



Instagram Üzerinden Okul Öncesi Eğitim Kurumlarının İçerik Paylaşım Tercihleri*

Ümit Ünsal KAYA^{1**}, Erman SAYGILI², Şerife Burcu KAYA³

Öz

Bu araştırma, nitel bir yaklaşımla Instagram üzerinde okul öncesi eğitim kurumlarının içerik paylaşım tercihlerini incelemeyi amaçlamıştır. 04.03.2023 tarihi itibarıyla "Anaokulu" başlık etiketiyle bulunan takipçi sayısı en yüksek ilk beş anaokulu hesabının son 150 paylaşımı içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir; toplamda 750 paylaşım incelenmiştir. Araştırma, etkinlikler, bilgilendirme (çocuk sağlığı, eğitimi ve gelişimi), kutlama ve anma, reklam ve aile katılımı faaliyetleri olmak üzere dört ana tema üzerinden yapılmış ve bu temalar altında detaylı alt temalar belirlenmiştir. Bulgular, anaokullarının özellikle etkinlik temalı gönderilerle eğitsel ve sosyal aktiviteleri vurguladığını (n=455), bilgilendirme içerikleriyle çocuk sağlığı ve eğitimi hakkında bilgiler sunduğunu (n=144), kutlama ve anma paylaşımlarıyla toplumsal olaylara dikkat çektiğini (n=26), reklam ve aile katılımı içerikleriyle ise pazarlama ve aile katılımını teşvik ettiğini (n=125) göstermektedir. Analiz sonuçları, sosyal medyanın eğitim sektöründeki potansiyelini artırmak için stratejiler önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Instagram, sosyal medya, iletişim, anaokulu, okul öncesi

Content Sharing Preferences of Preschool Education Institutions on Instagram

Abstract

This study aims to examine the content sharing preferences of preschool institutions on Instagram using a qualitative approach. As of March 4, 2023, the last 150 posts from the five preschool accounts with the highest number of followers under the "Anaokulu" hashtag on Instagram were analyzed using content analysis; a total of 750 posts were reviewed. The research focused on four main themes: activities, information (especially regarding child health, education, and development), celebrations and commemorations, and marketing and family involvement activities. Detailed sub-themes were identified within these main themes. The findings reveal that preschools predominantly emphasize educational and social activities through activity-themed posts (n=455), provide valuable information on child health and education through informational posts (n=144), highlight awareness of social events and significant dates through celebration and commemoration posts (n=26), and promote their marketing strategies and encourage family participation through marketing and family involvement posts (n=125). The analysis results offer insights into how educational institutions can enhance their social media strategies, generate effective content, and leverage social media's potential in the education sector.

Key Words: Instagram, social media, communication, kindergarten, preschool

* Bu çalışma, Toplumsal Araştırmalar Merkezi tarafından 17-19 Mayıs 2024 tarihleri arasında Kaş - Antalya'da gerçekleştirilen 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

^{1**}Corresponding Author: Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye, umitunsalkaya@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7662-8089

²Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye, ermsaygili@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3958-4774

³Bilim Uzmanı, Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye, sbkaya03@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6814-077X

Giriş

Günümüzde sosyal medya, sadece bireyler arasında değil, birçok sektör için de önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, kullanıcılarına sundukları geniş etkileşim olanakları sayesinde, bilgi paylaşımını ve iletişimi kolaylaştırmaktadır (Chen ve Peng, 2023; Dhiman, 2023; Gökmen, 2023). Eğitim sektörü de bu dijital dönüşüm sürecinden önemli ölçüde etkilenmiş ve sosyal medyayı aktif olarak kullanmaya başlamıştır (Gökmen, 2023; Ohara, 2023). Özellikle Instagram, görsel ağırlıklı yapısı ve geniş kullanıcı kitlesi ile öne çıkan bir sosyal medya platformudur. Instagram, fotoğraf ve video paylaşımlarıyla dikkat çekmekte ve kullanıcılarına etkileşim yaratma fırsatı sunmaktadır. Bu özellikleri nedeniyle, birçok eğitim kurumu Instagram'ı etkin bir şekilde kullanmakta ve eğitim faaliyetlerini bu platform üzerinden tanıtılmaktadır (Carpenter vd., 2020; Gabbidon, 2020).

Okul öncesi eğitim kurumları, eğitim programlarını tanıtmak, etkinlikleri paylaşmak ve velilerle etkileşim kurmak için çeşitli sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Sosyal medya platformları arasında en yaygın olarak kullanılanlar Facebook, YouTube, TikTok ve Instagram'dır (Baş vd., 2023; Yiğitbaşı ve Çelik, 2023). Facebook, geniş kullanıcı kitlesi ve etkileşim olanakları sayesinde okul öncesi eğitim kurumları için önemli bir araçtır (Toruk, 2023). YouTube, video içeriklerin paylaşımı ile eğitim programlarının görsel ve işitsel olarak tanıtılmasına olanak tanır (Doğan vd., 2023). TikTok ise kısa video içerikleri ile hızlı ve etkili bir şekilde bilgi paylaşımı yapma imkanı sunar (Kaya ve Kaya, 2023). Bununla birlikte, Instagram, görsel ağırlıklı yapısı ve geniş kullanıcı kitlesi ile özellikle dikkat çekmektedir. Instagram, fotoğraf ve video paylaşımlarıyla kullanıcılarına etkileşim yaratma fırsatı sunarak, eğitim kurumlarının eğitim programlarını ve etkinliklerini etkili bir şekilde tanıtılmalarına olanak tanır. Instagram'ın sunduğu bu geniş etkileşim olanakları, okul öncesi eğitim kurumlarının hem mevcut velilere ulaşmasını hem de potansiyel velilere kendilerini tanıtmalarını sağlar (Toruk, 2023).

Okul öncesi eğitim kurumları, sosyal medya stratejilerini geliştirirken, çocukların eğitim ve gelişim süreçlerini şeffaf bir şekilde sunarak velilerin güvenini kazanmayı ve katılımlarını artırmayı hedeflemektedir. Bu stratejiler, kurumların itibarını artırmak, eğitim programlarının kalitesini vurgulamak ve aile-okul iş birliğini güçlendirmek amacıyla oluşturulmaktadır (Küreş vd., 2024). Sosyal medya kullanımı, okul öncesi eğitim kurumlarının kurumsal kimliklerini oluşturma ve pekiştirme süreçlerinde de önemli bir araçtır. Kurumlar, sosyal medya üzerinden düzenledikleri etkinlikleri, eğitim programlarını ve günlük aktivitelerini paylaşarak hem velilere hem de toplumun diğer kesimlerine kendilerini tanıtmaya fırsatı bulmaktadır (Güzelsoy ve Özel, 2023). Ayrıca, sosyal medya aracılığıyla velilerden gelen geri bildirimler değerlendirilmektedir. Bu geri bildirimler, kurumların hizmet kalitesini artırmak ve eğitim programlarını geliştirmek için önemli bir kaynak oluşturmaktadır (Durak vd., 2023). Sonuç olarak, sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve sunduğu olanaklar, okul öncesi eğitim kurumlarının etkili iletişim stratejileri geliştirmelerine ve bu stratejileri hayata geçirmelerine büyük katkı sağlamaktadır.

Son yıllarda Instagram kullanıcılarının sayısının artmasıyla birlikte, Instagram ile ilgili bilimsel alanda pek çok araştırma gerçekleştirilmiştir. Literatürde, eğitim kurumlarının kurumsal sosyal medya hesaplarındaki paylaşım içeriklerini inceleyen çalışmalar mevcuttur (örn., Çelik ve Tosun, 2019; Köseoğlu ve Aydın, 2022; Pakkan ve Savaş, 2021). Bununla birlikte, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram sayfalarındaki paylaşımların analizi ilgili doğrudan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, benzer araştırma örneklerine yer verilmiştir. Uyanık-Aktulun ve Elmas (2019), sosyal medya araçlarının okul öncesi eğitimde kullanımıyla ilgili yaptığı derleme çalışmalarında, sosyal medya araçlarının okul öncesi eğitimde kullanımına dair daha derinlemesine araştırmalar yapılmasını tavsiye etmiştir. Yılmaz (2019), Instagram'da "Çocuk ve Oyun" etiketiyle yapılan 300 paylaşımı incelemiş ve ince ve kaba motor becerilerini geliştiren oyunların sıklıkla paylaşıldığını, ancak hareket gerektiren oyun paylaşımlarının sınırlı olduğunu bulmuştur. Kesicioğlu (2019), "okul öncesi" etiketiyle paylaşılan 500 paylaşımı incelemiş ve çocukların yüzlerinin açıkça

göründüğünü, paylaşımların çoğunlukla kadınlar tarafından yapıldığını, daha çok öğretmenlerin eğitim içerikli paylaşımlar yaptığını tespit etmiştir. Kaya ve Kaya (2023) TikTok uygulamasında okul öncesi etiketiyle paylaşılan içerikleri incelemiş ve Kesicioğlu'nun (2019) çalışmasına benzer bulguları raporlamıştır. Benzer bir çalışmada, Civelek ve Uyanık (2020), "Okul Dışarda Günü" kapsamında yapılan 250 etkinliği incelemiş ve 2019 yılında yapılan etkinliklerin daha çeşitli olduğunu, her iki yılda da en çok sanat, oyun ve fen alanında etkinlikler yapıldığını belirlemiştir.

Bu araştırmanın temel gerekçesi, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram üzerinden yaptıkları paylaşımları inceleyerek, bu paylaşımların içerik tercihlerini ve bu tercihlerin kurumların iletişim stratejilerine nasıl yansıdığını anlamaktır. Bu araştırma, bu alandaki bilgi eksikliğini gidermeyi ve okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya kullanım stratejilerini daha etkili hale getirmek için öneriler sunmayı amaçlamaktadır. Bu noktadan hareketle araştırmanın amacı, Instagram üzerinde okul öncesi eğitim kurumlarının içerik paylaşım tercihlerini detaylı bir şekilde incelemektir. Araştırma, nitel bir yaklaşımla, Instagram'da "Anaokulu" başlık etiketiyle bulunan, takipçi sayısı en yüksek ilk beş anaokulu hesabının yapmış olduğu paylaşımları analiz etmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın ana soruları şunlardır:

1. Okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram paylaşımlarında hangi içerik türlerine ağırlık verilmektedir?
2. Bu paylaşımlar hangi temalar ve alt temalar altında toplanmaktadır?
3. Okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya paylaşımları, Milli Eğitim Bakanlığı'nun belirlediği yönetmeliklere ne ölçüde uygunluk göstermektedir?

Bu araştırmanın bulguları, çeşitli paydaşlar için önemli çıkarımlar sağlayabilir. Eğitim kurumları için, araştırmanın bulguları, sosyal medya stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir. Kurumlar, hangi tür içeriklerin daha fazla etkileşim aldığını ve hangi konuların daha çok ilgi çektiğini öğrenebilirler. Bu bilgiler, içerik planlamasında ve sosyal medya stratejilerinin oluşturulmasında kullanılabilir. Veliler için, bu araştırma, okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya paylaşımlarını nasıl değerlendirdiklerini anlamalarına yardımcı olabilir. Veliler, çocuklarının eğitim süreçlerini daha yakından takip edebilir ve kurumlarla daha iyi iletişim kurabilirler. Eğitim politikaları için, Milli Eğitim Bakanlığı ve ilgili eğitim politikası yapımcıları, okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya kullanımı hakkında daha bilinçli kararlar alabilir ve sosyal medya yönetmeliklerini bu doğrultuda düzenleyebilirler. Bu, çocukların kişisel verilerinin korunması ve hukuka uygun paylaşımlar yapılması açısından da önemlidir. Gelecek çalışmalar için, bu araştırmanın bulgularını bir temel oluşturabilir ve diğer araştırmacılara yol gösterebilir. Bu çalışma, sosyal medya kullanımı ve eğitim kurumları arasındaki ilişkiyi inceleyen literatüre önemli katkılar sağlayabilir.

Sonuç olarak, bu araştırma, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram üzerindeki içerik paylaşım tercihlerini inceleyerek, bu paylaşımların kurumların iletişim stratejilerine nasıl yansıdığını ve bu stratejilerin ne ölçüde etkili olduğunu değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, sosyal medya kullanımının eğitim sektöründeki potansiyelini ortaya koyarak, eğitim kurumlarının dijital çağda daha etkili ve bilinçli bir şekilde sosyal medya stratejileri geliştirmelerine yardımcı olmayı hedeflemektedir.

Yöntem

Araştırmanın Deseni

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerine dayalı olarak tasarlanmış ve yürütülmüştür. Nitel araştırma yöntemleri, sosyal bilimlerde karmaşık fenomenleri derinlemesine incelemek için yaygın olarak kullanılan bir yaklaşımdır (Creswell, 2013). Bu çalışmada, çevrimiçi bilgi toplama yöntemi kullanılmış ve sanal ortamdan toplanan veriler analiz edilmiştir (Merriam, 2015; Bulut ve Avcı, 2013). Araştırmada, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, yazılı, sözlü veya görsel iletişim

materyallerini sistematik ve objektif bir şekilde incelemek için kullanılan bir tekniktir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Örnekleme

Bu araştırmanın örnekleme, 04.03.2023 tarihi itibarıyla Instagram platformunda "Anaokulu" başlık etiketiyle bulunan ve takipçi sayısı en yüksek ilk beş özel anaokulu hesabından oluşmaktadır. Bu anaokullarından en fazla takipçi sayısına sahip anaokulu 384.000 kullanıcı tarafından takip edilirken, örnekleme dahil edilen son anaokulu 321.000 takipçiye sahiptir. Bu hesaplar, geniş takipçi kitlelerine sahip olmaları nedeniyle seçilmiş olup, bu sayede daha geniş ve çeşitli bir veri seti sunmaktadır. Örnekleme dahil edilen her bir anaokulu hesabının en son 150 paylaşımı analiz edilmiştir, böylece toplamda 750 paylaşım içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Seçim kriterleri arasında takipçi sayısı, aktif paylaşım sıklığı ve hesapların güncel olması gibi faktörler dikkate alınmıştır. Bu kriterler, incelenen hesapların aktif ve etkileşimli bir kullanıcı kitlesine sahip olmasını garanti altına almak amacıyla belirlenmiştir.

Veri Toplama

Bu çalışmada, veri toplama süreci Instagram platformunda "Anaokulu" başlık etiketiyle bulunan takipçi sayısı en yüksek ilk beş anaokulu hesabının paylaşımlarını inceleyerek gerçekleştirilmiştir. Veri toplama işlemi 04.03.2023 tarihi itibarıyla bu hesapların en son 150 paylaşımını kapsayacak şekilde yapılmıştır. Böylece toplamda 750 paylaşım toplanmış ve analiz edilmiştir. Veri toplama sürecinde dikkat edilen önemli bir husus, hesapların aktif olarak paylaşımlar yapması ve geniş bir takipçi kitlesine sahip olmasıdır. Bu kriterler, elde edilen verilerin geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmak amacıyla belirlenmiştir.

Veri Analizi

Veri analizi sürecinde, içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada, toplanan Instagram paylaşımları belirli temalar ve alt temalar etrafında kodlanarak analiz edilmiştir. Araştırmanın ana temaları etkinlikler, bilgilendirme, kutlama ve anma, reklam ve aile katılımı faaliyetleri olarak belirlenmiştir. Kodlama sürecinde, her bir paylaşım belirlenen temalar ve alt temalar doğrultusunda kategorize edilmiştir. Bu süreçte, temalar ve alt temalar için frekans dağılımları ve yüzdelik oranlar hesaplanmıştır. Paylaşımların Milli Eğitim Bakanlığı'nın belirlediği yönetmeliklere uygunluk değerlendirmesi de analiz sürecinin bir parçası olmuştur.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği sağlamak amacıyla çeşitli önlemler alınmıştır. İçerik analizi sürecinde iki bağımsız araştırmacı kodlama yapmıştır. Bu araştırmacılar, her bir paylaşımı belirlenen temalar ve alt temalar doğrultusunda kodlamış ve bu kodlamalar karşılaştırılarak tutarlılık sağlanmıştır. Merriam (2015) tarafından önerilen araştırmacı üçgenleme yaklaşımı kullanılmıştır. İki yazarın görüş ayrılığı beliren noktalarda, üçüncü yazarın görüşlerine başvurulmuş ve uzlaşma yoluna gidilmiştir. Değerlendirme sonucunda çıkan sonuçlar, Miles ve Huberman (2015) tarafından önerilen [Görüş Birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) × 100] formülüyle hesaplanmıştır. Araştırmanın genel güvenilirlik katsayısı %98 olarak bulunmuştur. Kodlama sürecinde elde edilen tüm veriler ve raporlar saklanmıştır. Bu, araştırmanın güvenilirliğini artırmak için alınan ek bir önlemdir.

Bulgular

Bu bölümde, araştırmanın bulguları detaylandırılmaktadır. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analiz edilmesi sonucunda, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram paylaşımlarında hangi tür etkinliklere yer verdikleri belirlenmiştir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu değerlendirme, paylaşımların hangi temalar ve alt temalar altında toplandığını ve bu temaların frekanslarını ortaya koymaktadır. Bu analiz, okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya

stratejilerini anlamak ve geliştirmek için önemli ipuçları sunmaktadır. Tablo 1'de, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram'da paylaştıkları etkinlik türlerinin frekans dağılımları sunulmuştur.

Tablo 1. Okul Öncesi Eğitim Kurumlarının Instagram'da Paylaştıkları Etkinlik Türleri

Etkinlik Kategorisi	Etkinlik Türü	N	(%)
Sınıf İçi Etkinlikler	Tematik oyunlar	76	16,70
	Branş Etkinlikleri (Yoga, Satranç, Kodlama, Yüzme, vb.)	69	15,16
	Hikâye zamanı (kitap okuma, kukla gösterileri)	55	12,09
	El işi ve sanat etkinlikleri (resim, şekil kesme, boyama, vb.)	51	11,21
	Eğitici oyunlar (yap-boz, bloklar, eşleştirme oyunları)	46	10,11
	Müzik ve ritim aktiviteleri (şarkı söyleme, ritim aletleri)	38	8,35
Sınıf Dışı Etkinlikler	Spor günleri (jimnastik, yarışmalar, sokak oyunları)	28	6,15
	Kültürel etkinlikler (tiyatro, çocuk sineması günleri)	11	2,42
Alan Gezileri	Çocuk festivalleri ve panayırıları	9	1,98
	Doğal park ziyaretleri (doğa yürüyüşleri, orman gezileri)	42	9,23
	Bilim merkezi ve müze gezileri	23	5,05
	İtfaiye merkezi, polis karakolu, vb. ziyaretleri	7	1,54
Toplam		455	100,00

Tablo 1 incelendiğinde, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram'da en sık paylaştıkları etkinlik türünün herhangi bir bilgi ve beceriyi çocukların kendi kendilerine öğrenmesini amaçlayan tematik oyunlar (%16,70) olduğu görülmektedir. Bunu, branş etkinlikleri (Yoga, Satranç, Kodlama, Yüzme, vb.) (%15,16), hikaye zamanı (%12,09), el işi ve sanat etkinlikleri (%11,21) ve eğitici oyunlar (%10,11) takip etmektedir. Sınıf dışı etkinlikler arasında en sık paylaşılan türler müzik ve ritim aktiviteleri (%8,35), spor günleri (%6,15) ve kültürel etkinlikler (%2,42) olarak sıralanmaktadır. Alan gezileri kapsamında ise en çok doğal park ziyaretleri (%9,23) ve bilim merkezi gezileri (%5,05) dikkat çekmektedir. Bu bulgular, okul öncesi eğitim kurumlarının özellikle sınıf içi etkinliklere ağırlık verdiğini ve bu etkinliklerin çocukların gelişiminde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bilgilendirme içerikleri ise Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Okul Öncesi Eğitim Kurumlarının Instagram'da Bilgilendirme İçerikleri

Bilgilendirme Türü	Açıklama	N	%
Eğitim Programları	Okulun uyguladığı eğitim programlarının ve etkinliklerin tanıtılması.	39	27,08
Çocuk Gelişimi	Çocuk gelişim alanları hakkında takipçileri bilgilendirme	32	22,22
Beslenme ve Menüler	Okulda sunulan yemekler, özel diyet gereksinimleri ve beslenme bilgileri.	28	19,44
Öğretmen ve Personel	Öğretmenler ve yeni personel hakkında bilgiler, öğretmenlerin uzmanlık alanları.	24	16,67
Etkinlik Takvimi	Okulun düzenleyeceği etkinliklerin ve önemli tarihlerin duyurulması.	13	9,03
Veli Toplantıları	Veli toplantılarının zamanları, gündem maddeleri ve önemi.	5	3,47
Kayıt Bilgileri	Yeni öğrenci kayıtları, kayıt yenileme tarihleri ve gereken belgeler.	3	2,08
Toplam		144	100,00

Tablo 2 incelendiğinde, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram'da en sık paylaştıkları bilgilendirme türünün eğitim programları (%27,08) olduğu görülmektedir. Bunu, çocuk gelişimi (%22,22), beslenme ve menüler (%19,44) ve öğretmen ve personel bilgileri (%16,67) takip etmektedir. Etkinlik takvimi (%9,03), veli toplantıları (%3,47) ve kayıt bilgileri (%2,08) ise daha az sıklıkla paylaşılan bilgilendirme içerikleri arasında yer almaktadır. Bu bulgular, okul öncesi eğitim kurumlarının özellikle eğitim programlarını ve çocuk gelişimi ile ilgili bilgileri paylaşmaya odaklandığını göstermektedir. Kutlama ve anma paylaşımlarına ilişkin bulgular ise Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Okul Öncesi Eğitim Kurumlarının Instagram'da Kutlama ve Anma Paylaşımları

Kategori	Açıklama	N	%
MEB - Belirli Gün ve Haftalar	MEB Programında yer alan toplumsal bilinç oluşturma amacı taşıyan tarihler	11	42,31
Milli Bayramlar - Anma Günleri	Milli bayramlar ve 10 Kasım Atatürk'ü Anma etkinlikleri	9	34,62
Dini Günler	Bayram ve kandil gibi dini öneme sahip günler.	3	11,54
Sportif Başarılar	Milli takımların kaydettiği başarılar	2	7,69
Şehit Haberleri	Terörle mücadelede şehit olan personellerle ilgili paylaşımlar	1	3,85
Toplam		26	100,00

Tablo 3'e göre, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram'da en sık paylaştıkları kutlama ve anma içeriklerinin MEB tarafından belirlenen gün ve haftalar (%42,31) olduğu görülmektedir. Bunu, milli bayramlar ve anma günleri (%34,62) takip etmektedir. Dini günler (%11,54), sportif başarılar (%7,69) ve şehit haberleri (%3,85) ise daha az sıklıkla paylaşılan içerikler arasında yer almaktadır. Bu bulgular, okul öncesi eğitim kurumlarının toplumsal bilinç oluşturma ve milli değerleri vurgulama amacıyla paylaşımlar yaptığını göstermektedir. Reklam ve aile katılımı içeriklerine ilişkin bulgular ise Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Okul Öncesi Eğitim Kurumlarının Instagram'da Reklam ve Aile Katılımı İçerikleri

İçerik Türü	Açıklama	N	%
Reklam İçerikleri	Kurumun sunduğu eğitim programlarının tanıtımı, kayıt kampanyaları vs.	59	47,2
Aile Katılımını Teşvik Edici Etkinlikler	Aile günleri, özel aile katılımı etkinlikler ve atölye çalışmaları.	39	31,2
Ebeveyn Bilgilendirme Seminerleri	Ebeveynler için düzenlenen eğitim seminerleri ve bilgilendirme toplantıları.	16	12,8
Topluluk Etkinlikleri	Okul ve çevresindeki toplulukla birlikte düzenlenen kermes gibi etkinlikler.	11	8,8
	Toplam	125	100

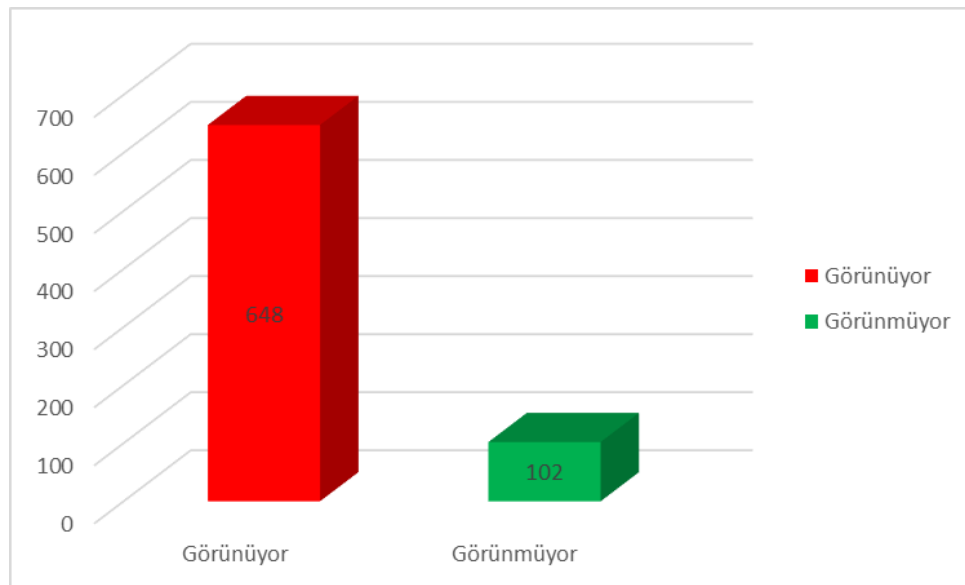
Tablo 4'ün sunduğu bulgulara göre, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram'da en sık paylaştıkları reklam ve aile katılımı içeriklerinin reklam içerikleri (%47,2) olduğu görülmektedir. Bu içerikler, kurumun sunduğu eğitim programlarının tanıtımını ve kayıt kampanyalarını içermektedir. Bunu, aile katılımını teşvik edici etkinlikler (%31,2) takip etmektedir; bu etkinlikler aile günleri, özel aile katılımı etkinlikler ve atölye çalışmalarını kapsamaktadır. Ebeveyn bilgilendirme seminerleri

(%12,8) ve topluluk etkinlikleri (%8,8) ise daha az sıklıkla paylaşılan içerikler arasında yer almaktadır. Bu bulgular, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram'ı hem eğitim programlarını tanıtmak hem de ailelerin katılımını teşvik etmek amacıyla etkin bir şekilde kullandığını göstermektedir.

Okul öncesi eğitim kurumları, çocukların kişisel bilgilerini ve fotoğraflarını paylaşırken hukuka uygun hareket etmek zorundadır. Bu bağlamda, öncelikle 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na riayet etmeleri gerekmektedir (Resmi Gazete, 2016). Kanun, kişisel verilerin işlenmesi ve korunması ile ilgili esasları düzenlemekte olup, çocukların kişisel bilgilerinin izinsiz paylaşılmasını yasaklamaktadır. Ayrıca, Millî Eğitim Bakanlığı'nun 2017 tarihli "Okullarda Sosyal Medyanın Kullanımı" konulu genelgesi (MEB, 2017), Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi 16. Maddesine (Resmi Gazete, 1995), ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 132. Maddesine (Özgenç, 2019) atıfta bulunarak, okul yöneticilerinin ve personelinin bu konuda bilinçlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Genelge, öğrencilere ait ses, yazı, görüntü ve video kayıtlarının hukuka aykırı şekilde paylaşılmasının önlenmesi için gerekli önlemlerin alınmasını ve bu tür paylaşımlar tespit edildiğinde ilgili mevzuat çerçevesinde yasal işlemlerin başlatılmasını emretmektedir.

Güncel duruma bakıldığında, 15.05.2024 tarihi itibarıyla Millî Eğitim Bakanı Yusuf Tekin'in açıklamaları bu konudaki düzenlemelerin daha da sıkılaştırılacağını göstermektedir (NTVhaber, 2024). Öğretmenlerin öğrencileri kullanarak yaptığı sosyal medya paylaşımlarına getirilecek düzenlemeler kapsamında, öğrencilerin görüntülerini paylaşan öğretmenlere cezalar verileceği belirtilmiştir. Ayrıca, paylaşımlarda öğrencilerle sokak ağzıyla konuşan öğretmenlerin de uyarılacağı ve aylık kesme cezası uygulanacağı vurgulanmıştır. Bu durum, çocukların kişisel bilgileri ve fotoğraflarının korunması konusundaki hassasiyetin artmakta olduğunu ve yasal düzenlemelerin bu yönde güncellenerek daha katı hale getirileceğini göstermektedir.

Çalışmanın son bulgusu olarak, Instagram paylaşımlarında çocukların yüzlerinin görünme durumu incelenmiştir. Şekil 1'de, paylaşımların çoğunda çocukların yüzlerinin görüldüğü fark edilmektedir.



Şekil 1. Instagram Paylaşımlarında Çocukların Yüzlerinin Görünme Durumu

Şekil 1'e göre özellikle çocukların yüzlerinin görünür şekilde paylaşıldığı 648 gönderi, bu paylaşımların büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Buna karşın, çocukların yüzlerinin görünmediği

gönderi sayısı ise 102'dir. Bu veriler, çocukların gizliliğini koruma gerekliliği açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Eğitim kurumlarının, paylaşımlarında çocukların kişisel verilerini ve fotoğraflarını koruma konusunda daha dikkatli olmaları gerektiği, mevcut yasal düzenlemelere ve güncel gelişmelere dayanarak vurgulanmaktadır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram paylaşımlarını inceleyerek elde edilen bulgular, literatürde benzer bir çalışma olan Çelik ve Tosun'un (2019) araştırması ile karşılaştırılmıştır. Her iki çalışmada da eğitim kurumlarının sosyal medya paylaşımlarında belirli temaların öne çıktığı görülmektedir.

Öncelikle, etkinlik teması üzerinde durulduğunda, bu çalışmada okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram paylaşımlarında en sık tematik oyunlar (%16,70) ve branş etkinlikleri (%15,16) gibi sınıf içi etkinliklere yer verdikleri görülmüştür. Çelik ve Tosun (2019) çalışmasında da etkinliklerin en çok paylaşılan tema olduğu ve sınıf düzeyindeki etkinliklerin yoğunlaştığı belirtilmiştir. Bu durum, her iki çalışmanın da eğitim kurumlarının sosyal medya stratejilerinde etkinliklerin görünürlüğünü artırma eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim kurumlarının bu tür etkinlikleri paylaşmasının nedeni, velilere ve topluma eğitim programlarının zenginliğini ve çeşitliliğini göstermek olabilir. Ayrıca, bu paylaşımların, kurumların aktif ve dinamik bir eğitim ortamı sunduğunu vurgulamak için de kullanıldığı düşünülebilir.

Bilgilendirme içerikleri açısından, bu çalışmada en sık paylaşılan bilgilendirme türlerinin eğitim programları (%27,08) ve çocuk gelişimi (%22,22) olduğu tespit edilmiştir. Çelik ve Tosun (2019) çalışmasında da bilgilendirme paylaşımlarının önemli bir yer tuttuğu ve okulun işleyişi, sınavlar ve veliye yönelik bilgilendirmelerin ön planda olduğu belirtilmiştir. Her iki çalışmada da bilgilendirme içeriklerinin yüksek oranda paylaşılması, eğitim kurumlarının şeffaflık ve bilgi paylaşımı konusundaki hassasiyetlerini yansıtmaktadır. Eğitim programlarının ve çocuk gelişimi ile ilgili bilgilerin paylaşılması, velilerin eğitim sürecine daha aktif katılımını ve bilinçlenmesini sağlayabilir (Özdiç, 2014). Bu durum, velilerin kurumlarla daha güçlü bir bağ kurmasını ve eğitim süreçlerine daha fazla dahil olmasını teşvik edebilir (Balci ve Tezel Şahin, 2016).

Kutlama ve anma paylaşımları, bu çalışmada MEB tarafından belirlenen gün ve haftalar (%42,31) ve milli bayramlar (%34,62) olarak öne çıkmıştır. Çelik ve Tosun (2019) çalışmasında da benzer şekilde, kutlamaların önemli bir yer tuttuğu ve özellikle belirli gün ve haftalar ile milli bayramların sıklıkla paylaşıldığı belirtilmiştir. Bu benzerlik, eğitim kurumlarının milli ve dini değerleri vurgulama ve toplumsal bilinci artırma amaçlarını sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Eğitim kurumlarının bu tür paylaşımlarının, toplumsal değerlerin korunması ve yaygınlaştırılması açısından büyük önem taşıdığı söylenebilir. Ayrıca, bu tür paylaşımlar, kurumların toplumsal duyarlılıklarını ve değerlerini velilere ve topluma gösterme fırsatı sunar (Yüce ve Taşdemir, 2019).

Reklam ve aile katılımı içerikleri ise bu çalışmada reklam içeriklerinin (%47,2) ve aile katılımını teşvik edici etkinliklerin (%31,2) öne çıktığı görülmüştür. Çelik ve Tosun (2019) çalışmasında bu tür içeriklere dair spesifik veriler yer almamakla birlikte, okulların yürüttüğü çalışmaları ve projeleri paylaşarak görünürlüklerini artırma çabasında oldukları belirtilmiştir. Eğitim kurumlarının sosyal medyada reklam ve aile katılımı içeriklerine yer vermesi hem kurumun tanıtımını yapmak hem de velilerin aktif katılımını teşvik etmek amacıyla yapılmış olabilir. Bu durum, velilerin kurumla daha yakın bir ilişki kurmasını ve çocuklarının eğitim sürecine daha fazla dahil olmalarını sağlar (Doğan ve Barutçu, 2019). Ayrıca, reklam içerikleri, potansiyel yeni velilere kurumun sunduğu hizmetler hakkında bilgi verme fırsatı sunar (Pratiwi, 2023).

Son olarak, Instagram paylaşımlarında çocukların yüzlerinin görünme durumu incelendiğinde, paylaşımların çoğunda çocukların yüzlerinin görüldüğü (648 paylaşım) ve az bir kısmında ise görünmediği (102 paylaşım) tespit edilmiştir. Bu durum, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ve Millî Eğitim Bakanlığı'nın ilgili genelgesine aykırıdır. Çelik ve Tosun (2019) çalışmasında da sosyal medya paylaşımlarında kişisel verilerin korunmasına dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Eğitim kurumlarının bu konuda daha dikkatli olmaları ve yasal düzenlemelere uygun hareket etmeleri büyük önem taşımaktadır. Çocukların kişisel verilerinin korunması hem hukuki hem de etik açıdan kritik bir konudur (Tuğ Levent, 2022; Uçak, 2021). Bu bağlamda, eğitim kurumlarının sosyal medya paylaşımlarında daha dikkatli olmaları, çocukların güvenliğini ve gizliliğini koruma açısından hayati öneme sahiptir.

Özetle, bu çalışmanın bulguları, literatürdeki benzer bir çalışmayla büyük ölçüde uyum göstermektedir. Eğitim kurumlarının sosyal medya kullanımlarında etkinliklerin, bilgilendirme içeriklerinin ve kutlamaların ön planda olduğu, çocukların yüzlerinin görünmesi konusunda ise yasal düzenlemelere uyulması gerektiği açıktır. Eğitim kurumlarının sosyal medya stratejilerini geliştirirken, yasal çerçevelere ve etik kurallara uygun hareket etmeleri hem kurumsal itibarlarını korumak hem de velilere ve topluma güven vermek açısından kritik öneme sahiptir. Eğitim kurumları, sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanarak hem eğitim kalitesini artırabilir hem de toplumsal değerleri ve bilinçlenmeyi destekleyebilirler.

Bu çalışmada, okul öncesi eğitim kurumlarının Instagram paylaşımlarını inceleyerek, bu paylaşımların temaları ve içeriklerinin Millî Eğitim Bakanlığı'nın belirlediği yönetmeliklere uygunluğu değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, eğitim kurumlarının sosyal medya paylaşımlarında etkinlikler, bilgilendirme, kutlamalar ve anma, reklam ve aile katılımı içeriklerinin öne çıktığını göstermiştir. Ayrıca, paylaşımların çoğunda çocukların yüzlerinin görüldüğü tespit edilmiştir, bu da kişisel verilerin korunması konusunda dikkat edilmesi gereken önemli bir husustur.

Millî Eğitim Bakanlığı için, okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya kullanımına yönelik mevcut düzenlemelerin güncellenmesi ve çocukların kişisel verilerinin korunması konusunda daha katı kurallar getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, eğitim kurumlarının sosyal medya paylaşımlarının düzenli olarak denetlenmesi ve hukuka aykırı paylaşımların tespit edilerek gerekli yasal işlemlerin başlatılması önemlidir.

Okul öncesi eğitim kurumu sosyal medya sorumluları ve yöneticileri için, sosyal medya sorumlularının çocukların kişisel verilerinin korunması ve sosyal medya kullanımı konusunda düzenli olarak eğitilmesi gerekmektedir. Eğitim kurumları, sosyal medya kullanımına yönelik net politikalar geliştirerek bu politikaları tüm personel ve velilerle paylaşmalıdır. Ayrıca, çocukların fotoğraflarının ve videolarının paylaşılardan önce velilerden yazılı izin alınması sağlanmalıdır.

Veliler için, çocuklarının kişisel verilerinin korunması konusunda bilinçlendirilmesi ve eğitim kurumlarına bu konuda geri bildirimde bulunmalarının teşvik edilmesi önemlidir. Velilerin, çocuklarının fotoğraflarının ve videolarının paylaşılması konusunda bilgilendirilerek, gerekli izinlerin yazılı olarak verilmesi sürecine aktif katılımları sağlanmalıdır.

Bu araştırmanın sınırlılıkları arasında örneklem kısıtlaması bulunmaktadır. Araştırma, sadece belirli bir dönemde ve sınırlı sayıda okul öncesi eğitim kurumunun Instagram paylaşımlarını kapsamaktadır. Farklı zaman dilimlerinde ve daha geniş bir örnekleme yapılan çalışmalar, daha kapsamlı sonuçlar verebilir. Ayrıca, araştırma sadece Instagram paylaşımlarını incelemiş olup, diğer sosyal medya platformlarındaki paylaşımlar değerlendirilmemiştir. Bu durum, genel sosyal medya kullanım alışkanlıklarının tam olarak yansıtılmamasına neden olabilir. İçerik analizi yöntemi ile elde edilen veriler, nitel bir yaklaşımla yorumlanmıştır ve bu yöntem, veri analizi sürecinde subjektif değerlendirmelere açık olabilir.

Gelecekteki araştırmalar, daha geniş bir örneklem ile farklı sosyal medya platformlarını da içerecek şekilde tasarlanmalıdır. Bu, daha genel ve kapsamlı sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, okul öncesi eğitim kurumlarının sosyal medya kullanımını uzun bir zaman diliminde izleyerek, zaman içerisindeki değişimleri ve eğilimleri incelemek faydalı olacaktır. Hem nitel hem de nicel araştırma yöntemlerini kullanarak, sosyal medya paylaşımlarının etkilerini ve sonuçlarını daha detaylı bir şekilde analiz etmek önemlidir. Velilerin sosyal medya kullanımı konusundaki görüş ve tutumlarını inceleyen araştırmalar yapılmalıdır. Bu, eğitim kurumlarının sosyal medya stratejilerini velilerin beklentilerine göre şekillendirmelerine yardımcı olabilir. Son olarak, çocukların kişisel verilerinin korunması ve gizlilik konusunda daha derinlemesine çalışmalar yapılarak, bu alandaki yasal düzenlemelerin etkileri ve uygulamaları değerlendirilmelidir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Çalışma hiçbir şekilde canlı üzerinde veri toplama içermediğinden etik kurul raporuna ihtiyaç duyulmamıştır.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Tüm yazarlar makaleye eşit bir şekilde katkı sunmuştur.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Balcı, A. ve Tezel-Şahin, F. (2016). Sosyal medyanın aile katılımında kullanılabilirliği üzerine bir inceleme. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2309-2322.
- Baş, Ö., Audry, A. S., İnceoğlu, İ., Kaya, Y. B., Cöbek, G., ve Alkurt, S. V. (2023). Türkiye’de genç yetişkinlerin sosyal medya kullanımları ve paylaşım türlerinin incelenmesi. *Intermedia International E-journal*, 10(18), 136-159.
<https://doi.org/10.56133/intermedia.1259262>
- Bulut, M. K. ve Avcı, N. (2013). Çocukluğa bakış: Bir sosyal paylaşım sitesi örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2335-2352.
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M. ve Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram?. *Teaching and Teacher Education*, 96, 103149.
- Chen, M. ve Peng, A. Y. (2023). Why do people choose different social media platforms? Linking use motives with social media affordances and personalities. *Social Science Computer Review*, 41(2), 330-352.
- Civelek, P. ve Uyanık, G. (2020). Okul öncesi eğitimde ‘Okul Dışarıda Günü’ etkinliklerinin incelenmesi: Covid19 pandemisinin etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 3(2), 116-134.
<http://doi.org/10.33400/kuje.814337>
- Creswell, J. W. (2013). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel, Karma*. Ankara: Eğiten Kitap.
- Çelik, K. ve Tosun, A. (2019). Okulların kurumsal sosyal medya hesaplarının incelenmesi. *ITEAC’2019 Tam Metin Bildiri Kitabı*, 117.
- Dhiman, D. B. (2023). Ethical issues and challenges in social media: A current scenario. *Available at SSRN 4406610*.
- Doğan, N. ve Barutçu, S. (2019). Eğitim kurumlarında sosyal medya pazarlama algısı: Denizli ilinde bir araştırma. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 5(4).
- Doğan, E., Güven, E., Koyuncu, B., ve Ünlü, T. (2023). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımı: Eğitimde iletişim ve öğrenmeyi destekleme potansiyeli. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 3(10), 1705-1721.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10115450>

- Durak, C., Çevik, N., Köse, S., ve Şafak, M. (2023). Okul imajı konusunda veli görüşlerinin değerlendirilmesi. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 3(10), 1676-1704.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10075650>
- Gabbidon, I. Y. (2020). Social media and preschool leaders: Examining the adoption and experiences of social media [Doctoral dissertation]. St. Thomas University.
- Gökmen, M. (2023). Mobil araçların gündelik hayat içerisindeki kullanım alanları. F. Ata (Ed), *Mobil dönüşüm medya eğitim pratikleri* (s. 9-26) içinde. Eğitim Yayınevi.
- Güran Yiğitbaşı, K. ve Çelik, S. (2023). Dijital dünyada mahremiyet, ebeveynlik ve çocuklar: Afyonkarahisar örneği. *TRT Akademi*, 8(19), 846-875.
<https://doi.org/10.37679/trta.1365718>
- Güzelsoy, U. C. ve Özel, Ö. (2023). Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya platformlarında üretilen okul öncesi eğitim ile ilgili içerikler hakkındaki görüşlerinin incelenmesi. H. Pıhtılı (Ed.) *Çankara international congress on scientific research. April 10-12, 2023 / Ankara-Türkiye proceedings book* (s. 461-473) içinde. IKSAD Yayınevi.
- Kaya, Ü. Ü. ve Kaya, Ş. B. (2023). TikTok'ta "okul öncesi" etiketiyle yapılan paylaşımların incelenmesi. *The Journal of Academic Social Science*, 142(142), 339-356.
<http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.70246>
- Kesicioğlu, S. O. (2019). Instagramda "okul öncesi" etiketiyle yapılan paylaşımların incelenmesi. 6. *Uluslararası Okul Öncesi Eğitimi Kongresi Tam Metin Bildiri Kitabı*.
- Köseoğlu, Ö. ve Aydın, İ. (2022). Devlet ilkokullarında sosyal medya politikası ve yönetimine ilişkin nitel bir araştırma. *Journal of Political Administrative and Local Studies*, 5(1), 1-25.
- Küreş, M. B., Aldemir, Y., Ateş, S., ve Şahin, Ş. D. (2024). Okul imajı ve itibarına yönelik okul yönetici değerlendirmeleri. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 4(1), 165-178.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10546984>
- MEB. (2017). *Okullarda Sosyal Medyanın Kullanımına Yönelik Genelge*. Milli Eğitim Bakanlığı Hukuk İşleri Genel Müdürlüğü. http://mevzuat.meb.gov.tr/html/sosyalmedya/sosyalmedya_0.html
- Merriam, S. B. ve Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. John Wiley & Sons.
- NTV Haber. (2024). Öğretmenlere sosyal medya ayarı. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/fenomen-ogretmenlere-ceza-geliyor-sicil-dosyasinda-5-yil-kalacak,TSbs-AO1VkJGvxUcBVsx5FA>
- Özdiñç, T. (2014). Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması (Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Özgenç, İ. (2019). *Türk Ceza Hukuku genel hükümler*. Ankara: Seçkin.
- Pakkan, B. G. ve Savaş, A. T. (2021). Covid-19 pandemisi döneminde kurumsal iletişim aracı olarak sosyal medya: özel okulların Instagram hesaplarına yönelik içerik analizi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(2), 877-910. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.917283>
- Pratiwi, E. T. (2023). Utilizing Instagram to build image building in schools. *Journal of Social Studies and Education*, 1(1), 32-41.
- Resmi Gazete (1995). 4058 Çocuk Haklarına Dair Sözleşme Sayı: 22184. Kabul tarihi: 27 Ocak 1995 T.C. Resmi Gazete. Erişim adresi: <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22184.pdf>
- Toruk, E. G. (2023). Okul öncesi eğitim kurumlarının tanıtım faaliyetlerinin öğrenci velilerinin okul tercihlerine yansımaları. [Yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Tuğ Levent, G. (2022). Sosyal medyada çocuğun kişilik hakkı ihlaline karşı çocuğun unutulma hakkı. *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (Van YYÜ 40. Yıl Özel Sayısı)*, 56-77. <https://doi.org/10.54831/vanyyuiibfd.1114692>
- Uçak, M. (2021). Kişisel verilerin hukuka uygun işlenmesinde çocuğun rızası. *Kişisel Verileri Koruma Dergisi*, 3(1), 41-60.
- Uyanık-Aktulun, Ö. ve Elmas, R. (2019). 21. yüzyıl okul öncesi öğretmenleri için sosyal medya araçları: Muhtemel faydalar. *Temel Eğitim Dergisi*, 1(4), 6-20.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

- Yılmaz, A. (2019). Instagramda “çocuk ve oyun” etiketiyle yapılan paylaşımların incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 21(1-A), 7-22.
- Yüce, A. ve Taşdemir, N. H. (2019). Kurumsal itibarı sağlamada sosyal medyanın etkin rolü: Kurumsal itibar lideri firmaların sosyal medya paylaşımlarının incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 12(63).

EXTENDED SUMMARY

Introduction

In today's digital age, social media has become a crucial communication tool not only for individuals but also across various sectors. These platforms facilitate information sharing and communication through extensive interaction opportunities (Chen & Peng, 2023; Dhiman, 2023). The education sector has also significantly embraced this digital transformation, actively utilizing social media (Ohara, 2023). Instagram, with its visually oriented structure and wide user base, stands out among these platforms, providing opportunities for photo and video sharing and creating user engagement. Consequently, many educational institutions have adopted Instagram to promote their activities and programs (Carpenter et al., 2020; Gabbidon, 2020).

Preschool institutions use social media platforms like Instagram to promote educational programs, share activities, and interact with parents. These platforms play a vital role in reaching both current and potential parents. By transparently presenting children's educational and developmental processes, these institutions aim to build trust and increase parental involvement. Social media use also aids in building and reinforcing the institutional identity of preschool education centers by sharing daily activities, programs, and events with a broader audience. Additionally, feedback from parents via social media is invaluable for improving service quality and educational programs.

Despite the increasing number of Instagram users, there has been no direct research analyzing the content of Instagram posts by preschool institutions in Turkey. Existing literature on social media use in preschool education emphasizes the need for deeper investigations into the use and impact of these platforms (Uyanık-Aktulun & Elmas, 2019). Studies by Yılmaz (2019), Kesicioğlu (2019), and Kaya & Kaya (2023) have explored related themes but none have specifically focused on Instagram content shared by preschool institutions. This study aims to fill this gap by analyzing the content preferences of preschool institutions on Instagram and understanding how these preferences reflect their communication strategies.

This research is grounded on the need to understand the social media strategies of preschool institutions, especially concerning their content sharing practices on Instagram. The study aims to provide insights that can help these institutions enhance their social media presence and effectively engage with their audience. Specifically, the research addresses the following questions:

1. What types of content are most frequently shared by preschool institutions on Instagram?
2. What themes and sub-themes are these posts categorized under?
3. To what extent do these social media posts comply with the regulations set by the Ministry of National Education?
4. How do these content-sharing practices affect parents and the broader community?

Method

This study employs a qualitative research design, using online data collection and content analysis methods (Creswell, 2013; Merriam, 2015; Bulut & Avcı, 2013). The sample consists of the top five preschool accounts on Instagram with the highest number of followers, using the hashtag "Anaokulu." These accounts were chosen for their large follower base and active posting frequency,

ensuring a diverse and comprehensive data set. A total of 750 posts, with the latest 150 posts from each account, were analyzed through content analysis to identify themes and sub-themes (Yıldırım & Şimşek, 2011).

Data collection was conducted by examining the Instagram posts from the selected preschool accounts as of March 4, 2023. The posts were evaluated based on their activity level and follower engagement to ensure the validity and reliability of the data.

Content analysis was utilized to categorize the collected Instagram posts into specific themes and sub-themes. The primary themes identified were activities, information, celebrations and commemorations, and marketing and family involvement activities. Each post was coded according to these themes, and frequency distributions and percentages were calculated. The posts were also assessed for compliance with regulations set by the Ministry of National Education.

Findings

The findings reveal that preschool institutions predominantly share thematic games (16.70%) and specialized activities like yoga, chess, and coding (15.16%) on Instagram. Informational posts focus mainly on educational programs (27.08%) and child development (22.22%). Celebrations and commemorations are frequently shared, particularly those designated by the Ministry of National Education (42.31%). Marketing and family involvement posts include advertising content (47.2%) and activities that encourage family participation (31.2%). Additionally, a significant portion of posts features children's faces, highlighting the need for better compliance with privacy regulations.

Discussion and Conclusion

The findings align with similar studies, such as Çelik and Tosun (2019), indicating that activity themes dominate Instagram posts by preschool institutions. The emphasis on thematic games and specialized activities suggests that institutions aim to showcase the richness and diversity of their educational programs. Informational posts predominantly focus on educational programs and child development, reflecting institutions' commitment to transparency and knowledge sharing. The prevalence of celebrations and commemorations underscores the importance of national and religious values in these posts. Marketing and family involvement content highlight efforts to engage parents and promote the institution. Notably, the frequent visibility of children's faces in posts raises concerns about compliance with privacy regulations, necessitating stricter adherence to legal and ethical standards.

The focus on thematic games and specialized activities, such as yoga, chess, and coding, reflects an effort to highlight the varied and comprehensive nature of the educational experiences offered by these institutions. This strategy not only appeals to parents looking for diverse learning opportunities for their children but also underscores the institutions' commitment to holistic child development. Informational posts about educational programs and child development indicate a transparency effort, aimed at keeping parents informed and engaged with their children's educational journey. Such posts can foster a stronger connection between the institution and the parents, encouraging active participation and trust.

The significant emphasis on celebrations and commemorations, particularly those recognized by the Ministry of National Education, demonstrates a commitment to reinforcing national and cultural values. These posts help in building a sense of community and shared identity among students, parents, and staff. Additionally, by marking important national and religious occasions, these institutions can connect with a broader audience, highlighting their role in fostering not just academic but also cultural education.

Marketing and family involvement posts play a crucial role in both attracting new enrollments and maintaining active engagement with current families. By showcasing their educational programs and family-inclusive activities, preschool institutions can effectively communicate their value propositions to potential parents. These posts also serve to strengthen the existing community by encouraging parental participation in various school events and activities. However, the frequent display of children's faces in posts highlights a critical area for improvement in terms of privacy and legal compliance. Ensuring that all content adheres to the regulations set by the Ministry of National Education and the Personal Data Protection Law is essential to maintaining trust and safeguarding the children's privacy.

This study underscores the critical role of Instagram in the communication strategies of preschool institutions. By analyzing the content shared on Instagram, the research provides valuable insights into the themes and types of content that these institutions prioritize. The findings suggest that preschool institutions can enhance their social media strategies by focusing on transparency, engaging content, and compliance with privacy regulations. Future research should consider a broader sample and include other social media platforms to provide a more comprehensive understanding of social media use in preschool education.

The results of this study can inform various stakeholders. For educational institutions, the findings offer guidance on optimizing social media strategies to better engage their audience and promote their programs effectively. For parents, this research provides a clearer understanding of how preschool institutions use social media, which can help them engage more meaningfully with their children's education. For policymakers, the insights from this study can help in crafting better regulations and guidelines to ensure that social media use in educational contexts is both effective and compliant with legal and ethical standards. Future studies should expand on this research by exploring the long-term effects of social media engagement on educational outcomes and by investigating other platforms to gain a holistic view of social media use in education.