

71. Instagramda yabancı dil olarak Fransızca öğreten hesaplar üzerine bir çözümleme

Aziza AKRAMOVA¹

Aysun AVCI²

Erdoğan KARTAL³

APA: Akramova, A. & Avcı, A. & Kartal, E. (2023). Instagramda yabancı dil olarak Fransızca öğreten hesaplar üzerine bir çözümleme. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (35), 1222-1241. DOI: 10.29000/rumelide.1346628.

Öz

Bu çalışmada, günümüzde tüm dünyada ve ülkemizde yaygın olarak kullanılan sosyal medya araçlarından biri olan *Instagramda* yabancı dil olarak Fransızca öğreten hesapların dil öğretimi ilke, kuram, yöntem ve teknikleri bakımından çözümlenerek bu dilin öğretimi/ öğrenimi için ne denli kullanılabilir olup olmadıklarının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle Instagram uygulamasının arayüzündeki arama bölümünden Fransızca *Français* ve İngilizce *French* anahtar sözcükleri girilerek yapılan taramalar neticesinde ulaşılabilen hesaplar derlenerek çalışmanın evreni belirlenmiştir. Ardından, özellikle hesapların takipçi sayıları da göz önünde bulundurularak amaçlı örneklem yoluna gidilmiş ve çözümlenmek üzere; *Français avec Pierre*, *La French Tribe*, *Encore French Lessons*, *French School TV* ve *A Cup of French* adlı ilk 5 (beş) hesap seçilmiştir. Genel tarama modeline göre yapılandırılan çalışmada, seçilen hesaplar doküman incelemesi tekniğinden yararlanılarak; öğretilen temel dilsel beceri ve amaçlar, kullanılan dil öğretim yöntemi ve yaklaşımları, öğretim stratejileri, eğitsel (didaktik) içerik olarak sunulan doküman türleri, dilsel alıştırmalar (etkinlikler) ve son olarak kullanıcılara sağlanana dönüt ve etkileşim gibi özellikleri bakımından çözümlenerek değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Instagram, yabancı dil öğretim yöntemi ve yaklaşımları, yabancı dil olarak Fransızca, otonom öğrenme

An analysis on Instagram accounts teaching French as a foreign language

Abstract

This study aims to examine the accounts that teach French as a foreign language on Instagram, which is one of the social media tools widely used today across the world and in Turkey, in relation to the language teaching principles, theories, methods, and techniques they incorporate, and to assess the extent to which they are potentially useful for teaching this language. Accordingly, this study initially attempts to identify its universe by finding the relevant accounts through a search on the search section of Instagram's interface with the keywords of *Français* (in French) and *French* (in English).

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Fransız Dili Eğitimi Bilim Dalı (Bursa, Türkiye), 802292006@ogr.uludag.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3578-8331 [Araştırma makalesi, Makale kayıt tarihi: 21.07.2023-kabul tarihi: 20.08.2023; DOI: 10.29000/rumelide.1346628]

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Fransız Dili Eğitimi Bilim Dalı (Bursa, Türkiye), 802292001@ogr.uludag.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1553-3240

³ Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Fransız Dili Eğitimi ABD (Bursa, Türkiye), ekartal@uludag.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9836-5221

Then, it employs purposeful sampling by considering the number of followers of these accounts, and selects a total of 5 (five) accounts for the analysis, which are: Français avec Pierre, La French Tribe, Encore French Lessons, French School TV and A Cup of French. Drawing on general screening method, this study performs document review on the selected accounts, and evaluates these accounts in terms of various aspects including the basic linguistic skills and purposes they intend to teach, the language teaching methods and approaches used, teaching techniques and strategies, types of documents presented as content, linguistic activities (exercises), and, lastly, feedback and interaction provided to users.

Keywords: Instagram, methods and approaches for teaching a foreign language, French as a foreign language, autonomous learning

Giriş

Modern zamanların başlangıcı sayılan 20. yüzyılın ilk çeyreğinde görsel-işitsel bir araç olarak ilk defa Birleşik Krallık'ta icat edilen ve zamanla tüm dünyaya yayılan televizyon (1923), ilerleyen zamanlarda teknolojik gelişmelere koşut olarak yerini önce bilgisayarlara, günümüzde ise akıllı cep telefonlarına bırakmıştır. Söz konusu icatlardan/ araçlardan hareketle “bilişim çağı” olarak adlandırılan günümüz dünyasında insanlar ve toplumlararası iletişim ve bilgi alışverişi bu araçlar sayesinde herhangi bir zaman ya da mekâna bağlı kalmaksızın daha hızlı ve kolay bir hal almıştır. Özellikle akıllı cep telefonları ve taşınabilir bilgisayarların tüm dünyada yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya uygulamaları ortaya çıkmıştır. Bu uygulamalar günümüzde şüpheye yer bırakmayacak bir şekilde tüm dünyada ve ülkemizde en çok ve en sık kullanılan İnternet araçlarının başında gelmektedir. Hatta öyle ki çok sayıda insanın zamanının önemli bir bölümünü bu uygulamalarda geçirdiği ve bu durum da insanlar arası ilişikleri olduğu kadar toplumsal yaşam, ekonomi ve eğitim-öğretim alanlarını da etkilediği sıklıkla dile getirilmektedir.

Bütün bu zaman aralığında yukarıda anılan bilimsel ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak yabancı dil öğretimi/öğrenimi alanında da yeni öğrenme ortamlarının ortaya çıktığı gözlenmektedir. Özellikle de sosyal medya araçlarının hızla gelişip yaygınlaşmasıyla birlikte bu bağlamda sıklıkla sanal ortamların kullanıldığı söylenebilir. Eghtesad (2020)'in de işaret ettiği gibi 2020 yılı başları ortaya çıkan Covid-19 salgını sürecinde yüz yüze derslere ara verilmesi ile birlikte eğitim-öğretimin uzaktan/ sanal ortamlarda sürdürülmesi dil öğretim/ öğrenim sürecini de etkiler. Bu süreçte öğretmen ve öğrenciler de bir anlamda bu öğrenme ortamlarına uyum sağlarlar ve diğer bütün disiplinlerde olduğu gibi dil öğrenimi/öğretimi alanında da sanal ortamlarda uzaktan öğretim uygulaması bir seçenek olarak yaygınlaşır.

Bununla birlikte Mansor ve Abd Rahim (2017), sürekli değişen ve gelişen teknolojiler sebebiyle dinamik, dijital ve sosyal bir dünya ile iç içe yaşayan günümüz gençlerinin bu süreçte *Facebook*, *Instagram* ve *Twitter* gibi sosyal medya araçlarını kullanarak akranlarıyla etkileşimde bulunmaları sebebiyle kolaylıkla yabancı dil öğrenebileceklerini ve bu anlamda söz konusu ortamların kendileri için ayrıca bir motivasyon aracı olabileceğini de belirtmektedir. Benzer şekilde Dal-Pan (2017) da sosyal medya araçlarının eğitim-öğretim süreçlerinde etkin olarak kullanılmasının, öğrencilerle doğrudan ve dinamik bir biçimde etkileşim sağlamalarına, onların motivasyon ve çalışmalarının kalitesinin yükseltilmesine, bu çalışmalarının diğer arkadaşlarıyla paylaşımına ve en önemlisi de öğrenim süreçlerini anlamlı kılmalarına fayda sağlayabileceğinin altını çizmektedir. Silius, Miilumäki, Huhtamäki, Tebest, Meriläinen ve Pohjolaine (2010) ise çalışmalarında öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanmaları konusundaki becerilerinin artmasıyla birlikte sınıflarda öğrendiklerinin pekiştirilmesi bakımından

etkili olduğunu ve bu araçları kullanmayı sürdürmeye yönelik de olumlu bir tutum içerisinde olduklarını vurgulamaktadırlar.

Günümüzde dil öğretimi/ öğrenimi alanında yaygın olarak kullanılan sosyal medya uygulamalarından birisinin de *Instagram* olduğu söylenebilir. Ekim 2010'daki tanıtımından kısa süre sonra hızla yaygınlaşarak geniş bir kullanıcı kitlesine hitap edebilen *Instagram*, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de en sık kullanılan ve fazla bilinen sosyal medya araçlarından biri haline geldi. Mattern (2017) *Instagramı*, kullanıcıların birbirlerini fotoğraf ve video gibi görsel paylaşımlar aracılığıyla takip edebilme ve aynı zamanda ekteşebilmelerine, böylelikle kişiler ya da birbirleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilmelerine ve yaşamlarındaki önemli anların resimlerinden eğlenceli evcil hayvan fotoğraflarına kadar her şeyi yayınlamalarına/ paylaşımlarına olanak sağlayan bir platform olarak tanımlamakla birlikte, Agung (2019) ise *Instagramın*, çevrimiçi pazarlamacıların işlerinin geliştirmesi konusunda, özellikle potansiyel müşterilerin cezbedebilmesi için çeşitli fırsatlar sunabilen ve ürünlerin pazarlanması için bir motivasyon kaynağı haline gelebilen ortam olduğuna dikkat çekmektedir. Dünyanın hemen hemen her yerinde kimi kurum, kuruluş ya da kişilerin karar almak için ihtiyaç duyduğu belirli konulardaki verileri ve eğilimleri her yıl düzenli olarak paylaşan *Datareportal* (<https://datareportal.com/>) veri tabanının Nisan 2023 verilerine göre *Instagramın* dünya genelinde 1,628 milyar kullanıcıya ulaştığı ve bu da onu tüm dünyada hâlihazırdaki en etkin kullanılan sosyal medya platformları sıralamasında 4. sırada yer almasını sağladığı belirtilmektedir.

Alanyazın incelemesi

Bir sosyal medya aracı olarak *Instagramın* dil öğrenimi/ öğretimi amaçlı kullanılmaya başlamasıyla birlikte bu bağlamda özellikle son yıllarda alanda çok sayıda araştırmanın da gerçekleştirildiği görülmektedir. Örneğin Al-Ali (2014), “Mobil bir dil öğrenme aracı olarak *Instagramın* olası kullanımını keşfetme” (Exploring the possible use of *Instagram* as a language mLearning tool) başlıklı araştırmasında, bir mobil öğrenme aracı olarak *Instagram* uygulamasının öğrencilerin dilbilgisi ve kelime edinimlerine katkı sağlamasının yanında konuşma ve yazma gibi dilsel becerilerini de geliştirmede faydalı olabileceğini vurgularken, Russmann ve Svensson (2016)'ın *Instagram* uygulamasının bir öğrenme aracı olarak dil sınıflarında kullanımının öğrencilerin algı ve tutumlarına olan etkisini belirlemek için gerçekleştirdikleri bir diğer çalışmada da söz konusu uygulamanın öğrencilerin fikir üretme, yazma becerilerini kullanabilme ve kelime dağarcıklarını daha bağlamsal bir şekilde geliştirebilmelerine yardımcı olduğunu, ayrıca bir öğrenme aracı olarak bu sürece dâhil edilmesinin öğrencilerin motivasyonunu ve derse katılımlarını da arttırdığı gözlemlenmiştir. Benzer şekilde Mansor ve Abd Rahim (2017), *Instagramın* bu süreçte öğrencilerin dinleme becerilerini geliştirdiğini ve motivasyonlarını artırdığını; Anggraeni (2017), kimi zorluklarına rağmen bu uygulamanın öğrencilerin yazma becerilerini geliştirdiğini ve daha iyi güdülenmelerini sağladığını; Erarslan (2019), *Instagramın* bir eğitim platformu olarak öğrencilerin otonom dil öğrenmelerine olumlu yönde etki ettiğini; Lailiyah ve Setiyaningsih (2020), söz edilen ortamın yeni bir yöntem olarak öğrencilerin dil öğrenmelerine olumlu yönde katkı sağladığını ve kelime dağarcıklarını geliştirdiğini ve Çakmak (2020) ise *Instagramın* dil öğrenim sürecinde öğrencilerin sözlü iletişim becerilerini geliştirmede yardımcı olduğunu belirtmektedir.

Diğer yandan Khalitova ve Gimaletdinova (2016), “Yükseköğretimde yabancı dil olarak İngilizce öğretiminde mobil teknolojiler: *Instagram* mobil uygulamasının kullanılmasına ilişkin bir vaka çalışması” (Mobile technologies in teaching English as a foreign language in higher education: A case study of using mobile application *Instagram*) başlıklı araştırmalarında *Instagramın* yabancı dil

öğretiminde bir araç/ ortam olarak kullanılmasının nedenini şu özetle şekilde açıklamaktadır: *Instagram*, tüm dünyada kullanım sıklığı ve aktif kullanıcı sayısı bakımından oldukça bilinir olması ve aynı zamanda yapısı gereğı birebir etkileşime ve birçok etkinliğe imkân tanması sebebiyle sanal bir eğitim (öğrenme ve öğretim) platformu olarak kullanıcılara cazip gelmektedir. Özellikle 30 saniye ile sınırlı kısa videolar zaman alıcı ve yorucu olmamaları nedeniyle kullanıcıları dil öğrenmeye teşvik edebilecek önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, *Instagramın* bir diğer özelliğı olan “duraklat” seçeneğinin olmaması, dinlemeyi gerçek iletişim ortamındakine benzer hale getirmektedir. Böylelikle kullanıcı/ dinleyici, konuşmacının sesine odaklanabilmekte ve söyleneni ilk seferde anlamaya çaba gösterebilmektedir. Platformun bu işlevinin öğrencileri güdüleyebildiğı gibi etkileşim özelliğı ve çağdaş arayüzü de kullanıcılar için ayrıca bir fayda sağlamaktadır.

Araştırmanın önemi ve amacı

Yukarıda alanyazında sözü edilen çalışmalar yakından incelendiğinde bu araştırmaların daha çok yabancı dil olarak İngilizcenin öğretimi/ öğrenimi alanında yoğunlaştığını ve katılımcı olarak da genellikle bu dili öğrenen üniversite düzeyindeki öğrencilerin seçildiğı görülmektedir. Ayrıca neredeyse tamamına yakının bir durum çalışması olarak sunulduğı araştırmalar arasında yabancı dil öğretimi ilke, yöntem ve yaklaşımları bakımından dil öğreten *Instagram* hesaplarının çözümlenerek değerlendirilmesine yönelik herhangi bir nitel çalışma da bulunmamaktadır. Söz konusu boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışmada, günümüzde tüm dünyada ve ülkemizde yaygın olarak kullanılan sosyal medya araçlarından biri olan *Instagramda* yabancı dil olarak Fransızca öğreten hesapların; dil öğretim ilke, kuram ve yöntem/ yaklaşımları bakımından incelenerek ne denli kullanılabilir olup olmadıklarının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma soruları

Bu amaç doğrultusunda çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaya çalışılacaktır:

1. Yabancı dil olarak Fransızca öğreten *Instagram* hesaplarının; hedef kitle, dil düzeyi ve öğretilen temel dilsel beceri ve amaçlar gibi eğitsel (didaktik) özellikleri nelerdir?
2. Bu hesaplarda belli başlı hangi dil öğretim yöntem ve yaklaşımlarından yararlanılmaktadır?
3. Hesap sahipleri (ders verenler) bu süreçte ne tür öğretim stratejileri kullanmaktadırlar?
4. Eğitsel (didaktik) materyal olarak genellikle ne tür dokümanlar sunulmakta ve işlenmektedir?
5. Hesaplarda sıklıkla hangi alıştırma (etkinlik) türlerine yer verilmektedir?
6. Hesap sahiplerinin bu süreçte takipçileri (öğrencileri) ile olan etkileşimi nasıl sağlanmaktadır ve onlara hangi kanallarla ne tür geribildirim (dönüt)lerde bulunmaktadırlar?

Yöntem

Mevcut çalışmada hâlihazırda var olan bir durumun olduğı gibi incelenmesi söz konusu olduğı için tarama modelinden yararlanılmıştır. Karasar (2020: 109)'ın da işaret ettiğı gibi bu modelde yapılandırılan çalışmalarda amaç; genelde var olan bir durumun geçmişteki ya da şimdiki halinin ne olduğı, nelerden meydana geldiğı ve daha çok ne ya da nelerle bağının olabileceğı türünden

sorulabilecek sorulara yanıt aramaktır. Ayrıca bu desendeki araştırmalarda her ne sebeple olursa olsun verileri değiştirme ve etkileme çabası güdülemez. Bu çalışmada da yabancı dil olarak Fransızca öğreten *Instagram* hesaplarına dair veriler (hesapların içerik, nitelik ve işlevleri) olduğu gibi derlenerek doküman incelemesi yaklaşımıyla çözümlenerek yorumlanmıştır.

Instagram hesapların derlenmesi

Çözümlemede kullanılacak *Instagram* hesaplarının seçiminde ölçüt örneklem yaklaşımı benimsenmiştir. Creswell ve Plano Clark (2020)'a göre bu tür örneklem seçiminde araştırmaya konu edilen herhangi bir durum ölçüt olarak belirlenebilir, bir diğer ifadeyle araştırmacı incelemek istediği herhangi bir olguyu açıklamada kendi belirlediği kimi kritik durumlar ölçüt örneklem seçiminde kullanılabilir. Ancak sözü edilen kritik durumlar için belirlenen ölçütlerin de aynı zamanda araştırmanın genel durumuna uyması gerekmektedir. Bu doğrultuda, öncelikle araştırma soruları kapsamında belirlenen kimi verileri elde edebilmek için seçilecek hesapları belirlemek amacıyla *Instagram*'ın arama kısmına Fransızca *Français* ve İngilizce *French* anahtar sözcükleri girilerek yabancı dil olarak Fransızca öğreten hesaplara ulaşılmaya çalışılmıştır. Ardından bu hesaplar içerikleri bakımından ayrıntılı bir biçimde incelenerek özellikle profillerinde kendilerini “öğretmen” olarak tanıtan, ana dilleri Fransızca olan ve kullanıcı sayıları göz önünde bulundurulduğunda üst sıralarda yer alan ilk 10 hesap seçilmiştir. Son olarak hesapların çözümlemesinde derinleşebilmek için de aşağıda verilen ilk 5 (beş) hesap incelenmek için seçilmiştir:

- *Français avec Pierre* [837 000 takipçi]: <https://instagram.com/francaisavec pierre>
- *La French Tribe* [524 000 takipçi]: <https://instagram.com/lafrenchtribe/>
- *Encore French Lessons* [387 000 takipçi]: <https://instagram.com/encorefrenchlessons>
- *French School TV* [324 000 takipçi]: <https://instagram.com/frenchschooltv>
- *A Cup of French* [297 000 takipçi]: <https://instagram.com/acupoffrench>

Değerlendirme matrisi

Ölçüt örneklem yaklaşımıyla seçilen *Instagram* hesapların çözümlenmesinde Kartal (2005: 243)'ın yabancı dil olarak Fransızca öğretimi için tasarlanmış internet sitelerinin çözümlenmesi için kullandığı değerlendirme matrisinden (*grille d'évaluation*) hareketle aşağıda Tablo 1'de verilen 6 (altı) başlığa göre uyarlanmış yeni bir değerlendirme matrisi kullanılmıştır.

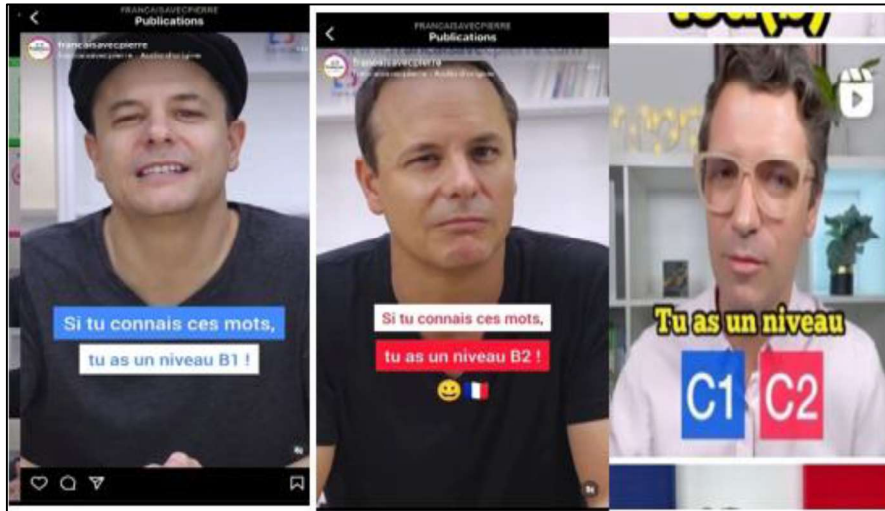
Tablo 1. Değerlendirme matrisi

1. Hesabın eğitsel özellikleri	
<i>Öğretilen dil</i>	Yabancı dil olarak Fransızca
<i>Hedef kitle</i>	Fransızca öğrenen yetişkinler
<i>Düzye</i>	Temel (A1-A2), bağımsız (B1-B2) ve yetkin (C1-C2)
<i>Dilsel beceriler</i>	Sözlü anlama, yazılı anlama, yazılı anlatım
<i>Dilsel amaçlar</i>	Sözcük, dilbilgisi, sesletim (fonetik), kültür
2.Yöntem ve yaklaşımları	Geleneksel, doğrudan, görsel-işitsel, iletişimsel
3. Öğretim stratejileri	Sunuş, buluş, araştırma-inceleme, tam öğrenme, tartışma ve tekrar
4. Eğitsel (didaktik) içerik	Üretilmiş, otantik
5. Alıştırma (etkinlik) türleri	Boşluk doldurma, kısa cevaplı soru, çoktan seçmeli, vb.
6. Dönüt (etkileşim)	Doğrudan, dolaylı

Hesapların çözümlenmesi

Çalışmanın bu bölümünde incelenmek üzere seçilen *Instagram* hesapları yukarıdaki değerlendirme matrisinde verilen ölçütler doğrultusunda sırasıyla çözümlenerek yorumlanmıştır.

1. Hesapların eğitsel özellikleri: Çalışmanın amacına uygun olarak çözümlenmek üzere seçilen örneklem kapsamında hesapların tamamı “ölçüt örneklem” yoluyla belirlendiği için eğitsel özellikleri bakımından ilk etapta bu hesaplarının tamamının yetişkinlere (hedef kitle) yabancı dil olarak Fransızca öğretmeyi hedefledikleri anlaşılmaktadır. Öğretilen dil ve hedef kitle haricinde, hesapların bir diğer eğitsel özelliği ise yabancı dil olarak Fransızca’yı hangi düzeyde öğretmeyi amaçladıklarıdır. Bu bağlamda *Avrupa dilleri ortak çerçeve programı* (Conseil de l’Europe, 2001)’nin öngördüğü; *temel* (A1 ve A2), *bağımsız* (B1 ve B2) ve *yetkin* (C1 ve C2) kullanıcı düzeyleri göz önünde bulundurulduğunda hesapların tamamının neredeyse bütün düzeylere (A1’den C2’ye kadar) hitap edebilecek şekilde içerik hazırlayıp sunduklarından söz edilebilir. Hangi düzey için ne kadar içerik hazırlandığı ise bir hesaptan diğerine farklılık göstermektedir. Örneğin, *Français avec Pierre* hesabında herhangi bir düzey belirtilmeksizin genel olarak temel (başlangıç) seviyeleri olan A1 ve A2’ye yönelik içerikler sunulurken, özellikle *bağımsız* (B1 ve B2) ve *yetkin* (C1 ve C2) düzeyler için hazırlanan videoların başlıklarında ise bu düzeylerin belirtildiği dikkat çekmektedir. *French School TV* hesabında da benzer yöntemle seviyelerin işaret edildiği görülmektedir (Görsel 1). İncelenen *La French Tribe*, *Encore French Lessons* ve *A Cup of French* adlı diğer hesaplarda ise sunulan içeriklerde herhangi bir seviye belirtilmemiştir. Diğer yandan, eğitsel özellikleri bakımından hesaplar son olarak öğrettikleri temel dilsel beceri ve amaçları bakımından incelenmiştir. Bu bağlamda hesapların tamamının öncelikle kullanıcılarının Fransızca sözlü ve yazılı anlama becerilerini geliştirmeye ağırlık verdikleri gözlenmektedir. Bu becerilerden sözlü anlama; video ve “hikâyeler” aracılığıyla, yazılı anlama da görsel ve yazılı paylaşımlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte yazılı anlatım becerilerinin, kullanıcıların kimi kısa “yazılı” yorumlarıyla sınırlı kaldığı, sözlü anlatım becerilerine ise hiçbir şekilde yer verilmediği belirlenmiştir. Ayrıca dilsel amaçlar kategorisinde, ağırlıklı olarak sözcük ve dilbilgisi öğretimi öncelense de sesletim (fonetik) ve kültürel öğelerin de işlendiği izlenmektedir.



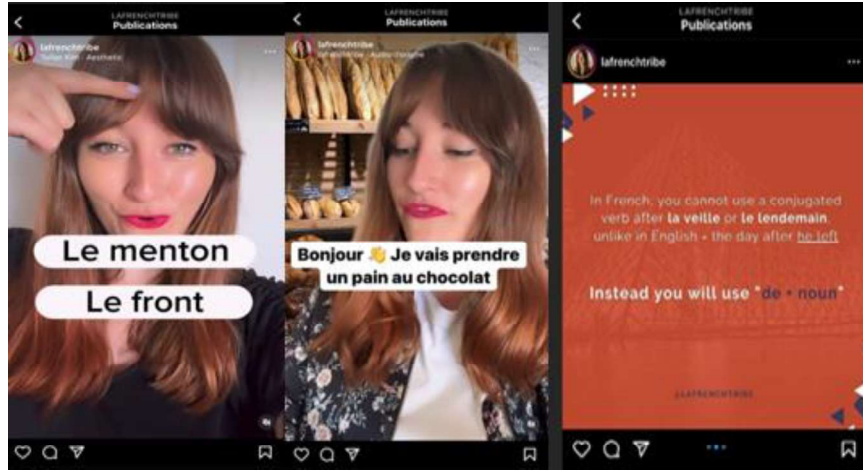
Görsel 1. Dil düzeyleri (*Français avec Pierre* ve *French School TV* hesapları)

2. Dil öğretim yöntem ve yaklaşımları: Hesaplar, yabancı dil öğretim yöntem ve yaklaşımları bakımından değerlendirildiğinde ise; tamamının sadece tek bir yöntem ve yaklaşım kullanmadığı, farklı süreçlerde seçmeci (eklektik) bir yaklaşımla geçmişten günümüze bu alanda kullanılan yöntem ve yaklaşımların hemen hemen hepsinden yararlandıkları gözlenmektedir. İlk olarak *Français avec Pierre* hesabı incelendiğinde; dilbilgisi (gramer) konularına yönelik paylaşımlarında “geleneksel” dil öğretim yöntemine, sözcük öğretiminde ise “doğrudan” (direk) yönteme başvurduğu anlaşılmaktadır. Örneğin bu hesapta sözcük öğretimi bağlamında *Les parties du visage* (yüzün kısımları) başlıklı konunun anlatımı için kullanılan resmin (Görsel 2- sol), “doğrudan yöntem” ilkelerinden hareketle yabancı dil olarak Fransızca öğretimi için Gaston Mauger ve ekibi tarafından tasarlanan, *Mauger Bleu* adıyla da bilinen ünlü *Cours de langue et de civilisation françaises I* (1953: 22) ders kitabındaki görselle birebir aynı olduğu, hatta taklit edildiği görülmektedir (Görsel 2- sağ).



Görsel 2. Doğrudan yöntem örneği (*Français avec Pierre* hesabı)

İkinci sırada yer alan *La French Tribe* hesabının da benzer şekilde öğretim sürecinin farklı aşamalarında seçmeci bir yaklaşımla; “görsel-işitsel”, “geleneksel” ve “doğrudan” gibi dil öğretim yöntem ve yaklaşımlarından faydalandığı söylenebilir. Hesapta video formatında sunulan içeriklerin, özellikle de diyalogların yapısı gereği “görsel-işitsel” yöntemi çağrıştırdığı, hesabın kimi gönderilerinde “İngilizce” açıklamaların bulunması, bir diğer ifadeyle bir tür “anadilde” açıklamalara yer verilmesi ve dilbilgisi konularının bağlamından ayrı (kopuk) işlenmesi “geleneksel” yöntemin benimsendiği izlenimini vermektedir. Diğer yandan, sözcük öğretimi esnasında verilen yeni birtakım sözcüklerin resim/ fotoğraf ve videolarla birlikte eşleştirilerek bağlamsal olarak sunulmaya çalışılması ise “doğrudan” yöntemin dayandığı öğretim kuramlarından biri olarak bilinen “çağrışımçılık” (associationnisme)’in benimsendiğini göstermektedir (Görsel 3).



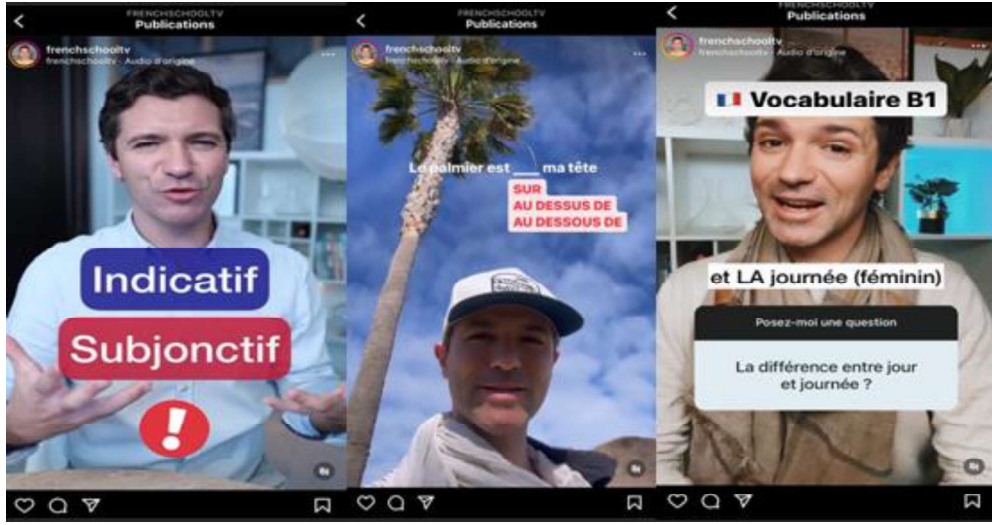
Görsel 3. *La French Tribe* hesabında kullanılan görsel-işitsel, geleneksel ve doğrudan yöntem örnekleri

Üçüncü sıradaki *Encore French Lessons* hesabı ise yukarıda anılan her iki hesapta da yer alan öğretim yöntem ve yaklaşımlarının neredeyse tamamını kullanmakla birlikte sonraki diğer iki hesaptan farklı olarak; “iletişimsel” yaklaşımın belirleyici özelliklerinden biri olan “rol yapma” (jeu de rôle) tekniğine de başvurduğu görülmektedir (Görsel 4).



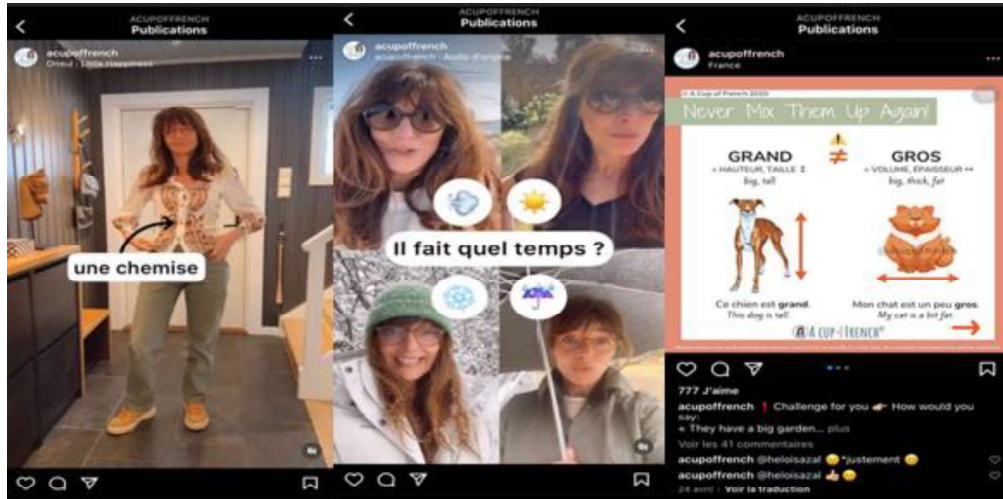
Görsel 4. Rol yapma tekniği (*Encore French Lessons* hesabı)

Dördüncü sırada yer alan *French School TV* hesabının da *Français avec Pierre* hesabı gibi bu süreçte ağırlıklı olarak “geleneksel” ve “doğrudan” dil öğretim yöntemlerinin kimi özellik ve tekniklerini benimsediği anlaşılmaktadır. Örneğin aşağıda *Görsel 5*'te görüldüğü üzere dilbilgisi konularının anlatımında “geleneksel” yöntemin, sözcük bilgisi öğretiminde ise “doğrudan” yöntemin kimi ilkelerinin izlendiği gözlenmektedir.



Görsel 5. French School TV hesabındaki “geleneksel” ve “doğrudan” yöntem örnekleri

Son sırada yer alan *A Cup of French* hesabında ise içerik olarak sözcük öğretimine ağırlık verilmesi sebebiyle bu bağlamda sıklıkla “doğrudan” yöntemin “çağrışımıcılık” tekniğinin (sözcüğün görsel olarak gösterilmesiyle birlikte aynı anda seslendirilmesi) kullanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca kimi sözcük ve ifadeler öğretilirken de birebir İngilizce karşılıklarının verilmesi ise bu hesapta aynı zamanda “dilbilgisi-çeviri” yöntemi olarak da bilinen “geleneksel” yöntemin de benimsendiğine işaret etmektedir (Görsel 6).



Görsel 6. A Cup of French hesabında sözcük ve dilbilgisi öğretimi için kullanılan yöntem örnekleri

3. Öğretim stratejileri: Yalın bir ifadeyle, belli bir amaca ulaşmak için izlenen yol olarak tanımlanan strateji, aynı zamanda bir anlamda bu amacı gerçekleştirmeyi de sağlayan genel çerçevedir. Sosyal medya araçlarının öğretim/ öğrenme süreçlerine dâhil edilmesiyle birlikte bu platformlarda kullanılması planlanan öğretim stratejilerinin de özellikle hazırlanacak içeriklerin seçim ve sunum aşamalarında önem arz ettiği söylenebilir. Hesaplar bu bağlamda değerlendirildiğinde neredeyse tamamında kullanılan öğretim stratejilerinin benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Paylaşımlar incelendiğinde hazırlanan içeriklerin genellikle hesap sahipleri tarafından bizzat “sözlü” olarak resimler

aracılığıyla desteklenerek sunulduğu görülmektedir. Bir tür “sunuş” tekniğı olarak da bilinen bu stratejide ayrıca içeriklerle ilgili öğrencilerin fikirlerini belirtmelerine de imkân sağlamaktadırlar. Örneğın, *Français avec Pierre* hesabındaki “Futur simple” (Basit gelecek zaman) başlıklı dilbilgisi konusu yabancı dil öğretimi için hazırlanan ders kitaplarında (manuel / méthode de Français) sıklıkla karşılaştığımız görselleştirilmiş açıklayıcı özet bir tablo (tableau récapitulatif) aracılığıyla öğrenenlere sunulmaktadır (Görsel 7).



Görsel 7. Sunuş stratejisi örneğı: Açıklayıcı özet bir tablo (*Français avec Pierre* hesabı)

4. Eğitsel (didaktik) içerik: Yabancı dil öğretimi sürecinde kullanılan öğretim yöntem /yaklaşım ve stratejileri kadar materyal kullanımı da oldukça önemli unsurlardan biri olarak bilinir. Sözü edilen materyaller bu bağlamda genellikle tür olarak yazılı, sözlü ve görsel (resim ya da video) diye sınıflandırılmakla birlikte tasarlanma amaçları bakımından da “üretilmiş” (fabriqué) ya da “otantik” (dil öğretim amaçlı tasarlanmamış) doküman/ materyal olarak adlandırılmaktadır. İçerik bağlamında sunulan/ paylaşılan görsel, işitsel ve metinsel dokümanlar yakından incelendiğinde hesaplarda ilk etapta her iki türde de materyal kullanımının olduğu göze çarpmakla birlikte “üretilmiş” materyallerin daha yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Herhangi bir dilsel edimi, sözcüğü ya da dilbilgisi kuralını öğretmek ve pekiştirmek amaçlı tasarlanmış bu materyallerin de genellikle resim ve videolardan oluştuğı gözlenmektedir. Resimler kendilerine özgü birtakım illüstrasyonlar ve metinler aracılığıyla tasarlanırken, videolar ise hesap sahiplerinin bizzat kendilerinin rol aldığı kısa çekimlerden oluştuğı anlaşılmaktadır (Görsel 8).



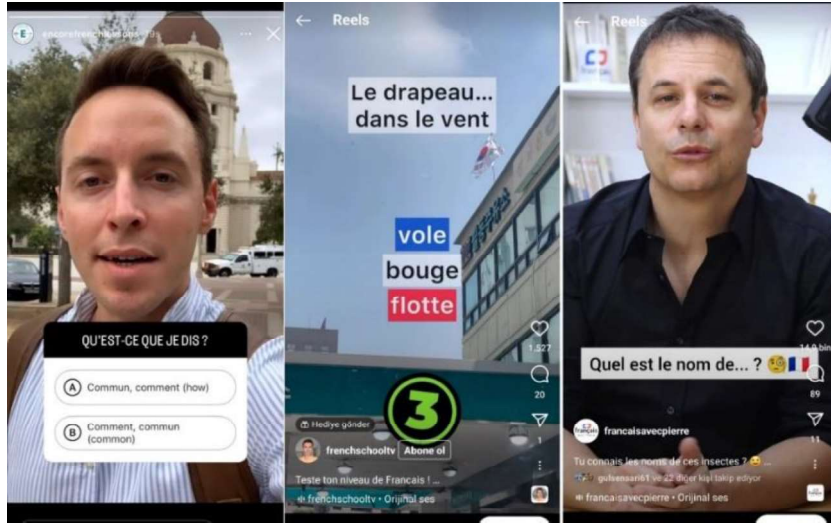
Görsel 8. Sunulan içerik (eğitsel materyal) örneği (A Cup of French hesabı)

Diğer yandan, hesap sahiplerinin tamamının ana dillerinin Fransızca olmasının yanı sıra yaptıkları paylaşımlarından da Fransa'da yaşadıkları anlaşılmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, özellikle Fransız kültür öğelerini hesaplar üzerinden aktarabilecek otantik dokümanlara erişebilmenin kolay olabileceği düşünülebilir. Bu bağlamda *Instagramın* "hikâye" özelliği aracılığıyla hesaplarda çok sayıda fotoğraf ve videonun paylaşıldığı görülmektedir. Örneğin aşağıda *Görsel 9*'da görüldüğü üzere *La French Tribe* hesabının sahibi, her gün alışveriş yaptığı fırından ya da izlediği bir tiyatro oyunundan paylaştığı kimi resimler (fotoğraflar) aracılığıyla kullanıcılarına sorular yönelmekte ve böylelikle onları sözcük bilgilerini de kullanarak yazmaya teşvik ettiği gözlenmektedir.



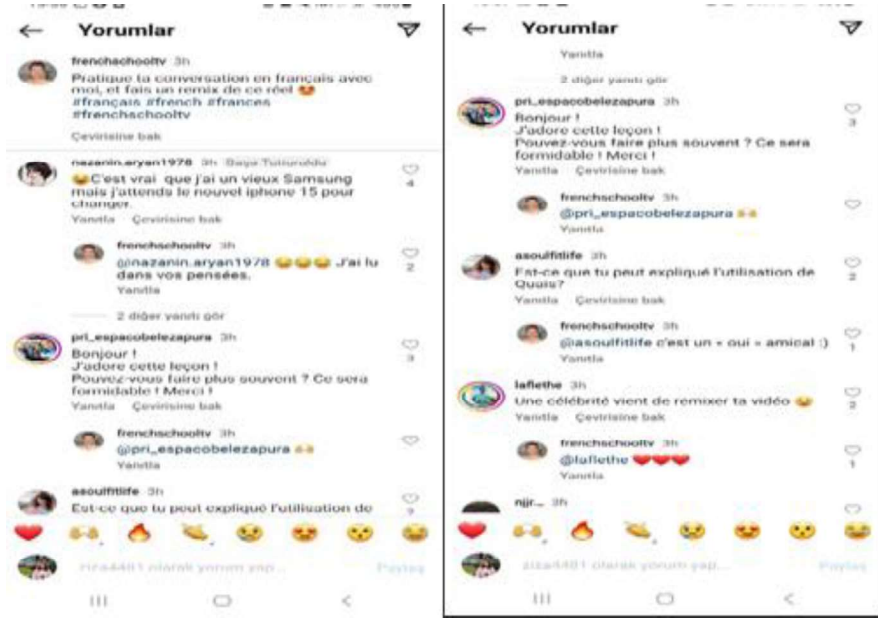
Görsel 9. Otantik materyal örnekleri (*La French Tribe* hesabı)

5. Alıştırmalar (etkinlikler): Yabancı dil öğretimi/ öğrenimi sürecini en önemli öğelerinde biri olan yazılı ve sözlü alıştırmalar, bir diğer ifadeyle dilsel etkinlikler öğrencilerin yeni konu ve kavramları içselleştirme ve özümsemelerinde oldukça önemli bir işleve sahiptir. Ancak hesaplarda sunulan alıştırmaların çoğunlukla "boşluk doldurma" ve "çoktan seçmeli" gibi yapısal alıştırmalar (exercices structuraux) ile sınırlı olduğu görölmektedir. Benzer şekilde kimi zaman da "hikâye" aracılığıyla hesap sahiplerinin isteğine bağlı olarak haftada bir ya da birkaç kez kullanıcılara "yanlış-doğru" türünde de alıştırmalar sunulduğu gözlenmektedir. Örneğin aşağıda; *Encore French Lessons* ve *French School TV* hesaplarında "çoktan seçmeli", *Français avec Pierre* hesabında ise "boşluk doldurma" türünde alıştırmalar verilmektedir (Görsel 10). Geleneksel olarak da adlandırılan bütün bu yapısal alıştırmalar yakından incelendiğinde genellikle, sözcük, dilbilgisi, fonetik ve kültür gibi dilsel öğelerin/amaçların öğretimi ve pekiştirilmesi için kullanıldıkları söylenebilir. Ayrıca bu etkinliklerin kimi görseller (resim ve yazı) eşliğinde seslendirilerek video formatında sunulması yoluyla da bir anlamda kullanıcıların sözlü ve yazılı anlama becerilerinin geliştirilmesinin amaçlandığı söylenebilir.



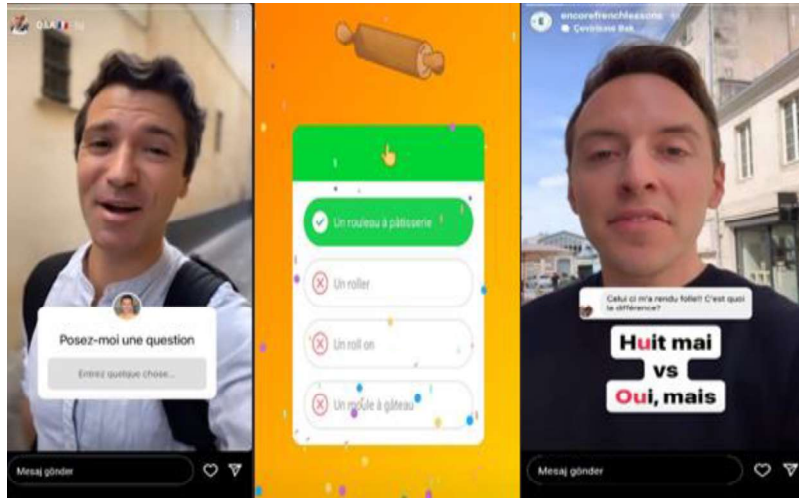
Görsel 10. Alıştırma (etkinlik) türleri (*Encore French Lessons, French School TV ve Français avec Pierre* hesapları)

6. Dönüt (etkileşim): Çözümlemenin son aşamasında hesap sahipleri ile kullanıcıların/ takipçilerin platform üzerinde nasıl etkileşimde buldukları ve hesap sahiplerinin kullanıcılarına dil öğretimi bağlamında nasıl ve ne türden geri bildirimlerde (dönüt) buldukları incelenmiştir. Bu süreçte hesap sahipleri ve takipçilerinin; genellikle yapılan paylaşımlar ve bu paylaşımları takiben altlarına düşülen yorumlar ve de bu yorumlara verilen cevapların yanı sıra *Instagramın* “hikâye” kısmında yer alan “soru-cevap” özelliği sayesinde etkileşim buldukları görülmektedir. Bu sebeple hesapların tamamında etkileşim ve geri bildirimde bulunma özelliklerinin birebir benzerlik gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte, hesaplarda paylaşımların altına yapılan yorumlar ve hikâye özelliğinde kullanılan “soru-cevap” etkileşimlerinin /dönütlerinin farklı biçimlerde kullanıldığı da gözlenmektedir. Diğer yandan, paylaşımların altına yapılan yorumlarda yer alan soruların her daim yanıtlanmadığı ya da verilen yanıtların (şayet cevap doğru ise) sadece beğeni işaretiyle sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır. Kullanıcılar, sorularına yanıt alamadıkları kimi durumlarda ise doğrudan hesabın kendisine ait web sitesine yönlendirilerek burada ilgili konuya dair bölümlerin incelenmesi salık verilmektedir. Böylelikle dolaylı da olsa kullanıcılara bir başka “dönüt” imkânı sunulduğu söylenebilir (Görsel 11).



Görsel 11. Dolaylı dönüt (French School TV hesabı)

Son olarak, hesapların “hikâye” kısmında kullanıcılara soru sorma imkânı tanınmakta ve yanıtları da sözlü veya yazılı olarak doğrudan verilebilmektedir. Benzer şekilde hesap sahipleri de takipçilerine bu kanal aracılığıyla “çoktan seçmeli” sorular yöneltebilmek ve işaretlenen seçeneğin de doğru olup olmadığı anında görülebilmektedir. Sözü edilen etkileşim biçimi bir tür doğrudan dönüt olarak da değerlendirilebilir (Görsel 12).



Görsel 12. Doğrudan dönüt örneği (French School TV ve Encore French Lessons hesapları)

Tartışma

Yabancı dil olarak Fransızca öğreten Instagram hesaplarının çözümlenmesi neticesinde elde edilen bulgular, bu bölümde aynı sırayla tartışılarak yorumlanmaya çalışılmıştır. İlk olarak hesapların eğitsel

özelliklerine ilişkin bulgular incelendiğinde, istisnasız neredeyse tamamının hedef kitle, dil düzeyi ve kazandırılması amaçlanan dil yetileri ve amaçları bakımından benzer özellikler sergiledikleri görülmektedir. Özellikle hesap sahiplerinin anadil olarak Fransızca konuşuyor olmaları, Khalitova ve Gimaletdinova (2016) ve Mansor ve Abd Rahim (2017)'in da araştırmalarında işaret ettiği gibi öğrencilerin, bu çalışma bağlamında kullanıcıların bu dilde dinleme-anlama becerilerini geliştirmeleri açısından faydalı olabilir. Resim, fotoğraf ve video paylaşımı amaçlı bir düzenek (platform) olması sebebiyle kullanıcılarının birebir karşılıklı konuşma imkânı bulunmadığı *Instagramda* etkileşim ağırlıklı olarak yazışma yoluyla gerçekleşmektedir. Böylelikle söz konusu durum, kullanıcıların konuşma becerilerini geliştirmesine de hiçbir şekilde imkân tanımamaktadır. Ancak “yazılı” etkileşim, her ne kadar paylaşımların altına yapılan yorumlar ya da paylaşılan “hikâyelere” verilen yanıtlar ile sınırlı olsa da Anggraeni (2017)'nin de vurguladığı gibi bunca sınırlılığın rağmen öğrencilerin/ kullanıcıların yazma becerilerini geliştirdiği söylenebilir. Bütün bunların yanı sıra, sözcük, dilbilgisi, sesletim (fonetik) öğretimi ve kültürel öğelerin aktarımı gibi dilsel amaçların kazandırılması sürecinde Al-Ali (2014), Russmann ve Svensson (2016) ve Lailiyah ve Setiyaningsih (2020)'nin de altını çizdikleri gibi *Instagramın* faydalı olabileceği ve öğrencilerin/kullanıcıların bu konulardaki hazır bulunuşluk durumuna göre de sınıfta öğrendiklerini tekrar etmelerine imkân sağlayabileceği (Silius ve diğ., 2010) anlaşılmaktadır.

Hesaplar, kullanılan dil öğretim yöntem ve yaklaşımları bakımından incelendiğinde ise bu süreçte genellikle tek bir yöntem ve yaklaşımla sınırlı kalmadıkları, duruma göre birden fazla yöntem ve yaklaşımın bir arada kullanıldığı gözlenmektedir. Öncelikle dilbilgisi konularının aktarımında hesaplarda sıklıkla “dilbilgisi-çeviri” yöntemi olarak da bilinen “geleneksel” yöntemin kurallarının benimsendiği görülmektedir. Stoaen (2006)'ın da *La méthode traditionnelle* (Geleneksel yöntem) başlıklı çalışmasında özetle andığı bu kurallar çerçevesinde hesaplarda Fransızca herhangi bir dilbilgisi kuralı şu sıralamaya göre verilmektedir: Öğretmen, herhangi bir dilbilgisi kuralını tüm dengeli bir yaklaşım içerisinde anadilde açıklayarak kendi cümleleriyle örneklendirir ve ardından bu örnek cümleleri anadile çevirir. Öğrenciler ise bu gramer kuralını kullanarak başka cümleler kurmaya çalışır. Ardından hem öğretilen dilbilgisi kuralının doğru kullanımının pekiştirilmesi hem de verilen kuralın doğru kullanılıp kullanılmadığının belirlenmesi (değerlendirilmesi) için anadilden hedef dile (Thème) çeviri alıştırmaları yapılmaktadır. Sözcük öğretiminde ise hesapların genellikle “doğrudan” (direkt) yöntemi tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Herhangi bir yabancı dili, anadile başvurmaksızın doğrudan hedef dil aracılığıyla öğretmeyi amaçlayan bu yöntemde, özellikle öğretim sürecinin ilk aşamalarında, somut kavramlar (sözcük olarak) jest ve mimikler aracılığıyla veya taklit edilerek, ilerleyen zamanlarda ise resim ve ikonlar yardımıyla sunulmaktadır (Dobre, 2006). Benzer şekilde hesap sahipleri de bu süreçte, özellikle de başlangıç düzeyindeki kimi kavramları (sözcükleri), kendi hazırladıkları görseller (resimler) veya jest ve mimikler yoluyla yaptıkları canlandırmaların olduğu videolar aracılığıyla vermektedir. Diğer yandan hesaplarda, gündelik konuşma dili olarak Fransızcada en sıklıkla kullanılan sözcüklerin öğretimi sürecinde ise, özellikle de kullanıcıların bu sözcükleri doğru telaffuz etmelerini sağlamak amacıyla “görsel-işitsel” (bir diğer adıyla SGAV) yöntemin kimi prensiplerinden yararlandığı da söylenebilir. Ivan (2006)'ın da belirttiği gibi söz konusu yöntem, her şeyden önce “dili” “sözlü” bir iletişimin bir aracı olarak değerlendirmesi sebebiyle öğretimin başlangıç aşamasında öğrencilerin konuşma yetisine önem atfeder. Bu süreçteki sözcük öğretimi her ne kadar hedef dilde günlük yaygın olarak kullanılan sözcüklerin öğretimi ile sınır kalsa da bu sözcüklerin kademeli olarak sınıfta öğretimi için kullanılacak materyallerin, çoğunlukla da görsellerin iyi hazırlanmasını ve özellikle de öğrencilerin bunları doğru telaffuz edebilmeleri oldukça önem arz etmektedir. Son olarak bulgularda da belirtildiği üzere yabancı dil olarak Fransızca öğreten *Instagram* hesaplarında kullanılan bir diğer dil öğretim yaklaşımı ise “iletişimsel” yaklaşımdır. Bérard (1991) ve Saydı (2015)'in da çalışmalarında vurguladığı

gibi; bir dili yapısal olarak kavramak yerine o dili öncelikle kendi bağlamı içerisinde değerlendirmek yoluyla herhangi bir iletişim durumundaki ifade ya da ifadelerin anlam ve bağlamlarına dayalı bir öğrenme hedefinin konulduğu bu yaklaşımda her daim; gerçek iletişim durumları ve bu iletişim durumlarının gerçekleştiği bağlamları içeren özgün otantik materyallerin kullanımı ve öğrenme sürecinde merkeze konan öğrencinin öncelikli dilsel ihtiyaçları göz önünde bulundurulur. Bu durumda, hesap sahiplerinin otantik materyal tercihleri, işledikleri konuları bir bağlam çerçevesinde sunmaya çalışmaları ve kullanıcıların/takipçilerin ihtiyaçlarına yönelik içerik hazırlama girişimleri de sözü edilen “iletişimsel” dil öğretim yaklaşımının kimi ilkeleri kapsamında değerlendirilebilir.

Böylelikle yukarıda da belirtildiği gibi hesaplarda salt tek bir dil öğretim yöntem ya da yaklaşımı kullanılmamakta, işlenen konu, dilsel beceri ya da amaca göre yöntem kullanımı da değişiklik göstermektedir. Puren (1998)’in “seçmecilik” (eklektizm) olarak adlandırdığı söz konusu yaklaşım; öğretim süreçlerinde her türlü kapalı ve sınırlı öğretim sistemlerinin reddedilerek, faydacı bir bakış açısıyla yönetsel olarak azami çeşitliliğin dikkate alınması olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan da hareketle; *Instagramda* Fransızca öğreten hesapların, değişiklik arz eden öğrenme ortamları/durumları ve takipçilerinin ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurarak kullandıkları öğretim yöntem ve yaklaşımlarını değiştirdikleri söylenebilir. Bununla birlikte, hesaplarda günümüzde yabancı dil öğretiminde yaygın olarak kullanılan “eylemsel” yaklaşıma dair herhangi emareye rastlanmamaktadır. *Avrupa dilleri ortak çerçeve programı* (Conseil de l’Europe, 2001) ilkeleri kapsamında tasarlanan ve “eylem odaklı” yaklaşım olarak da bilinen bu yöntemde herhangi bir yabancı dili öğrenenler, belirli koşullar ve durumlarda kimi “görevleri” (tâches) yerine getirmek durumunda olan sosyal eyleyici (aktörler) olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle, yabancı dil öğrenenleri (öğrencileri), herhangi bir eylemi gerçek hayatta olduğu gibi yeniden yapmaya teşvik ederek mümkün olan en gerçek iletişim durumu ya da durumları sağlanmaya çalışılmaktadır. Ancak *Instagramın*, yukarıda belirtilen özelliklerden dolayı bu yaklaşımın sözü edilen temel ilkesinin kullanılabilmesi olası görünmemektedir.

Hesaplar, öğretmenlerin genellikle sınıf içi ders anlatım sürecinde kullandıkları teknikler olarak da bilinen “öğretim stratejileri” bağlamında değerlendirildiğinde de buralarda ders veren, yani öğretmen konumundaki hesap sahiplerinin ağırlıklı olarak “sunuş” tekniğini kullandığı gözlenmektedir. Demirel (2017)’in; herhangi bir konuya dair kavram, ilke ve genellemelerin açıklanması ve bilginin aktarılması esnasında yaygın olarak kullanılan bir anlatım tekniği olarak tanımladığı bu strateji türü, Dursun ve Aykan (2021)’a göre, diğer öğretim stratejilerine göre daha pratik ve zaman tasarrufu sağladığı gibi aynı zamanda aşamalı anlamlı bir öğrenmeye de olanak sağlayabilmektedir. Hesapların çözümlemesi sürecinde bu başlıkta elde edilen bulgular, Gökteş, Koçak, Demirel ve Yılmaz (2016)’ın gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Şöyle ki; yukarıda çalışmanın farklı aşamalarında da belirtildiği gibi hesaplarda paylaşılan videolarda şahsen sahiplerinin yer alarak, özellikle sözcük, dilbilgisi, sesletim gibi dilsel amaçların öğretiminde ve kültürel öğelerin açıklanmasında sıklıkla bu öğretim stratejisinden yararlandıkları belirlenmiştir. Diğer yandan, ayrıntılı ve açıklayıcı bir özellikte olması sebebiyle bu strateji türünün takipçilerin konuları daha iyi kavramaları ve özümsemeleri aşamasında etkili bir yol olduğu da düşünülebilir.

İçerik olarak sunulan eğitsel materyaller incelendiğinde ise; hesaplarda ağırlıklı olarak “üretmiş” dokümanlar kullanılmasına rağmen sınırlı sayıda da olsa “otantik” dokümanların da tercih edildiği belirlenmiştir. Bununla birlikte, doküman türünün seçimi/ kullanımı işlenen konunun içeriğine göre de değişebilmektedir. Örneğin vidoların, genellikle gündelik kullanılan kimi dilsel ifadelerin daha rahat anlaşılabilmesi için hesap sahiplerinin kendileri tarafından çekildiği gözlemlenirken, özellikle Fransız kültürünü temsil eden ya da konu alan görsel, işitsel veya metinsel türde kimi otantik dokümanların da

yine hesap sahipleri tarafından üretilerek kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Çelik (2018), yabancı dil öğretiminde otantik olmayan, yani üretilmiş materyallerin de bir takım dilsel kazanımların edimi için belirli bir program ve yöntem dâhilinde öğrencileri bilgilendirmek, düşündürmek, uyarmak, yönlendirmek veya düşüncelerini değiştirmek gibi çeşitli amaçlar bakımından hazırlanarak kullanılabilirliğini savlarken, Coste (1970) ise otantik materyallerin özellikle gerçek iletişim durumlarını yansıtması nedeniyle dil öğrenimindeki önemine vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde Tagliante (1994) da bu tür dokümanların söz konusu süreçte, öğrenilen dilin kültürel yönlerini tanımaya imkân sağladığını belirtmektedir. Takipçiler açısından değerlendirildiğinde ise sunulan içeriklerin çeşitlilik arz etmesi, onların ilgilerini canlı tutabilmesi bakımından önem teşkil edebilir. Ayrıca üretilmiş videolar aracılığıyla sunulan içeriklerin de kısa ve kullanışlı dilsel öğeler olması sebebiyle olması faydalı olduğu söylenebilir, çünkü kullanıcılar bu bağlamda fazla teorik bilgiye boğulmadan gündelik hayatta işlerine yarayabilecek kimi küçük pratik dil kullanımlarını edinebileceklerdir.

Değerlendirme matrisindeki bir diğer başlık altında da hesaplarda sunulan dilsel etkinlik ve araştırma türleri incelemiştir. Bu çerçevede hesapların genellikle “boşluk doldurma” ve “çoktan seçmeli” gibi geleneksel yapısal alıştırmaları türlerini tercih ettikleri görülmektedir. Besse ve Porquier (1984)’ye göre “boşluk doldurma” türündeki alıştırmalar, dilin işlevinin anlaşılması ve dilbilgisi kurallarının hangi bağlamda uygulanması gerektiğine teşvik etmekle birlikte öğrencilerin dilbilgisi yeterliliklerini, sözcük dağarcıklarını ve tutarlı ifadeler üretme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. “Çoktan seçmeli” alıştırmaları türü ise Tagliante (1991) ve Yılmaz (2017)’in da altını çizdikleri gibi; öğrencinin şans yüzdesini arttırması, yani öğrenci doğru seçeneği bilmesede dahi diğer seçeneklerden hareketle bu seçeneğe ulaşabilmesi nedeniyle güncel dil öğretim yaklaşımlarında çok da tavsiye edilen bir alıştırmaları türü olmamasına rağmen, geliştirilen “çoktan seçmeli” alıştırmaları türüne bağlı olarak öğrencilerde kimi taksonomik düzeylerin değerlendirilmesi, bilgi aktarımı, sözlü ve yazılı anlamının yanı sıra öğrenilenlerin uygulanması ve çözümlenmesi noktasında yarar sağlayabilir. Hesaplarda sunulan videolarda her iki yapısal alıştırmaları türünün bir arada kullanılması, takipçilerin sözlü ve yazılı anlama becerilerinin ölçülmesi şeklinde değerlendirilebilir. Özellikle “çoktan seçmeli” alıştırmaları türünde yanıtların tek ve nesnel olması sebebiyle öğrenenlerin kafalarında herhangi bir soru işaretine neden olmadığı gibi, bu tür alıştırmaların tek bir bağlam içerisinde verilmesiyle de öğrenenlerin eleştirel ve yaratıcı düşüncelerine imkân sağlandığı söylenebilir. “Boşluk doldurma” türündeki dilsel etkinliklerde ise boşluk yerine gelebilecek yanıtların kimi zaman öznel olması sebebiyle öğrenenlerin sözcük dağarcıklarına bağlı olarak birden fazla olabilmektedir. Böylelikle bu alıştırmaları türünde de öğrenenin (yazılı) ifade gücü ve yaratıcılığı ortaya çıkabilmektedir. Sonuç olarak, *Instagramın* yapısı gereği hesaplarda sözlü ve yazılı anlatım becerilerini geliştirebilecek türden dilsel alıştırmaları ve etkinlik türlerine yer verilememesi sebebiyle ancak bu tür geleneksel alıştırmalarıyla yetinildiği anlaşılmaktadır.

Son olarak hesaplarda “dönüt” başlığı altında, bütün bu süreçte hesap sahipleri ile kullanıcıların nasıl “etkileşimde” buldukları değerlendirilmiştir. Çevrimiçi (internet siteleri) ve çevrimdışı (yazılımlar) dil öğretimi/ öğrenimi süreçleri için Kartal (2010)’ın tanımladığı olduğu “doğrudan” ve “dolaylı” dönüt türleri göz önünde bulundurulduğunda, hesaplarda yukarıda da işaret edildiği (Görsel 11 ve 12) gibi her iki etkileşim (dönüt) türüne de rastlamak mümkündür. Öncelikle hesaplardaki paylaşımların altına yapılan yorumlara, hesap sahiplerinin sonradan yanıt vermeleri yoluyla kullanıcılarıyla sağlamış oldukları “dolaylı” etkileşim (dönüt) durumunun zaman alması, hatta bazı yorumlara hesap sahiplerinin kimi zaman sadece “beğeni” ikonuyla yanıt (dönüt) vermeleri kullanıcıların motivasyonuna olumsuz yönde etki edebileceği gibi öğrenme açısından da yarar sağlamayabilir. Bununla birlikte, hesapların, *Instagramın* “hikâye” özelliği kullanılarak “soru-cevap” şeklinde kullanıcılarıyla doğrudan etkileşimde bulunmaları, bir diğer ifadeyle onlara doğrudan dönüt sağlamaları; kullanıcıların sıkılmadan anında

bilgilerini sınamalarına, olası hatalarını kendi kendilerine düzeltmelerine ve daha iyi güdülenmelerine imkân tanıyabilir. Ancak, Tarcan (2004)'ın da belirttiği gibi sanal ortamlar, kullanıcılarına bu anlamda bireysel hız ve kapasite bakımından birçok fayda sağlasa da yabancı dil öğretimi sürecinde yadsınamaz bir yeri ve önemi olan öğretmen-öğrenci etkileşimi bakımından sınırlı kalmaktadır. Diğer yandan *Instagramda*, gerçek sınıf ortamından farklı olarak öğrencinin neleri öğrenip öğrenmediğini ya da öğrendiği bilgileri gerçek iletişim ortamlarında kullanıp kullanmadığını sınavabilme olanağı da bulunmamaktadır. Her ne kadar “direkt mesaj” (DM) olarak da bilinen özel mesajlaşma seçeneğiyle hesap sahipleriyle doğrudan iletişime geçebilme olanağı sunulsa da hesap sahiplerinin bu yolla iletişim kurma isteklerine bağlı olarak söz konusu seçeneğin ne sıklıkla kullanıldığı veya dönüt verilip verilmediği ise bilinmemektedir.

Sonuç yerine

Öncelikle *Instagram*, yabancı dil öğretimi/ öğrenimi alanında her ne kadar “yeni” bir mecra olarak görülse de çalışmanın örnekleme dahilindeki hesapların çözümlenmesi neticesinde, aslında bu mecranın da tıpkı kendinden önceki diğer bütün sanal ortamlar gibi bu süreçte geleneksel dil öğretim yöntem, yaklaşım ve ilkeleri çerçevesinde tasarlandığı ve yine bu bağlamda işlev gördüğü anlaşılmaktadır. Hesaplarda paylaşılan eğitsel (didaktik) amaçlı içeriklerin ağırlıklı olarak “üretilmiş” materyaller olmasına rağmen çeşitlilik arz ettikleri, genellikle kullanıcıların sözlü ve yazılı anlama becerilerinin gelişiminin yanı sıra sözcük, dilbilgisi, sesletim gibi temel dilsel amaçların kazanımı için kullanıldığı görülmekle birlikte herhangi bir dilsel edimi ya da konuyu tamamen öğretmek için de yeterli olmadığı belirlenmiştir. Hesap sahipleri (ders verenler) ve takipçilerinin (Fransızca öğrenenler) birbirleriyle olan etkileşimleri ise paylaşımların altına kullanıcıların yapmış olduğu yorumlara hesap sahiplerinin sonradan verdikleri yanıt niteliğindeki geribildirimler ve “hikâye” kısmından yapılan paylaşımlara kullanıcıların verdikleri doğrudan yanıtlar ile sınırlı olması sebebiyle dil öğretimi açısından yetersiz kaldığı söylenebilir.

Diğer yandan, hesapların önceden belirlenmiş sıralı herhangi bir öğrenme programı izlenemedikleri anlaşılmaktadır. Bu sebeple temel Fransızca bilgisi olmayan *Instagram* kullanıcılarının düzenli bir biçimde söz konusu hesaplar aracılığıyla Fransızca öğrenmeleri olası görünmemektedir. Bununla birlikte, hesap sahiplerinin profillerinde, yine kendilerine ait olan başka platformlara yönlendirecek bağlantılar yayınlamaları veya “hikâye” kısmından video ya da fotoğraflar paylaşarak özel derslerine kayıt yaptırmak isteyen takipçileri için çağrı buldukları gözlenmektedir. Böylelikle bu tür hesapların daha çok ticari (profesyonel) bir motivasyonla tasarlanarak işletildiği de söylenebilir. Ayrıca, sunulan içeriklerin ağırlıklı olarak İngilizce açıklamalarıyla birlikte hazırlanması, hesap isimlerinde genellikle İngilizce isimlerin tercih edilmesi, daha çok kişiye ulaşmak ve daha anlaşılır olabilmek adına yine hesaplarda İngilizce açıklamalara yer verilmesi suretiyle günümüzde dünya genelinde ortak iletişim dili olarak kabul gören İngilizcenin bir nevi araçsallaştırılması da bu ticari amacın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Son olarak, *Instagram* aracılığıyla baş başına yabancı dil olarak Fransızca öğrenimi mümkün olmamakla birlikte okuldışı (parascolaire) bir öğrenme ortamı/aracı olarak özellikle başlangıç düzeyinde bu dili öğrenmeye yeni başlayanlar için tavsiye edilebilir.

Kaynakça

- Agung, N. F. A., & Darma, G. S. (2019). Opportunities and challenges of Instagram algorithm in improving competitive advantage. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(1), 743-747. <https://www.ijisrt.com/opportunities-and-challenges-of-instagram-algorithm-in-improving-competitive-advantage>
- Al-Ali, S. (2014). Embracing the selfie craze: Exploring the possible use of Instagram as a language mLearning tool. *Issues and Trends in Educational Technology*, 2(2), 1-16. https://doi.org/10.2458/azu_itet_v2i2_ai-ali
- Anggraeni, C. W. (2017). Students' perspectives toward the use of Instagram in writing class. In A. K. Bin Samahs Khan, I. Yuliasri, C. Swi Ee and D. Darwis (Eds.), *1st ELLiC Proceedings: Innovation, Trends, and Challenges in English Language Learning in the 21st Century*, (pp. 68-74). Semarang, Central Java, Indonesia: Faculty of Foreign Language and Culture Universitas Muhammadiyah Semarang. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/ELLIC/article/view/2412>
- Bérard, E. (1991). *L'approche communicative: théorie et pratiques*. Paris: CLE International.
- Besse, H., & Porquier, R. (1984). *Grammaires et didactique des langues*. Paris: Hatier-Crédif.
- Conseil de l'Europe. (2001). *Cadre européen commun de référence pour les langues: apprendre, enseigner, évaluer*. Paris: Didier.
- Coste, D. (1970). Textes et documents authentiques au niveau 2. *Le français dans le monde*, (73), 88-94.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2020). *Karma yöntem araştırmaları: Tasarımı ve yürütülmesi* (Çev. Editörleri: Y. Dede ve S. B. Demir, Gözden geçirilmiş 4.Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çakmak, F. (2020). Social networking and language learning: use of Instagram (IG) for evaluating oral communication skill. In A. Andujar (Ed.), *Recent tools for computer- and mobile-assisted foreign language learning* (pp. 110-131). Hershey /PA, USA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1097-1.ch005>
- Çelik, M. E. (2018). Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde otantiklik ve otantik materyallerden yararlanma. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 7(21), 791-806. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/660686>
- Dal-Pan, A. (2017, 11 avril). Les usages pédagogiques des réseaux sociaux: compte rendu d'un atelier du REFAD. *Profweb*. <https://www.profweb.ca/publications/articles/les-usages-pedagogiques-des-reseaux-sociaux-compte-rendu-d-un-atelier-du-refad>
- Demirel, Ö. (2017). *Öğretim ilke ve yöntemleri: Öğretme sanatı* (23. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Dobre, D. (2006). La méthode directe. *Dialogos*, (14), 10-13. https://www.dialogos.rei.ase.ro/14/05_Dobre-La-metode-directe.pdf
- Dursun, F., & Aykan, A. (2021). *Öğretim ilke ve yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Eghtesad, S. (2020). Apprentissage collaboratif d'expression écrite du Français sur Instagram. *Plume-Revue semestrielle de l'Association Iranienne de Langue et Littérature Françaises*, 16(31), 29-54. <https://doi.org/10.22129/plume.2020.238786.1150>
- Erarslan, A. (2019). Instagram as an education platform for EFL Learners. *Turkish Online Journal of Educational Technology (TOJET)*, 18(3), 54-69. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1223776.pdf>
- Göktaş, Y., Koçak, Ö., Demirel, T. & Yılmaz, T. K. (2016). Sanal dünyalarda kullanılan öğretim stratejileri, yöntemleri ve teknikleri. *e-Kafkas Journal of Educational Research*, 3(2), 40-51. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kafkasegt/issue/24528/259873>
- Ivan, M. (2006). La méthode structuro-globale audio-visuelle (S.G.A.V.). *Dialogos*, (14), 15-19. https://www.dialogos.rei.ase.ro/14/07_Ivan-La-metode-structuro.pdf
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler* (35. baskı). Ankara: Nobel Yayınları

- Kartal, E. (2005). Çoklu-ortamli yazılımların Fransızcanın yabancı dil olarak öğretimindeki yeri ve işlevleri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 231-244. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uefad/issue/16682/173346>
- Kartal, E. (2010). Feedback processes in multimedia language learning software. *US-China Education Review*, 7(4), 53-65. <https://doi.org/10.17265/2161-623X/2010.04A.006>
- Khalitova, L., & Gimaltdinova, G. (2016). Mobile technologies in teaching English as a foreign language in higher education: A case study of using mobile application *Instagram*. In L. Gómez Chova, A. López Martínez, I. Candel Torres (Eds.), *ICERI2016 Proceedings: 9th International Conference of Education, Research and Innovation, November 14th-16th, 2016- Seville, Spain* (pp. 6155-6161). IATED Academy. <https://library.iated.org/publications/ICERI2016>
- Lailiyah, M., & Setiyaningsih, L. (2020). Students' perception of online communication language learning through Instagram. *EnJourMe (English Journal of Merdeka): Culture, Language, and Teaching of English*, 5(2), 188-195. <https://doi.org/10.26905/enjourme.v5i2.5202>
- Mansor, N., & Abd Rahim, N. (2017). Instagram in ESL classroom. *Man in India*, 97(20), 107-114 <https://www.researchgate.net/publication/321016352>
- Mattern, J. (2017). *Instagram*. Minneapolis, MN/ USA: Abdo Publishing.
- Mauger, G. (1953). *Cours de langue et de civilisation françaises I*. Paris: Librairie Hachette.
- Puren, Ch. (1998) Éclectisme et complexité en didactique scolaire des langues étrangères. *Les Cahiers pédagogiques*, (360), 13-16. <https://www.christianpuren.com/mes-travaux/1998b/>
- Russmann U., & Svensson J. (2016). Studying organizations on *Instagram*. *Information*, 7(4),58. <https://doi.org/10.3390/info7040058>
- Saydi, T. (2015). L'approche actionnelle et ses particularités en comparaison avec l'approche communicative. *Synergies Turquie*, (8), 13-28. <https://gerflint.fr/Base/Turquie8/saydi.pdf>
- Silius, K., Miilumäki, T., Huhtamäki, J., Tebest, T., Meriläinen, J. & Pohjolaine, S. (2010). Students' motivations for social media enhanced studying and learning. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 2(1), 51-67. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2010.02.005>
- Stoean, C. S. (2006). La méthode traditionnelle. *Dialogos*, (14), 6-9. https://www.dialogos.rei.ase.ro/14/04_Stoean-La%20metode.pdf
- Tagliante, C. (1991). *L'évaluation*. Paris: CLÉ International.
- Tagliante, C. (1994). *La classe de langue*. Paris: CLE International.
- Tarcan, A. (2004). *Yabancı dil öğretim ilkeleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Yılmaz, R. (2017). Problems experienced in evaluating success and performance in distance education: A case study. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 18(1), 39-51. <https://doi.org/10.17718/tojde.285713>