



# Erken çocukluk gelişimi ve eğitimi ile ilgili paylaşımlar yapan Instagram içerik üreticilerinin domino etkisi

## Domino effect of Instagram influencers who share about early childhood development and education

Serap Erdoğan<sup>1</sup>, Nilay Kaptan<sup>2</sup>, Büşra Somuncu Çoksığır<sup>3</sup>, Seda Sarıoğlan<sup>4</sup>

### Makale Geçmişi

**Geliş** :02 Şubat 2021  
**Düzeltilme** :28 Eylül 2022  
**Kabul** :08 Ekim 2022  
**Çevrimiçi** :31 Aralık 2022

### Makale Türü

Araştırma Makalesi

### Article History

**Received** : 02 February 2021  
**Revised** : 28 September 2022  
**Accepted** : 08 October 2022  
**Online** : 31 December 2022

### Article Type

Research Article

**Öz:** Sosyal medya insanlık tarihinde daha önce hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir. Özellikle erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik içerik üreten sosyal medya hesaplarından biri olan Instagram'ın ebeveynler ve öğretmenler üzerindeki yansımaları betimlemek hem Instagram hesaplarının içeriğinin hem de ebeveyn ve öğretmenlerin bilgi, ilgi ve beklentilerinin ortaya konulması açısından gereklidir. Bu araştırmada; okul öncesi dönem çocuğu olan 14 ebeveyn ve 8 okul öncesi öğretmenin Instagram'da takip ettikleri erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik paylaşımlar yapan hesapların ebeveynler ve öğretmenler üzerindeki yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma, nitel araştırma yöntemiyle desenlenen bir "fenomenoloji/olgubilim" araştırmasıdır. Bulgular ebeveynler ve öğretmenlerin Instagram hesaplarını sıklıkla bilgi edinmek, farklı etkinlik önerisi almak ve çocuklarla eğlenceli vakit geçirmek için takip ettiğini göstermektedir. Ebeveynler ve öğretmenlerin takip ettikleri Instagram hesaplarından beklentisi; iletişim dilinin sade, anlaşılır olması ve hesapların uygulanabilir öneriler sunmasıdır. Ayrıca bulgular ebeveyn ve öğretmenlerin hesapları takip ederken çoğunlukla içerik üreticisi hakkında bir araştırma yapmadıklarını göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Erken Çocukluk Gelişimi ve Eğitimi, Instagram, Sosyal Medya

**Abstract:** Social media has become more important than ever before in human history. It is necessary to describe the reflection of Instagram, which is one of the social media accounts that produce content especially for early childhood development and education, on parents and teachers, in terms of revealing both the content of Instagram accounts and the knowledge, interests and expectations of parents and teachers. This study is aimed to examine the reflections of the accounts that share on the early childhood development and education, followed by 14 parents and 8 preschool teachers, who are preschool children, on parents and teachers. The study is a "phenomenology" research designed with the qualitative research method. The findings show that parents and teachers often follow Instagram accounts to get information, get different activity suggestions and have fun with children. The expectation of parents and teachers from the Instagram accounts they follow; communication language is simple and understandable and the accounts offer applicable suggestions. In addition, the findings show that parents and teachers mostly do not do a research about the content producer while following the accounts.

**Keywords:** Early Childhood Development and Education, Instagram, Social Media

DOI: 10.24130/eccdjecs.1967202263441

<sup>1</sup>Başlıca Yazar: Serap Çimen Erdoğan

Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Okul Öncesi Öğretmenliği, serape@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6149-4460

<sup>2</sup> Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Okul Öncesi Öğretmenliği, nilaykaptan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0634-2549

<sup>3</sup> Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Okul Öncesi Öğretmenliği, busrasomuncu@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0415-558X

<sup>4</sup> Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Okul Öncesi Öğretmenliği, ssariooglan46@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8843-6367

## SUMMARY

### Introduction

Social media has become a platform that greatly affects the dynamics of society. People who actively use social media find a place for themselves in different fields, are accepted as "experts" by their followers and are seen as opinion leaders (CreatorDen, 2018; Demircan, 2020). This perception manifests itself in many areas, including education. When the literature is examined, studies have been found that parents and preschool teachers are affected by the posts of such accounts. Recently, it has been observed that teachers actively use social media for their professional development. It is seen that teachers benefit from social media tools in the planning and evaluation of the learning and teaching process, and in determining the activity and course content (Aktulun & Elmas, 2019; Kesicioğlu, 2019; Konuk & Güntaş, 2019; Veziroğlu-Çelik, Acar, Bilikci, Şahap & Yalvaç, 2018).

When the national literature searched, no study was found on the opinions of parents and teachers, who have an important place in the development and education of the child, and the reflection of the information they obtained from social media on children. This study aims to examine the reflection of Instagram content creators, who posts on early childhood development and education, on parents and teachers, by taking a holistic approach.

### Method

In this study, phenomenology design, which is one of the qualitative research methods, was used. In the study, focus group interviews were conducted with 14 parents and 8 teachers who were selected by convenient sampling method and agreed to participate voluntarily in the research. The participants of the study were reached online (via Instagram, Whatsapp and e-mail) and a poster and announcement were prepared to invite the participants to the research. Data were collected through online interviews between June and July 2021. Interviews made via the Zoom video conferencing platform were held in two separate groups with parents and in a single session with teachers. Interviews were limited to 25 to 30 minutes. A semi-structured interview form was used in focus group interviews. Two semi-structured interview forms, separately for parents and teachers were prepared by the researchers, and opinions were received from 5 domain experts for each form. The questions were revised in line with the comments received. Content analysis was used in the analysis of the data obtained from the research.

### Results

Themes identified for parents and teachers

---

Theme 1: The Impact Of Social Media on Society

Sub Theme 1: Knowledge Acquisition

- Follow the agenda, research, getting support

Sub Theme 2: Socializing

- Communication channel, seize on leisure time, post sharing, store memories
-

---

 Sub Theme 3: Trust Issues to Media

- Unnecessary platform, harmful

---

 Theme 2: A Source of Motivation for Learning

- Better child rearing, realizing not alone, spend effective time with own child, social support, attainableness to experts, offer to child better education opportunities, the desire to explore different and new activity suggestions, self-improvement

---

 Theme 3: Quality Perception Concerning Content Creators

## Sub Theme 1: Sincerity

- Accurate wording, show empathy, to be critical, not questioning, be supportive, be accordance with world view.

## Sub Theme 2: Reliability

- Trueness, academic career, education, to publish own book, without profit making purpose, sharing posts with scientifically based.

## Sub Theme 3: Suitability to Child

- Age, development, personality, individual differences, education.

---

 Theme 4: Information on Content Creators Who Have Been Decided to Follow

## Sub Theme 1: Instagram Account

- Writing doctor, academician, educator, child development specialist in biography section, realistic and sensible posts, comments on posts, follower satisfaction.

## Sub Theme 2: Search Engine

- Research

## Sub Theme 3: Recommendation

- School counselor, friends.

---

 Theme 5: Reflection of Instagram Accounts to Teacher and Parents

## Sub Theme 1: Reflection on the Parenting Process

- Mental help, increase in self-confidence, increase in patience and understanding.

## Sub Theme 2: Reflection on the Teachers

- Contribution to learning different materials and activities that can be done with it, be aware of professional knowledge and deficiencies, strong communication, refreshing yourself, contribution to productivity, gain a new perspective.

---

 Theme 6: Reflection on Child Own Development

## Sub Theme 1: Positive Reflection

- Strong communication, play, have fun, spend quality time, being happy.

## Sub Theme 2: Negative Reflection

- noninfluential, there is no advantage, negative effect on child rearing.
- 

## Conclusion and Discussion

Considering the themes reached as a result of this study, it has been observed that parents and teachers use social media tools more for the purposes of obtaining information, socializing and having fun. In addition, some parents who participated in the study stated that social media as unnecessary and negative. The teachers who participated in the study stated that they learned different activities through the Instagram accounts, contributed to their professional knowledge, and thus had a more enjoyable and effective time with the children. It has been seen that parents and teachers think that it is sufficient to look at the name of the account and the information written on the profile while following their Instagram accounts, and very few of them do research on the owners of the accounts they follow. This has led to the conclusion that social media accounts have the feature of misleading and cannot properly direct the people who follow them. In this environment, it is thought that they should follow the Instagram accounts by researching more

in order to reach the right information. In the examined Instagram accounts, it was seen that the content creators included explanations about their personal information, such as their profession, education, in the biography section of their profiles. When asked about the accounts that the parents participating in the study follow and prefer to follow, they said that they prefer people who are trained in child development and education and who are experts in their fields. The expectations of parents and teachers from the Instagram content creators they follow is that the content producer produces content in a friendly language without being critical, judgmental and with the awareness that every child is different. When considered the language used by the examined Instagram accounts, it is seen that most of the accounts share in a daily/friendly language. It has been seen that Instagram content creators with the language that appeals to the public are accepted as an ecrole in terms of raising children and approaching children for their followers. The fact that this image created by content creators in the eyes of their followers is not evidence-based indicates that it will pose a risk for future parent and teacher attitudes. Considering all these findings, it has been concluded that Instagram content producers are followed uncontrollably by families and teachers, and in parallel, they access information uncontrollably. Another finding in this study is that Instagram content creators influence teachers and parents towards children's education and development. Parents, who found the information they learned from the accounts they followed helpful, stated that they developed patience and understanding towards their children. At the same time, parents stated that they did not feel alone when they realized that other parents had experienced the difficulties they encountered in their parenting processes.

## GİRİŞ

Günümüz dünyasında gelişen teknolojiyle beraber insanların temel ihtiyaçlarından biri olan iletişim şekilleri de değişim göstermiştir. İletişim teknolojilerinin büyük bir hızla gelişmesi ile birlikte internet ve Web araçları günlük hayatın önemli bir parçası haline gelmiştir (Aydemir & Şen, 2020). Yapılan güncel araştırmalar; yeniden biçimlenen dünya nüfusunun %59,5'inin internet tabanlı teknolojiden faydalandığını ve bu insanların 4.20 milyarının sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir (Kemp, 2021a). Bu teknolojik araçlar ve sanal ortamlar medya kavramının oluşmasını sağlamıştır. Medya; işitsel, görsel ve yazılı iletişim araçlarının tümü olarak tanımlanmaktadır (Eskier, 2017). Günlük hayatımızda kullandığımız yeni iletişim teknolojilerinin tamamı ise yeni medya olarak adlandırılmaktadır. Yeni medya olarak tanımlanan bu teknoloji büyük oranda internet temelli ilerlemektedir. Yeni medya ile birlikte gelen dijital yeniliklerden biri de sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları, kullanıcılarına gönderi oluşturma ve paylaşma, diğer kullanıcılarla iletişim kurma imkânı sunmasının yanı sıra kişisel bilgilerinin yer aldığı profillerini oluşturmasına olanak sağlayan, bilgi iletişim ve medya teknolojilerini bir arada barındıran internet tabanlı platformlardır (Fusch, 2011; Ilgaz Büyükbaykal ve Abay Cansabuncu, 2020). Kişiler arasında gerçekleşen yüz yüze iletişimi sanal ortama taşınmasını mümkün kılan sosyal medya platformları, günümüzdeki insanların sosyal bir hayat için alternatif olarak kullandıkları araçların başında gelmektedir (Başoğlu, 2020). Günümüz dünyasında Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Tik Tok, LinkedIn, Pinterest gibi sosyal medya platformlarının, kullanıcıları için hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini kanıtlar nitelikte çalışmalar mevcuttur (Başoğlu, 2020; Erişir ve Erişir, 2019; Kırık, 2017).

### Instagram ve Türkiye Bağlamı

Sosyal medya uygulamaları kullanımının son yıllarda büyük bir hızla arttığı gözlemlenmektedir. We are social ve Hootsuite (2022) tarafından hazırlanan yıllık rapor, 85,3 milyon nüfusa sahip olan Türkiye'de, sosyal medya kullanıcı sayısının son bir yılda 8,9 milyon artarak 68,9 milyona ulaştığını göstermektedir. Türkiye'de nüfusun yaklaşık 70 milyonu internet, 68 milyonu ise sosyal medya kullanıcısıdır ve bu kullanıcılar günde yaklaşık 3 saat sosyal medya uygulamalarını aktif olarak kullanmaktadır. Türkiye'de sosyal medya uygulamaları kullanım sıklığına bakıldığında ilk sırada %82,1 ile YouTube, ikinci sırada ise %76.5'lik kullanım oranıyla Instagram olduğu görülmektedir (We are social ve Hootsuite, 2022). Instagram, Kevin Systorm ve Mike Krieger tarafından insanların birbirleriyle fotoğraf paylaşması amacıyla 2010 yılında oluşturulmuştur. Instagram, tutkuları ve ilgi alanları bağlamında, insanların birbiriyle bağlantı kurmak amacıyla kullandıkları fotoğraf, video ve

mesaj paylaşım uygulamasıdır (Instagram, 2022). Instagram'ın raporuna bakıldığında 2022 yılında Instagram'ın 1.440 milyar kullanıcısı olduğu ve bu kullanıcıların 500 milyondan fazlasının Instagram hesaplarında günlük paylaşım yaptığı görülmektedir (Instagram, 2022). Yıllık olarak yapılan bir raporlama çalışmasında diğer sosyal ağlar ile kıyaslandığında Instagram'ın en hızlı büyüyen sosyal medya platformu olduğu bulgusu görülmektedir. Bu raporda yer alan bilgilere göre 2018 yılında Türkiye nüfusunun yaklaşık %45'i Instagram kullanırken bu oran 2019 ve 2020 yılında %58'i, 2021 yılında %69'u ve 2022 yılı itibarı ile %76,5'i bulmaktadır (Kemp, 2021b; We are social ve Hootsuite, 2020; We are social ve Hootsuite, 2022). We are social ve Hootsuite 2022 raporuna göre Instagram'ı sıklıkla kullanan ülkeler arasında Türkiye 5. sıradadır ve Türkiye'de toplam 53,6 milyon aktif Instagram kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcılarının %44,5'ini kadınlar, %55,5'ini ise erkekler oluşturmaktadır. Son dönemde konu ile ilgili yapılan çalışmalardan yola çıkarak günümüzde insanların sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'ı aktif olarak kullandığını söylemek mümkündür.

Sosyal medya toplum dinamiklerini büyük ölçüde etkileyen bir platform haline gelmiştir. Özellikle web tabanlı teknolojinin içinde doğup büyüyen ve “dijital yerliler” olarak da adlandırılan yeni nesil, sosyal medya platformlarından en çok etkilenen nesil olarak görülmektedir. Çocuklar sosyal medyadan kendi deneyimleri sonucu doğrudan etkilenebileceği gibi ailelerinin, öğretmenlerinin ve yakın çevresinin aracılığı ile dolaylı olarak da etkilenebilmektedir. Türkiye'nin 68 milyon sosyal medya kullanıcı sayısına ulaşması ve bu kullanıcıların çoğunluğunun ebeveynlerden oluşuyor olması böyle bir çalışmanın yapılması gerekliliğini işaret etmiştir.

### **Ekolojik Sistemler Kuramı ve Sosyal Medya İlişkisi**

Bronfenbrenner'in ekolojik sistemler kuramına bakıldığında dinamik ortamların ve çevrenin çocuğun gelişimi üzerinde büyük bir etkisi olduğu görülmektedir (Guy-Evans, 2020). Bronfenbrenner çocuğu merkeze alarak çocuğun çevresini her biri birbirini kapsayan yapılar olarak düzenlemiştir. Bu yapılar çocuk üzerindeki etki boyutlarına göre mikrosistem, mezosistem, ekzosistem, makrosistem ve kronosistem olarak belirlenmiştir. Ekolojik sistemler kuramı, insan gelişimi üzerindeki çevresel etkilere bütünsel bir bakış açısı sağlamakta ve kişiyi aile, okul ve akran grubu ile birbirini etkileyen bir ilişkiler sistemi içine yerleştirmektedir. Bu bakış açısıyla internet ve sosyal medya, bireyler arasındaki ve bireyler ile çevre arasındaki sosyal ilişkilere nüfuz ederken (Fulantelli, Taibi ve Scifo, 2021) aynı zamanda da ebeveyn ve öğretmenlerin tutum ve davranışlarına da etki ederek yeni bir toplum anlayışı ortaya çıkarmıştır. Bu toplumdan en çok etkilenen elbette ki eğitime ve gelişime ihtiyacı olan çocuklardır. Bu bakımdan ele alındığında internetin ve sosyal

medyanın son zamanlarda Bronfenbrenner modelinin bir parçası haline geldiği yadsınamaz bir gerçektir (Fulantelli, Taibi ve Scifo, 2021; Johnson ve Pupilampu, 2008; O'Neill, 2015). Günümüzde sosyal medya kullanımına ve çocukların hayatına dâhil edilmesine bakıldığında sosyal medyanın çocukları direkt olarak etkilediği söylenebilir. Johnson ve Pupilampu (2008), Bronfenbrenner modelini, çocuklar ve ergenler için gelişim çağında artan teknoloji kullanımını daha iyi açıklayabilen mikrosistemin bir boyutu olan ekolojik tekno-alt sistemle genişletmiştir. Ekolojik tekno-alt sistem, aile, okul ve akranlar gibi mikro sistemin bir parçası olarak ele alınmıştır. Tekno-alt sistem, çocuğun hem akranlar, aile gibi canlı unsurlarla hem de internet, medya gibi cansız unsurlarla etkileşimini içermektedir (Johnson ve Pupilampu, 2008). Kendinden önceki nesiller ile karşılaştırıldığında, günümüz ebeveynlerinin çocuklarını dijital kültür ile büyüttükleri bir gerçektir (Erişir ve Erişir, 2019). Bu kültürde ebeveynlerin en çok etkilendiği sosyal medya araçlarından biri ise Instagram'dır.

### Çocuk ve Instagram

Sosyal medya platformları arasında son yıllarda kendine daha çok kullanıcı bulan Instagram, kullanımının yaygınlaşması ile birlikte yeni kavramları da beraberinde getirmiştir. Bu kavramlar; fenomen, influencer, içerik üretici, blogger, Instagrammer şeklinde sıralanabilir. Sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişiler farklı alanlarda kendilerine yer bulmakta ve takipçi kitlesi tarafından konunun uzmanı olarak algılanabilmektedir (Demircan, 2020). Bu algı, eğitim de dahil olmak üzere birçok alanda kendini göstermektedir. Erken çocukluk gelişimi ve eğitimi alanında konunun uzmanı olan ya da olmayan birçok Instagram içerik üreticisinin çoğunluğu ebeveynler ve eğitimcilerden oluşan takipçi kitlesine oluşturdukları gönderiler ve yaptıkları canlı yayınlar yoluyla ulaştıkları görülmektedir.

Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde ebeveynlerin ve öğretmenlerin erken çocukluk gelişimi ve eğitimine yönelik içerik üreten hesaplar tarafından yapılan paylaşımlardan etkilendikleri dikkat çekmektedir. Yapılan araştırmalar öğretmenlerin etkinlik bulma ve dersler konusunda sosyal medyadan faydalandıklarını işaret etmektedir. Bunun yanında yine araştırmalar ışığında ebeveynlerin özellikle de annelerin bu hesapları daha çok hamilelik, bebek bakımı, annelik (Chalken & Anderson, 2017; Davis, 2015), bebek ve çocuk gelişimi konuları hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla kullandığı görülmektedir (Aktulun ve Elmas, 2019; Kesicioğlu, 2019; Konuk ve Güntaş, 2019; Veziroğlu-Çelik ve ark. 2018). Öğretmenlerin ise bu hesapları öğrenme ve öğretme sürecini planlama ve değerlendirme, etkinlik ve ders içeriklerini belirleme konularından faydalanma amacıyla takip ettiği görülmektedir (Aktulun & Elmas, 2019; Kesicioğlu, 2019). Alanyazında ebeveynlerin ve öğretmenlerin sosyal medyayı kullanım amaçlarına yer veren sınırlı sayıda çalışma olduğu da göze

çarpılmaktadır (Başoğlu, 2020; Çolak, 2019; Tonbuloğlu ve İşman, 2014). Bununla birlikte çocuğun gelişimi ve eğitiminde önemli bir yere sahip olan ebeveynlerin ve öğretmenlerin sosyal medya ile ilgili görüşleri ile sosyal medyadan edindikleri bilginin çocuklara yansımaları üzerine yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Tüm bu düşüncelerden yola çıkarak bu araştırma kapsamında Instagram’da erken çocukluk gelişimi ve eğitimi konusunda içerik üreten fenomenlerin ebeveynler ve öğretmenler üzerindeki yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır.

## YÖNTEM

Bu çalışmada, erken çocukluk gelişimi ve eğitimine ilişkin paylaşım yapan Instagram içerik üreticilerinin ebeveynler ve öğretmenler üzerindeki yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bunun için fenomenoloji deseninin kullanılması uygun bulunmuştur. Bu doğrultuda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji (olgubilim) deseni kullanılmıştır. Fenomenoloji, birden fazla kişinin bir olay veya kavramla ilgili yaşamış oldukları deneyimlerinin ortak anlamını keşfetmeyi sağlayan bir araştırma desendir (Creswell, 2013, s.80). Fenomenologlar yaşanan dünyanın sosyal inşasına odaklanarak bireylerin eylemlerinin günlük hayatı oluşturan rutinler içinde incelenerek anlaşılabilirliğine dikkat çekmektedir. (Liamputtong, 2005, s.20). Ayrıca Starks ve Brown Trinidad’ a göre (2007) Fenomenologlar, bireysel deneyimlerin yakından incelenmesiyle, bir deneyimin veya olayın anlamını ve ortak özelliklerini veya özlerini yakalamaya çalışırlar.

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar çalışmaya dahil edilen öğretmen ve ebeveyn görüşleri ile sınırlıdır.

### Katılımcılar

Araştırmanın örnekleme uygun örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Genellikle rastgele veya sistematik tesadüfi olmayan bir örneklem seçmek zor hatta bazı zamanlar imkansızdır. Bu durumda araştırmacılar uygun örneklem seçimini kullanabilir. Çalışmalar için uygun örneklem ulaşılabilir kişilerin oluşturduğu grubu içerir (Frankel ve Wallen, 2004 s.99). Bu çalışmada uygun örnekleme yöntemi ile seçilen ve çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 14 ebeveyn ve 8 öğretmen ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Çalışmanın katılımcılarına çevrimiçi ortamda; Instagram, WhatsApp ve e-posta aracılığı ile ulaşılmış ve katılımcıları çalışmaya davet etmek için bir afiş ve duyuru hazırlanmıştır.



## Veri Toplama Araçları

Veriler Haziran-Temmuz 2021 tarihleri arasında online görüşmeler aracılığı ile toplanmıştır.

Ebeveynler ile iki ayrı grup halinde yapılan online görüşmeler Zoom platformu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin her birinde ebeveynlerin ilgi ve dikkatleri göz önünde bulundurulmuş olup görüşmeler 25 ile 30 dakika arasında sınırlandırılmıştır. Odak grup görüşmesinde kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu için bir ebeveyn, bir bilgisayar öğretim teknolojisi uzmanı ve üç erken çocukluk eğitimi uzmanı olmak üzere beş alan uzmanından görüş alınmıştır. Gelen görüşler doğrultusunda sorular yeniden düzenlenmiştir. Son aşamada ise soruların ebeveynler tarafından anlaşılır olup olmadığını test etmek amacıyla bir ebeveyn ile pilot görüşme yapılmış ve böylece ebeveynler için oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formuna son şekli verilmiştir.

Ebeveynler için hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formunda “Sosyal medyayı nasıl tanımlarsınız? Sizin için ne ifade ediyor?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik takip ettiğiniz Instagram sayfaları hangileridir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını ne amaçla takip ediyorsunuz?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını takip etmekte sizi motive eden şey nedir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını takip ederken dikkat ettiğiniz hususlar var mıdır? Varsa bunlar nelerdir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitimi ile ilgili takip ettiğiniz Instagram hesaplarının içerik üreticisi/hesap sahibi hakkındaki bilgilerinizin kaynağı nedir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik takip ettiğiniz Instagram hesaplarının çocuk gelişimi ve eğitimi hakkında bilgi edinmenize katkı sağladığını düşünüyor musunuz? Düşünürseniz bu katkıları açıklar mısınız?”, “Takip ettiğiniz erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik hesapların çocuğunuz ile birlikte geçirdiğiniz kaliteli zaman üzerinde etkisi oldu mu? Nasıl?”, “Takip ettiğiniz erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını yakın çevrenizdeki ebeveynlere de tavsiye eder misiniz? Neden?” “Erken çocukluk gelişimi ve eğitimi ile ilgili takip ettiğiniz Instagram hesaplarına yönelik görüş ve önerileriniz nelerdir?” soruları bulunmaktadır.

Diğer bir katılımcı grubu olan öğretmenler ile de Zoom platformu aracılığıyla odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Görüşmede öğretmenlerin ilgi ve dikkatleri göz önünde bulundurulmuştur. Bu doğrultuda yapılan görüşme 30 dakika ile sınırlandırılmıştır. Odak grup görüşmesinde kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu için bir öğretmen, bir bilgisayar öğretim teknolojisi uzmanı ve üç erken çocukluk eğitimi uzmanı olmak üzere beş alan uzmanından görüş alınmıştır. Öğretmen ve alan uzmanlarından gelen görüşler doğrultusunda form yeniden düzenlenmiştir. Ayrıca bir

öğretmen ile pilot görüşme gerçekleştirilmiş ve soruların anlaşılabilirliği test edilmiştir. Böylece öğretmenler için hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formuna son şekli verilmiştir.

Öğretmenler için hazırlanan yarı yapılandırılmış form, “Sosyal medyayı nasıl tanımlarsınız? Sizin için ne ifade ediyor? (Instagram, Facebook, Twitter vb.)”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik takip ettiğiniz Instagram sayfaları hangileridir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını takip etmekte sizi motive eden şey nedir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını takip ederken dikkat ettiğiniz hususlar var mıdır? Varsa bunlar nelerdir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitimi ile ilgili takip ettiğiniz Instagram hesaplarının içerik üreticisi/hesap sahibi hakkındaki bilgilerinizin kaynağı nedir?”, “Erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik takip ettiğiniz Instagram hesaplarının mesleki gelişiminiz üzerinde etkisi olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız bu etkiyi açıklar mısınız?”, “Takip ettiğiniz erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik hesapların sınıfta çocuklar ile birlikte geçirdiğiniz kaliteli zaman üzerinde etkisi oldu mu? Nasıl?”, “Takip etmekte olduğunuz erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarını ailelere de önerir misiniz? Neden?”, “Bu önerdiğiniz hesaplar aileler ile işbirliği noktasında sizi etkiledi mi?”, “Ebeveynlerin bu hesapları takip etmesinin ebeveyn, çocuk ve okul boyutunda ne tür bir değişim yaratacağını düşünüyorsunuz?”, “Instagram hesaplarının nitelikli olması ile ilgili önerileriniz nelerdir?” sorularını içermektedir.

### **Uzman Yeterliliği**

Araştırmacıların tamamı okul öncesi eğitimi alanında yüksek lisans yapmış olup öğretmen ve ebeveyn ile görüşme yapmaya ilişkin araştırmaları, çeşitli ders deneyimleri ve uzmanlıkları bulunmaktadır. Ayrıca araştırmacılardan biri 23 yıldır erken çocukluk dönemindeki çocukların aileleri ve okul öncesi öğretmenleri ile uygulamalı çalışmalar yürütmektedir, uzaktan eğitime ilişkin çalışmaları bulunmaktadır ve öğretmenler için mentörlük çalışmalarını aktif olarak yürütmektedir. Araştırmacı, yüksek öğretim kurumunda çocuk ve medya isimli ders vermesinin yanı sıra dijital öğrenme ve dijital yaşantılara ilişkin online çalışmalar yürütmektedir.

### **Araştırma Etiği**

Yürütülen bu çalışmada gizlilik ve gönüllülük ilkesi etik kuralları doğrudan dikkate alınarak uygulanmıştır. Araştırmanın amacı açıkça ifade edildikten sonra, çalışmanın tamamen gönüllülük esasına dayandığı, çalışma verilerinin yalnızca bu çalışma kapsamında kullanılacağı, kişisel bilgilerinin tamamen gizli tutulacağı açıkça belirtilmiştir. Her bir öğretmen ve ebeveyne onam formu

gönderilerek görüşmenin kaydedilmesi ve gönüllülük konularında yazılı ve sözlü izinler alınmıştır. Ayrıca bu çalışma Anadolu Üniversitesi Etik Kurul Komitesi (Tarih: 20.06.2021, Sayı: 77941) tarafından onaylanmıştır.

### Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde içerik analizinden faydalanılmıştır. İçerik analizi yoğun olan nitel materyalin temelde anlamlarını ve tutarlılıklarını belirlemek amacıyla nitel verileri indirgeme ve anlamlandırma çabasıdır (Patton, 2014, s.453). Bu anlamda gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen metinler içerik analizi ile indirgenmiş ve anlamlandırılmıştır. İçerik analizini gerçekleştirilirken (Cohen, Manion ve Morrison, 2021) tarafından önerilen adımlar dikkate alınmıştır ve uygulanmıştır buna göre analiz sürecinde sırası ile;

- İçerik analizi sürecinde kullanılacak araştırma soruları tanımlanmıştır
- Metin birimlerinin örnekleneceği evre tanımlanmıştır.
- Örneklem tanımlanmıştır.
- Dokümanların oluşturulduğu bağlam tanımlanmıştır.
- Analiz birimleri tanımlanmıştır.
- Analizde kullanılacak kodlar belirlenmiştir.
- Analiz kategorileri oluşturulmuştur.
- Veriler kodlanmış ve sınıflandırılmıştır.
- Veri analizi yapılmıştır.
- Analizden elde edilen veriler özetlenmiştir.
- Verilere dayanarak çıkarımlarda bulunulmuştur.

## BULGULAR

Analiz sonucunda ortaya çıkan temalar Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Ebeveynler ve öğretmenler için oluşturulan temalar

<p>Tema 1: Sosyal Medyanın Topluma Etkisi</p> <p>Alt Tema 1: Bilgi edinme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Gündem takibi, araştırma, destek alma</li> </ul> <p>Alt Tema 2: Sosyalleşme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· İletişim kanalı, boş zamanları değerlendirmek, paylaşım yapmak, anıları depolamak</li> </ul> <p>Alt Tema 3: Medyaya güven sorunu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Gereksiz bir platform, zararlı</li> </ul>
<p>Tema 2: Öğrenmek için motivasyon kaynağı</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Bilgi edinmek, daha iyi çocuk yetiştirmek, yalnız olmadığını görmek, çocukla kaliteli zaman geçirmek, sosyal destek sağlamak, uzmanlara ulaşılabilirlik sağlaması, çocuğa daha iyi eğitim sunmak, farklı ve yeni etkinlik önerilerini keşfetme isteği, kişisel gelişim</li> </ul>
<p>Tema 3: İçerik Üreticilerine ilişkin Nitelik Algısı</p> <p>Alt Tema 1: Samimiyet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Doğru üslup, empati kurma, eleştirel olma, sorgulamama, destek olma, hayat görüşüne uygunluk</li> </ul> <p>Alt Tema 2: Güvenilirlik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Gerçeklik, akademik kariyer, eğitim, kitap sahibi olma, kâr amacı gütmeme, bilimsel kaynaklı paylaşımlar</li> </ul> <p>Alt Tema 3: Çocuğa Uygunluk</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Yaş, gelişim, kişilik, bireysel farklılık, karakter, eğitim</li> </ul>
<p>Tema 4: Takip etme kararı verilen içerik üreticilerine ilişkin bilgiler</p> <p>Alt Tema 1: Instagram hesabı</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Biosunda doktor, akademisyen, eğitmen, çocuk gelişimi uzmanı yazması, gerçekçi ve mantıklı paylaşımlar, alınan yorumlar, takipçi memnuniyeti</li> </ul> <p>Alt Tema 2: Arama Motoru</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Araştırma</li> </ul> <p>Alt Tema 3: Tavsiye</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Okul rehber öğretmeni, arkadaş</li> </ul>
<p>Tema 5: Instagram hesaplarının öğretmene ve ebeveyne yansımaları</p> <p>Alt Tema 1: Ebeveynlik süreçlerine yansımaları</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Mental yardım, özgüven artışı, anlayış ve sabrın artması.</li> </ul> <p>Alt Tema 2: Öğretmenler üzerindeki yansımaları</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Farklı materyaller ve onunla yapılabilecek etkinlikleri öğrenmeye katkı, mesleki bilgi ve eksikliklerin farkına varmak, güçlü iletişim, kendini yenileme, üretkenliğe katkı, yeni bakış açısı kazanmak</li> </ul>
<p>Tema 6: Çocuğun gelişimine yansımaları</p> <p>Alt Tema 1: Olumlu yansımaları</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Güçlü iletişim, oyun, eğlenceli vakit, kaliteli vakit, keyif alma, mutlu olma, eğlenceli zaman geçirme</li> </ul> <p>Alt Tema 2: Olumsuz yansımaları</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Etkisi yok, hiçbir artışı yok, çocuk yetiştirmeye ilişkin negatif etki</li> </ul>

## Tema-1: Sosyal Medyanın Topluma Etkisi

### *Alt Tema-1: Bilgi edinme*

Görüşme sırasında ebeveynlere ve öğretmenlere “Sosyal medyayı nasıl tanımlarsınız? Sizin için ne ifade ediyor? (Instagram, Facebook, Twitter vb.)” soruları sorulduğunda katılımcıların tamamının “bilgi edinme yeri” ve “gündemin takip edilebileceği platform” olarak yanıt verdiği görülmektedir. Başka bir deyişle hem ebeveyn hem de öğretmenler için Instagram’ın bir eğitim ortamı ve adeta yeni nesil bir gazete anlamının ortaya çıktığı çalışmanın bir bulgusudur. Bunun yanında ebeveynlerin “araştırma” ve “destek arama” ortamı olarak tanımladığı Instagram, ebeveynler tarafından sosyal destek alınabilen bir sivil toplum kuruluşu olarak algılanmaktadır. Bu konuya ilişkin ebeveynlerden biri Instagram’ı “*Orası (Instagram) anne olduğum süre boyunca yaşadığım zorlukları içinden çıkamadığım durumları ya da benim gibi hisseden başka kadınlar başka anneler var mı? diye duygu düşüncelerimi paylaştığım bir yer.*” (Ebeveyn katılımcı 1) olarak tanımlamaktadır. Bu bulgu tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını süresince gerek yaşam koşullarının zorlaşması gerekse diğer anneler ile bir arada bulunma fırsatlarını yakaladığı okul öncesi eğitim kurumlarının kapalı olması nedeniyle annelerin yeteri kadar destek alamaması ile açıklanabilir.

### *Alt tema-2: Sosyalleşme*

Öğretmen ve ebeveynlerin çoğu sosyal medyayı “*İletişim kanalı*”, “*Boş zamanların değerlendirildiği platform*”, “*Paylaşım yapılan yer*”, “*Anıların depolandığı yer*” olarak tanımlamaktadır. Bu konuya ilişkin öğretmenlerden biri “*İnsanların fikirlerini, çeşitli görsel anılarını, duygularını ifade edip takipçileri ile paylaştıkları; boş vakitlerde zaman geçirmek için kullanılan, zaman zaman ise çeşitli bilgileri paylaşıp bilgi edindiğimiz sosyal uygulamalar bütünü*” (Öğretmen katılımcı 7) cümlesi ile ifade etmiştir. Bunun yanında araştırmaya katılan ebeveynlerden biri Instagram’a yüklediği anlamı “*Anıların tazeye kalması, her şeye kolayca ulaşabilmem, eski arkadaşlarımı kolayca bulabilmem*” (Ebeveyn katılımcı 13) kelimeleri ile ifade etmektedir. Bu durumda ebeveynlerin bu platformu sosyal ve duygusal açıdan kendini iyi hissettikleri bir yer olarak gördüğü bulgusu dikkat çekicidir.

### *Alt tema-3: Medyaya güven sorunu*

Ebeveynlerden bazıları Instagram’ı “*Gereksiz bir platform*”, “*Zararlı bir uygulama*” olarak görmektedir. Bu konu hakkındaki görüşlerini ebeveyn katılımcı şu şekilde açıklamaktadır:

*“Çocukların Instagram kullanmaları taraftarı değilim. (...) Çocukları bir şekilde mutlu etmemiz gerekiyor. Artvin küçük bir yer çocuklar hep dışarıyı istiyorlar. Bir de bizimkiler apartman çocuğu*

*değiller, o ortamda fazla kalan çocuklar değiller. Şu dönemi çok zor geçirdik desem yalan olmaz.”*

(Ebeveyn katılımcı 8)

Güvenli bulmadıkları için ebeveynlerden bazılarının bu şekilde düşünmesi birden fazla sebep ile ilişkilendirilebilir. İlk neden ebeveynlerin yaşadığı bölge dolayısıyla internet kullanmamayı tercih etmesidir. Çalışma katılımcılarının bazılarının kırsal bölgelerde yaşadığı, tarım ve hayvancılık ile geçimini sağladığı ve telefon bilgisayar gibi araçları olduğu halde sınırlı olarak kullanıldığı bilinmektedir. Bir diğer neden ise ebeveynlerin medya okuryazarı olmadığını düşündürmektedir. Bundan dolayı ebeveynlerin faydalı hesaplara ulaşamamış olabileceği de düşünülebilir. Çünkü ebeveynlerden bazıları sosyal medyadan hiçbir fayda görmediklerini ifade etmişlerdir. Ebeveynlerden birinin konuyla ilgili ifadeleri bu savı destekler durumdadır.

*“Ben pek sosyal medya taraftarı değilim. Özellikle çocukların elinde tablet telefon çok gezdiği için çok lüzumsuz ve zararlı siteler var ben bunları hiç tasvip etmiyorum, onaylamıyorum. (...) Hiçbir şey paylaşmıyorum. Ne çocuklarım resmi olsun ne hayatı olsun. Ne de kendi özel hayatım. Sadece öylesine telefonumda yer kaplıyor diyebilirim yani benim için hiçbir artısı yok hatta eksisi var”* (Ebeveyn katılımcı 7)

## **Tema 2: Öğrenmek için motivasyon kaynağı**

Görüşme sırasında ebeveynlere ve öğretmenlere “Erken çocukluk gelişimi ve eğitimine yönelik Instagram hesaplarını ne amaçla takip ediyorsunuz?” ve “Erken çocukluk gelişimi ve eğitimine yönelik Instagram hesaplarını takip etmekte sizi motive eden şey nedir?” soruları sorulduğunda ebeveynler ve öğretmenlerin büyük çoğunluğu, bilgi edinmek ve çocuklara daha iyi eğitim sunmak veya çocuklarını daha iyi yetiştirmek amacı ile bu hesapları takip ettiklerini belirtmişlerdir. Bu konuyu ebeveynlerden biri şu şekilde açıklamıştır

*“Çocuk gelişimci değilim. Ailemde de çok küçük çocuk doğup hani o şeye tanık olmadım. Bir çocuğun büyümesine, dolayısıyla kendi çocuğumu büyütürken de gerçekten olabildiğince her anne gibi iyi büyümeye çalışıyorum ama nerede nasıl davranacağımı, ne konuşacağımı, ona nasıl cevap vereceğimi bilmediğim için çok tıkağım yerler olduğu için şimdi eskisi gibi değil Instagramlar var, internet var aslında bu anlamda güzel de oluyor sosyal medya oradaki çocuk gelişimcileri takip etmek oradan feyz aldığım örnek aldığım internette çok şey oluyor.”* (Ebeveyn katılımcı 5)

Katılımcının bu ifadeleri ebeveynlerin çocuklarını yetiştirmeye başladığı ilk yıllarda kendilerini yetersiz hissetmesinden kaynaklı olarak Instagram’da erken çocukluk gelişimi ve eğitimine yönelik paylaşımlar yapan sayfaları takip ettiklerini düşündürmüştür.

Bu bulgular ebeveynlerin yaşadıkları çağa ayak uydurmak ve çocukları için doğru şeyi yapmak istediklerini doğrular niteliktedir. Instagram'ı ise bu hedeflerini gerçekleştirebileceği bir araç olarak görmektedirler. Bu sonuçlar Instagram içerik üreticilerinin doğru, güncel ve uygulanabilir bilgileri takipçilerine sunmasının önemini bir kez daha ortaya çıkarmıştır

Öte yandan bazı ebeveynler Instagram içerik üreticilerinin çocuk yetiştirmede kendilerini motive eden bir unsur olmadığını belirtmişlerdir. Bu noktada ebeveynin kendinin yeterli olduğuna ilişkin bir kanısının olması, özellikle aile büyüklerinden edinmiş olduğu bilgileri kullanıyor olduğunu düşündürmektedir. Ebeveyn ifadelerine ilişkin örnekler şu şekildedir:

*“Arkadaşları dinledim de şimdi biraz arkadaşlara göre yaşım büyük ben 40 yaşındayım 3 çocuğumu da hiçbir şey yani destek almadan yani ne bir Instagram hesabından ne bir Facebooktan oradan buradan destek almadan bağımsız büyüttüm çok da güzel büyütmişim.”* (Ebeveyn katılımcı 7)

*“Ben şu ana kadar ihtiyaç duymadım. Çocuklarım dışarıda büyüyen, arkadaş ortamında büyüyen çocuklar”* (Ebeveyn katılımcı 8)

Bunun yanında araştırmaya dahil olan öğretmen katılımcılar; çağa ayak uydurma, etkinlik hazırlama ve uygulama süreçlerine ilişkin güncel gelişmeleri takip etme ve yeni bakış açılarını öğrenme konusunda Instagram'ın önemli bir araç olduğunu belirtmişlerdir. Konuya ilişkin örnekler şu şekildedir

*“Yeni bilgiler öğrendiğim zaman çok mutlu oluyorum. 23 yıl bittiği için insanın bilgilerinin güncellenmesi ihtiyacı duyuyor. Orda yeni bilgiler öğrendikçe heyecanlanıyorum.”* (Öğretmen katılımcı 2)

*Açıkçası beni motive eden şey daha yeni mezun sayıldığım için yani üniversiteden kalan teorik bilgiler sınıfta uygulamaya geçince biraz yetersiz kalabiliyor işin açıkçası tamam bilgi olarak var ama uygulamaya dökünce biraz sınırlı kalıyor öğrendiğimiz şeyler. (...) O yüzden farklı etkinlik görmek için ben daha çok kullanıyorum ve takip ediyorum.* (Öğretmen katılımcı 1)

Bu bulgu Instagram içeriklerinin öğretmenlerin mesleki gelişiminde bir hizmet içi eğitim platformu görevi üstlendiğini göstermektedir. Dolayısıyla Instagram içerik üreticilerinin alanında uzman ve deneyimli insanlardan oluşması böylesi bir bulgu açısından hayati bir önem taşımaktadır.

### Tema 3: İçerik Üreticilerine İlişkin Nitelik Algısı

#### Alt Tema 1: Samimiyet

Öğretmen ve ebeveynler, erken çocukluk eğitimine yönelik Instagram hesaplarını takip ederken paylaşımların doğru üslup ile yapılması ve hayat görüşlerine uygun olmasının yanında Instagram içerik üreticilerinin onları eleştirmemesi, sorgulamaması ve onlara destek olması hususlarını göz önünde bulundurduklarını belirtmişlerdir. Öğretmen katılımcıların ifadelerinde daha çok eğitim anlayışına ve görüşüne uygunluk ön plana çıkarken ebeveynlerin çoğunlukla ebeveynliklerinin eleştirilmemesi ve sorgulanmaması üzerine odaklandıkları görülmektedir. Örneğin bir öğretmen “Eğitim anlayışı bana uyuyorsa (takip ederim) çünkü bazı insanların, herkesin görüşü bize uymuyor her öğretmenin de ne kadar bilgiyi tam öğrense de onu uygulama şekli farklı oluyor. Benim mantığıma yatması gerekiyor, benim eğitim anlayışına uygun olması gerekiyor ve beni güncellemesi, tazelenmesi, yenilikleri öğretmesi gerekiyor ki ben o yeni öğretmenlerin arasında geri kalmak istemiyorum.” (Öğretmen katılımcı 2) ifadelerini kullanırken bir ebeveyn, “Başka bir insanın anneliğini sorgulamaya gelince o noktadan sonra takibi bırakıyorum. Çünkü hiç kimsenin anneliğini sorgulamaya haddimiz yok. O yüzden genelde herkese açık, doğru bir üslup ile yaklaşan, böyle akıl vermeden çok tavsiye niteliğinde olan sayfaları ben takip ediyorum.” (Ebeveyn katılımcı 6) ifadelerini kullanmıştır. Bu ifadelerden ebeveynlerin özellikle samimiyet ile ilgili algısının sorgulanmamak ve eleştirilmemek olarak kabul edildiği görülmektedir. Instagram içerik üreticilerinin nitelik algısında samimiyetin bu şekilde dile getirilmesi ebeveyn ve öğretmen katılımcıların, içerik üreticilerinden kendileri ile ortak bir perspektiften paylaşımlar yapmalarını istediklerini işaret etmektedir. Bu da samimiyet olarak algılanmaktadır.

#### Alt Tema 2: Güvenilirlik

Çalışmaların bulgularında yer alan güvenilirlik ile algıların, takip edilen erken çocukluk gelişimi ve eğitimi ile ilgili paylaşımlar yapan Instagram hesaplarının kâr amacı gütmemesi ve bilimsel içerikli paylaşımlar yapması olarak kabul edildiği görülmektedir. Bunun yanında katılımcılar güvenilirlik algısını tanımlarken Instagram içerik üreticilerinin akademik kariyer yapmış olması, konu ile ilgili eğitim almış olması ve yazar olması gibi kriterlerin, ebeveynlerin takip ettikleri hesaplara güvenilirlik algısında yer aldığı dikkat çekmiştir. Ayrıca bir diğer güvenilirlik algısının aynı zamanda içerik üreticisinin güvenilir bir şekilde paylaşımlar yapmasına bağladıkları görülmüştür. Ebeveynlerden biri bu konuyu şu şekilde ifade etmiştir,

*“Bizim gibi düşünen, bizı anlayan, bizı motive eden, eğitimin yanı sıra yani destek olan sayfalar benim için önemli. Zor bir süreç annelik bazen eşinizden o kadar destek göremiyorsunuz, bazen kendi ailenizden o*



*kadar destek göremiyorsunuz. Yani sıkışıp kaldığımız çok nokta oluyor. Sonra Instagramdaki uzman kişileri dinleyince, bu kadın söylüyorsa vardır bir bildiği demek ki böyle olması normal, deyip kendimizi biraz daha rahat hissedebilmemiz için güvenilir bir insan olması gerekiyor.”*

Öğretmen katılımcılar ise “*günlük planları bu işin biraz ticaretine dökmüş durumda*” (Öğretmen katılımcı 1) ve “*Arka arkaya çokça story (hikâye) paylaşan, reklam veren sayfalar takibi bırakmama sebep oluyor.*” (Öğretmen katılımcı 7) diyerek erken çocukluk gelişimi ve eğitimi hesaplarının ticari kaygı gütmemesinin güvenilirlik noktasındaki algıyı olumsuz etkilediğini ve bu hesapları takip etmeyi bırakmalarına sebep olduğunu belirtmişlerdir.

### **Alt Tema 3: Çocuğa Uygunluk**

Katılımcıların tamamı takip ettikleri erken çocukluk gelişimi ve eğitimine ilişkin paylaşım yapan hesapları takip etme durumunu çocuğun yaşına, gelişimine ve bireysel farklılıklarına uygun olması kriterlerine göre şekillendirdiklerini belirtmişlerdir. Bu durumu bazı ebeveynler şu kelimeler ile ifade etmişlerdir, “*Her çocuğun aynı olmadığına bilincindeki paylaşımlara dikkat ediyorum.*” (Katılımcı 14), “*(Instagram hesapları arasından) takip edip bıraktıklarım da oldu, çünkü benim tarzıma ya da çocuğumun gelişim gidişatına uymuyordu bazıları.*” (Katılımcı 12)

Ebeveynlerin görüşleri ile benzer şekilde öğretmenler de “*Paylaşımlarının çocukların gelişim düzeyine ve müfredata uygunluğuna göre sayfaları takip ediyorum.*” (Katılımcı 4), diyerek çocuğun gelişim düzeyine uygunluk, “*Takip ettiğim hesapların okul öncesi eğitime yönelik paylaşımlar yapması önemli*” (Katılımcı 6) ifadeleri ile çocukların yaşına uygunluk kriterlerine dikkat çekmişlerdir. Bu bulgular bize erken çocukluk eğitimi ve gelişimi ile ilgili paylaşım yapan içerik üreticilerinin dikkat etmesi gereken noktaları işaret etmektedir. Görülmektedir ki ebeveynler ve öğretmenlerin paylaşımlarda kendilerinin ve çocuklarının hayatından izler bulabilecekleri, güvenebilecekleri, kendilerini yalnız hissetmeyecekleri, anlaşılacakları Instagram paylaşımlarına ihtiyaç duymaktadır.

## **Tema 4: Takip etme kararı verilen içerik üreticilerine ilişkin bilgiler**

### **Alt Tema1: Instagram hesabı**

Ebeveyn katılımcıların ve öğretmenlerin tamamının “Erken çocukluk gelişimi ve eğitimi ile ilgili takip ettiğiniz Instagram hesaplarının içerik üreticisi/hesap sahibi hakkındaki bilgilerinizin kaynağı nedir?” sorusuna “*Instagram biosundaki bilgiler*” cevabını verdiği çalışmanın bulguları arasındadır. Ebeveynler ve öğretmenlerin büyük çoğunluğu için takip ettikleri Instagram hesabının biyografi kısmında doktor, akademisyen, eğitimci veya çocuk gelişimi uzmanı gibi unvanların yazmasının

yeterli olduğunu ifade etmişlerdir. Bu konuya ilişkin görüşlerini bazı öğretmenler “*Hesap sahibinin sayfasında kendini tanıttığı kadarıyla tanyabiliyorum*” (Öğretmen katılımcı 4), “*Hesapların isimlerine ve hesapta yazan bilgilere bakıyorum*” (Öğretmen katılımcı 5) ifadeleri ile belirtmişlerdir. Ebeveynler ise “*Sadece Instagram’da açmış oldukları sayfalardan bilgi alıyorum*” (Ebeveyn katılımcı 11), “*Ben daha çok (bilgi almak için) Instagramı kullanıyorum. Daha gerçek gibi geliyor sanırım oradaki sundukları profilleri hayatları oluyor.*” (Ebeveyn katılımcı 2) diyerek yalnızca Instagram profilindeki biyografi kısmından bilgi almanın yeterli olduğunu ifade etmişlerdir.

Bunun yanında Instagram hesabındaki paylaşımların aldığı yorumlar ve hesap takipçilerinin memnuniyetini belirten mesajların ebeveynlerin hesap hakkındaki bir diğer bilgi kaynağını oluşturduğu görülmektedir. Örneğin hesap sahibi hakkındaki bilgilerinin kaynağı sorulduğunda ebeveynlerden biri “*Profilini incelemek, yorumlarına dikkat etmek, insanların memnuniyetini takip etmek*” (Ebeveyn katılımcı 13) diyerek yanıt vermiştir. Bu sonuçlar ebeveynler ve öğretmenler açısından sosyal medya okuryazarlığının önemini bir kez daha ortaya koymuştur.

### **Alt Tema 2: Arama Motoru**

Çalışmaya katılan ebeveynlerin yalnızca üçü Instagram içerik üreticilerini Google aracılığıyla araştırdığını belirtmiştir. Bu konuya ilişkin görüşlerini ise ebeveynler “*Zaten Instagram duvarında mesleki bilgileri falan yazıyor eğer dikkatimi çeken hesaplar ve tanınmış kişiler ise Google’dan araştırırım*” (Ebeveyn katılımcı 5), “*Ben genelde Google amcayı kullanıyorum bu konuda*” (Ebeveyn katılımcı 1) ifadeleri ile belirtmişlerdir. Buradan ulaşılabilecek bulgulardan biri ebeveynler Google aracılığıyla araştırma yapmadan önce Instagram profilini dikkate almaktadır. Bir diğer bulgu ise ebeveynlerin arama ile kastettiğinin ayrıntılı bir araştırma olmadığıdır. Örneğin ebeveynlerden biri “*Direkt Google’a yazıyoruz. Google amca sağ olsun bize çıkartıyor oradan*” (Ebeveyn katılımcı 7) ifadeleri ile araştırma sürecinin yüzeysel boyutta gerçekleştiğini ifade etmiştir.

Öğretmen katılımcılardan sadece biri arama motoru kullandığını ifade etmektedir. Arama motorundaki araştırma sürecini ise, ebeveynler ile benzer şekilde, şu kelimeler ile ifade etmektedir: “*Ben aslında kimmiş diye bakıyorum. Ama çok geniş çaplı bir araştırma yapıyorum desem yalan olur. Ama sadece kim, eğitimi ne uzmanlığı ne diye bakıyorum.*” (Öğretmen katılımcı 2) Elde edilen bu bulgu arama motoru ile yapılan taramanın hesap sahibine ilişkin güvenilir ve ayrıntılı bilgi alma konusunda yetersiz olduğunu işaret etmektedir.

### ***Alt Tema 3: Tavsiye***

Öğretmenler ve ebeveynlerin takip ettikleri Instagram içerik üreticilerine ilişkin bilgilerinin kaynağı sorulduğunda çoğunlukla okul rehber öğretmeni ve arkadaş tavsiyesi olarak ifade edildiği çalışmanın bulguları arasındadır. Bu noktada ebeveynlerin kendi aralarında yaptığı “anne sohbetlerinin” etkili olduğu düşünülmektedir. Örneğin ebeveyn katılımcılardan biri bu konu hakkındaki görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “*Arkadaşlarımın referanslarıyla takip etmeye başlıyorum*” (Ebeveyn katılımcı 12) Bir diğer ebeveyn ise “*Okul rehberi, öğretmenimiz*” (Ebeveyn katılımcı 9) diyerek Instagram hesaplarını takip etme konusunda uzman kişilerin önerilerine güvendiklerini belirtmişlerdir. Öğretmenler ise takip ettikleri Instagram hesapları hakkındaki bilgilerini “*birinin önerisine*” dayandırmaktadır. Örneğin öğretmen katılımcılardan birisi bu konuya ilişkin bilgisini şu şekilde ifade etmiştir; “*Bazen biri öneriyor ya da keşfete düştüğü zaman inceliyorum keyifli bulursam takip ediyorum.*” (Öğretmen katılımcı 8). Buradan ebeveynlerin bilgi kaynağının “öğretmenler” öğretmenlerin bilgi kaynağının ise “başka birisinin önerisi” olduğu bulgusu elde edilmektedir. Bu bulgu öğretmenlerin doğru bilgiye ulaşabilmeleri ve dolayısıyla ebeveynleri doğru yönlendirmelerinin hayati önem taşıdığına işaret etmektedir.

### **Tema 5: Instagram hesaplarının yansımaları**

#### ***Alt Tema 1: Ebeveynlik süreçlerine yansımaları***

Ebeveynler takip ettikleri erken çocukluk eğitimi ve gelişimine yönelik hesapların özgüvenlerini arttırdığı, onları daha anlayışlı ve sabırlı bir insan haline getirdiği, onlara zihinsel olarak destek sağladığını belirtmişlerdir. Bu anlamda erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik takip edilen Instagram hesaplarının ebeveynlerin çoğuna olumlu katkı sağladığını, öncelikle kendilerine yönelik olumlu etkileri olduğunu bunun da çocuklar ile olan olumlu etkileşimlerine yansıdığını ifade etmişlerdir.

*“Onunla en kaliteli vakti nasıl geçiririm? Bu ve bu tarz sayfalar özellikle pandemi döneminde bu sayfaları yönetenlerden de gerçekten çok razıyım. O kadar güzel etkinlikler paylaşıyorlar ki anne çocuk ile, baba çocuk ile, aile katılımlı kes yapıştır etkinlikleri oluyor çok güzel etkinlikleri oluyor. Özellikle çocukların evde kaldığı dönemde hem çocukların ruh ve beden sağlıklarını korumak anlamında hem annelerin akıl sağlığını koruması anlamında çok yaratıcı içerikleri oluyor ben çok seviyorum ve takip ediyorum.”*  
(Ebeveyn katılımcı 6)

### **Alt Tema 2: Öğretmenler üzerindeki yansımaları**

Öğretmen katılımcılar takip ettikleri erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik hesapların kendi öğretmenlik süreçlerine olumlu ve etkili bir katkısı olduğunu ifade etmişlerdir. Öğretmenler bu hesapların; sınıf içi uygulamalarda farklı materyaller görme ve onunla yapılabilecek etkinlikleri uygulama konusunda öğrenmelerine katkı sağladığı, mesleki bilgilerini zenginleştirdiği ve mesleki eksikliklerinin farkına varmalarını kolaylaştırdığını ifade etmişlerdir. Ayrıca bu hesapların güçlü iletişim kurma, üretkenlik ve yeni bakış açısı kazanmak gibi kişisel gelişim süreçlerine de katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu noktada Instagram'ın öğretmenler için bir hayat boyu öğrenme ortamı işlevine sahip olduğu bulgusuna ulaşılabilir. Bu konuya ilişkin görüşlerini bir öğretmen şu şekilde ifade etmiştir;

*“Herhangi bir etkinliğe baktığında o etkinlik sende bir ışık yakıyor ve sen kendin bir şey üretebiliyorsun seni bir yere çekip yönlendirebiliyor. O yönde yaratıcılığa katkı sağladığını düşünüyorum. Ve aynı zamanda bazı hesaplar oluyor online eğitimler düzenleyebiliyor canlı yayın açarak alanında uzman bir konuk alıp sohbet etse bile oradan bir şeyler alıp kendimi geliştiriyorum diyebilirim.”* (Öğretmen katılımcı 1)

Ayrıca çalışma kapsamında ulaşılan bir diğer bulgu da Instagram'ın öğretmenler arasındaki etkileşimi artırdığı ve onların birbirlerine öğretme deneyimleri sunduğunu göstermektedir. Bu noktada öğretmenler farklı bakış açısına sahip öğretmenler ile tanışmakta, iletişim kurmakta ve bu yolla akran öğrenmesini desteklemektedir. Bu konuya ilişkin bir öğretmen şu cümleleri kurmuştur;

*“Tabii ki (katkı sağlıyor). Her gün yeni bir şey öğrenebiliyorsun, paylaşımlar çok güzel, öğretmen arkadaşlar kaliteli işleri oluyor, örnek etkinlikler. Bence hepimizin (öğretmenlerin) gelişimi için birbirimizi takip ede ede daha güzel işler yaptığımızı düşünüyorum.”* (Öğretmen katılımcı 8)

Bu bulgular öğretmenlerin niteliklerini artırma ve onları güncel gelişmelerden haberdar etmek için öğretmen yetiştiren kurumların veya hizmet içi eğitim kurumlarının Instagram'ı bir eğitim aracı olarak görmeleri ve kullanmaları gerekliliğine işaret etmektedir.

### **Tema 6: Çocuğun gelişimine yansımaları**

#### **Alt Tema-1: Olumlu yansımaları**

Ebeveynler ve öğretmenler çoğunlukla erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik takip ettikleri Instagram hesaplarının çocuklar üzerinde olumlu etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca bu hesaplar yardımı ile çocuklar ile daha güçlü iletişim kurduklarını ve onları daha iyi anladıklarını ifade etmişlerdir. Çocuklar ile bu hesaplardan öğrendikleri oyunları oynamak, etkinlikleri yapmak çocukları daha mutlu, daha istekli hale getirmiştir. Bunun yanı sıra Instagram hesaplarında

öğrendikleri çocuklara yönelik oyunları, etkinlikleri çocukları ile birlikte oynayarak onlar ile olan iletişimlerini daha nitelikli bir noktaya taşıdıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin bir ebeveyn bu konu hakkındaki görüşleri sorulduğunda şu ifadeleri kullanmıştır;

*“Evet daha fazla kaliteli vakit geçiriyor, daha fazla oyun ve daha güçlü iletişim kuruyoruz, çocuklarıma güvenim arttı ve daha özgür ve mutlu çocuk yetiştirmek konusunda daha bilgili ve istekliyim”* (Ebeveyn katılımcı 9)

Bunun yanında ebeveynlerin çocukları ile geçirdikleri zamanlara ilişkin bakış açısının değiştiği *“En önemli kazanımı şu oldu; kaliteli zaman geçirmeyi hep bir şeyler yapmak zannedirdim, aktivite yap, oyun oyna gibi. Halbuki birlikte dans etmek, güldürmek birbirini ya da komik surat ifadeleri yapmak da kaliteli zaman geçirmekmiş”* (Ebeveyn katılımcı 12) ifadeleri ile anlaşılmaktadır. Buradan çıkarılabilecek sonuç şu şekildedir ki, Instagram hesapları öncelikle ebeveynlik süreçlerine ardından da ebeveyn çocuk ilişkisine ve nihayetinde çocuğun sağlıklı bir çocukluk yaşamasına anlamlı bir katkı sağlamaktadır. Günümüzde en sık kullanılan medya araçlarından biri olan Instagram’ın bu işlevleri dikkate alındığında doğru ve nitelikli hesapları takip etmenin öneminin bir kez daha vurgulanması gerektiği ortaya çıkmıştır.

### ***Alt Tema 2: Olumsuz yansıma***

Bazı ebeveynler ise Instagram kullanımının çocukları üzerinde hiçbir etkisinin olmadığını ve hatta negatif etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Bu durumun birden fazla nedeni olabilir. İlk neden ebeveynlerin güvenilir ve doğru Instagram hesapları ile karşılaşmamış olması olarak düşünülmektedir. Bir diğer neden ise ebeveynlerin çevrim içi ortamlarda öğrendikleri bilgilere güvenmemesi veya onları dikkate almaması olabilir. Çünkü bu konuya ilişkin görüşleri sorulduğunda ebeveynlerden biri şu şekilde cevap vermiştir;

*“Sıkıntılı olduğu zaman direkt biz öğretmenimizle hallettik. Aşamadığımız bir konu olduğu zaman ya bir kitap tavsiye ediyordu ya iste bu beni aşıyor bir araştıralım bir bakalım nasıl halledebiliriz diyordu. Biz hiç Instagram’dan ya da internet üzerinden böyle bir araştırmaya girmedim”* (Ebeveyn katılımcı 8)

Ayrıca ebeveynlerin içerisinde bulunduğu aile yapısı, alışkanlıkları, yaşadığı bölge koşulları da takip edilen erken çocukluk gelişimi ve eğitime yönelik Instagram hesaplarının çocukları üzerinde olumsuz etkisinin olduğu görüşünü açıklayıcı bir neden olabilir. Örneğin ebeveynlerden biri bu konuya ilişkin görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir.

*“Sosyal medya olmasaydı daha da iyi bir şekilde özellikle en küçük çocuğumu daha iyi, daha kaliteli bir çocuk haline getirebilirdim. Daha güzel yetiştirebilirdim. Kes yapıştırları (yaparken) sosyal medya yoktu ki, ben çocukluğumdan da bilirim. Benim annem ne yapardı bizle otururdu hocam beş taş oynardı en basiti canımız sıkılmasın diye veya işte farklı ne yapardık bize ne bileyim biz köy çocuğuyuz bize mısır püsküllerinden bebekler yapardı, biz onlar ile oynardık hani otururduk çamurlardan, ben onları çocuklarıma da yaptırıyorum onu demek istiyorum.”* (Ebeveyn katılımcı 7)

Takip edilen hesapların çocuk üzerinde olumsuz yansımaları olduğunu düşünen öğretmenlerin sayısı daha azdır. Öğretmenler bu konuda *“O kadar abartılı bir etkisi olmuyor ama faydalı oluyor.”* (Öğretmen katılımcı 8) ve *“Ben şahsen sosyal medyadan direkt etkinlik alıp uygulamıyorum ama uygulayan arkadaşlarımdan bu kötü bir etkinlikmiş dediği çok oluyor birebir uygulanmıyor tamamıyla çocuklara ve öğretmene bağlı”* (Öğretmen katılımcı 3) gibi ifadeler ile görüşlerini bildirmişlerdir.

### SONUÇ ve TARTIŞMA

Erken çocukluk gelişimi ve eğitimine ilişkin paylaşım yapan Instagram içerik üreticilerinin ebeveynler ve öğretmenler üzerindeki yansımalarını incelemeyi amaçlayan bu çalışma sonucunda elde edilen verilerle 6 temaya ulaşılmıştır. Bunlardan “sosyal medyanın topluma etkisi” temasına bakıldığında; öğretmenlerin ve ebeveynlerin bilgi edinme ve sosyalleşme için sosyal medya araçları kullandığı görülmektedir 2020 yılında yapılan benzer bir çalışmada katılımcıların %82’sinin sosyal medya araçlarını sosyalleşme amacı ile aktif bir şekilde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Başoğlu, 2020). Yapılan bir başka çalışmada ise okul öncesi öğretmenlerin sosyal medya araçlarını sıklıkla sosyalleşme ve haber, alışveriş yapma ve oyun oynama amacı ile kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Öner, 2020). Buna ek olarak sosyal medyanın topluma etkisi temasında medyaya güven sorunu alt teması oluşmuştur. Ebeveyn ve öğretmenlerin bir kısmının sosyal medyanın zararlı ve gereksiz bir platform olduğunu belirttikleri görülmektedir. 2021 yılında yapılan benzer bir çalışmada annelerin kişilerarası bağlantı kolaylığı, ilham alma arzusu, sosyal karşılaştırma gibi sebeplerle sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Saccone, 2021).

İkinci tema “sosyal medyanın öğrenmek için bir motivasyon kaynağı” olmasıdır. Ebeveynler ve öğretmenler bilgi edinmek, daha iyi çocuk yetiştirmek, yalnız olmadığını görmek, çocukla kaliteli zaman geçirmek, sosyal destek, uzmanlara ulaşılabilirlik, çocuğa daha iyi eğitim sunmak, farklı ve yeni etkinlik önerilerini keşfetme isteği, kişisel gelişim gibi amaçlarla sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Benzer şekilde annelerin sosyal medya araçları sayesinde yalnız olmadıklarını hissettikleri, deneyimlerini paylaşabildikleri ve iyi bir anne olabilmek için sosyal medyayı bir araç olarak kullandıkları ile ilgili araştırmalar mevcuttur (Başoğlu, 2020; Zeybek-Kaplan, 2018; Duggan,

Lenhart, Lampe ve Ellison, 2015). Instagram’da içerikler üreten annelerle yapılan bir çalışmada ise annelerin içerik üretme sebepleri benzer şekilde diğer annelere tavsiyelerde bulunmak, bilgilerini aktarmak ve yeni anneler için sosyal destek sağlamak olarak ortaya konmuştur (Ergül ve Yıldız, 2021).

Bir diğer tema ise “içerik üreticilerine ilişkin nitelik algısı” olarak oluşturulmuştur bu temaya göre ebeveynler ve öğretmenlerin yanıtlarına bakıldığında; samimiyet, güvenilirlik ve çocuğa uygunluk alt temalarına ulaşılmıştır. Ebeveyn ve öğretmenlerin içerik üreticilerinin doğru üslup, empati kurma, sorgulamama, destek olma, hayat görüşüne uygunluğu gibi özelliklerini dikkate alarak hesapları takip ettikleri ve Instagram hesap sahiplerinin gerçeklik, akademik kariyer, eğitim, kâr amacı gütmeme, bilimsel kaynaklı paylaşımlar yapma gibi özelliklere sahip olmalarının önemli olduğunu vurguladıkları görülmektedir. Ebeveyn ve öğretmenlerin takip ettikleri Instagram hesaplarından beklentileri içerik üreticisinin samimi bir dil ile eleştirel olmadan, yargılamadan ve her çocuğun farklı olduğunun bilinci ile içerik üretmesidir. İncelenen Instagram hesaplarının kullandıkları dile bakıldığında genellikle çoğu hesabın günlük/samimi bir dil ile paylaşım yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla bu içerikleri takip eden hesapların bilimsel bir dil yerine daha samimi bir dili tercih etmelerinin takipçilerinin içerikten ziyade kullanılan dile odaklandıklarını düşündürmüştür. Sonuç olarak içerik üreticilerinin nitelikli paylaşımlar yapmayı tercih etmedikleri göze çarpmıştır. Instagram içerik üreticilerinin halka hitap eden dili ile takipçileri için çocuk yetiştirme ve çocuklara yaklaşım konusunda ekol olarak kabul edildiği görülmüştür. İçerik üreticilerin takipçilerinin gözünde oluşturdukları bu imajın kanıt temelli olmaması, gelecekteki ebeveyn ve öğretmen tutumları açısından risk teşkil edeceğini düşündürmektedir. Alanyazındaki araştırmalar incelendiğinde çalışmanın bulguları ile paralel sonuçlara ulaşan araştırmalara rastlamak mümkündür. Sosyal medya kullanıcısı olan kadınların “Instagram anneleri” olarak adlandırılan içerik üreticilerini takip etme kriterleri arasında samimi olması, eğlenceli ya da faydalı paylaşımlar yapması, eğitim, meslek ve statü sahibi olması ya da örnek aile yaşantısına sahip olma gibi özelliklerinin yer aldığı ortaya konmuştur (Ergül ve Yıldız, 2021; Aydemir ve Şen, 2020). Tüm bu bulgular göz önüne alındığında Instagram içerik üreticilerinin aileler ve öğretmenler tarafından yeterince bilinçli bir şekilde takip edilmediği ve buna paralel olarak da sosyal medya aracılığı ile her zaman doğru bilgiye ulaşamadıkları söylenebilir. Bu durum ise geleceğimiz için oldukça önemli olan çocukları yetiştiren yetişkinlerin çocuk gelişimi ve eğitimi alanında uzman olan profesyoneller ile sosyal medya aracılığı ile yeterince buluşamadıklarına işaret etmektedir.

Öte yandan çalışmaya katılan ebeveynlerin takip ettikleri ve takip etmeyi tercih ettikleri hesaplar sorulduğunda çocuk gelişimi ve eğitimi konusunda eğitilmiş ve alanında uzman kişileri tercih ettiklerini söylemişlerdir. Duddan ve diğerlerinin (2015) çalışması ise bu araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir. Bu araştırmaya göre anneler sosyal medyayı genel olarak faydalı bir bilgi kaynağı ve ebeveynlik aracı olarak görmektedir. Oysa alandaki çalışmalar aslında annelerin takip ettikleri sosyal medya içeriklerinin annelik kimliği ile ilgili olumsuz model almaları ile sonuçlandığını göstermektedir. (Ersoy, 2018; İşözen ve Özkan, 2021). Tüm bu bulgular bize sosyal medyanın gücünün çocuk yetiştirme üzerindeki domino etkisine doğrudan işaret ettiğini göstermektedir.

Araştırmanın bulguları ile ortaya çıkan dördüncü tema “takip etme kararı verilen içerik üreticilerine ilişkin bilgiler” olmuştur. Bu temaya göre ebeveyn ve öğretmenlerin hesapları takip ederken çoğunlukla Instagram profillerinde yer alan biyografi kısmındaki yazıları dikkate aldıkları ve kendi düşünce yapılarına uygun paylaşımlar yapan, takipçileri tarafından iyi yorumlar alan hesapları takip ettikleri görülmektedir. Fakat Instagram profillerindeki biyografi kısmında yer alan bilgiler içerik üreticileri hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmak için her zaman yeterli olamayabilmektedir. Örneğin erken çocukluk gelişimi ve eğitimine ilişkin içerik üreten Instagram hesaplarının %60'ının profilinde öğrenim düzeyi bilgisinin bulunmadığı görülmüştür (Öz, Demir, Gürsoy ve Aral, 2022). Bir diğer takip etme kararı olarak ise öğretmenler ve ebeveynlerin okul rehber öğretmenlerinin veya arkadaşlarının tavsiyesi üzerine hesapları takip etmeye karar verdikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Aydemir ve Şen (2020) çalışmalarında ebeveynlerin Instagram hesaplarını takip etmesinde arkadaş önerisi, reklamlar ve keşfet bölümünün önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir. Ebeveyn ve öğretmenlerin Instagram hesaplarını takip ederken hesabın adına ve profilinde yazan bilgilere bakmanın yeterli olduğunu düşündükleri ve çok azının takip ettikleri hesapların sahiplerine ilişkin araştırma yaptıkları görülmüştür. Elde edilen bu sonuç ebeveynlerin, sosyal medya hesaplarında içerik üreticilerine ilişkin yanlış algılarının oluşabileceğine işaret etmektedir. Tüm bunlar erken çocukluk gelişimi ve eğitimine ilişkin doğru bilgiye ulaşmak için takip edilen sosyal medya hesabına yönelik derinlemesine araştırma yapmanın ve sosyal medya okuryazarı olmanın önemini vurgulamaktadır. Bu çalışmanın bulguları ile paralel sonuçlara işaret eden Saccone'nun araştırmasında (2021) ebeveynlerin takip ettikleri Instagram hesaplarında paylaşılan bilgilerin doğruluk ve gerçekliğinin farkındalığına dair bilgilerinin kısıtlı olduğu bulunmuştur.

Beşinci tema “Instagram hesaplarının öğretmene ve ebeveyne yansması” şeklindedir burada ise ebeveynlik süreçlerine ve öğretmenler üzerindeki yansmaları şeklinde iki alt tema oluşturulmuştur. Ebeveynlik süreçlerine yansımaya örnek olarak psikolojik destek, özgüven, anlayış ve sabrın



artması; öğretmenlik süreçlerine yansımada ise farklı materyaller ve yapılabilecek etkinlikleri öğrenmeye katkı, mesleki bilgi ve eksikliklerin farkına varmak, güçlü iletişim, kendini yenileme, üretkenliğe katkı, yeni bakış açısı kazanmaktır. Öğretmenlerin genellikle farklı etkinlikler görmek ve fikir almak için bu hesapları takip ettikleri söylenebilir. Çalışmaya katılan öğretmenler takip ettikleri hesaplar aracılığı ile farklı etkinlikler öğrendiklerini, mesleki bilgilerine katkı sağladıklarını ve bu sayede çocuklarla daha keyifli ve etkili vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu bulgu öğretmenlerin Instagram içeriklerini aktif bir şekilde sınıf ortamlarına taşıyarak, bu içerikleri doğrudan etkinlik üretme kaynağı olarak kullanabildiklerine işaret etmektedir. Aktulun ve Elmas (2019) yaptıkları çalışmada okul öncesi öğretmenleri için sosyal medya araçlarının, öğrenme sürecini planlama ve değerlendirmede yararı olduğunu belirtmişlerdir. Akgün (2016) ise sosyal ağların kullanımının öğretmenler için derslerinde kullanabilecekleri çeşitli görsel materyallere ulaşmada ve meslektaşları ile iletişim kurma konusunda kolaylık sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgular öğretmenlerin sosyal medyayı kullanmasının bazı önemli olumlu yönleri olduğunu göstermek ile birlikte bu içeriklerin öğretmenlerin yalnızca fikir edinebilecekleri bir bağlam olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Öğretmenler edindikleri her bir bilgiyi derinlemesine araştırıp sınıfındaki her bir çocuk özelinde çocuk gelişimi ve eğitimine uygun bir biçimde çocuğa sunmaya özen göstermelidir. Bu bağlamda öğretmenlerin ancak sosyal medya okuryazarı olduğu durumlarda sosyal medyadan olumlu çıktılar elde edebileceğinin altı çizilmelidir.

Son tema ise “çocuğun gelişimine yansımaları”dır. Ebeveynler ve öğretmenler olumlu ve olumsuz yansımalar olduğunu belirtmişlerdir. Olumlu yansımaya olarak güçlü iletişim kurma, oyun oynama, eğlenceli ve kaliteli vakit geçirme, mutlu olma gibi örnekler verilirken olumsuz yansımaya ise hesapların etkisinin, hiçbir artışının olmaması ve çocuk yetiştirmeye ilişkin negatif etkiden bahsedilmiştir. Ebeveyn ve öğretmenlerin içerik üreticiler aracılığı ile ulaştıkları bu bilgileri çocukların günlük yaşam rutinlerine entegre etmeye çalıştıkları fark edilmiştir. Bronfenbrenner’in (1977) biyo-ekolojik kuramı çerçevesinde bu bulgulara bakıldığında ebeveyn ve öğretmenlerin çocuğun öğrenme süreçleri içerisinde en önemli yere sahip olduğu söylenebilir. Dijital sosyal medya platformlarının yetişkinler arasında erişilebilirliği ve kullanılabilirliğinin artmasıyla birlikte çocukların yakınsal gelişim ve öğrenme süreçlerinde dikkate alınması gereken ek mikrosistem haline gelmektedir. Sosyal medya araçlarının bireyin bağlı olduğu okul veya ev gibi diğer sistemler (mezosistem) ile etkileşime girdiği ve bu sistemlerle iç içe geçtiği bunun sonucunda da bireylerin kültürünü, değerlerini ve inançlarını (makrosistem) şekillendirdiği yadsınamaz bir gerçek haline gelmiştir (Eaton, 2014; Vakili, Stewart, Smith, Mathew ve Wekerle, 2020).

Yapılan araştırma sonucunda ebeveyn ve öğretmenlerin sosyal medyadan etkilendiği ve sosyal medyayı öğrenmek ve öğretmek için bir motivasyon kaynağı olarak algıladığı, sosyal medya içerik üreticilerinden; samimiyet, güvenilirlik ve çocuğa uygunluk, doğru üslup, empati kurma, destek olma gibi nitelikler bekledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ebeveynler ve öğretmenler takip ettikleri Instagram hesaplarına birden fazla yöntem ile ulaşmaktadır. Bunlar arasında dikkat çekici olduğu düşünülen yöntemlerden biri rehber öğretmen veya arkadaş tavsiyesidir. Ayrıca ebeveyn ve öğretmenlerin takip etme kararı aldıkları içerik üreticilerine ilişkin bilgileri çoğunlukla sosyal medya profilinden edindikleri ve buna ilişkin derinlemesine araştırma yapma ihtiyacı hissetmedikleri görülmüştür. Bunun yanında Instagram hesaplarının öğretmen ve ebeveynler üzerine bazı yansımaları bulunmaktadır. Bu yansımalar arasında çocuk ile kaliteli vakit geçirme, güçlü iletişim, mutlu olma ve oyun oynamaya motive olma bulunmaktadır.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre aşağıdaki öneriler sıralanabilir.

- Erken çocukluk gelişimi ve eğitimine yönelik Instagram hesaplarının ebeveyn, öğretmen ve çocuk üzerindeki yansımaları uzun süreli boylamsal çalışmalarla incelenebilir.
- Yapılan bu çalışma anneler ve öğretmenlerden alınan verilerle sınırlıdır. Gelecekteki çalışmalar babaların da dahil olduğu çalışma grubu ile gerçekleştirilebilir.
- Gelecek çalışmalarda içerik üreticilerin de katılımcı olarak çalışmaya dahil edilmesi ile çalışma bulguları zenginleştirilebilir.
- Ebeveyn ve öğretmenlere medya okuryazarlığı alanında kendilerini geliştirmeleri ve sosyal ağları daha bilinçli bir şekilde kullanabilmeleri için alan uzmanları tarafından seminerler ve çeşitli eğitimler verilebilir.
- Çocuk gelişimi ve eğitimi ile ilgili paylaşımlar yapan nitelikli bir Instagram içerik üreticileri ebeveynler ve öğretmenler ile buluşturulabilir.
- Sosyal medya okuryazarlığına ilişkin öğretmenler için hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimler düzenlenebilir.
- Ebeveynlerin sık kullandığı dijital platformlarda anne baba eğitimleri düzenlenebilir.
- Instagram içerik üreticilerinin çocuk hakları ve çocuğun üstün yararı temel alınarak denetlenmesi sağlanabilir.
- Dijital platformların daha nitelikli bir şekilde çocuklara ulaşabilmesi için, bu platformlara yönelik içeriklerin kalkınma planları ve milli eğitim şuraları gibi üst politika belgelerinde ele alınması sağlanabilir.

- Instagram hesabının açılabilmesi için; içerik üreticisinin bazı kriterleri karşılamaşının (örn. bu alanda onaylı uzmanlık belgesinin olması) sağlanması önerilmektedir. Bu bağlamda alan uzmanlarının disiplinler arası bir çalışma ile uygun kriterleri belirlemesi önemlidir.
- Farklı disiplin alanlarının bir araya gelerek içerik üreticilerinin nasıl daha nitelikli ve etkili içerik oluşturabileceklerine ilişkin yayınlar çıkarması ve eğitimler vermesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akgün, F. (2016). Öğretmenlerin ve öğretim elemanlarının sosyal ağların eğitimsel açıdan kullanımına ilişkin görüşleri. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 75-100.
- Aktulun, Ö. U., & Elmas, R. (2019). 21. yüzyıl okul öncesi öğretmenleri için sosyal medya araçları: Muhtemel faydalar. *Temel Eğitim Dergisi*, 1(4), 6-20.
- Aydemir, L., & Şen, İ. (2020). Kadın takipçilerin gözünden Instagram annelerine yönelik bir değerlendirme. *International Journal of Social and Humanities Sciences, (IJSHS)*, 4(1), 41-54.
- Balcı, A. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, 1.5'nik ve ilkeler*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman and Company.
- Başoğlu, R. (2020). *Instagramda popüler anneleri takip eden annelerin annelik ve çocuk gelişimi hakkındaki görüşlerin incelenmesi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi] Aydın Üniversitesi.
- Buchberger, F., Campos, B. P., Kallos, D., & Stephenson, J. (2000). *Green paper on teacher education in Europe*. Umeå, Sweden: Thematic Network on Teacher Education in Europe. 30 Mart 2016 tarihinde <http://www.cep.edu.rs/sites/default/files/greenpaper.pdf> adresinden erişildi.
- Chalken, C., & Anderson, H. (2017). Mothering on Facebook: Exploring the privacy /openness paradox. *Social Media + Society*, 1–10. 10.1177/2056305117707187
- Ciyer, A., Nagasawa, M., Swadener, B. B., & Patet, P. (2010). Impacts of the Arizona system ready/child ready professional development project on preschool teachers' self-efficacy. *Journal of Early Childhood Teacher Education*, 31(2), 129-145.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2021). Eğitimde araştırma yöntemleri (çev. E. Dinç, K. Kıroğlu). Ankara: Pegem Yayınevi (2000)
- CreatorDen (2018). *Milyonları Peşinden Süürükleyen Bu Influencer'lar Da Kim Yahu?* <https://creatorden.com/milyonlari-pesinden-surukleyen-bu-influencerlar-da-kim-yahu/> adresinden erişildi.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri*. M. Bütiin ve S. B Demir, Çev. (Eds.). Siyasal Kitapevi.
- Çolak, B. (2019). *Öğretmenlerin Sosyal ağları kullanım amaçlarının incelenmesi: Suluova örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Davis, K. (2015). *The information experience of new mothers in social media: a grounded theory study*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Queensland Üniversitesi.
- Demircan, N. (2020). *Yeni medya ile annelik kavramının tüketim kültürü çerçevesinde dönüşümü: Instagram anneleri üzerine inceleme* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.

- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C., & Ellison, N. B. (2015). Parents and social media. *Pew Research Center*, 16(1), 2.
- Ergül, G., & Yıldız, S. (2021). Sosyal medyada sosyal annelik: Instagram anneliği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 611-627.
- Eaton, P. W. (2014). Viewing digital space(s) through Bronfenbrenner's Ecological Model. 8.11.2021 tarihinde <https://profpeaton.com/2014/05/11/viewing-digital-spaces-through-bronfenbrenners-ecological-model/> adresinden erişildi.
- Eells, R. J. (2011). *Meta-analysis of the relationship between collective teacher efficacy and student achievement*, [Yayınlanmamış doktora tezi]. Layola Üniversitesi.
- Erişir, R. M., & Erişir, D. (2019). Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde "Sharenting" "Paylaşanabalık" Örneği. *Yeni Medya*, (4), 50-64.
- Ersoy, A. F. (2018). Sosyal medya kullanımının annelerin annelik rolü üzerindeki etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(81), 14-20.
- Eskier, U. (2017). *Medya nedir, topluma etkileri nelerdir?* 23.05.2021 tarihinde makaleler.com adresinden erişildi.
- Fulantelli, G., Taibi, D., & Scifo, L. (2021). The ecological systems theory of human development to explore the student-social media interaction. *eLearning & Software for Education*, 1.
- Frankel, J. R., & Wallen, E. (2004). *How to Design and Evaluate Research in Education*. Mc Graw-Hill International Edition.
- Fuchs, C. (2011). An alternative view of privacy on Facebook. *Information*, 2(1), 140-165.
- Goddard, R. G., Hoy, W. K., & Hoy, A. W. (2004). Collective efficacy: Theoretical development, empirical evidence, and future directions. *Educational Researchers* 33(3), 3-13.
- Gömleksiz, M. N., & Serhatlıoğlu, B. (2013). Okul öncesi öğretmenlerinin öz-yeterlik inançlarına ilişkin görüşleri. *Electronic Turkish Studies* 8(7), 201-221.
- Guo, Y., Justice, L. M., Sawyer, B., & Tompkins, V. (2011). Exploring factors related to preschool teachers' self-efficacy. *Teaching and Teacher Education*, 27(5), 961-968.
- Guo, Y., Piasta, S. B., Justice, L. M., & Kaderavek, J. N. (2010). Relations among preschool teachers' self-efficacy, classroom quality, and children's language and literacy gains. *Teaching and Teacher Education*, 26(4), 1094-1103.
- Hoy, A. W., & Spero, R. B. (2005). Changes in teacher efficacy during the early years of teaching: A comparison of four measures. *Teaching and teacher education*, 21(4), 343-356.
- İşözen, H., & Özkan, Z. H. (2021). Sosyal medya kullanımının annelik tutum ve davranışlarına etkisinin incelenmesi. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi*, 7(1), 33-56.

- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6(2), 2056305120912488.
- Johnson, G. M., & Pupilampu, K. P. (2008). Internet use during childhood and the ecological techno-subsystem. *Canadian Journal of Learning and Technology*, 34(1).
- Kadim, M. (2012). *Okul öncesi öğretmenlerinin oyun öğretimine ilişkin öz-yeterliklerinin incelenmesi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (28. Baskı) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kavak, Y., Aydın, A. & Akbaba, S. A. (2007). *Öğretmen yetiştirme ve eğitim fakülteleri (1982-2007): Öğretmenin üniversitede yetiştirilmesinin değerlendirilmesi*. Yükseköğretim Kurulu Yayınları 2007-5, Ankara: Me1.5san
- Kemp, S. (2021a). *Digital 2021: Global Overview Report*. Essential headlines. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> adresinden erişildi.
- Kemp, S. (2021b). *Digital 2021: Turkey*. Social media statistics for Turkey
- Kesicioğlu, O. S. (2019). Instagramda “Okul Öncesi” etiketiyle yapılan paylaşımların incelenmesi. *6. Uluslararası Okul Öncesi Eğitimi Kongresi*, Kars, Türkiye.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261.
- Konuk, N., & Güntaş, S. (2019). Sosyal medya kullanımı eğitimi ve bir eğitim aracı olarak sosyal medya kullanımı. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 3(4), 1-25.
- Liamputtong, P., & Ezzy, D. (2005). *Qualitative research methods*. 2nd ed. New York: Oxford University Press.
- McBride, D. L. (2011). Risks and benefits of social media for children and adolescents. *Journal of pediatric nursing*, 26(5), 498-499.
- National Association for the Education of Young Children [NAEYC](2009). *NAEYC standards for early childhood professional preparation programs*. 28 Temmuz 2015 tarihinde <https://www.naeyc.org/files/naeyc/file/positions/ProfPrepStandards09.pdf> adresinden erişildi.
- Nielsen, R. C. (2015). *New mothers and social media: the effects of social media consumption and production on social support and parental stress*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi] Brigham Young Üniversitesi.
- O’Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804.
- O’Neill, B. (2015). Ecological perspectives and children’s use of the Internet: exploring micro to macro level analysis. *Eesti Haridusteaduste Ajakiri. Estonian Journal of Education*, 3(2), 32-53. 2015. doi:10.12697/eha.2015.3.2.02b

- Öner, D. (2020). Erken Çocukluk Döneminde Teknoloji Kullanımı ve Dijital Oyunlar: Okul Öncesi Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 140-154.
- Öz, S., Demir, E., Gürsoy F., & Aral, N. (2022). Bir aile destek modeli olarak Instagram: çocuk gelişimi ile ilgili paylaşım yapan Instagram hesaplarının incelenmesi. *World Children Conference-III*, Mersin, Türkiye.
- Pew Research Center (2021) *Social Media Fact Sheet*. Social media use over time. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/> adresinden erişildi.
- Radesky, J. S., Schumacher, J., & Zuckerman, B. (2015). Mobile and interactive media use by young children: the good, the bad, and the unknown. *Pediatrics*, 135(1), 1-3.
- Saccone, L. (2021). *The experience of mothers who use Instagram for social comparison: A generic qualitative study*. [Yayımlanmamış doktora tezi] Capella University.
- Stansbury (2011) *eSchool News*. Ten ways schools are using social media effectively. <https://www.eschoolnews.com/2011/10/21/ten-ways-schools-are-using-social-media-effectively/> adresinden erişildi.
- Starks, H., & Brown Trinidad, S. (2007). Choose your method: A comparison of phenomenology, discourse analysis, and grounded theory. *Qualitative health research*, 17(10), 1372-1380.
- Tonbuloğlu, İ., & İşman, A. (2014). Öğretmenlerin sosyal ağları kullanım profillerinin incelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 320-338.
- Vakili, N., Stewart, S. H., Smith, S., Mathew, A., & Wekerle, C. (2020). Instagram as a knowledge mobilization platform for youth resilience research: An exploratory study. *International Journal of Child and Adolescent Resilience/Revue internationale de la résilience des enfants et des adolescents*, 7(1), 87-101.
- Veziroğlu-Çelik, M., Acar, İ. H., Bilikci, C. A., Şahap, G., & Yalvaç, B. M. (2018). Çocuk, teknoloji ve medya: okul öncesi ve sınıf öğretmenlerinin görüşleri üzerine bir çalışma. *Electronic Turkish Studies*, 13(3).
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital 2020. <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden 25 Ekim 2021 tarihinde erişildi.
- We Are Social & Hootsuite. (2022). Digital 2022. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> adresinden 28 Eylül 2022 tarihinde erişildi.
- Yazıcı, T., & Özel, M. (2017). Sosyal medyada anneliğin eğitim ve etkileşim boyutu: Instagram üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1715-1730.
- Zeybek Kaplan, M. (2018). *Annelik Sosyalleşimi ve Sosyal Medya: Instagram Örneği*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.