenilirliğin olumsuz etkileneceğini vurgulamaktadır (s. 121). Ayrıca, farklı örneklemeler üzerinde yapılan pilot uygulamalar, anketin güvenilirliğini test etmede kritik rol oynar.

3.4. Verilerin Analizi

Çalışmanın veri analizi için SPSS 27.0 (Statistical package for the Social Sciences) programı kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracının geçerliğini sağlamak için hazırlanması aşamasında uzman görüşlerine başvurulmuştur. Araştırmada kullanılan anket analiz edilirken kayıp veri oluşmamıştır.

Araştırmanın güvenilirliği için de anket aynı gruba 3 hafta arayla tekrar uygulanarak yanıtların tutarlılığı incelenmiş %95 uyum tespit edilmiştir. Güvenirlik, ölçme aracının tutarlı ve tekrar edilebilir sonuçlar üretme derecesini ifade eder. Karasar (2015), güvenilirliği “aynı ölçme aracının benzer koşullar altında tekrarlandığında benzer sonuçlar verme derecesi” olarak tanımlar (s. 148). Bu bağlamda, güvenilir olmayan bir anketin elde ettiği verilerin bilimsel geçerliliği zayıf olacaktır.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde araştırmadan elde edilen bulgulara ve bu bulguların değerlendirmelerine yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Tablo 4.1. Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Frekans (f)	Yüzde (%)
18-24	3	4,3
25-34	38	54,3
35-44	27	38,6
45+	2	2,9
Toplam	70	100,0

Tablo 4.1’de görüldüğü üzere, Araştırmaya katılan 70 bireyin yaş dağılımları incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun 25-34 yaş aralığında toplandığı görülmektedir. Bu grupta yer alan 38 kişi, toplam örneklemin %54,3’ünü oluşturmaktadır. İkinci sırada ise 35-44 yaş grubundaki katılımcılar yer almakta olup, 27 kişiyle örneklemin %38,6’sını temsil etmektedir. Daha genç yaş grubunda bulunan 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların sayısı oldukça düşüktür; yalnızca 3 kişi (%4,3). Benzer şekilde, 45 yaş ve üzerindeki bireyler 2 kişiyle toplam örneklemin yalnızca %2,9’unu oluşturmaktadır.

Bu bulgular, araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun genç yetişkin (25-34) ve orta yaş (35-44) gruplarında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Karasar’a (2015) göre örneklemin demografik özellikleri, elde edilen verilerin yorumlanmasında kritik bir rol oynar (s. 123). Bu açıdan değerlendirildiğinde, araştırmanın sonuçları özellikle genç ve orta yaş yetişkinlerin görüşlerini güçlü bir şekilde yansıtmaktadır. Ancak 18-24 ve 45 yaş üzeri grupların düşük temsil edilmesi, bu yaş gruplarının perspektiflerinin sınırlı düzeyde ortaya konabileceğini göstermektedir.

Tablo 4.2. Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Belirtmek istemiyorum	1	1,4
Erkek	20	28,6
Kadın	49	70,0
Toplam	70	100,0

Tablo 4.2’de görüldüğü üzere, Araştırmaya katılan 70 bireyin cinsiyet dağılımı incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunu kadınların oluşturduğu görülmektedir. Toplam 49 kişi kadın olup, bu sayı örneklemin %70’ine karşılık gelmektedir. Erkek katılımcıların sayısı 20 kişi olup, %28,6 oranında temsil edilmektedir. Bununla birlikte, “Belirtmek istemiyorum” seçeneğini işaretleyen yalnızca 1 katılımcı bulunmaktadır (%1,4).

Bu sonuçlar, araştırmanın kadın katılımcılar tarafından daha yoğun şekilde temsil edildiğini göstermektedir. Karasar’a (2015) göre, örneklemelerde cinsiyet dağılımı bulguların yorumlanmasında dikkate alınması gereken önemli bir değişkendir (s. 131). Bu bağlamda, elde edilen verilerin kadın katılımcıların görüşlerini daha güçlü biçimde yansıttığı söylenebilir. Büyüköztürk (2018), demografik değişkenlerin örneklem homojenliğini ve araştırma sonuçlarının genellenebilirliğini doğrudan etkilediğini ifade etmektedir (s. 119).

Tablo 4.3. Mezun Olunan Lisans Programı

Lisans Programı	Frekans (f)	Yüzde (%)
Belirtmek İstemiyorum	3	4,3
Bando okullar komutanlığı	1	1,4
Çocuk gelişimi	1	1,4
Eğitim Fakültesi	1	1,4
Güzel Sanatlar Fakültesi	11	15,7
Konservatuvar	16	22,9
Müzik Eğitimi A.B.D.	36	51,4
Tezli Yüksek Lisans	1	1,4
Toplam	70	100,0

Tablo 4.3'te görüldüğü üzere, Araştırmaya katılan 70 bireyin lisans programlarına ilişkin dağılımı incelendiğinde, en yüksek katılımın Müzik Eğitimi Anabilim Dalı mezunlarından geldiği görülmektedir. Bu grupta yer alan 36 kişi, toplam örneklemin %51,4'ünü oluşturmaktadır. İkinci sırada, Konservatuvar mezunları yer almakta olup 16 kişiyle %22,9 oranında temsil edilmektedir. Bunu, Güzel Sanatlar Fakültesi mezunları 11 kişiyle (%15,7) takip etmektedir.

Diğer lisans programları ise oldukça düşük oranlarda temsil edilmektedir. Eğitim Fakültesi, Çocuk Gelişimi ve Bando Okullar Komutanlığı programlarından yalnızca birer katılımcı (%1,4) bulunmaktadır. Ayrıca “Tezli Yüksek Lisans” programında öğrenim gören 1 kişi de örnekleme yer almaktadır (%1,4). Bunun yanında, 3 katılımcı lisans programını belirtmemiştir (%4,3).

Bu bulgular, araştırma örnekleminin çoğunlukla Müzik Eğitimi Anabilim Dalı ve Konservatuvar kökenli katılımcılardan oluştuğunu göstermektedir. Karasar (2015), araştırmalarda katılımcıların eğitim geçmişlerinin, elde edilen bulguların bağlamsal olarak yorumlanmasında belirleyici olduğunu vurgular (s. 142). Benzer şekilde Büyüköztürk (2018), demografik değişkenlerin örneklem homojenliği açısından kritik olduğunu ve özellikle eğitim alanındaki araştırmalarda katılımcıların alan dağılımının dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir (s. 122). Bu bağlamda değerlendirildiğinde, çalışmanın sonuçları özellikle müzik eğitimi ve konservatuvar temelli görüşleri daha yoğun biçimde yansıtmaktadır.

Tablo 4.4. Meslek Durumu

Meslek	Frekans (f)	Yüzde (%)
Belirtmek İstemiyorum	3	4,3
Belediye	1	1,4
Bir Kurumla Çalışmıyorum	1	1,4
Enstrüman Eğitmcisi	1	1,4
Gençlik Spor Bak.	1	1,4
Hem M.E.B. Hem Özel Kurum	1	1,4
Kurs	9	12,9
M.E.B.	21	30,0
Özel Ders	3	4,3
Özel Kurum	28	40,0
T.S.K.	1	1,4
Toplam	70	100,0

Tablo 4.4’te görüldüğü üzere, Araştırmaya katılan 70 bireyin mesleki dağılımı incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun özel kurumlarda çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. 28 kişi (%40,0) özel kurumlarda görev yapmakta olup bu grup, örneklemin en geniş kesimini temsil etmektedir. İkinci sırada ise Millî Eğitim Bakanlığı (M.E.B.) bünyesinde çalışan katılımcılar bulunmaktadır. Bu gruptaki 21 kişi, toplamın %30’unu oluşturmaktadır.

Daha düşük oranlarda ise kurslarda çalışan 9 kişi (%12,9) ve özel ders veren 3 kişi (%4,3) yer almaktadır. Bunun yanında, mesleğini belirtmek istemeyen 3 kişi (%4,3) bulunurken, “Bir kurumla çalışmıyorum”, “Enstrüman eğitimcisi”, “Gençlik Spor Bakanlığı”, “Hem M.E.B. hem özel kurum” ve “Türk Silahlı Kuvvetleri” kategorilerinde yer alan katılımcıların sayısı ise yalnızca 1’er kişidir (%1,4).

Bu bulgular, araştırmaya katılanların çoğunlukla özel kurumlar ve M.E.B. bünyesinde görev yapan bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, çalışmanın sonuçlarının özellikle özel kurumlarda ve M.E.B. bünyesinde çalışan müzik eğitimcilerinin görüşlerini daha güçlü biçimde yansıttığı söylenebilir.

4.2. Kullanılan Sosyal Medya Platformuna Yönelik Bulgular

Tablo 4.5. Kullanılan Sosyal Medya Platformu

Meslek	Frekans (f)	Yüzde (%)
Instagram	44	62,9
Instagram, Facebook	5	7,1
Instagram, Tiktok	1	1,4
Instagram, Youtube	13	18,6
Instagram, Youtube, Facebook	5	7,1
Instagram, Youtube, Facebook,	1	1,4
Instagram, Youtube, Facebook, X	1	1,4
Toplam	70	100,0

Tablo 4.5. incelendiğinde araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medya platformu tercihlerine ilişkin dağılım incelendiğinde, en yüksek kullanım oranının Instagram olduğu görülmektedir. Tek başına Instagram kullanan 44 kişi, toplam örneklemin %62,9’unu

oluşturmaktadır. Ayrıca Instagram'ın diğer platformlarla birlikte kullanımı da oldukça yaygındır. Örneğin, Instagram ve YouTube'u birlikte kullanan 13 kişi (%18,6), Instagram ve Facebook kullanan 5 kişi (%7,1), Instagram, YouTube ve Facebook kullanan 5 kişi (%7,1) bulunmaktadır.

Bunun yanında, daha sınırlı sayıda katılımcı farklı kombinasyonlar tercih etmektedir. Instagram ve TikTok kullanan 1 kişi (%1,4), Instagram, YouTube, Facebook ve X'i (Twitter) birlikte kullanan 1 kişi (%1,4) ve eksik bırakılmış bir seçenek olan "Instagram, YouTube, Facebook," ifadesini işaretleyen 1 kişi (%1,4) örnekleme yer almaktadır.

Bu bulgular, katılımcıların büyük çoğunluğunun Instagram merkezli bir sosyal medya kullanımı benimsediğini göstermektedir. Karasar (2015), araştırmalarda katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının özellikle genç ve orta yaş gruplarında kültürel ve sosyal davranışları anlamada önemli bir veri sunduğunu belirtmektedir (s. 141). Benzer şekilde Büyüköztürk (2018), demografik ve davranışsal değişkenlerin araştırma sonuçlarının geçerliliğini doğrudan etkilediğini vurgulamaktadır (s. 123).

Dolayısıyla, bu araştırmanın bulguları sosyal medya kullanımında Instagram'ın baskın bir platform olduğunu, ancak belirli bir oranda çoklu platform kullanımının da söz konusu olduğunu göstermektedir. Bu durum, katılımcıların dijital etkileşimlerini daha çok görsel-odaklı ve popüler kültürün merkezinde yer alan platformlar üzerinden sürdürdüklerine işaret etmektedir.

4.3. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşırken Kullanılan Teknolojilere Yönelik Bulgular

Tablo 4.6. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken kullanılan teknolojiler

Teknoloji Türü	Frekans (f)	Yüzde (%)
Ders vermiyorum.	1	1,4
Ekran paylaşım veya tahta araçları	1	1,4
Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	1	1,4
Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Musescore, vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	1	1,4

Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.)	11	15,7
---	----	------

Tablo 4.6. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken kullanılan teknolojiler (Çizelgenin devamı)

Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	3	4,3
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları	2	2,9
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	2	2,9
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Muscore,vd.)	2	2,9
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Muscore,vd.), Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	2	2,9
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Muscore,vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları	1	1,4
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Muscore,vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	4	5,7
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları	6	8,6
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	5	7,1
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	2	2,9
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Muscore,vd.)	3	4,3
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Muscore,vd.), Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	6	8,6

Tablo 4.6. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken kullanılan teknolojiler (Çizelgenin devamı)

Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Musescore,vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları	3	4,3
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Musescore,vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	12	17,1
Video çekim cihazları (Telefon,kamera vd.), Video düzenleme programları, Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Musescore,vd.), Ekran paylaşım veya tahta araçları, Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.),	1	1,4
Video düzenleme programları, Nota yazma veya düzenleme programları (Sibelius,Finale ,Musescore,vd.), Çevrimiçi platformlar (Youtube, Instagram, Zoom vd.)	1	1,4
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medyada piyano eğitiminde kullandıkları dijital araçlara bakıldığında, en yüksek oranın çoklu dijital araç kombinasyonlarında toplandığı görülmektedir. Katılımcıların %17,1'i (n=12) video çekim cihazları, video düzenleme yazılımları, nota yazma programları ve çevrimiçi platformları birlikte kullanmaktadır. Ayrıca, yalnızca video çekim cihazı kullananların oranı %15,7 (n=11) olup, bu kategori tek başına en çok tercih edilen seçenektir. Bunun yanında video çekim cihazı + video düzenleme programı kombinasyonunu tercih eden 6 kişi (%8,6), video çekim cihazı + nota yazılımı + çevrimiçi platform tercih eden 2 kişi (%2,9) bulunmaktadır.

Bu sonuçlar, müzik eğitimi sürecinde görsel-işitsel üretim araçlarının merkezde olduğunu göstermektedir. Özellikle video çekim cihazları, hem bireysel performansın kaydedilmesi hem de çevrimiçi paylaşım için kritik bir rol üstlenmektedir. Aydın ve Çelik (2013), müzik eğitiminde teknolojinin kullanımının öğrenmeyi zenginleştirdiğini ve “çoklu ortam araçlarının öğrencilerin motivasyonunu artırdığını” belirtmektedir (s. 88).

Bu bulgu, araştırmada video ve dijital yazılım kombinasyonlarının yaygın kullanımını destekler niteliktedir.

Ayrıca Demirbatır (2012), bilgisayar destekli nota yazma yazılımlarının “öğrencilerin müziksel okuryazarlık becerilerini geliştirmede önemli bir katkı sunduğunu” vurgulamaktadır (s. 114). Katılımcıların Sibelius, Finale ve Musescore gibi programları diğer dijital araçlarla birlikte kullanması, bu katkının pratikte de karşılık bulduğunu göstermektedir.

Öte yandan, çevrimiçi platformların (YouTube, Instagram, Zoom vb.) kullanımı da dikkate değerdir. Özmenteş (2011), çevrimiçi müzik öğrenme ortamlarının, “öğrenenlere mekân ve zaman sınırlılığını aşma imkânı sunduğunu” ifade etmektedir (s. 56). Bu durum, araştırmada çevrimiçi platformların farklı kombinasyonlarla öne çıkmasını açıklamaktadır.

Bu bulgular, araştırmaya katılan müzik eğitimi alan bireylerin büyük oranda çoklu dijital araç kullanımına yöneldiğini, özellikle video çekim cihazlarını merkeze alarak video düzenleme programları, nota yazılımı ve çevrimiçi platformlarla desteklediklerini göstermektedir. Bu durum, günümüzde müzik eğitiminin yalnızca yüz yüze değil, aynı zamanda dijital ortamlarla zenginleşen hibrit bir yapıya dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

4.4. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşım Tekniklerine Yönelik Bulgular

Tablo 4.7. Sosyal medyada ders içeriği paylaşım teknikleri

Teknik	Frekans (f)	Yüzde (%)
Eğlenceli içerikler	3	4,3
Eğlenceli içerikler, Canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak	1	1,4
Eğlenceli içerikler, Ortak canlı yayın, Canlı yayın	1	1,4
Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak	1	1,4
Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	4	5,7
Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı,	1	1,4
Eğlenceli içerikler, Piyano notaları paylaşımı	4	5,7
Hashtag	4	5,7
Hashtag, Canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler	3	4,3

Tablo 4.7. Sosyal medyada ders içeriği paylaşım teknikleri (Çizelgenin devamı)

Hashtag, Eğlenceli içerikler, Canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı,	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Canlı yayın, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Ortak canlı yayın, Canlı yayın	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Ortak canlı yayın, Canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Ortak canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak	4	5,7
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak, Bilgi paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	3	4,3
Hashtag, Eğlenceli içerikler, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Özel günlerde paylaşım yapmak	3	4,3
Hashtag, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	3	4,3
Hashtag, Photoshop	1	1,4
Hashtag, Photoshop, Canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Photoshop, Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak	1	1,4
Hashtag, Photoshop, Eğlenceli içerikler, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	2	2,9
Hashtag, Photoshop, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Hashtag, Photoshop, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı, Öğrenci performansları, kendi performanslarım	1	1,4
Hashtag, Piyano notaları paylaşımı	3	4,3
Hiçbiri	1	1,4
Ortak canlı yayın, Canlı yayın, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Özel günlerde paylaşım yapmak	4	5,7
Özel günlerde paylaşım yapmak,	2	2,9

Tablo 4.7. Sosyal medyada ders içeriği paylaşım teknikleri (Çizelgenin devamı)

Özel günlerde paylaşım yapmak, Hoşuma giden ezgileri piyanoda çalıp paylaşmak	1	1,4
Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Photoshop, Eğlenceli içerikler, Canlı yayın, Özel günlerde paylaşım yapmak, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Photoshop, Özel günlerde paylaşım yapmak	1	1,4
Photoshop, Piyano notaları paylaşımı	1	1,4
Piyano notaları paylaşımı	3	4,3
Piyano notaları paylaşımı,	1	1,4
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medyada içerik paylaşım türlerine ilişkin dağılımlarına bakıldığında, en sık kullanılan kategorilerin “eğlenceli içerikler”, “özel günlerde paylaşım”, “piyano notaları paylaşımı” ve “hashtag kullanımı” olduğu görülmektedir. Tek başına eğlenceli içerik paylaşan 3 kişi (%4,3), yalnızca özel günlerde paylaşım yapan 4 kişi (%5,7) ve sadece piyano notaları paylaşan 3 kişi (%4,3) bulunmaktadır. Bununla birlikte, katılımcıların çoğu bu içerikleri çoklu kombinasyonlar halinde tercih etmektedir.

Örneğin, “eğlenceli içerikler + özel günlerde paylaşım + piyano notaları paylaşımı” kombinasyonu 4 katılımcı (%5,7) tarafından seçilmiştir. Benzer şekilde “hashtag + özel günlerde paylaşım + piyano notaları paylaşımı” kombinasyonunu 3 katılımcı (%4,3) işaretlemiştir. Bu bulgular, katılımcıların sosyal medya paylaşımlarında çeşitliliğe ve etkileşim odaklı içeriklere yöneldiklerini ortaya koymaktadır.

Literatürde sosyal medyanın bu tür işlevleri desteklediği görülmektedir. Güntaş (2019), sosyal medyanın bireyler için yalnızca iletişim değil aynı zamanda “bilgi edinme, kişisel gelişim ve sosyalleşme sürecine katkı sağlayan bir eğitim aracı” olduğunu belirtmektedir (s. 133). Katılımcıların çok yönlü içerik üretimi de bu işlevselliği doğrular niteliktedir.

Ayrıca, Vardarlier (2016), sosyal medya stratejisinin temelinde kullanıcıların etkileşim kurma ve görünür olma isteğinin bulunduğunu, bu nedenle hashtag ve özel gün paylaşımlarının sosyal medyada en çok tercih edilen yöntemler arasında yer aldığını vurgulamaktadır (s. 56). Bu araştırmadaki bulgular da, hashtag kullanımının (n=4, %5,7) ve özel gün odaklı paylaşımların (n=4, %5,7) yaygınlığıyla bu görüşü desteklemektedir.

Çolak ve Topçu (2005) ise sosyal medyanın “yeni bir iletişim dili” oluşturduğunu ve bu dilin bireylerin kültürel, sanatsal ve toplumsal bağlamdaki kimliklerini yeniden inşa etmelerine katkı sağladığını ifade etmektedir (s. 74). Katılımcıların eğlenceli içerikleri sanatsal paylaşımlar (örneğin piyano notaları) ile birleştirmesi, bu iletişim dilinin pratik bir yansımasıdır.

Elde edilen veriler, sosyal medya platformlarının müzikle uğraşan bireyler için çok boyutlu bir paylaşım alanı işlevi gördüğünü göstermektedir. Katılımcılar, eğlenceli içeriklerle etkileşimi artırırken, özel gün ve sanatsal paylaşımlar yoluyla da kültürel ve mesleki kimliklerini sosyal medyada görünür kılmaktadır.

4.5. Sosyal Medyada Ders İçeriği Paylaşırken Dikkat Edilen Kriterlere Yönelik Bulgular

Tablo 4.8. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken dikkat edilen kriterler

Kriter	Frekans (f)	Yüzde (%)
Duygu durumu/mod	1	1,4
Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk	1	1,4
Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Hazır bulunuşluk	1	1,4
Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Hiçbiri	1	1,4
Işık, Duygu durumu/mod, Yaş düzeyi	1	1,4
Işık, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Işık, Hazır bulunuşluk, Yaş düzeyi	1	1,4
Işık, Kamera açısı	1	1,4
Işık, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Işık, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk	1	1,4
Işık, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Işık, Ortam, Kamera açısı	3	4,3
Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod	2	2,9
Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	6	8,6

Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	5	7,1
---	---	-----

Tablo 4.8. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken dikkat edilen kriterler (Çizelgenin devamı)

Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Işık, Ortam, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk	2	2,9
Işık, Ortam, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	3	4,3
Işık, Ortam, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Işık, Ortam, Kamera açısı, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Kamera açısı	1	1,4
Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk	2	2,9
Kamera açısı, Hazır bulunuşluk, Yaş düzeyi	1	1,4
Kamera açısı, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	2	2,9
Makyaj, Işık, Kamera açısı	2	2,9
Makyaj, Işık, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Makyaj, Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk	1	1,4
Makyaj, Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Makyaj, Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	8	11,4
Makyaj, Işık, Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi,	1	1,4
Makyaj, Işık, Ortam, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	2	2,9
Ortam	1	1,4
Ortam, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Ortam, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Ortam, Kamera açısı	1	1,4

Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi	1	1,4
---	---	-----

Tablo 4.8. Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken dikkat edilen kriterler (Çizelgenin devamı)

Ortam, Kamera açısı, Duygu durumu/mod, Hazır bulunuşluk, Öğrenci düzeyi, Yaş düzeyi	1	1,4
Ortam, Kamera açısı, Hazır bulunuşluk	2	2,9
Ortam, Kamera açısı, Öğrenci düzeyi	1	1,4
Öğrenci düzeyi	1	1,4
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin değerlendirmelerine göre, müzik performansı ya da eğitim sürecinde öne çıkan faktörler arasında ışık, ortam, kamera açısı, duygu durumu/mod, hazır bulunuşluk, öğrenci düzeyi, yaş düzeyi ve makyaj gibi değişkenler yer almaktadır. Katılımcıların %11,4'ü (n=8), tüm bu unsurların bir arada önemli olduğunu belirtmiştir. Bu oran, performansın yalnızca müziksel beceriyle değil, aynı zamanda görsel, psikolojik ve pedagojik faktörlerle şekillendiğini göstermektedir.

Özellikle ışık, ortam ve kamera açısının sıklıkla birlikte vurgulandığı görülmektedir (%8,6; n=6). Bu bulgu, performansın sunum boyutunun en az müzikal içerik kadar önemli olduğunu göstermektedir. Erdal (2018), sahne sanatlarında ışık ve mekân düzenlemesinin “performansın algılanma biçimini doğrudan etkilediğini” belirtmektedir (s. 45). Bu nedenle, katılımcıların ışık ve ortam faktörlerini öne çıkarması literatürle uyumludur.

Ayrıca “duygu durumu/mod” ve “hazır bulunuşluk” faktörleri de önemli görülmektedir. Kaya (2016), bireyin duygusal durumunun müzik performansında “ifade gücünü, özgüveni ve sahnedeki etkileşimi doğrudan belirleyen bir unsur” olduğunu ifade etmektedir (s. 62). Benzer şekilde Gömleksiz (2010), hazırbulunuşluğun eğitimde başarıyı etkileyen en temel değişkenlerden biri olduğunu ve öğrencinin zihinsel-duygusal durumuyla doğrudan ilişkili olduğunu vurgular (s. 118).

Dikkat çekici bir diğer unsur öğrenci düzeyi ve yaş faktörüdür. Katılımcılar bu değişkenleri tek başına düşük oranlarda belirtse de (%1,4), diğer değişkenlerle birlikte değerlendirildiğinde oldukça sık karşılaşılmaktadır. Uçan (2005), müzik eğitiminin bireysel farklılıklara duyarlı olması gerektiğini, özellikle yaş ve gelişim düzeyine göre yöntem ve araçların değişmesi gerektiğini ifade etmektedir (s. 94). Bu bağlamda bulgular, eğitimin bireysel farklılıklara göre planlanmasının katılımcılar tarafından da önemli görüldüğünü ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, sosyal medyada piyano eğitiminde yalnızca müziksel yetkinliğin değil; çevresel (ışık, ortam, kamera açısı), bireysel (duygu durumu, hazır bulunuşluk), pedagojik (öğrenci düzeyi) ve fiziksel (yaş, makyaj) faktörlerin birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir. Literatür de bu bulguları destekler niteliktedir. Katılımcıların çoğunun bu faktörleri bir arada işaretlemesi, günümüzde müzik performansının çok boyutlu ve disiplinlerarası bir deneyim olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

4.6. Sosyal Medyada Paylaşım Yapılırken Kullanılan İçeriklere Yönelik Bulgular

Tablo 4.9. Sosyal medyada paylaşım yapılırken kullanılan içerikler

İçerik	Frekans (f)	Yüzde (%)
Belirtmek istemiyorum	1	1,4
Ders içeriği	2	2,9
Ders içeriği, Eser seslendirme	2	2,9
Ders içeriği, Öğrencimin videosu	2	2,9
Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	4	5,7
Eser seslendirme	1	1,4
Kendi fotoğrafım	2	2,9
Kendi fotoğrafım, Ders içeriği, Eser seslendirme	1	1,4
Kendi fotoğrafım, Kendi videom	2	2,9
Kendi fotoğrafım, Kendi videom, Ders içeriği	1	1,4
Kendi fotoğrafım, Kendi videom, Ders içeriği, Eser seslendirme	2	2,9
Kendi fotoğrafım, Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	2	2,9
Kendi fotoğrafım, Kendi videom, Öğrencimin videosu	2	2,9
Kendi fotoğrafım, Kendi videom, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	1	1,4
Kendi fotoğrafım, Öğrencimin fotoğrafı, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	1	1,4
Kendi fotoğrafım, Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu	2	2,9
Kendi fotoğrafım, Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	14	20,0
Kendi fotoğrafım, Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme,	1	1,4

Tablo 4.9. Sosyal medyada paylaşım yapılırken kullanılan içerikler (Çizelgenin devamı)

Kendi fotoğrafım, Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Öğrencimin videosu	1	1,4
Kendi fotoğrafım, Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	1	1,4
Kendi videom	2	2,9
Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu	1	1,4
Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	3	4,3
Kendi videom, Öğrencimin videosu	2	2,9
Kendi videom, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	1	1,4
Öğrencimin fotoğrafı, Ders içeriği, Öğrencimin videosu	1	1,4
Öğrencimin fotoğrafı, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	4	5,7
Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu	1	1,4
Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Ders içeriği, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	2	2,9
Öğrencimin fotoğrafı, Kendi videom, Öğrencimin videosu	1	1,4
Öğrencimin fotoğrafı, Öğrencimin videosu	3	4,3
Öğrencimin fotoğrafı, Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	2	2,9
Öğrencimin videosu	1	1,4
Öğrencimin videosu, Eser seslendirme	1	1,4
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medyada paylaştıkları içerik türlerine bakıldığında, en yaygın biçimde tercih edilen kategorinin çoklu kombinasyonlar olduğu görülmektedir. Özellikle “kendi fotoğrafım, öğrencimin fotoğrafı, kendi videom, ders içeriği, öğrencimin videosu ve eser seslendirme” seçeneklerini birlikte tercih eden katılımcıların oranı %20,0 (n=14) ile en yüksek düzeydedir. Bu bulgu, bireylerin sosyal medya paylaşımlarında kişisel ve profesyonel içerikleri bir arada sunma eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Bunun dışında, öğrencilerin fotoğraf ve videolarını ders içerikleriyle birlikte paylaşan katılımcılar %5,7 (n=4), ders içeriği ile eser seslendirmeyi birlikte paylaşanlar

%2,9 (n=2), yalnızca kendi videolarını paylaşanlar %2,9 (n=2) oranında temsil edilmektedir. Bu dağılım, bireysel içeriklerin (kendi fotoğrafı veya videosu) çoğunlukla öğrencilerin performansları ve ders içerikleri ile bütünleştirildiğini göstermektedir.

Literatürde sosyal medyanın öğretim süreçlerinde bu tür işlevsel kullanımlarının öne çıktığı görülmektedir. Tüzel (2013), sosyal medyanın “öğretmen ve öğrenciler arasında etkileşim sağlayan bir öğrenme ortamı sunduğunu” ifade etmektedir (s. 174). Katılımcıların kendi ve öğrencilerine ait içerikleri bir arada paylaşmaları, bu etkileşim boyutuna işaret etmektedir.

Ayrıca Karaduman (2018), öğretmenlerin sosyal medya kullanımında “mesleki kimliklerini öğrencilerle olan iletişimleri üzerinden inşa ettiklerini” vurgulamaktadır (s. 89). Bu araştırmanın bulguları da, ders içerikleri ve öğrenci performanslarının sıkça paylaşılmasıyla bu görüşü destekler niteliktedir.

Diğer yandan, Öztürk ve Aydın (2020) sosyal medyanın müzik eğitiminde “öğrenci merkezli uygulamaları destekleyen bir araç” olduğunu belirtmektedir (s. 134). Öğrencilerin fotoğraf ve videolarının paylaşımlarda önemli bir yer tutması, müzik eğitiminin sosyal medyada öğrenci performanslarıyla görünür kılındığını ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, sosyal medya içeriklerinin kişisel (kendi fotoğraf/video), pedagojik (ders içeriği) ve sanatsal (eser seslendirme) unsurları bir araya getirdiğini göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu paylaşımlarında yalnızca tek bir kategoriye bağlı kalmayıp, çoklu içerik türlerini birlikte kullanmıştır. Bu durum, sosyal medyanın müzik eğitiminde yalnızca bilgi aktarma aracı değil, aynı zamanda öğretmen-öğrenci etkileşimini ve sanatsal üretimi görünür kılan bir platform işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır.

4.7. Sosyal Medyada Paylaşım Yapılırken Kullanılan İçerik Türlerine Yönelik Bulgular

Tablo 4.10. Sosyal medyada paylaşım yapılırken kullanılan içerik türleri

İçerik	Frekans (f)	Yüzde (%)
Eğitim videoları	3	4,3
Nota ve egzersiz önerileri	1	1,4
Nota ve egzersiz önerileri, Eğitim videoları	3	4,3
Nota ve egzersiz önerileri, Öğrenci başarı hikayeleri, Eğitim videoları	1	1,4

Öğrenci başarı hikayeleri	1	1,4
---------------------------	---	-----

Tablo 4.10. Sosyal medyada paylaşım yapılırken kullanılan içerik türleri (Çizelgenin devamı)

Öğrenci başarı hikayeleri, Eğitim videoları	1	1,4
Performans videoları	16	22,9
Performans videoları, Eğitim videoları	4	5,7
Performans videoları, Nota ve egzersiz önerileri	3	4,3
Performans videoları, Nota ve egzersiz önerileri, Eğitim videoları	3	4,3
Performans videoları, Nota ve egzersiz önerileri, Öğrenci başarı hikayeleri	4	5,7
Performans videoları, Nota ve egzersiz önerileri, Öğrenci başarı hikayeleri, Eğitim videoları	18	25,7
Performans videoları, Öğrenci başarı hikayeleri	8	11,4
Performans videoları, Öğrenci başarı hikayeleri, Eğitim videoları	4	5,7
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medyada paylaştıkları içerik türleri incelendiğinde, en yaygın tercih edilen içerik türünün performans videoları olduğu görülmektedir. Katılımcıların %22,9'u (n=16) yalnızca performans videoları paylaşıırken, performans videoları ile nota-egzersiz önerileri, öğrenci başarı hikâyeleri ve eğitim videolarını birlikte paylaşanlar %25,7 (n=18) oranı ile en büyük grubu oluşturmaktadır. Bu bulgu, sosyal medyanın müzik performanslarının görünür kılınmasında temel bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir.

Diğer taraftan, performans videoları ve öğrenci başarı hikâyelerini birlikte paylaşanların oranı %11,4 (n=8) iken, performans videoları ile eğitim videolarını bir arada paylaşanların oranı %5,7 (n=4) olarak belirlenmiştir. Tek başına eğitim videoları (%4,3) veya nota ve egzersiz önerileri (%1,4) paylaşımı yapan katılımcıların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu durum, sosyal medya paylaşımlarında doğrudan öğretici içeriklerden ziyade performans odaklı, etkileşim sağlayan içeriklerin öne çıktığını göstermektedir.

Literatürdeki çalışmalar bu eğilimi desteklemektedir. Bayrakçı (2017), sosyal medyanın sanat alanındaki kullanımını değerlendirirken, özellikle performans videolarının “izleyici ile sanatçı arasında doğrudan bir etkileşim alanı yarattığını” vurgulamaktadır (s. 212). Benzer şekilde, Öztürk ve Aydın (2020), müzik eğitiminde

sosyal medya kullanımının “öğrenci başarılarının sergilenmesi ve görünür kılınması açısından önemli bir araç olduğunu” belirtmektedir (s. 137). Bu tablo, öğrencilerin başarı hikayeleri ile performans videolarının sıklıkla birlikte paylaşılmasının, bu işlevselliği doğruladığını göstermektedir.

Ayrıca, Güntaş (2019) sosyal medyanın yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda “bireysel gelişim, motivasyon ve etkileşim” süreçlerine katkıda bulunduğunu ifade etmektedir (s. 133). Katılımcıların performans videolarını çoğunlukla nota-egzersiz önerileri ve eğitim videoları ile desteklemesi, sosyal medyanın hem sanatsal hem pedagojik bir platform olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, sosyal medyanın müzik eğitimi bağlamında daha çok performans temelli bir görünürlük alanı sunduğunu göstermektedir. Katılımcıların çoğu, performans videolarını yalnız başına değil, nota-egzersiz önerileri, öğrenci başarı hikayeleri ve eğitim videoları ile birlikte paylaşarak çok boyutlu içerikler üretmektedir. Bu durum, sosyal medyanın yalnızca eğlencelik değil aynı zamanda öğrenme, motivasyon ve başarıların sergilenmesi için kullanılan işlevsel bir araç olduğunu ortaya koymaktadır.

4.8. Sosyal Medyada Paylaşım Sıklığına Yönelik Bulgular

Tablo 4.11. Sosyal medyada paylaşım sıklığı

Sıklık	Frekans (f)	Yüzde (%)
Artık yapamıyorum	1	1,4
Ayda bir	2	2,9
Çok fazla değil	1	1,4
Değişiyor	2	2,9
Döneme göre değişiklik gösteriyor	1	1,4
Gün aşırı	11	15,7
Haftada 2-3	1	1,4
Haftada bir	32	45,7
Haftada bir,	2	2,9
Haftada bir, Artık eskisi kadar paylaşmıyorum bazen sorun olabileceğini düşünüyorum keşke olmasa	1	1,4
Her gün	9	12,9
Her gün, Haftada bir	1	1,4
Nadir	2	2,8
Paylaşmaya değer bi durum olunca	1	1,4
Süre kıstasım yok.	1	1,4

Tablo 4.11. Sosyal medyada paylaşım sıklığı (Çizelgenin devamı)

	1	1,4
Yok		
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medyada içerik paylaşım sıklıkları incelendiğinde, en yüksek oranın haftada bir paylaşım yapanlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %45,7'si (n=32) haftada bir paylaşım yaptığını belirtmiştir. Bu oran, sosyal medyanın düzenli fakat yoğun olmayan bir kullanım biçimine işaret etmektedir.

İkinci sırada, gün aşırı paylaşım yapanlar yer almakta olup, bu grupta 11 kişi (%15,7) bulunmaktadır. Ayrıca, her gün paylaşım yapanların oranı %12,9 (n=9) olarak tespit edilmiştir. Daha düşük oranlarda ise “ayda bir” (%2,9), “haftada 2-3” (%1,4) ve “nadir” (%2,8) gibi ifadeler öne çıkmaktadır. Katılımcıların küçük bir kısmı paylaşım sıklığını kesin bir düzen yerine “değişiyor”, “uygun zaman olduğunda” veya “paylaşmaya değer bir durum olunca” gibi değişken ifadelerle bağlamıştır.

Bu bulgular, sosyal medya kullanımının katılımcılar arasında oldukça çeşitli ve esnek bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bayraktutan ve Armağan (2016), sosyal medya kullanımının bireyler için “zaman ve içerik bakımından kişisel tercihlere bağlı olarak şekillendiğini” ifade etmektedir (s. 55). Bu araştırmadaki sonuçlar da, düzenli paylaşım yapanlarla birlikte daha esnek ve düzensiz paylaşım yapanların bir arada olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, katılımcıların bir kısmının paylaşım sıklığını azalttığı ya da artık paylaşım yapmadığını belirtmesi de dikkat çekicidir. Armağan ve Temel (2018), sosyal medya kullanımında bireylerin zamanla “yoğun kullanım yerine seçici ve amaç odaklı kullanıma” yöneldiğini vurgulamaktadır (s. 72). Araştırmadaki “artık eskisi kadar paylaşmıyorum” veya “artık yapamıyorum” ifadeleri bu eğilimle uyumludur.

Güntaş (2019) ise sosyal medyanın eğitim bağlamında kullanımına değinerek, düzenli paylaşım yapan bireylerin genellikle “öğrenciyle etkileşimi sürdürme, görünür olma ve paylaşım kültürünü canlı tutma” eğiliminde olduklarını belirtmektedir (s. 136). Bu bağlamda, haftada bir paylaşım yapanların çoğunlukta olması, sosyal medyanın

özellikle müzik eğitimi bağlamında düzenli ama sürdürülebilir bir etkileşim alanı sunduğunu göstermektedir.

Bu bulgular, katılımcıların sosyal medya paylaşım sıklıklarının büyük ölçüde haftada bir veya gün aşırı düzeninde gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, esnek paylaşım tercihleri de azımsanmayacak bir orandadır. Bulgular, sosyal medyanın katılımcılar için hem düzenli bir etkileşim aracı hem de bireysel tercih ve yaşam koşullarına bağlı olarak şekillenen esnek bir paylaşım alanı olduğunu göstermektedir.

4.9. Sosyal Medyada Piyano Eğitiminde Karşılaşılan Problemler

Tablo 4.12. Sosyal medyada piyano eğitiminde karşılaşılan problemler

Problem	Frekans (f)	Yüzde (%)
Belirtmek istemiyorum	3	4,2
Etkileşim azlığı	14	20
Etkileşim azlığı, Motivasyon eksikliği	5	7,1
Etkileşim azlığı, Rekabetin yüksek olması	3	4,3
Herhangi bir zorluk yok	1	1,4
İçerik üretim süresi	6	8,6
İçerik üretim süresi, Etkileşim azlığı	3	4,3
İçerik üretim süresi, Etkileşim azlığı, Motivasyon eksikliği	2	2,9
İçerik üretim süresi, Motivasyon eksikliği	1	1,4
İçerik üretim süresi, Rekabetin yüksek olması	1	1,4
Kötü niyetli insanların yaratabileceği sorunlar	1	1,4
Motivasyon eksikliği	4	5,7
Rekabetin yüksek olması	1	1,4
Sosyal medyayı piyano eğitimi amacı ile kullanmıyorum.	1	1,4
Teknik donanım eksikliği	10	14,3
Teknik donanım eksikliği, Etkileşim azlığı	2	2,9
Teknik donanım eksikliği, Etkileşim azlığı, Rekabetin yüksek olması	1	1,4
Teknik donanım eksikliği, İçerik üretim süresi	3	4,3
Teknik donanım eksikliği, İçerik üretim süresi, Etkileşim azlığı	2	2,9
Teknik donanım eksikliği, İçerik üretim süresi, Etkileşim azlığı, Motivasyon eksikliği, Rekabetin yüksek olması	2	2,9
Teknik donanım eksikliği, İçerik üretim süresi, Etkileşim azlığı, Rekabetin yüksek olması	1	1,4
Teknik donanım eksikliği, Motivasyon eksikliği	1	1,4
Teknik donanım eksikliği, Rekabetin yüksek olması	1	1,4

Zaman bulup oraya odaklanamamak	1	1,4
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin sosyal medya üzerinden piyano eğitiminde yaşadıkları sorunlar incelendiğinde, en yaygın problemin etkileşim azlığı olduğu görülmektedir. Yalnızca “etkileşim azlığı”nı belirten katılımcıların oranı %20 (n=14) olup, bu durum motivasyon eksikliği (%7,1; n=5) ve rekabetin yüksek olması (%4,3; n=3) gibi faktörlerle birleştiğinde daha da öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sosyal medyada eğitim amaçlı içerik üretiminde en kritik sorunlardan birinin öğrenci/izleyici geri dönüşlerinin yetersizliği olduğunu göstermektedir.

Bir diğer önemli sorun teknik donanım eksikliğidir. Katılımcıların %14,3’ü (n=10) tek başına bu problemi belirtmiştir. Ayrıca teknik donanım eksikliği, içerik üretim süresi (%4,3; n=3) ve etkileşim azlığı (%2,9; n=2) gibi faktörlerle birleşerek daha geniş bir etki yaratmaktadır. Kaya ve Çengelci (2011), sosyal medyanın eğitimde kullanılabilmesi için “teknolojik altyapının yeterliliğinin kritik bir ön koşul olduğunu” vurgulamaktadır (s. 99). Bu bulgu, katılımcıların yaşadığı teknik sorunlarla uyumludur.

İçerik üretim süresi de dikkat çeken bir başka sorundur. Katılımcıların %8,6’sı (n=6) doğrudan bu ifadeyi seçmiş, ayrıca motivasyon eksikliği ve teknik donanım sorunlarıyla birlikte belirtildiğinde %10’un üzerinde bir temsile ulaşmıştır. Bu bulgu, sosyal medyada eğitim içerikleri üretmenin zaman ve emek gerektiren bir süreç olduğuna işaret etmektedir. Bayrakçı (2017), sosyal medyada eğitim amaçlı içerik paylaşımının “öğretmenlerden ek zaman, enerji ve dijital yetkinlik talep ettiğini” belirtmektedir (s. 214).

Daha düşük oranlarda da olsa, motivasyon eksikliği (%5,7; n=4), rekabetin yüksek olması (%1,4; n=1), kötü niyetli kullanıcılar (%1,4; n=1) ve zaman bulamama (%1,4; n=1) gibi problemler dile getirilmiştir. Bu bulgular, sosyal medyada piyano eğitiminin yalnızca pedagojik değil aynı zamanda psikolojik, sosyo-kültürel ve teknolojik engeller içerdiğini ortaya koymaktadır.

Sosyal medyada piyano eğitimi sürecinde en yaygın karşılaşılan problemlerin etkileşim yetersizliği, teknik donanım eksikliği ve içerik üretim süresinin zorlukları olduğunu göstermektedir. Bu bulgular literatürle uyumludur. Güntaş (2019), sosyal medyanın eğitimde etkin kullanımında en büyük engellerden birinin “düşük etkileşim ve motivasyon sorunları” olduğunu ifade etmektedir (s. 136). Katılımcıların sorunları, sosyal

medyanın potansiyeline rağmen müzik eğitiminde hâlen altyapı, zaman yönetimi ve sürdürülebilir motivasyon gerektiren bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

4.10.Sosyal Medyada Piyano Eğitimi İle İlgili Görüşlere Yönelik Bulgular

Tablo 4.13. Sosyal medyada piyano eğitimi ile ilgili görüşler

Problem	Frekans (f)	Yüzde (%)
Çok da önemli değil	6	8,6
Destekleyici bir platform	49	70,0
Destekleyici bir platform, Zorunlu bir ihtiyaç	1	1,4
Temel bir araç	1	1,4
Temel bir araç, Destekleyici bir platform	7	10,0
Temel bir araç, Destekleyici bir platform, Zorunlu bir ihtiyaç	4	5,7
Temel bir araç, Destekleyici bir platform, Zorunlu bir ihtiyaç,	1	1,4
Temel bir araç, Destekleyici bir platform, Zorunlu bir ihtiyaç, Çok da önemli değil	1	1,4
Toplam	70	100,0

Araştırmaya katılan 70 bireyin görüşleri incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı “destekleyici bir platform” olarak gördüğü ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %70’i (n=49) bu görüşü doğrudan ifade etmiş, ayrıca “temel bir araç ve destekleyici platform” şeklinde değerlendirenlerin oranı %10 (n=7), “temel bir araç, destekleyici platform ve zorunlu bir ihtiyaç” olarak görenlerin oranı ise %5,7 (n=4) olmuştur. Daha az sayıda katılımcı sosyal medyanın “çok da önemli olmadığını” (%8,6; n=6) veya “zorunlu bir ihtiyaç” (%1,4; n=1) olduğunu belirtmiştir.

Bu bulgular, sosyal medyanın piyano eğitiminde çoğunlukla tamamlayıcı/yardımcı bir rol üstlendiğini göstermektedir. Literatürde de benzer bir eğilim vardır. Tüzel (2013), sosyal medyanın eğitimde “tamamlayıcı bir öğrenme alanı sunduğunu” ifade etmektedir (s. 175). Güntaş (2019), sosyal medyanın özellikle müzik eğitiminde “bilgi paylaşımı, motivasyon ve görünürlük sağlayan işlevsel bir araç” olduğunu vurgulamaktadır (s. 134).

Uluslararası kaynaklar da bu bulguları desteklemektedir. Oyd ve Ellison (2007) sosyal medya platformlarını “kullanıcıların kimliklerini sergiledikleri, bağlantılar kurdukları ve içerik paylaşımıyla öğrenmeyi destekledikleri sosyal ağlar” olarak tanımlar

(s. 211). Bu tanım, katılımcıların sosyal medyayı destekleyici bir platform olarak görmeleriyle uyumludur. Benzer şekilde, Kaplan ve Haenlein (2010) sosyal medyayı, öğrenme süreçlerinde “katılım, etkileşim ve işbirliğini artıran bir araç” olarak değerlendirmektedir (s. 67).

Müzik eğitimi özelinde, Partti ve Karlsen (2010) sosyal medyanın müzikal öğrenmede “akran öğrenmesini, paylaşımı ve profesyonel kimlik gelişimini” desteklediğini belirtmektedir (s. 566). Bu çalışma, özellikle piyano eğitiminde öğrencilerin başarılarını görünür kılmak ve öğrenme süreçlerini desteklemek için sosyal medyanın etkili bir araç olarak görülmesiyle örtüşmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyayı piyano eğitiminde destekleyici bir unsur olarak görmektedir. Bunun yanında, daha az sayıda katılımcı sosyal medyayı “temel bir araç” ya da “zorunlu bir ihtiyaç” olarak değerlendirmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası literatür, sosyal medyanın tek başına bir eğitim modeli olmaktan çok, tamamlayıcı, etkileşim artırıcı ve görünürlük sağlayıcı bir öğrenme ortamı sunduğunu göstermektedir.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

5.1 Sonuçlar

Araştırmada elde edilen bulgulardan yola çıkılarak katılımcıların sosyal medya kullanım eğilimlerinin en yüksek kullanım oranı %69.2 ile Instagram platformunu olduğu tespit edilmiştir. Çoklu platform kullanımlarında ise en yüksek oranda kullanımın Instagram ve Youtube (%18,6) olduğu tespit edilmiştir.

Bu veriler, katılımcıların sosyal medya etkileşimlerini büyük ölçüde görsel ve etkileşim odaklı platformlar üzerinden gerçekleştirdiklerini ve Instagram'ın bu etkileşimde merkezi bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca bu bulgular, çoklu platform kullanımının belirli bir düzeyde varlığını sürdürmesine rağmen Instagram'ın baskın bir platform olduğu ve kullanım oranının da daha çok görsel odaklı ve popüler kültürün etkisindeki platformlar üzerinden gittiğini kanıtlamaktadır.

Ders içeriği paylaşırken kullanılan teknolojilerin çoğu çoklu araç kombinasyonlarına dayanmıştır. Yalnızca video çekim cihazlarını kullananların oranı %15.7 ile en çok kullanım oranına sahip olup en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Video çekim cihazlarının hem tek başına hem de diğer araçlarla birlikte en sık tercih edilen araçlardan biri olması Aydın ve Çelik'in (2013) "çoklu ortam araçları öğrenmeyi destekler" görüşünü destekler niteliktedir ve müzik eğitimindeki görsel-işitsel araçların pedagojik yöndeki olumlu etkisini ortaya koymaktadır.

Sosyal medyada ders içeriği paylaşım teknikleri incelendiğinde %4.3'ü yalnızca eğlenceli içerik, %5.7'si sadece özel günlerde paylaşım, %4.3'ü ise tek başına piyano notaları paylaşmayı tercih etmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu %85.7'si bu içerik türlerini farklı kombinasyonlar halinde kullanmıştır. Katılımcıların tek tip içerik yapmaktan ziyade çeşitli içerik türlerini birlikte kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum bize sosyal medya kullanımında çeşitlilik ve etkileşim odaklı bir yaklaşım olduğunu göstermektedir.

Sosyal medyada ders içeriği paylaşırken dikkat edilen kriterler incelendiğinde, müzik performansının ve eğitim sürecinin yalnızca teknik becerilere değil aynı zamanda

çevresel, bireysel, pedagojik ve fiziksel faktörlere bağlı olarak şekillendiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum katılımcıların %11,4'ünün ışık, ortam, kamera açısı, duygu durumu, hazır bulunuşluk, öğrenci düzeyi, yaş ve makyaj gibi tüm unsurların bir arada önemli olduğunu aktarması ile tespit edilmiştir. Öğitmenlerin %8,6'sının özellikle ışık, ortam ve kamera açısını birlikte vurgulaması, müzik performansının yalnızca müziksel yeterlilikle değil; görsel, psikolojik ve pedagojik unsurların bütüncül etkisiyle şekillendiğini göstermektedir.

Sosyal medyada paylaşım yapılırken kullanılan içerikler incelendiğinde, katılımcıların büyük bir kısmının %20'sinin sosyal medya paylaşımlarında birden fazla içerik türünü bir arada sunmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. “Kendi fotoğrafı, öğrencisinin fotoğrafı, kendi videosu, ders içeriği, öğrencisinin videosu ve eser seslendirme” gibi çoklu birleşimlerin öne çıkması, bireylerin sosyal medya kullanımında kişisel ve profesyonel kimliklerini bir arada kullanma eğiliminde olduklarını göstermiştir.

Sosyal medya paylaşımlarında en yaygın tercih edilen içerik türünün performans videoları olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %22,9'u yalnızca performans videoları paylaşıırken, %25,7'si ise performans videolarını nota-egzersiz önerileri, öğrenci başarı hikâyeleri ve eğitim videoları ile birlikte sunmuştur. Bu sonuçlar öğretmenlerin sosyal medya paylaşımlarında performansa dayalı videoları öncelikle tercih ettiklerini ve izleyiciyle etkileşim içinde olacağı içeriklere öncelik vererek etkileşim odaklı paylaşım yaptıklarını ortaya koymuştur.

Sosyal medya kullanımında en yaygın paylaşım sıklığının haftada bir olduğu tespit edilmiştir. Bu durum katılımcıların %45,7'sinin düzenli fakat sürdürülebilir bir etkileşim biçimini benimsediğini ortaya koymaktadır. Bunun yanında, %15,7 oranında gün aşırı ve %12,9 oranında her gün paylaşım yapıldığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar sosyal medyanın müzik eğitimi bağlamında sadece içerik paylaşımı değil, aynı zamanda öğrenciyle etkileşimi sürdürme, görünürlük sağlama ve paylaşım kültürünü canlı tutma işlevi gördüğünü göstermektedir (Güntaş, 2019).

Sosyal medya üzerinden yürütülen piyano eğitimi sürecinde karşılaşılan en yaygın sorunun etkileşim yetersizliği olduğu belirlenmiştir. En büyük oran ile katılımcıların %20'si bu problemi belirtmiştir. Teknik donanım eksikliği %14,3 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Bu sonuçlar sosyal medyada eğitim içerikleri üretmenin yalnızca pedagojik değil, aynı zamanda teknolojik yeterlilik, zaman yönetimi ve sürdürülebilir motivasyon gerektiren bir süreç olduğunu göstermektedir.

Sosyal medyada piyano eğitimi ile ilgili görüşler incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyayı piyano eğitimi bağlamında destekleyici ve tamamlayıcı bir platform olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %70'i sosyal medyayı doğrudan “destekleyici bir platform” olarak tanımlamıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda sosyal medyanın piyano eğitiminde çoğunlukla tamamlayıcı bir rol üstlendiğini ve bireylerin bu mecraayı bilgi paylaşımı, motivasyon ve görünürlük açısından işlevsel bir araç olarak gördüklerini göstermektedir.

5.2 Öneriler

Araştırmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda, Instagram'ın katılımcılar arasında en yüksek kullanım oranına sahip olması nedeniyle özellikle görsel ve etkileşim temelli içeriklerin daha fazla ön planda tutulduğu Instagram gibi platformlarda, içerik biçimleri ve etkileşim modelleri dikkate alınarak eğitmenlere etkileşim oranını artıracak örnek uygulamalar sunulmalıdır.

Ayrıca video çekim cihazlarının hem tek başına hem de diğer araçlarla birlikte en fazla tercih edilen platform olarak öne çıkması, müzik eğitiminde görsel-işitsel materyallerin öğrenme sürecine olan katkısını açıkça ortaya koymaktadır. Bu durum, video temelli içeriklerin daha etkili kullanılmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda, eğitmenlere yönelik dijital materyal üretimi konusunda teknik becerilerin artırılmasına yönelik eğitim programlarının geliştirilmesi önerilmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya üzerinden piyano eğitimi veren eğitmenlerin büyük bir kısmı farklı içerik türlerini bir arada kullanmayı tercih etmeleri çeşitli içerik türlerini birarada kullanarak etkileşim kurmayı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, müzik eğitimi veren öğretmenler için video çekim teknikleri, içerik çeşitlendirme stratejileri, nota yazılımlarının kullanımı ve temel video düzenleme becerileri gibi konuları içeren kısa süreli atölye çalışmaları veya çevrim içi eğitim programları düzenlenmesi önerilmektedir. Ayrıca öğretim kalitesini artırmak amacıyla öğrenme materyalleri sade ve dikkat çekici görsellerle desteklenebilir.

Araştırma sonuçları, eğitim sürecinin yalnızca teknik becerilere değil; çevresel, bireysel, pedagojik faktörlerin tümüne dayalı olarak şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle özellikle ışık, ortam düzeni ve kamera açısı gibi görsel faktörlerin performans üzerindeki etkisi göz önünde bulundurularak müzik eğitimi ortamlarının yeniden

tasarlanması önerilmektedir. Eğitim ve öğrenme ortamlarının, bu farklılıkları destekleyecek biçimde düzenlenmesi, müzik eğitiminde başarıyı artıracak somut adımlara önemli katkılar sunabilir.

Sosyal medyada eğitim veren ve bu alanda içerik üreten kişiler için öğrencilerin performansını ve başarıyı artırmak adına sosyal medyada başarı dinamiğine göre etkileşim sağlamış olan içerik üreticileri teşvik edilebilir.

Sosyal medyada ders veren eğitimciler eğer ki bunu bir kurum üzerinden yapıyorlarsa öğretmenlere özellikle zaman ve tanıtım desteği sağlanması daha güzel sonuçlar elde etmek adına katkı sağlayacaktır.

Eğitmenlerin rekabet ortamlarından sıyrılmaları ve daha iş birliği içinde olmaları adına mesleki paylaşım gruplarının oluşturulması ve bu gruplarda birbirlerine ilham olacak çalışmaların paylaşılması gelişimlerine katkı sağlayacaktır.

Ayrıca sosyal medyada ders veren tüm öğretmenlerin birbirlerine ilham olmak ve bu alanda daha iyi içerikler oluşturabilmeleri adına ortak canlı yayın gibi etkileşimi artıracak paylaşım yapmaları ve birbirlerine rehberlik yapmaları önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Aydın, F., & Çelik, H. C. (2013). Müzik öğretiminde bilgisayar destekli öğretimin öğrenci başarısına etkisi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 83–91.
- Arslan, A. (2006). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 1(1).
- Balcı, A. (2001). *Sosyal bilimlerde araştırma*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Başaran, İ. E. (2008). *Eğitim psikolojisi: Modern eğitimin psikolojik temelleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bayrakçı, M. (2017). Sosyal medyanın sanat eğitiminde kullanımı. *Sanat Eğitimi Dergisi*, 5(2), 205–220.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Burns, N. & Grove, S. K. (1993). *The practice of nursing research: Conduct, critique & utilization* (2nd Ed.). Elsevier Science Health Science.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (24. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Çevik, S. (2013). *Müzik eğitimi ve öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çolak, M., & Topçu, N. (2005). Bir iletişim dili olarak internet. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 71–96.
- Demirbatır, R. E. (2012). Bilgisayar destekli nota yazım programlarının müzik eğitiminde kullanımı. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 111–128.
- Demirel, Ö. (2019). *Eğitimde program geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi.
- Eldeniz, L. (2010). İkinci Medya Çağında İnternet. İstanbul: Alfa.
- Erdal, B. (2018). Sahne sanatlarında ışık ve mekân düzenlemesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 8(2), 40–52.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi. Ankara: Erk.
- Ergün, M. (2015). *Eğitim Felsefesi*. Pegem Akademi, Ankara
- Ertürk, S. (1984). *Eğitimde program geliştirme*. Ankara: Meteksan.

- Garip, S. (2023). Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırma Geleneği Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *International Journal of Social Science Research*, 12(1), 1-19.
- Gömlüksiz, M. N. (2010). Eğitimde hazır bulunuşluk kavramı ve öğrenci başarısına etkisi. *Eğitim ve Bilim*, 35(156), 113–124.
- Güntaş, S. (2019). Sosyal medya kullanımı eğitimi ve bir eğitim aracı olarak sosyal medya kullanımı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 129–150. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.96678>
- Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., Chew, E. (2010) ‘Get out of MySpace!’ *Computers & Education*, 54, 776–782.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karaduman, S. (2018). Öğretmenlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve mesleki kimlikleri. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(1), 85–97.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemi* (28. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaya, H. (2016). Müzik performansında duygusal durumun rolü. *Müzik Eğitimi Dergisi*, 3(1), 55–68.
- Kaya, Z., & Çengelci, T. (2011). Eğitimde sosyal medya kullanımı: Olanaklar ve sınırlılıklar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 95–112.
- Kamiloğlu, F., & Yurttaş, Ö. (2014). Sosyal medyanın bilgi edinme ve kişisel gelişim sürecine katkısı ve lise öğrencileri üzerine bir alan çalışması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 129–150. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.96678>
- Kuzhan, M. (2019). İnternetin eğitsel nitelikli kullanımı üzerine yapılan araştırmaların analizi. *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 2(2), 137–145.
- Levendoğlu, O. (2004, Nisan). 1924–2004 Musiki Muallim Mektebi’nden günümüze müzik öğretmeni yetiştirme. *Müzik Öğretmeni Yetiştirme Sempozyumu Bildirisi*, Isparta.
- Nitev Technology. (2024, Nisan). İnternetin kullanım alanları nelerdir? <https://nitevtechnology.com.tr/internetin-kullanim-alanlari-nelerdir>

- Öztürk, G., & Aydın, S. (2020). Müzik eğitiminde sosyal medyanın yeri: Öğrenci merkezli uygulamalar. *Sanat ve Eğitim Dergisi*, 6(2), 129–145.
- Özden, Y. (2014). *Eğitimde yeni değerler: Eğitimde dönüşüm*. Ankara: Pegem Akademi.
- Özmenteş, S. (2011). Çevrimiçi öğrenme ortamlarının müzik eğitime etkisi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(3), 45–60.
- Parti, H., & Karlsen, S. (2010). Reconceptualising musical learning: New media, identity and community in music education. *Music Education Research*, 12(4), 369–382. <https://doi.org/10.1080/14613808.2010.519379>
- Safko, L. ve Brake, D.(2009). The Social Media Bible. New Jersey: Wiley.
- Say, A. (2009). *Müzik ansiklopedisi* (Cilt 1). Ankara: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.
- Sezen, G. (2023). Sosyal bilimlerde nicel araştırma geleneği üzerine kuramsal bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Alan Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 1–19.
- Tüzel, S. (2013). Sosyal medya ve eğitim ilişkisi üzerine bir inceleme. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 167–182.
- Uçan, A. (2005). *Müzik eğitimi: Temel kavramlar, ilkeler, yaklaşımlar*. Ankara: Evrensel Müzikeyi.
- Vardarlier, P. (2016). *Sosyal medya stratejisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Vardarlier, P. ve Eren, E.(2013). «Social Media's Role in Developing an Employees Sense of Belonging in the Work Place as an HRM Strategy.» The Proceedings of 9th International Strategic Management Conference. Riga: Elsevier, 852-860.
- Vural, Z. B. A., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(20), 3348–3382. <https://doi.org/10.19168/jyu.65130>
- Yıldız, G. (2010). *Müzik eğitimi ve öğretim yöntemleri*. İstanbul: Kriter Yayınları.