

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 12 Sayı: 67 Yıl: 2019
www.sosyalarastirmalar.com
Issn: 1307-9581



Volume: 12 Issue: 67 Year: 2019
www.sosyalarastirmalar.com
Issn: 1307-9581

Doi Number:
<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3764>

ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYADAKİ MÜZİK TERCİHLERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ*

A STUDY ON THE INVESTIGATION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS' PREFERENCES FOR MUSIC ON THE SOCIAL MEDIA IN TERMS OF DIFFERENT VARIABLES

Sevilay ŞANLI**
Ülkü Sevim ŞEN***

Öz

Bu araştırmanın amacı ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinin ne olduğunu tespit etmektir. Bu çalışmada betimsel tarama modeline yer verilmiş, araştırmada kaynak tarama yöntemi ve anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Ordu ili Altınordu ilçesinde yer alan 3'ü genel 3 tanesi de meslek lisesi olmak üzere 9. ve 10. sınıflarda öğrenim görmekte olan toplam 560 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri incelendiğinde; çalışma grubundaki öğrencilerin tamamına yakınınun günlük yaşamlarında internet kullandıkları ve en çok kullandıkları elektronik aracın akıllı telefon olduğu, bunun yanında bireylerin sosyal medyada yer alan facebook, twitter ve instagram gibi uygulamaları tercih ettikleri, müzik dinlemek için ise fizzy, foursquare ve spotify gibi uygulamaları tercih ettikleri bulgularına ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; çalışma grubundaki öğrencilerin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, okudukları okulda müzik dersi alıp almama durumunun herhangi bir etkisi olmadığı; müzik dersi alan ve almayan öğrencilerin müzik tercihlerinin paralellik gösterdiği, çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin sosyal medyada hemen hemen tüm müzik türlerini dinlemeyi tercih ettiği, ancak özellikle popüler müzikleri dinlemeyi diğer müzik türlerine göre daha çok tercih ettikleri; öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak popüler müzikler, Türk halk müziği, klasik batı müziği ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müzik Eğitimi, Sosyal Medya, Müzik Tercihleri, Ergenlik Dönemi, Teknoloji.

Abstract

This study aims to find out preferences of music listened by the secondary school students prefer on the social media. In this study, survey study, data were collected via questionnaire from a group of 560 students in 9th and 10th grades at 3 high schools and 3 vocational high schools in Altınordu district of Ordu province. When the data analysis demonstrated that almost all of the students in the study group use the internet in their daily lives. The most commonly used device to listed music is smartphone; that, in addition, individuals prefer applications such as facebook, twitter and instagram on social media; and that they prefer applications such as fizzy, foursquare and spotify to listen to music. According to the results; there is no difference in preferences to listen music in terms of taking music lessons in the school they study. Open ended questionnaire results showed that the students prefer to listen almost all genres of music on social media, but they prefer to listen to popular music more than other genres. In addition, there is a significant difference among popular music, Turkish folk music, classical western music and Turkish Sufi music/hymns options.

Keywords: Music Education, Social Media, Music Preferences, Adolescence Period, Technology.

* Bu çalışma, Doç. Dr. Ülkü Sevim ŞEN danışmanlığında, Sevilay ŞANLI tarafından yapılan "Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi" adlı yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

** Blm. Uzm., Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Mezunlu, Ordu Altınordu Cumhuriyet Anadolu Lisesi Müzik Öğretmeni, piyanist_20@hotmail.com

*** Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, Kâzım Karabekir Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Müzik Eğitimi Ana Bilim Dalı, usevimsen@atauni.edu.tr



1. Giriş

İnsanlıkla yaşıt olduğu kabul edilen müzik; zaman içerisinde çeşitli faktörlerden etkilenecek gelişim ve değişime uğramış olup her kültürde varlığını sürdürmeye devam etmektedir. İçerisinde birçok türü barındıran bir derinliğe sahiptir. Müzik, yaşantımıza tek boyutu ile değil kültür, sanat, bilim, eğitim, eğlence yönüyle de katkı sağlayan zengin bir alandır. Tüm kültürlerin ortak noktası olarak hem kültüre özgü hem de evrensel sayılabilecek bir yapıya sahiptir. Müzik toplumun kültürünü içsel algı dünyasında tanımlayıp o kültüre ait olan değerleri soyut olarak tasvir etmiş, toplumun varoluşuyla ve tarihsel yaşayış içerisinde toplumla şekillenmiş, toplumun ihtiyaçlarına göre değişmiş ve toplumu etkilemiştir.

Müzik, bireyin sosyal becerileri öğrenmesine olanak hazırlayıp, bu becerilerin toplum içinde ergen (akran) gruplarında kabul görmesine ve toplum içinde onaylanan kişisel davranış kalıplarının öğrenilmesine yardımcı olmuştur (Erdal, 2007, 290). Hayatın her aşamasında ve özellikle de ergenlik dönemindeki yaş gruplarında bu durum son derece yaygındır.

Oral (2004) müzikle ilgilenen ergenlerin; sosyal, duygusal hatta fiziksel alanda yaşıtlarına nazaran daha olumlu özelliklere sahip olduklarını belirterek müzikle ilgilenen bireylerin bedensel olarak yaşıtlarıyla kıyaslandığında motor etkinliklerde daha hızlı gelişim gösterip, sorumluluk duygusuna sahip olduklarını, zihinsel gelişim alanındaysa öğrenme açısından üstün olduklarını, soyut düşünme yeteneklerinin gelişmiş olduğunu, ayrıca özgün ve yaratıcı fikirler üreterek iyi bir gözlem yeteneğine sahip olduklarını ifade etmiştir.

Müzik eğitimi bireyin kendini geliştirmesinde önemli bir role sahiptir. Bireyin müzik yoluyla belli amaçlar doğrultusunda bir çalgıyı öğrenmesi veya müzik toplulukları içerisinde görev alması böylece disiplinli çalışmalar yaparak kendini ifade etmesi, geliştirmesi ve çevresi ile daha etkili iletişime geçmesi sağlanabilir. Müzik ile ilgilenen bireylerin anlatım güçlerinin gelişim gösterdiği, sorumluluk duygularının ve yaratıcı düşünme yeteneklerinin önemli ölçüde arttığı ve daha sağlıklı ve yaşıtlarına oranla daha hızlı gelişim gösterdikleri görülebilmektedir.

Günümüzde yaşanan kültürel ve teknolojik değişim ve gelişmeler toplumun birçok kesiminde etkisini gösterebilmektedir. Bu değişimlere en hızlı ayak uyduran kesimin ise gençler olduğu söylenebilir. Gençlerin teknolojiden yararlanma ve teknolojiye uyum sağlama konusunda daha başarılı oldukları bilinmektedir. Geleneksel aile yapısının değişmeye başlaması, modern yaşam koşulları, teknolojinin yaşamın her alanında kolaylıklar sunması gibi yeniliklerle birlikte sosyal yaşantımız da değişmiştir. Teknolojinin yaygınlaşması ile birlikte insanlar medya faktörünün etkisi altına girerek yeni alışkanlıklar ve davranışlar geliştirmişlerdir. Bu yeniliklerden biri de başta gençler olmak üzere toplumu etkisi altına alan sosyal medya kavramıdır.

Sosyal medya özellikle ergenlik dönemindeki bireyler tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. İletişim kurma davranışlarını da değiştiren bir anlayışla, gençler bu platformlarda sosyal, duygusal tüm ihtiyaçlarını karşılamayı beklemektedir. Sosyal medya aracılığıyla yaptıkları paylaşımların gün geçtikçe alışkanlık haline geldiği söylenebilir. Bu alışkanların başında gelen ise müzik dinleme tercihleridir.

Müzik dinleme alışkanlıkları, zaman içerisinde değişim göstererek müzik dinleme araçları sayesinde sürekli değişime uğramış olup internet ve teknolojik cihazlar sayesinde tamamen farklı bir yapıya bürünmüştür. Teknoloji sayesinde dinleyiciler artık müziğin her türüne, istediği anda ulaşabilme kolaylığına sahiptir. Gençlerin sosyal medya yoluyla dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinin neler olduğu ise bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Alanyazın incelendiğinde; ülkemizde yapılan sosyal medya kullanımını konu alan çalışmaların; sosyal medya (İçirgin, 2018; Uluç & Yarcı, 2017; Dağıtmacı, 2015), teknolojik bağımlılıklar ve sosyal medya bağımlılığı (Savcı & Aysan, 2017) teknoloji ve eğitim (Güneş, 2016), sosyal medya ve gençlik (Babacan, 2015), iletişimin ve teknoloji (Çaycı & Karagülle, 2016) olduğu görülmüştür. Ergenlik dönemi konu alan çalışmalar incelendiğinde; ergenlerde davranışsal sorunlar (Alikışifoğlu, 2008), ergenlik dönemi ve psikolojik problemler (Dinçel, 2006), ergenlik dönemi ve genel özellikleri (Koç, 2004) çalışmalara ulaşıp ergenliğin müzik eğitiminde önemine dikkat çekilmiştir. Popüler kültürle ilgili çalışmalar incelendiğinde; çocukların sosyalleşmesinde popüler kültürün rolü (Tuna, 2008), gençlik ve popüler tüketim kültürü (Şahin, 2005), tüketim kültürünün gençliğe etkisi (Köroğlu, 2014) konulu araştırmalara ulaşılmıştır. Sosyal medya ve eğitim konulu araştırmalar incelendiğinde ise (Avcı, 2016) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının sosyal ilişkilerine etkisi'ni incelerken, (Karakoç & Taydaş, 2013) üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişkiyi incelemiş, (Yalçın Tepe & Adıgüzel, 2017) eğitim kurumlarında teknoloji ile değişim sürecini incelemiş, (Yılmaz, Şahin, Haseski & Erol, 2014) lise



öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelemiş, (Alican & Saban, 2013) ise ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları adlı konuyu incelemiştir.

Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya aracılığıyla dinledikleri müziklere ilişkin alanyazın derlemesi incelendiğinde; ergenlik döneminde bireylerin dinlediği müziklerle ilgili araştırmalarda; (Apaydınlı, 2011) genel lise öğrencilerinin kural dışı davranış gösterme eğilimlerinin cinsiyet, sınıf ve müzik eğitimi açısından incelerken, (Bozkurt, Zahal & Uyan, 2015) ortaokul öğrencilerinin duygu durumlarına göre dinledikleri müzik türlerini incelemiş olup, (Güven, 2017) ise 12-14 yaş grubu çocukların müziğe ilişkin tutumları ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkiyi, (Uluçay, 2018) lise öğrencilerinin dinledikleri müzik türlerinin şiddet eğilimine etkisini, (Günindi Ersöz, 2002) ise popüler kültür ürünlerinden müzik videolarının gençler üzerindeki olumsuz etkileri adlı konulara değinerek çeşitli değişkenler açısından incelemiştir. Yapılan çalışma ile ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ele alınmıştır.

Bu araştırmada “ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinin çeşitli değişkenler açısından ne olduğu” sorusuna cevap aranmıştır. Araştırmanın alt amaçları ise şöyle sıralanmaktadır;

1. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ile ilgili görüşleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
2. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde müzik eğitimi alan ve almayanlar arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
3. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık var mıdır?
4. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde öğrenim gördükleri okullara göre anlamlı bir farklılık var mıdır?
5. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde öğrenim gördükleri sınıflara göre anlamlı bir farklılık var mıdır?
6. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde aile, arkadaş, öğretmen ve kendi tercihleri ne kadar etkilidir?
7. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde ailelerinin eğitim durumu etkili midir?
8. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdıkları zaman etkili midir?
9. Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ile kullandıkları sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinin ne olduğunu tespit etmektir. Ayrıca bu araştırma ile ortaöğretim öğrencilerinin müzik tercihlerinde etkisi olan faktörleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu araştırma, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinin ne yönde olduğunun incelenmesi ve sosyal medyanın, müzik tercihlerine etkisinin tespit edilmesi bakımından önemlidir. Ayrıca ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerini etkileyen unsurların ortaya konulması bakımından önem taşımaktadır.

3. Araştırmanın Yöntemi ve Modeli

Araştırmada ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerini belirlemek amacıyla tarama modeline yer verilmiştir. Sosyal medyadaki müzik tercihlerini belirlemeye yönelik olarak ise anket tekniği kullanılmıştır. “Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve ne olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır” (Karasar, 2002, 77).

3.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2018-2019 yılında öğrenim görmekte olan; Ordu Altınordu Cumhuriyet Anadolu Lisesi, Atatürk Anadolu Lisesi, Fatih Anadolu Lisesi, Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi 9. ve 10. sınıf öğrencilerinden oluşan 560 kişilik öğrenci grubu oluşturmaktadır.



Tablo 1: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyet ve Sınıf Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet	f	%	Sınıf	f	%
Kız	270	48.2	9. sınıf	341	60.9
Erkek	290	51.8	10. sınıf	219	39.1
Toplam	560	100	Toplam	560	100

Tablo 1’de araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında toplam 560 öğrenciden 270’sinin %48.2 oranla kız ve 290’sının %51.8 oranla erkek olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında ise toplam 560 öğrenciden 341’inin %60.9 oranla 9. sınıf ve 219’unun %39.1 oranla 10. sınıf olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından 9. sınıf öğrencilerinin çoğunluğu sağladığı söylenebilir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Okul Değişkenine Göre Dağılımı

Okul Adı	f	%
Atatürk Anadolu Lisesi	62	11.1
Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	77	13.7
Cumhuriyet Anadolu Lisesi	173	30.9
Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	84	15.0
Fatih Anadolu Lisesi	83	14.8
Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	81	14.5
Toplam	560	100

Tablo 2’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin okul değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında toplam 560 öğrenciden 62’sinin %11.1 oranla Atatürk Anadolu Lisesi, 77’sinin %13.7 oranla Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 173’ünün %30.9 oranla Cumhuriyet Anadolu Lisesi, 84’ünün %15.0 oranla Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 83’ünün %14.8 oranla Fatih Anadolu Lisesi ve 81’inin %14.5 oranla Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencisi olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından Cumhuriyet Anadolu Lisesi öğrencilerinin çoğunluğu sağladığı ve diğer liselerden katılım sağlayan öğrenci sayısının hemen hemen birbirine denk olduğu söylenebilir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Anne ve Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Dağılımı

Anne Eğitim Durumu	f	%	Baba Eğitim Durumu	f	%
Örgün temel eğitim almamış	6	1.1	Örgün temel eğitim almamış	7	1.2
İlkokul mezunu	216	38.6	İlkokul mezunu	133	23.8
Ortaokul mezunu	158	28.1	Ortaokul mezunu	167	29.8
Lise mezunu	137	24.5	Lise mezunu	182	32.5
Üniversite mezunu	36	6.4	Üniversite mezunu	60	10.7
Lisansüstü mezunu	7	1.3	Lisansüstü mezunu	11	2.0
Toplam	560	100	Toplam	560	100

Tablo 3’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında toplam 560 öğrenciden 6’sının %1.1 oranla Örgün temel eğitim almamış, 216’sının %38.6 oranla İlkokul mezunu, 158’inin %28.1 oranla Ortaokul mezunu, 137’sinin %24.5 oranla Lise mezunu, 36’sının %6.4 oranla Üniversite mezunu ve 7’sinin %1.3 oranla Lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından çoğunluğun annelerinin ilkökul mezunu olduğu, üniversite ve lisansüstü mezunu anne sayısının çok az olduğu ve anne eğitim durumu açısından öğrencilerin annelerinin eğitim seviyesinin orta düzey ve orta düzeyin altı olduğu söylenebilir.

Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre dağılımlarına bakıldığında ise toplam 560 öğrenciden 7’sinin %1.2 oranla Örgün temel eğitim almamış, 133’ünün %23.8 oranla İlkokul mezunu, 167’sinin %29.8 oranla Ortaokul mezunu, 182’sinin %32.5 oranla Lise mezunu, 60’ının %10.7 oranla Üniversite mezunu ve 11’inin %2.0 oranla Lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından çoğunluğun babalarının lise mezunu olduğu, üniversite ve lisansüstü mezunu baba sayısının az olduğu, baba eğitim durumu açısından öğrencilerin babalarının eğitim seviyesinin orta düzey olduğu ve babaların eğitim seviyesinin annelere nazaran daha üst düzeyde olduğu söylenebilir.



3.2. Veri Toplama Aracı

Yapılan araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen “kişisel bilgi formu” ve “anket formu” kullanılmıştır. Araştırmanın bu aşamasında, konu ile ilgili daha önceden geliştirilen anket formları incelenerek soru havuzu oluşturulmuş, hazırlanan soru havuzundan araştırma konusuna uygun sorular seçilerek bir form hazırlanmış ve bu form uzman görüşüne sunulmuştur. Hazırlanan anket için uzman grubu özellikleri şöyledir; müzik eğitimi alanında Ömer Halisdemir Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesinde görev yapmakta olan iki Doç. Dr., Atatürk Üniversitesinde görev yapmakta olan iki Dr. Öğr. Üyesi ve ortaöğretimde görev yapmakta olan iki müzik öğretmeninin görüşleri alınmıştır. Son olarak istatistik ve Türk dili alanlarında uzman olan Ordu Üniversitesinde görev yapan iki Dr. Öğr. Üyesinin görüşlerine başvurulmuştur. Alınan uzman görüş ve önerileri doğrultusunda anket formuna son şekli verilmiş ve ön deneme gerçekleştirilmiştir. Kişisel bilgi formu ile birlikte 30 sorudan oluşan anket formu geçerlik güvenirlik çalışmaları yapıldıktan sonra uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

3.3. Veri Analizi

Verilerin hangi analizler yoluyla çözümleneceğine karar verebilmek için, öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanıp uygulanan anket soruları Kolmogorov-Smirnov Normallik testine tabi tutulmuştur. Anket formu için yapılan Kolmogorov-Smirnov Normallik testi Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 4: Değerler Ölçeği Kolmogorov-Smirnov Normallik Testi Sonuçları

Anket Soruları	Kolmogorov-Smirnov		
	İstatistik Değer	Sd	p
İnternet kullanıyor musunuz?	.533	24	.00*
İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	.190	24	.00*
İnternet kullanırken tercih ettiğiniz araçlar hangileridir?	.519	24	.00*
Gün içerisinde internette ortalama kaç saat vakit geçiriyorsunuz?	.305	24	.00*
İnternette aktif olarak kullandığınız sosyal medya ağları (siteleri) hangileridir?	.233	24	.00*
Sosyal medya denildiğinde aklınıza gelen ilk şey ne oluyor?	.184	24	.00*
Sosyal medyada müzik dinleme alışkanlığınız var mıdır?	.515	24	.00*
Sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdığınız vakit ortalama kaç saattir?	.245	24	.00*
Sosyal medyada müzik dinlerken en çok hangi uygulamayı kullanırsınız?	.141	24	.00*
Sosyal medyada en çok hangi müzik türlerini tercih edersiniz?	.535	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde en etkili olan hangileridir?	.274	24	.00*
Şu an öğrenim görmekte olduğunuz okulda müzik dersi alıyor musunuz?	.384	24	.00*
Okul dışında özel ders (keman, bağlama, piyano vb.) alıyor musunuz?	.534	24	.00*
Halk eğitim merkezi veya dernekler gibi kurumlarda çalma/söyleme gibi müzikal etkinliklerde bulunuyor musunuz?	.520	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde aldığınız müzik eğitiminin bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?	.362	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde müzik öğretmeninizin sizi yönlendirdiği oluyor mu?	.456	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde en çok etkili olan hangisidir?	.422	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde seçici olduğunuzu düşünüyor musunuz?	.465	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde pop müzik eserlerinden örnekler dinler misiniz?	.530	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde yabancı pop müzik eserlerinden örnekler dinler misiniz?	.463	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde klasik batı müziği bestecilerinin eserlerinden dinler misiniz?	.435	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde Türk sanat müziği bestecilerinin eserlerinden dinler misiniz?	.420	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde Türk halk müziği eserlerinden örnekler dinler misiniz?	.399	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde Türk tasavvuf müziği eserlerinden (ilahiler) örnekler dinler misiniz?	.490	24	.00*
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde nitelikli müzik eserlerine kolaylıkla ulaşabildiğinizi düşünüyor musunuz?	.525	24	.00*

Tablo 4’te görüldüğü gibi, yapılan normallik testi sonucunda, öğrencilerin anket formuna verdiği cevapların normal dağılmadığı ($p=.00<.05$) tespit edilmiştir.



Bu bilgiler doğrultusunda, verilen cevapların dağılımının normal dağılıma sahip olmadığı durumlarda iki grubun karşılaştırılmasında kullanılan non-parametrik *Mann-Whitney U testi* iki grup karşılaştırmalarında kullanılmıştır. İki'den fazla grupların karşılaştırılmasında ise, yine non-parametrik testlerden *Kruskal-Wallis H testi* kullanılarak farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığı belirlenmiştir.

Testlere ilişkin tablolarda Mann-Whitney U Testi için N (kişi sayısı), Sıra ortalaması, Sıra Toplamı, U (istatistik değeri) ve p (anlamlılık düzeyi) değerleri verilirken; Kruskal-Wallis H testi için ise N, Sıra ortalaması, Sd (serbestlik derecesi), χ^2 (istatistik değeri) ve p değerleri verilmiştir. Çoklu karşılaştırma testlerinde ayrıca tabloların altında farklılığın nereden kaynaklandığı ile ilgili bilgilere de yer verilmiştir. Birden çok cevap seçeneği olan sorular için Çoklu cevap (Multiple Responses) istatistiği kullanılarak (f) ve yüzde (%) değerleri hesaplanmış ve karşılaştırmalarda Crosstabs tabloları kullanılmıştır. Korelasyon hesaplamasında ise Pearson korelasyon istatistiği kullanılmış ve tablolaştırılarak R (istatistik değeri) ve p değerleri gösterilmiştir. Ayrıca demografik bilgilerin ve tek cevaplı soruların dağılımları için frekans (f) ve yüzde (%) değerleri kullanılmıştır. Çalışmada yer alan analizler için, SPSS 17.0 paket programı kullanılmış ve analizler için elde sonuçlar farklılıklara yönelik olarak .05 anlamlılık düzeyinde yorumlanmıştır.

3.4. Geçerlik ve Güvenirlik

Bu araştırmada araştırmacı tarafından geliştirilen veri toplama aracı olarak kullanılan anketin geçerlik ve güvenirliliğine ilişkin yapılan analize Tablo 5'de yer verilmiştir. Çalışmada 25 maddeden oluşan anketin güvenirlilik katsayısı (Cronbach's Alpha) ($\alpha=.727$) olarak bulunmuştur.

Özdamar (2011) alpha katsayısı değerlendirme ölçütünü şu şekilde belirtmiştir:

0.00 < α < 0.40 ise ölçek güvenilir değildir.

0.40 < α < 0.60 ise ölçek düşük güvenirliliktir.

0.60 < α < 0.80 ise oldukça güvenilirdir.

0.80 < α < 1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (s. 522).

Tablo 6'da Cronbach's Alpha güvenirlilik testi istatistikleri görülmektedir.

Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin anket soruları Cronbach's Alpha Güvenirlilik Testi Sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Anket Soruları Cronbach's Alpha Güvenirlilik Testi Sonuçları

Anket Soruları	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
İnternet kullanıyor musunuz?	.701
İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	.706
İnternet kullanırken tercih ettiğiniz araçlar hangileridir?	.707
Gün içerisinde internette ortalama kaç saat vakit geçiriyorsunuz?	.704
İnternette aktif olarak kullandığınız sosyal medya ağları (siteleri) hangileridir?	.698
Sosyal medya denildiğinde aklınıza gelen ilk şey ne oluyor?	.759
Sosyal medyada müzik dinleme alışkanlığınız var mıdır?	.707
Sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdığınız vakit ortalama kaç saattir?	.708
Sosyal medyada müzik dinlerken en çok hangi uygulamayı kullanırsınız?	.723
Sosyal medyada en çok hangi müzik türlerini tercih edersiniz?	.722
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde en etkili olan hangileridir?	.700
Şu an öğrenim görmekte olduğunuz okulda müzik dersi alıyor musunuz?	.707
Okul dışında özel ders (keman, bağlama, piyano vb.) alıyor musunuz?	.711
Halk eğitim merkezi veya dernekler gibi kurumlarda çalma/söyleme gibi müzikal etkinliklerde bulunuyor musunuz?	.745
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde aldığınız müzik eğitiminin bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?	.752
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde müzik öğretmeninizin sizi yönlendirdiği oluyor mu?	.735
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde en çok etkili olan hangisidir?	.723
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde seçici olduğunuzu düşünüyor musunuz?	.707
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde pop müzik eserlerinden örnekler dinler misiniz?	.699
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde yabancı pop müzik eserlerinden örnekler dinler misiniz?	.723
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde klasik batı müziği bestecilerinin eserlerinden dinler misiniz?	.735
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde Türk sanat müziği bestecilerinin eserlerinden dinler misiniz?	.708
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde Türk halk müziği eserlerinden örnekler dinler misiniz?	.710
Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde Türk tasavvuf müziği eserlerinden (ilahiler) örnekler dinler misiniz?	.752



Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde nitelikli müzik eserlerine kolaylıkla ulaşabildiğinizi düşünüyor musunuz?	.710
Toplam Güvenirlik	.727

Tablo 5'te verilen hem tek tek madde, hem de madde toplam güvenirlik katsayısı incelendiğinde güvenirliliği önemli derecede azaltan bir maddeye rastlanmamıştır. Anketin bütününe ilişkin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) $\alpha=0.727$ olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre anketin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

4. Bulgular ve Yorum

Araştırmanın problem durumu olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerine" ilişkin verilere Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyada Dinlemeyi En Çok Tercih Ettiği Müzik Türüne Yönelik Dağılım

En Çok Tercih Edilen Müzik Türü	f/Çoklu Cevap	%
Popüler Müzikler	554	22.9
THM	482	20.0
TSM	466	19.3
Klasik Batı	462	19.1
Tasavvuf	452	18.7
Toplam	2416/560	100

Tablo 6'da araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan "Sosyal medyada en çok hangi müzik türlerini dinlemeyi tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları görülmektedir. Çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin sosyal medyada hemen hemen tüm müzik türlerini dinlemeyi tercih ettiği, ancak özellikle popüler müzikleri dinlemeyi diğer müzik türlerini dinlemeye göre daha çok tercih ettikleri söylenebilir.

4.1. Araştırmanın birinci alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın birinci alt problemi olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ile ilgili görüşlerine" ilişkin dağılımlar tablolar halinde incelenmiştir.

Tablo 7: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin İnternet Kullanma Durumu

İnternet Kullanımı	f	%
Evet	551	98.4
Hayır	9	1.6
Toplam	560	100

Tablo 7'de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin internet kullanma durumuna göre dağılımlarına bakıldığında toplam 560 öğrenciden 551'inin %98.4 oranla internet kullandığı ve 9'unun %1.6 oranla internet kullanmadığı görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin tamamına yakınının günlük yaşamlarında internet kullandıkları söylenebilir.

Tablo 8: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin İnternet Kullanım Amaçlarına Yönelik Dağılımı

İnternet Kullanım Amacı	f/Çoklu Cevap	%
Ders çalışmak/ödev hazırlamak	555	20.9
Bilgi edinmek	530	19.9
Sosyal medyayı takip etmek	528	19.9
Oyun oynamak/eğlenmek	523	19.7
Müzik dinlemek	521	19.6
Toplam	2657/560	100

Tablo 8'de araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan "İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?" sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında toplam 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları görülmektedir. Çoklu cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin tamamına yakınının birbirine denk cevaplar verdiği ve interneti başta "Ders çalışmak/ödev hazırlamak" olmak üzere "Bilgi edinmek", "Sosyal medyayı takip etmek", "Oyun oynamak/eğlenmek" ve "Müzik dinlemek" amacıyla kullandıkları söylenebilir.



Tablo 9: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin İnternet Kullanırken Tercih Ettikleri Araçlara Yönelik Dağılım

İnternet Kullanım Aracı	f/Çoklu Cevap	%
Akıllı Telefon	556	27.5
Tablet/İpad	502	24.9
Dizüstü Bilgisayar	483	23.9
Masaüstü Bilgisayar	479	23.7
Toplam	2020/560	100

Tablo 9’da araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan “İnterneti kullanırken tercih ettiğiniz araçlar hangileridir?” sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında toplam 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları görülmektedir. Çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin internet kullanım araçlarının tamamını kullandığı, en çok kullanılan aracın ise “Akıllı Telefon” olduğu söylenebilir.

Tablo 10: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Günlük İnternet Kullanım Süreleri

İnternet Kullanım Süresi	f	%
1 saatten az	50	8.9
1-3 saat arası	269	48.1
4-6 saat arası	167	29.8
7 saat ve üzeri	74	13.2
Toplam	560	100

Tablo 10’da araştırmaya katılan öğrencilerin günlük internet kullanım sürelerine göre dağılımlarına bakıldığında; toplam 560 öğrenciden 269’unun %48.1 oranla 1-3 saat arası, 167’sinin %29.8 oranla 4-6 saat arası, 74’ünün %13.2 oranla 7 saat ve üzeri ve 50’sinin %8.9 oranla 1 saatten az internet kullandığı görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin büyük çoğunluğunun ortalama 1-6 saat arası günlük internet kullanımını sağladığı söylenebilir.

Tablo 11: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Aktif Olarak Kullandığı Sosyal Medya Ağlarına Yönelik Dağılım

Kullanılan Sosyal Medya Ağları	f/Çoklu Cevap	%
Facebook	558	21.8
Twitter	529	20.8
Instagram	505	19.8
Youtube	489	19.1
Diğer	473	18.5
Toplam	2554/560	100

Tablo 11’de araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan “İnternette aktif olarak kullandığımız sosyal medya ağları (siteleri) hangileridir?” sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları görülmektedir. Çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin sosyal medya ağlarının hemen hemen hepsini kullandığı, en çok kullanılan ağların ise “Facebook”, “Twitter” ve “Instagram” olduğu söylenebilir.

Tablo 12: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medya İle İlgili Düşünceleri

Sosyal Medya İle İlgili Düşünceler	f	%
Anlık erişim	110	19.6
Paylaşım	128	22.9
İletişim	139	24.8
Eğlence	183	32.7
Toplam	560	100

Tablo 12’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya denildiğinde akıllarına ilk gelen düşüncelere göre dağılımlarına bakıldığında toplam 560 öğrenciden 183’ünün %32.7 oranla eğlence, 139’unun %24.8 oranla iletişim, 128’inin %22.9 oranla paylaşım ve 110’unun %19.6 oranla anlık erişim düşüncelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya denilince akıllarına ilk gelen düşüncenin “eğlence” olduğu söylenebilir.



Tablo 13: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyada Müzik Dinleme Alışkanlığına Yönelik Dağılımları

Sosyal Medyada Müzik Dinleme Alışkanlığı	f	%
Evet	497	88.7
Hayır	63	11.3
Toplam	560	100

Tablo 13'te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada müzik dinleme alışkanlıklarına yönelik dağılımlarına bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 497'sinin %88.7 oranla Evet ve 63'ünün %11.3 oranla Hayır şeklinde görüş bildirdiği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının sosyal medyada müzik dinleme alışkanlığına sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 14: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyada Müzik Dinlemeye Ayırdığı Zamana Yönelik Dağılımları

Sosyal Medyada Müzik Dinlemeye Ayrılan Zaman	f	%
1 saatten az	214	38.2
1-3 saat arası	242	43.3
4-6 saat arası	68	12.1
7 saat ve üzeri	36	6.4
Toplam	560	100

Tablo 14'te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdıkları zamana yönelik dağılımlarına bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 242'sinin %43.3 oranla 1-3 saat arası, 214'ünün %38.2 oranla 1 saatten az, 68'inin %12.1 oranla 4-6 saat arası ve 36'sının %6.4 oranla 7 saat ve üzeri müzik dinlemeye zaman ayırdığı görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdığı zamanın 1-3 saat arası söylenebilir.

Tablo 15: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyada Müzik Dinlerken En Çok Kullandığı Uygulamalara Yönelik Dağılım

En Çok Kullanılan Uygulama	f/Çoklu Cevap	%
Fizzy	556	21.3
Foursquare	501	19.2
Spotify	491	18.9
Youtube	455	17.5
Facebook	187	7.2
Instagram	111	4.3
Snapchat	112	4.3
Netd	103	4.0
Diğer	88	3.3
Toplam	2604/560	100

Tablo 15'te araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan "Sosyal medyada müzik dinlerken en çok hangi uygulamayı kullanırsınız?" sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları görülmektedir. Çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin sosyal medyada müzik dinlemek için hemen hemen tüm uygulamaları kullandığı, ancak özellikle "Fizzy", "Foursquare", "Spotify" ve "Youtube" uygulamalarının öğrenciler tarafından daha fazla tercih edildiği söylenebilir.

Tablo 16: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Etkili Olan Kişilere Yönelik Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Etkili Kişiler	f/Çoklu Cevap	%
Ailem	559	27.3
Arkadaşlarım	509	24.8
Öğretmenlerim	490	23.9
Kendi Tercihlerim	493	24.0
Toplam	2051/560	100

Tablo 16'da araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan "Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde en etkili olan hangileridir?" sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları



görülmektedir. Çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin müzik tercihlerinde özellikle ailelerinin ve arkadaşlarının etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 17: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Öğrenim Görmekte Oldukları Okullarda Müzik Dersi Alma Durumları

Müzik Dersi Alma Durumu	f	%
Evet	308	55.0
Hayır	252	45.0
Toplam	560	100

Tablo 17’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim görmekte oldukları okullarda müzik dersi alma durumlarına yönelik dağılımlarına bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 308’inin %55.0 oranla müzik dersi aldığı, 252’sinin ise %45.0 oranla müzik dersi almadığı görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin büyük bir kısmının okullarında müzik dersi aldığı, ancak azımsanamayacak bir kısmının ise müzik dersi görmediği söylenebilir.

Tablo 18: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Okul Dışında Çalgıya Yönelik Özel Ders Alma Durumları

Özel Ders Alma Durumu	f	%
Evet	49	8.8
Hayır	511	91.2
Toplam	560	100

Tablo 18’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim okul dışında çalgıya yönelik özel ders alma durumlarına yönelik dağılımlarına bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 511’inin %91.2 oranla özel ders almadığı, 49’unun ise %8.8 oranla özel ders aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının çalgıya yönelik herhangi bir özel ders almadığı söylenebilir.

Tablo 19: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Halk Eğitim Merkezleri veya Derneklerde Müzikal Etkinliklerde Bulunma Durumları

Müzikal Etkinlikte Bulunma Durumu	f	%
Evet	50	8.9
Hayır	510	91.1
Toplam	560	100

Tablo 19’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin halk eğitim merkezleri veya derneklerde müzikal etkinliklerde bulunma durumlarına yönelik dağılımlarına bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 510’unun %91.1 oranla müzikal etkinlikte bulunmadığı, 50’sinin ise %8.9 oranla müzikal etkinlikte bulunduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının halk eğitim merkezleri veya derneklerde müzikal etkinliklerde bulunmadığı söylenebilir.

Tablo 20: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Aldıkları Müzik Eğitiminin Etkisine Yönelik Dağılımlar

Müzik Tercihlerinde Alınan Müzik Eğitiminin Etkisi	f	%
Evet	230	41.1
Hayır	330	58.9
Toplam	560	100

Tablo 20’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde aldıkları müzik eğitiminin etkisine yönelik dağılımlarına bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 330’unun %58.9 oranla müzik tercihlerinde aldıkları müzik eğitiminin etkisinin olmadığını düşündükleri, 230’unun ise %41.1 oranla müzik tercihlerinde aldıkları müzik eğitiminin etkisinin olduğunu düşündükleri görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin önemli bir kısmının müzik tercihinde müzik eğitiminin bir etkisi olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Tablo 21: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Müzik Öğretmeninin Yönlendirme Durumu

Müzik Tercihlerinde Müzik Öğretmeninin Yönlendirme Durumu	f	%
Evet	155	27.7
Hayır	405	72.3
Toplam	560	100



Tablo 21’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde müzik öğretmeninin yönlendirme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 405’inin %72.3 oranla müzik tercihlerinde müzik öğretmeninin yönlendirmesi olmadığı, 155’inin ise %27.7 oranla müzik tercihlerinde müzik öğretmeni tarafından yönlendirildikleri görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının kendi tercihleri doğrultusunda müzik dinledikleri söylenebilir.

Tablo 22: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Etkili Olan Unsurlara Yönelik Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Etkili Olan Unsurlar	f/Çoklu Cevap	%
Tıklanma oranı	555	20.8
Müzik beğenime uygun olması	541	20.2
Yakın arkadaşlarının beğeniyor olması	528	19.8
Aile bireylerinin beğeniyor olması	524	19.6
Bulduğum ortamlarda sıklıkla çalınıyor olması	524	19.6
Toplam	2672	100

Tablo 22’de araştırmaya katılan öğrencilere çok seçenekli (çoklu cevap) olarak sorulan “Sosyal medyadaki müzik tercihlerinizde en çok etkili olan unsur hangisidir?” sorusuna verilen cevapların dağılımına bakıldığında 560 öğrencinin çoklu cevap olarak verdiği cevapların tekrarlanma sıklığı ve oranları görülmektedir. Çok cevaplı seçeneklere bakıldığında ise öğrencilerin müzik tercihlerinde tıklanma oranı, müzik beğenimine uygun olma, yakın arkadaşların beğeniyor olması, aile bireylerinin beğeniyor olması ve bulunan ortamlarda sıklıkla çalınıyor olması unsurlarının tamamının eşit oranda etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 23: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Seçici Olma Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Seçici Olma Durumu	f	%
Evet	486	86.8
Hayır	74	13.2
Toplam	560	100

Tablo 23’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde seçici olma durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 486’sının %86.8 oranla müzik tercihlerinde seçici olduğu, 74’ünün ise %13.2 oranla müzik tercihlerinde seçici olmadıklarını düşündükleri görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının kendi tercihleri doğrultusunda müzik seçimi yaptıkları söylenebilir.

Tablo 24: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Pop Müzik Dinleme Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Pop Müzik Dinleme Durumu	f	%
Evet	464	82.8
Hayır	96	17.2
Toplam	560	100

Tablo 24’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde pop müzik dinleme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 464’ünün %82.8 oranla pop müzik dinlediği, 96’sının ise %17.2 oranla pop müziği tercih etmediği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının müzik tercihlerinde pop müziği seçtiği söylenebilir.

Tablo 25: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Yabancı Pop Müzik Dinleme Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Yabancı Pop Müzik Dinleme Durumu	f	%
Evet	405	72.3
Hayır	155	27.7
Toplam	560	100

Tablo 25’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde yabancı pop müzik dinleme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 405’inin %72.3 oranla yabancı pop müzik dinlediği, 155’inin ise %27.7 oranla yabancı pop müziği tercih etmediği görülmektedir. Bu



doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının müzik tercihlerinde yabancı pop müziği seçtiği söylenebilir.

Tablo 26: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Klasik Batı Müziği Dinleme Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Klasik Batı Müziği Dinleme Durumu	f	%
Evet	140	25.0
Hayır	420	75.0
Toplam	560	100

Tablo 26’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde klasik batı müziği dinleme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 140’ının %25.0 oranla klasik batı müziği dinlediği, 420’sinin ise %75.0 oranla klasik batı müziği tercih etmediği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının müzik tercihlerinde klasik batı müziğini seçmediği söylenebilir.

Tablo 27: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde TSM Dinleme Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde TSM Dinleme Durumu	f	%
Evet	221	39.5
Hayır	339	60.5
Toplam	560	100

Tablo 27’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde TSM dinleme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 221’inin %39.5 oranla TSM dinlediği, 339’unun ise %60.5 oranla TSM’yi tercih etmediği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin büyük çoğunluğunun müzik tercihlerinde TSM’yi seçmediği söylenebilir.

Tablo 28: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde THM Dinleme Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde THM Dinleme Durumu	f	%
Evet	243	43.4
Hayır	317	56.6
Toplam	560	100

Tablo 28’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde THM dinleme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 243’ünün %43.4 oranla THM dinlediği, 317’sinin ise %56.6 oranla THM’yi tercih etmediği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin büyük çoğunluğunun müzik tercihlerinde THM’yi seçmediği söylenebilir.

Tablo 29: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Tasavvuf Müziği Dinleme Durumlarına Göre Dağılımı

Müzik Tercihlerinde Tasavvuf Müziği Dinleme Durumu	f	%
Evet	139	24.8
Hayır	421	75.2
Toplam	560	100

Tablo 29’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde Tasavvuf Müziği dinleme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 139’ünün %24.8 oranla Tasavvuf Müziği dinlediği, 421’sinin ise %75.2 oranla Tasavvuf Müziği’ni tercih etmediği görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının müzik tercihlerinde Tasavvuf Müziği’ni seçmediği söylenebilir.

Tablo 30: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Nitelikli Müzik Eserlerine Kolaylıkla Ulaşabilme Durumlarına Göre Dağılımı

Nitelikli Müzik Eserlerine Kolaylıkla Ulaşabilme Durumu	f	%
Evet	450	80.4
Hayır	110	19.6
Toplam	560	100

Tablo 30’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde nitelikli müzik eserlerine kolaylıkla ulaşabilme durumuna bakıldığında, toplam 560 öğrenciden 450’sinin



%80.4 oranla nitelikli eserlere kolaylıkla ulaşabildiği, 110'unun ise %19.6 oranla nitelikli eserlere kolaylıkla ulaşamadığını düşündüğü görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından öğrencilerin çok büyük bir kısmının sosyal medyada istedikleri nitelikli eserlere rahatça erişim sağlayabildiği söylenebilir.

4.2. Araştırmanın ikinci alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın ikinci alt problemi olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde müzik eğitimi alan ve almayanlar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmamasına ilişkin verilere Tablo 31'de yer verilmiştir.

Tablo 31: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Müzik Dersi Alma ve Almama Durumlarına Göre Farklılığa Yönelik Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Müzik Dersi Alma Durumu	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Popüler Müzikler	Evet	305	277.36	84594.50	36490.500	.426
	Hayır	244	272.05	66380.50		
Türk Halk Müziği	Evet	267	243.35	64973.50	25806.500	.228
	Hayır	206	228.77	47127.50		
Türk Sanat Müziği	Evet	265	226.77	60095.00	24850.000	.064
	Hayır	207	248.95	51533.00		
Klasik Batı Müziği	Evet	266	236.21	62831.00	25880.000	.602
	Hayır	200	229.90	45980.00		
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	Evet	263	224.85	59135.50	24419.500	.301
	Hayır	195	235.77	45975.50		

Tablo 31'de, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde müzik dersi alma ve almama durumlarına göre farklılığa yönelik olarak yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tablodaki istatistiksel bulgulara bakıldığında, öğrencilerin **popüler müzikler** tercihinde müzik dersi alanların sıra ortalamasının $SO=277.36$, sıra toplamının $ST=84594.50$ ve müzik dersi almayanların sıra ortalamasının $SO=272.05$ ve sıra toplamının $ST=66380.50$ olduğu; **Türk halk müziği** tercihinde müzik dersi alanların sıra ortalamasının $SO=243.35$, sıra toplamının $ST=64973.50$ ve müzik dersi almayanların sıra ortalamasının $SO=228.77$ ve sıra toplamının $ST=47127.50$ olduğu; **Türk sanat müziği** tercihinde müzik dersi alanların sıra ortalamasının $SO=226.77$, sıra toplamının $ST=60095.00$ ve müzik dersi almayanların sıra ortalamasının $SO=248.95$ ve sıra toplamının $ST=51533.00$ olduğu; **Klasik batı müziği** tercihinde müzik dersi alanların sıra ortalamasının $SO=236.21$, sıra toplamının $ST=62831.00$ ve müzik dersi almayanların sıra ortalamasının $SO=229.90$ ve sıra toplamının $ST=45980.00$ olduğu; **Türk tasavvuf müziği/ilahiler** tercihinde müzik dersi alanların sıra ortalamasının $SO=224.85$, sıra toplamının $ST=59135.50$ ve müzik dersi almayanların sıra ortalamasının $SO=235.77$ ve sıra toplamının $ST=45975.50$ olduğu ve anlamlılık düzeylerine bakıldığında müzik tercihlerinin tamamında herhangi bir farklılık oluşmadığı görülmektedir ($p>.05$).

Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, okudukları okulda müzik dersi alıp almama durumunun herhangi bir etkisi olmadığı ve müzik dersi alan ve almayan öğrencilerin müzik tercihlerinin paralellik gösterdiği söylenebilir.

4.3. Araştırmanın üçüncü alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın üçüncü alt problemi olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde cinsiyete göre" anlamlı bir farklılığın olup olmadığına ilişkin veriler Tablo 32'de yer almaktadır.

Tablo 32: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Cinsiyete Göre Farklılığa Yönelik Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Popüler Müzikler	Kız	267	266.12	71053.50	35275.500	.009*
	Erkek	282	283.41	79921.50		
Türk Halk Müziği	Kız	227	250.13	56779.50	24940.500	.035*
	Erkek	246	224.88	55321.50		
Türk Sanat Müziği	Kız	224	247.36	55408.50	25343.500	.083
	Erkek	248	226.69	56219.50		



Klasik Batı Müziği	Kız	224	211.55	47387.50	22187.500	.000*
	Erkek	242	253.82	61423.50		
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	Kız	220	250.69	55151.50	21518.500	.000*
	Erkek	238	209.91	49959.50		

Tablo 32’de, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde cinsiyete göre farklılığa yönelik olarak yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak popüler müzikler, Türk halk müziği, klasik batı müziği ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, müzik tercihlerinden popüler müzikler ($p=.009<.05$), Türk halk müziği ($p=.035<.05$), klasik batı müziği ($p=.000<.05$) ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler ($p=.000<.05$) seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde cinsiyet değişkeninin etkili olduğu, popüler müzikler ve klasik batı müziğini erkeklerin kızlara göre daha çok tercih ettiği, Türk halk müziği ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler’i ise kızların erkeklere göre daha çok tercih ettiği söylenebilir.

4.4. Araştırmanın dördüncü alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın dördüncü alt problemi olan; “çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde öğrenim gördükleri okullara göre” anlamlı bir farklılığın olup olmadığına ilişkin verilere Tablo 33’te yer verilmiştir.

Tablo 33: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Öğrenim Gördükleri Okullara Göre Farklılığa Yönelik Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Okul	n	Sıra Ort.	Sd	χ^2	p
Popüler Müzikler	Atatürk Anadolu Lisesi	60	291,95	5	12.549	.028*
	Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	73	288,53			
	Cumhuriyet Anadolu Lisesi	172	266,90			
	Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	81	260,57			
	Fatih Anadolu Lisesi	83	287,88			
	Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	80	268,60			
Türk Halk Müziği	Atatürk Anadolu Lisesi	50	225,24	5	14.198	.014*
	Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	60	245,94			
	Cumhuriyet Anadolu Lisesi	164	218,70			
	Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	68	287,44			
	Fatih Anadolu Lisesi	72	232,58			
	Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	59	236,02			
Türk Sanat Müziği	Atatürk Anadolu Lisesi	49	199,77	5	20.606	.001*
	Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	64	191,18			
	Cumhuriyet Anadolu Lisesi	162	263,61			
	Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	66	253,71			
	Fatih Anadolu Lisesi	71	234,49			
	Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	60	225,08			
Klasik Batı Müziği	Atatürk Anadolu Lisesi	49	248,67	5	8.984	.110
	Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	60	256,53			
	Cumhuriyet Anadolu Lisesi	160	229,39			
	Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	68	196,20			
	Fatih Anadolu Lisesi	70	244,31			
	Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	59	238,80			
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	Atatürk Anadolu Lisesi	46	238,78	5	3.179	.672
	Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	60	216,33			
	Cumhuriyet Anadolu Lisesi	157	238,83			
	Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	66	218,67			
	Fatih Anadolu Lisesi	70	230,73			
	Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	59	221,47			

Tablo 33’te, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde öğrenim gördükleri okullara göre farklılığa yönelik olarak yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak popüler müzikler, Türk halk müziği ve Türk sanat müziği seçeneklerinde anlamlı



farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, müzik tercihlerinden popüler müzikler ($\chi^2_5=12.549, p=.028<.05$), Türk halk müziği ($\chi^2_5=14.198, p=.01<.05$) ve Türk sanat müziği ($\chi^2_5=20.606, p=.001<.05$) seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde öğrenim gördükleri okul değişkeninin etkili olduğu, popüler müzikleri Atatürk Anadolu Lisesi, Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Fatih Anadolu Lisesi'nin Cumhuriyet Anadolu Lisesi, Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Zuver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne göre daha çok tercih ettiği; Türk halk müziğini Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin diğer liselere göre daha çok tercih ettiği ve Türk sanat müziği'ni ise Cumhuriyet Anadolu Lisesi ve Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin diğer liselere göre daha çok tercih ettiği söylenebilir.

4.5. Araştırmanın beşinci alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın beşinci alt problemi olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde öğrenim gördükleri sınıflara göre" anlamlı bir farklılığın olup olmadığına ilişkin verilere Tablo 34'de yer verilmiştir.

Tablo 34: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Sınıf Düzeyine Göre Farklılığa Yönelik Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Sınıf	n	Sıra Ort.	Sıra Top.	U	p
Popüler Müzikler	9. sınıf	334	276.68	92411.50	35343.500	.528
	10. sınıf	215	272.39	58563.50		
Türk Halk Müziği	9. sınıf	291	243.35	70814.50	24633.500	.180
	10. sınıf	182	226.85	41286.50		
Türk Sanat Müziği	9. sınıf	290	229.70	66613.00	24418.000	.149
	10. sınıf	182	247.34	45015.00		
Klasik Batı Müziği	9. sınıf	289	235.65	68103.50	24954.500	.646
	10. sınıf	177	229.99	40707.50		
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	9. sınıf	286	226.77	64856.50	23815.500	.500
	10. sınıf	172	234.04	40254.50		

Tablo 34'te, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde sınıf düzeyine göre farklılığa yönelik olarak yapılan Mann-Whitney U testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihlerinde anlamlı farklılık ($p>.05$) olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, sınıf düzeylerinin herhangi bir önemi olmadığı ve sınıf düzeyine göre öğrencilerin müzik tercihlerinin paralellik gösterdiği söylenebilir.

4.6. Araştırmanın altıncı alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın altıncı alt problemi olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde aile, arkadaş, öğretmen ve kendi tercihlerinin ne kadar etkili olduğuna" ilişkin verilere Tablo 35'te yer verilmiştir.

Tablo 35: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Aile, Arkadaş, Öğretmen ve Kendi Tercihlerinin Etkisine Yönelik Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Etki Eden Unsur	n	Sıra Ort.	Sd	χ^2	p
Popüler Müzikler	Aile	11	368.41	3	38.253	.000*
	Arkadaşlar	18	281.44			
	Öğretmenler	74	245.93			
	Kendi Tercihi	391	242.83			
Türk Halk Müziği	Aile	9	263.00	3	5.259	.154
	Arkadaşlar	14	259.21			
	Öğretmenler	64	247.79			
	Kendi Tercihi	361	218.07			
Türk Sanat Müziği	Aile	8	171.38	3	4.919	.178
	Arkadaşlar	14	169.79			
	Öğretmenler	65	218.51			
	Kendi Tercihi	361	228.88			
Klasik Batı Müziği	Aile	9	190.61	3	1.127	.771



	Arkadaşlar	14	206.64			
	Öğretmenler	65	218.61			
	Kendi Tercihi	358	225.87			
	Aile	8	72.56			
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	Arkadaşlar	15	198.77	3	20.062	.000*
	Öğretmenler	64	201.07			
	Kendi Tercihi	354	228.90			

Tablo 35'te, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde aile, arkadaş, öğretmen ve kendi tercihlerinin etkisine yönelik olarak yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak popüler müzikler ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, müzik tercihlerinden popüler müzikler ($\chi^2_3=38.253$, $p=.000<.05$) ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler ($\chi^2_3=20.062$, $p=.000<.05$) seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, popüler müziklerin seçilmesinde aile ve arkadaşların daha çok etkili olduğu ve Türk tasavvuf müziği/ilahilerin seçilmesinde ise ailenin arkadaşlar, öğretmenler ve bireyin kendi tercihleri kadar etkili olmadığı söylenebilir.

4.7. Araştırmanın yedinci alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın yedinci alt problemi olan; "çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde ailelerinin eğitim durumunun" etkili olup olmadığına ilişkin verilere Tablo 36 ve Tablo 37'de yer verilmiştir.

Tablo 36: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Anne Eğitim Durumunun Etkisine Yönelik Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Anne Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sd	χ^2	p
Popüler Müzikler	Örgün temel eğitim almamış	6	299.83	5	16.954	.005
	İlkokul mezunu	211	275.74			
	Ortaokul mezunu	153	267.02			
	Lise mezunu	137	273.04			
	Üniversite mezunu	36	288.44			
	Lisansüstü mezunu	6	391.75			
Türk Halk Müziği	Örgün temel eğitim almamış	5	265.20	5	3.910	.562
	İlkokul mezunu	180	225.47			
	Ortaokul mezunu	132	253.57			
	Lise mezunu	119	237.12			
	Üniversite mezunu	33	228.76			
	Lisansüstü mezunu	4	238.13			
Türk Sanat Müziği	Örgün temel eğitim almamış	4	167.50	5	2.568	.766
	İlkokul mezunu	179	237.47			
	Ortaokul mezunu	130	228.06			
	Lise mezunu	121	241.47			
	Üniversite mezunu	33	249.36			
	Lisansüstü mezunu	5	271.10			
Klasik Batı Müziği	Örgün temel eğitim almamış	4	137.63	5	5.423	.366
	İlkokul mezunu	177	241.55			
	Ortaokul mezunu	129	242.36			
	Lise mezunu	119	217.80			
	Üniversite mezunu	32	226.09			
	Lisansüstü mezunu	5	217.70			
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	Örgün temel eğitim almamış	4	212.50	5	11.548	.042
	İlkokul mezunu	176	229.34			
	Ortaokul mezunu	125	222.12			
	Lise mezunu	117	241.38			
	Üniversite mezunu	31	241.95			
	Lisansüstü mezunu	5	77.90			



Tablo 36'da, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde anne eğitim durumunun etkisine yönelik olarak yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak popüler müzikler ve Türk Tasavvuf müziği/ilahiler seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, müzik tercihlerinden Popüler Müzikler ($\chi^2_5=6.954$, $p=.005<.05$) ve Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler ($\chi^2_5=11.548$, $p=.042<.05$) seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, Popüler Müzikler ve Türk Tasavvuf Müziği/İlahilerin seçilmesinde lisansüstü mezunu annelerin daha çok etkili olduğu ve bu annelerin Popüler Müziklerde daha teşvik edici, Türk Tasavvuf Müziğinde ise engelleyici tavırda olduğu söylenebilir.

Tablo 37: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Baba Eğitim Durumunun Etkisine Yönelik Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Baba Eğitim Durumu	n	Sıra Ort.	Sd	χ^2	p
Popüler Müzikler	Örgün temel eğitim almamış	5	250,00	5	6.338	.275
	İlkokul mezunu	130	277,63			
	Ortaokul mezunu	163	271,54			
	Lise mezunu	180	269,19			
	Üniversite mezunu	59	293,58			
	Lisansüstü mezunu	10	250,00			
Türk Halk Müziği	Örgün temel eğitim almamış	5	194,00	5	1.029	.960
	İlkokul mezunu	114	235,86			
	Ortaokul mezunu	137	239,23			
	Lise mezunu	155	238,16			
	Üniversite mezunu	50	224,73			
	Lisansüstü mezunu	10	237,25			
Türk Sanat Müziği	Örgün temel eğitim almamış	5	217,00	5	3.053	.692
	İlkokul mezunu	111	248,41			
	Ortaokul mezunu	138	225,54			
	Lise mezunu	156	233,92			
	Üniversite mezunu	50	233,12			
	Lisansüstü mezunu	10	275,40			
Klasik Batı Müziği	Örgün temel eğitim almamış	5	254,90	5	2.459	.783
	İlkokul mezunu	108	219,97			
	Ortaokul mezunu	139	241,21			
	Lise mezunu	153	236,20			
	Üniversite mezunu	49	219,81			
	Lisansüstü mezunu	10	241,25			
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	Örgün temel eğitim almamış	5	306,00	5	14.925	.025*
	İlkokul mezunu	108	221,41			
	Ortaokul mezunu	135	228,87			
	Lise mezunu	150	231,43			
	Üniversite mezunu	48	235,85			
	Lisansüstü mezunu	10	182,10			

Tablo 37'de, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde baba eğitim durumunun etkisine yönelik olarak yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler seçeneğinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, müzik tercihlerinden Türk tasavvuf müziği/ilahiler ($\chi^2_5=14.925$, $p=.025<.05$) seçeneğinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, Türk tasavvuf müziği/ilahilerin seçilmesinde örgün temel eğitim almamış babaların daha çok etkili olduğu, bu babaların öğrencilerin tercihlerinde Türk tasavvuf müziğinde daha teşvik edici olduğu ve lisansüstü mezunu babaların ise öğrencilerin tercihlerinde Türk tasavvuf müziğine teşvik edici bir yaklaşım sergilemediği söylenebilir.



4.8. Araştırmanın sekizinci alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın sekizinci alt problemi olan; “çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdıkları zamanın” etkili olup olmadığına ilişkin verilere Tablo 38’de yer verilmiştir.

Tablo 38: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihlerinde Sosyal Medyada Müzik Dinlemeye Ayırdıkları Zamanın Etkisine Yönelik Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri (Çoklu Cevap)	Müzik Dinlemeye Ayrılan Zaman	n	Sıra Ort.	Sd	χ^2	p
Popüler Müzikler	1 saatten az	210	271,68	3	2.804	.423
	1-3 saat arası	225	264,31			
	4-6 saat arası	68	279,84			
	7 saat ve üzeri	34	261,79			
Türk Halk Müziği	1 saatten az	175	219,41	3	4.887	.180
	1-3 saat arası	202	237,63			
	4-6 saat arası	58	227,59			
	7 saat ve üzeri	27	272,37			
Türk Sanat Müziği	1 saatten az	173	229,94	3	1.037	.792
	1-3 saat arası	204	236,17			
	4-6 saat arası	58	223,78			
	7 saat ve üzeri	26	213,62			
Klasik Batı Müziği	1 saatten az	169	248,58	3	10.043	.018*
	1-3 saat arası	201	216,88			
	4-6 saat arası	59	228,74			
	7 saat ve üzeri	26	178,52			
Türk Tasavvuf Müziği/İlahiler	1 saatten az	169	204,36	3	10.130	.017*
	1-3 saat arası	195	231,32			
	4-6 saat arası	58	248,78			
	7 saat ve üzeri	25	242,12			

Tablo 38’de, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdıkları zamanın etkisine yönelik olarak yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili olarak klasik batı müziği ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler seçeneğinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, müzik tercihlerinden klasik batı müziği ($\chi^2_3=10.043$, $p=.018<.05$) ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler ($\chi^2_3=10.130$, $p=.017<.05$) seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinden popüler müzikler, Türk halk müziği ve Türk sanat müziği seçeneklerinde, sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdıkları zamana bağlı olarak bir farklılık oluşmadığı, klasik batı müziği seçeneğinde sosyal medyada müzik dinlemeye 7 saat ve üzeri zaman ayıran öğrencilerin bu müzik türünü dinlemeyi diğer öğrencilere göre daha az tercih ettikleri ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler seçeneğinde ise sosyal medyada müzik dinlemeye 1 saatten az zaman ayıran öğrencilerin bu müzik türünü dinlemeyi diğer öğrencilere göre daha az tercih ettiği söylenebilir.

4.9. Araştırmanın dokuzuncu alt problemine ilişkin bulgular

Araştırmanın dokuzuncu alt problemi olan; “çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ile kullandıkları sosyal ağlar arasında” anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına ilişkin verilere Tablo 39’da yer verilmiştir.



Tablo 39: Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri ile Kullandıkları Sosyal Ağlar Arasındaki İlişkiye Yönelik Crosstabs ve Pearson Korelasyon Testi Sonuçları

Sosyal Medyadaki Müzik Tercihleri		Sosyal Medya Ağları					Toplam
		Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Diğer	
Popüler müzikler	f	19	41	127	141	124	452
	%	4.2	9.1	28.1	31.2	27.4	100.0
THM	f	2	6	9	11	6	34
	%	5.9	17.6	26.5	32.4	17.6	100.0
TSM	f	0	3	8	11	6	28
	%	.0	10.7	28.6	39.3	21.4	100.0
Klasik Batı	f	0	1	6	6	8	21
	%	.0	4.7	28.6	28.6	38.1	100.0
Tasavvuf	f	2	1	8	8	6	25
	%	8.0	4.0	32.0	32.0	24.0	100.0
Toplam	f	23	52	158	177	150	560
	%	4.1	9.3	28.2	31.6	26.8	100.0
Pearson's R		Değer		Standart Hata		p	
		.204		.068		.000*	

Tablo 39'da, ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ile kullandıkları sosyal ağlar arasındaki ilişkiye yönelik olarak yapılan Crosstabs ve Pearson Korelasyon Testi sonuçlarına göre, öğrencilerin müzik tercihleri ile kullandıkları sosyal ağlar arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($R=.204$, $p=.000<.05$).

Yapılan Crosstabs tablosuna bakıldığında öğrencilerin kullandıkları sosyal ağların müzik tercihlerinin tamamında paralellik gösterdiği ve tercihlerindeki müzikleri dinlerken, özellikle Youtube başta olmak üzere Instagram ve diğer müzik dinleme ağlarını kullandıkları ve Facebook ve Twitter ağlarını ise müzik dinlemede nadiren tercih ettikleri söylenebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda çalışma grubunda yer alan ortaöğretim öğrencilerinin cinsiyet dağılımına bakıldığında; araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından az da olsa erkeklerin çoğunluğu sağladığı düşünülse de istatistiksel açıdan bu iki grubun birbirine denk sayıda olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf değişkenine göre dağılımına bakıldığında; 9. sınıf öğrencilerinin çoğunluğu sağladığı, öğrenci sayısı açısından Cumhuriyet Anadolu Lisesi öğrencilerinin çoğunluğu sağladığı ve diğer liselerden katılım sağlayan öğrenci sayısının hemen hemen birbirine denk olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından çoğunluğun annelerinin ilkökul mezunu olduğu, üniversite ve lisansüstü mezunu anne sayısının çok az olduğu ve anne eğitim durumu açısından öğrencilerin annelerinin eğitim seviyesinin orta düzey ve orta düzeyin altı olduğunu gösterirken araştırmaya katılan öğrenci sayısı açısından çoğunluğun babalarının lise mezunu olduğu, üniversite ve lisansüstü mezunu baba sayısının az olduğu, baba eğitim durumu açısından öğrencilerin babalarının eğitim seviyesinin orta düzey olduğu ve babaların eğitim seviyesinin annelere nazaran daha üst düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırmanın birinci alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda çalışma grubunda yer alan öğrencilerin sosyal medyadaki müzik tercihlerinin nasıl bir dağılım gösterdiği şöyle özetlenebilir; öğrencilerin tamamına yakınının günlük yaşamlarında internet kullandıkları, interneti hangi amaçla kullandıkları sorusuna ise öğrencilerin tamamına yakınının birbirine denk cevaplar verdiği ve interneti başta "ders çalışmak/ödev hazırlamak" olmak üzere "bilgi edinmek", "sosyal medyayı takip etmek", "oyun oynamak/eğlenmek" ve "müzik dinlemek" amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin internet kullanım araçlarının tamamını kullandıkları, en çok kullanılan aracın ise "akıllı telefon" olduğu; öğrencilerin büyük çoğunluğunun günlük ortalama 1-6 saat arası internet kullandığı; öğrencilerin sosyal medya ağlarının hemen hemen hepsini kullandığı, en çok kullanılan ağların ise "Facebook", "Twitter" ve "Instagram" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya denilince akıllarına ilk gelen düşüncenin "eğlence" olduğu, öğrencilerin çok büyük bir kısmının ise sosyal medyada müzik dinleme alışkanlığına sahip olduğu, araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdığı zamanın 1-3 saat arası olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada müzik dinlemek için hemen hemen tüm uygulamaları



kullandıkları ancak özellikle “Fizzy”, “Foursquare”, “Spotify” ve “Youtube” uygulamalarının öğrenciler tarafından daha fazla tercih edildiği, öğrencilerin sosyal medyada hemen hemen tüm müzik türlerini dinlemeyi tercih ettikleri, ancak özellikle popüler müzikleri dinlemeyi diğer müzik türlerini dinlemeye göre daha çok tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin müzik tercihlerinde özellikle ailelerinin ve arkadaşlarının etkili olduğu, öğrencilerin büyük bir kısmının okullarında müzik dersi aldığı, ancak azımsanamayacak bir kısmının ise müzik dersi görmediği, öğrencilerin çok büyük bir kısmının çalgıya yönelik herhangi bir özel ders almadığı, çok büyük bir kısmının halk eğitim merkezleri veya derneklerde müzikal etkinliklerde bulunmadığı, öğrencilerin büyük bir kısmının müzik tercihinde müzik eğitiminin bir etkisi olmadığını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin çok büyük bir kısmının müzik tercihlerinde müzik öğretmenlerinin yönlendirici olmadığını ve öğrencilerin çok büyük bir kısmının kendi tercihleri doğrultusunda müzik seçimi yaptıkları, öğrencilerin müzik tercihlerinde; “tıklanma oranı”, “müzik beğenisine uygun olma”, “yakın arkadaşların beğeniyor olması”, “aile bireylerinin beğeniyor olması” ve “bulunulan ortamlarda sıklıkla çalınıyor olması” unsurlarının tamamının eşit oranda etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmının müzik tercihlerinde seçici oldukları, öğrencilerin yine çok büyük bir kısmının müzik tercihlerinde pop müziği seçtiği, öğrencilerin müzik tercihlerinde yabancı pop müziği tercih edenlerin çoğunlukta olduğu, çok büyük bir kısmının ise müzik tercihlerinde klasik batı müziğini, TSM’yi THM’yi, TTM’yi seçmediği ve öğrencilerin çok büyük bir kısmının sosyal medyada istedikleri nitelikli eserlere rahatça erişim sağlayabildikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırmanın ikinci alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde müzik dersi alma ve almama durumlarına ilişkin olarak öğrencilerin müzik tercihleri ile ilgili anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın üçüncü alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın olup olmadığına ilişkin veriler doğrultusunda popüler müzikler, Türk Halk müziği, Klasik Batı müziği ve Türk Tasavvuf müziği seçeneklerinde anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Bu tespitler sonucunda cinsiyet değişkeninin etkili olduğu, popüler müzikler ve Klasik Batı müziğini erkeklerin kızlara göre daha çok tercih ettiği, Türk Halk müziği ve Tasavvuf müziği/ilahiler’i ise kızların erkeklere göre daha çok tercih ettiği görülmektedir.

Araştırmanın dördüncü alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde öğrenim gördükleri okullardaki farklılığa ilişkin olarak müzik tercihlerinden popüler müzikler, Türk Halk müziği ve Türk Sanat müziği seçeneklerinde anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde öğrenim gördükleri okul değişkeninin etkili olduğu, popüler müzikleri Atatürk Anadolu Lisesi, Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Fatih Anadolu Lisesi öğrencilerinin, Cumhuriyet Anadolu Lisesi, Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Züver Kaya Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerine göre daha çok tercih ettiği; Türk halk müziğini Altınordu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin diğer liselere göre daha çok tercih ettiği ve Türk sanat müziği’ni ise Cumhuriyet Anadolu Lisesi ve Boztepe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin diğer liselere göre daha çok tercih ettiği tespit edilmiştir.

Araştırmanın beşinci alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde sınıf düzeyine göre farklılıklara yönelik olarak öğrencilerin müzik tercihlerinde anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, sınıf düzeylerinin herhangi bir önemi olmadığı ve sınıf düzeyine göre öğrencilerin müzik tercihlerinin paralellik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın altıncı alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde aile, arkadaş, öğretmen ve kendi tercihlerinin etkisine yönelik olarak ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde popüler müziklerin seçilmesinde aile ve arkadaşların daha çok etkili olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın yedinci alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinde ailelerin eğitim durumuna ilişkin olarak ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, Popüler Müzikler ve Türk Tasavvuf Müziği/İlahilerde anlamlı değişkene ulaşıldığı ve bu müziklerin tercih edilmesinde lisansüstü mezunu annelerin daha çok etkili olduğu ve bu annelerin Popüler müziklerde daha teşvik edici, Türk Tasavvuf Müziği’nde ise engelleyici tavrında olduğuna ulaşılmıştır.



Ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinde, Türk tasavvuf müziği/ilahilerin seçilmesinde anlamlı bir değişkenin olduğu ve örgün temel eğitim almamış babaların bu müziğin tercih edilmesinde daha çok etkili olduğu, bu babaların öğrencilerin tercihlerinde Türk tasavvuf müziğinde daha teşvik edici olduğu ve lisansüstü mezunu babaların ise öğrencilerin tercihlerinde Türk tasavvuf müziğine teşvik edici bir yaklaşım sergilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın sekizinci alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin dinlemeyi tercih ettikleri müzik türlerinden popüler müzikler, Türk halk müziği ve Türk sanat müziği seçeneklerinde, sosyal medyada müzik dinlemeye ayırdıkları zamana bağlı olarak bir farklılık oluşmadığı, klasik batı müziği seçeneğinde sosyal medyada müzik dinlemeye 7 saat ve üzeri zaman ayıran öğrencilerin bu müzik türünü dinlemeyi diğer öğrencilere göre daha az tercih ettikleri ve Türk tasavvuf müziği/ilahiler seçeneğinde ise sosyal medyada müzik dinlemeye 1 saatten az zaman ayıran öğrencilerin bu müzik türünü dinlemeyi diğer öğrencilere göre daha az tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın dokuzuncu alt problemine ilişkin yapılan analizler sonucunda ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihleri ile kullandıkları sosyal ağlar arasındaki ilişkiye yönelik olarak öğrencilerin müzik tercihleri ile kullandıkları sosyal ağlar arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin kullandıkları sosyal ağların müzik tercihlerinin tamamında paralellik gösterdiği ve tercihlerindeki müzikleri dinlerken, özellikle Youtube başta olmak üzere Instagram ve diğer müzik dinleme ağlarını kullandıkları Facebook ve Twitter ağlarını ise müzik dinlemede nadiren tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda; ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerinin incelenmesinde öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun Popüler müzikleri tercih ettikleri ve Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği, Tasavvuf müziği ve Klasik Batı müziği gibi müzik türlerini çok tercih etmedikleri gözlenmiştir. Çağın ilerlemesi ve teknolojinin de buna ayak uydurması, internet çağında olmamız ve genç kesimin internetle fazla ilgili olması bu tercihlerde etkili olmuştur. Önceki yıllarda insanların plaklarla, kasetlerle ve cd'lerle müzik dinliyor olması şimdilerde ise yerini akıllı telefonlar ve bu vesileyle kullanılan müzik dinleme programlarına bıraktığı gözlemlenmiştir.

Çalışma sonucunda çeşitli tespit ve öneriler şöyle sıralanmıştır:

- Müzik derslerinin teori dersi olarak görülmesinin önlenmesi müzik öğretmeni tarafından öğrencilerin aktif olarak katılımları sağlanarak, ders içerisinde uygulamaya yoğunluk verilmesi önerilebilir.
- Müzik derslerinde okul kadrosundan farklı branş öğretmenleri değil mutlaka müzik öğretmenin derse girmesi, dersin niteliği bakımından bu konuya önem verilmesi önerilebilir.
- Öğrencileri sosyal medya kullanımı ve internet kullanımı konusunda bilinçlendirmek için seminer çalışmaları ve psikolojik danışmanlar tarafından eğitim programları düzenlenmesi önerilebilir.
- 2020 itibari ile uygulanmaya başlayacak olan yeni eğitim-öğretim programında yer alan müzik, görsel sanatlar ve beden eğitimi derslerinin tamamen seçmeli olarak uygulanacak olması öğrencilerin müzik dersinden uzaklaşmalarına neden olabilir. Buna yönelik yapıcı çözümler üretilmesi önerilebilir.
- Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyadaki müzik tercihlerini etkileyen etkenlerin tespit edilmesi; müzik öğretmeni, rehber öğretmen ve sınıf öğretmenleri işbirliği ile öğrencilerin nitelikli müziklere yönlendirilmeleri için çeşitli çalışmalar yapılması önerilebilir.
- 9.ve 10. sınıflara uygulanan anket formu ile 11. ve 12. sınıfların da görüşlerinin tespit edilmesi önerilebilir.
- Ortaöğretim kurumlarında uygulanan bu çalışmaya benzer araştırmalar üniversite öğrencilerine yönelik olarak yürütülebilir.
- Yapılan araştırmada kullanılan anket formu müzik eğitimi alan genel lise öğrencileriyle güzel sanatlar lisesinde müzik eğitimi alan öğrenciler arasında da genişletilerek uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- Alican, C., & Saban, A. (2013). Ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(35), 1-14. <http://dergipark.org.tr/eruosbilder/issue/23769/253378> adresinden edinilmiştir.
- Alikaşifoğlu, M. (2008, Mart). *Ergenlerde davranışsal sorunlar*. İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri, Adolesan Sağlığı II, Sempozyum Dizisi. (3), 55-59.



- Apaydınlı, K. (2011). Genel lise öğrencilerinin kural dışı davranış gösterme eğilimlerinin cinsiyet, sınıf ve müzik eğitimi değişkenleri açısından incelenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 33-47. <http://hdl.handle.net/11489/576> adresinden edinilmiştir.
- Avcı, K. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının sosyal ilişkilerine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 641-655. <https://dergipark.org.tr/download/article-file/689335> adresinden edinilmiştir.
- Babacan, M. E. (2015). *Sosyal medya ve gençlik* (1. baskı). İstanbul: Pınar yayımları.
- Bozkurt, S., Zahal, O., & Üyan, Z. D. (2015). Ortaokul öğrencilerinin duygu durumlarına göre dinledikleri müzik türlerinin incelenmesi. *International Journal of Social Science*, 39, 541-567. doi: <http://dx.doi.org/10.9761/IASSS3119>.
- Çaycı, B., & Karagülle, A. E. (2016). İletişimin dijitalleşmesi ve kültürel melezleşme. *Global Media Journal Tr. Edition*, 6(12), 570-586. https://www.academia.edu/32700479/Yeni_Edit%C3%B6rlerden_Global_Media_Journal_Turkish_Edition_Bahar adresinden edinilmiştir.
- Dağıtmaç, M. (2015). *Sosyal medya bizi neden kullanır* (1. baskı). İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık.
- Dinçel, E. (2006). *Ergenlik dönemi gelişimsel ödevleri ve psikolojik problemler* (Yüksek Lisans Tezi). Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No. 191358)
- Erdal, G. G. (2007, Eylül). *Müziğin kişisel-toplumsal-ulusal-uluslararası işlevleri üzerine*. 38. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi), 10, 287. Ankara.
- Güneş, E. P. (2016). Toplumsal değişim teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. *Açıköğretim uygulamaları ve araştırmaları dergisi*, 2(2), 191-206. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/auad/issue/34017/376920> adresinden edinilmiştir.
- Günindi Ersöz, A. (2002). Popüler kültür ürünlerinden müzik videolarının gençler üzerindeki olumsuz etkileri. *Aile ve Toplum Dergisi*, 5(2), 61-68. <http://websitem.gazi.edu.tr> adresinden edinilmiştir.
- Güven, E. (2017). *12-14 yaş grubu çocukların müziğe ilişkin tutumları ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No. 471097)
- İçirgin, Ö. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları* (Yüksek lisans tezi). Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No. 503264)
- Karakoç, E., & Taydaş, O. (2013). Bir serbest zaman etkinliği olarak üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile yalnızlık arasındaki ilişki: Cumhuriyet Üniversitesi örneği, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 7(4). <https://docplayer.biz.tr/28834868-Bir-serbest-zaman-etkinligi-olarak-universite-ogrencilerinin-internet-kullanimi-ile-yalnizlik-arasindaki-iliski-cumhuriyet-universitesi-ornegi.html> adresinden edinilmiştir.
- Karasar, N. (2002). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Koç, M. (2004). Gelişim psikolojisi açısından ergenlik dönemi ve genel özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 231-238. Retrieved from <http://dergipark.org.tr/erusosbilder/issue/23750/253040> adresinden edinilmiştir.
- Köroğlu, M. (2014). Tüketim kültürünün gençliğe etkisi üzerine bir değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4). doi: 10.19145/guifd.24164.
- Oral, A. (2004). *Ergenlik döneminde stresle başa çıkma: stresle başa çıkma programının geliştirilmesi ve etkinliğinin değerlendirilmesi* (Doktora Tezi). Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir (Tez No. 205180).
- Özdamar, K. (2011). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi* (8. baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağlılık, internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağlılığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), 202-216. doi: 10.5350/DAJPN2017300304.
- Şahin, C. (2005). Türkiye'de gençliğin toplumsal kimliği ve popüler tüketim kültürü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 157-181 <http://gefad.gazi.edu.tr/article/view/5000078726> adresinden edinilmiştir.
- Tuna, M. (2008). *İlköğretim çağındaki çocukların sosyalleşmesinde popüler kültürün rolü* (Yüksek Lisans Tezi). Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No. 220692)
- Uluç, G., & Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102. <http://dergipark.org.tr/dpushe/issue/29388/314629> adresinden edinilmiştir.
- Uluçay, T. (2018). Lise öğrencilerinin dinledikleri müzik türlerinin şiddet eğilimine etkisi. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 41, 135-153. doi: 10.32547/ataunigsed.450424
- Yalçın Tepe, F. D., & Adıgüzel, T. (2017). Eğitim kurumlarında teknoloji ile değişim süreci: bir yükseköğretim kurumu örneği. *Elektronik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 16(62), 1242-1261. <http://dergipark.gov.tr/esosder> adresinden edinilmiştir.
- Yılmaz, E., Şahin, Y. L., Haseski, H. İ., & Erol, O. (2014). Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi: Balıkesir örneği. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 133-144. doi: <http://dx.doi.org/10.12973/jesr.2014.41.7>