

Araştırma Makalesi / Research Article

## Sosyal Medyada Aile: Instagramda Paylaşılan Aile Fotoğrafları

Gül Karahan <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik, Türkiye / gulkarahann@gmail.com.

**Özet:** Bu araştırmada bireylerin aileleri hakkında Instagram platformunda paylaştıkları fotoğraflar konu edilmiş ve bu fotoğraflarda ailenin nasıl temsil edildiğini belirlemek amaçlanmıştır. İçerik analizi yöntemi ile yapılan araştırmanın analiz birimi, görsel paylaşımlar olan fotoğraflardır. Veriler, #ailefotoğrafları etiketiyle herkese açık gönderi olarak yapılan paylaşımlar içinden seçilmiş ve analiz için 7 bağımsız kategori belirlenmiştir. Ölçme sonuçlarının güvenilirliği için değerlendiriciler arası tutarlılık yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın en dikkat çeken sonuçlarından birisi fotoğrafların en az 3 kişi içermesidir. Aile olmak konusunda çocuk sahibi olmaya atfedilen değere işaret eden bu sonuç çocuk sisteme dâhil olduğunda fotoğrafın bir aile fotoğrafı olarak paylaşıldığını göstermektedir. Araştırma çekirdek ailenin etrafında belirgin bir sınır olduğunu ve ikinci bir sınırın da kimi geniş aile üyelerini kapsayan bir alanı içine aldığı ortaya koymuştur. Araştırmanın diğer sonuçları paylaşılan aile fotoğraflarının duygusunun pozitif duygular olduğu, planlanmış ve çekim anında planlanmış fotoğraflardan oluştuğu, yoğun olarak kutlamalara ait olduğu ve ailenin gündelik yaşamına ait fotoğrafların paylaşımlarda çok daha az yer bulduğudur.

**Anahtar Kelimeler:** Aile, Aile Fotoğrafları, Instagram, Sosyal Hizmet, İçerik Analizi.

**JEL Sınıflandırması:** I3, I30, I39

**ORCID<sup>1</sup>:** 0000-0002-0323-3876

**Başvuru Tarihi:** 14.04.2023

**Kabul Tarihi:** 24.04.2023

**Bu Makaleye Atıf İçin:** Karahan, G. (2023). Sosyal Medyada Aile: Instagram'da Paylaşılan Aile Fotoğrafları. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1), 27-39.

## Family on Social Media: Family Photos Shared on Instagram

Gül Karahan <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Asst. Prof., Bilecik Şeyh Edebali University, Bilecik, Türkiye / gulkarahann@gmail.com.

**Abstract:** In this research, the photos shared by individuals about their families on the Instagram platform are discussed and it is aimed to determine how the family is represented in these photos. The analysis unit of the research conducted with the content analysis method is the photographs, which are visual shares. The data were selected from the posts made as a public post with the hashtag #familyphotos and 7 independent categories were determined for analysis. Inter-rater reliability measures method was used for the reliability of the measurement results. One of the most striking results of the research is that the photographs contain at least 3 people. This result, which points to the value attributed to having a child in terms of being a family, shows that when the child is included in the system, the photo is shared as a family photo. The research revealed that there is a clear boundary around the nuclear family and a second boundary encompasses some extended family members. Other results of the research are that the feeling of family photos shared are positive emotions, they consist of planned, planned photos at the time of shooting, they mostly belong to celebrations, and the photos of the daily life of the family find much less space in the shares.

**Keywords:** Family, Family Photos, Instagram, Social Work, Content Analysis.

**JEL Classification:** I3, I30, I39

**ORCID<sup>1</sup>:** 0000-0002-0323-3876

**Received Date:** 14.04.2023

**Accepted Date:** 24.04.2023

**How to Cite this Article:** Karahan, G. (2023). Sosyal Medyada Aile: Instagramda Paylaşılan Aile Fotoğrafları. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(1), 27-39.

## EXTENDED SUMMARY

### *Research Problem*

In this research, the photos shared by individuals about their families on the Instagram platform are discussed and it is aimed to determine how the family is represented in the photos shared as public posts with the hashtag #familyphotos on Instagram.

### *Research Questions*

How many people are included in the photos shared with the hashtag #familyphotos in the Instagram application? Who are the family members in the photos? Is the shooting moment planned? What is the shooting environment of the photos? What is the feeling of the photos? Which members are included in the sequence of family members in the photographs, from the center to the wider circle? What is the subject of the photos?

### *Literature Review*

The literature review includes basic information about photography, which is used as the analysis unit in this research, and about Instagram, the social media platform where the photos are included, and relates the research to the level of social work with the social work with families.

### *Methodology*

The research was conducted with content analysis method. The analysis unit of the research is the photographs, which are visual shares. The data has been selected with a certain methodology from the posts made as a public post with the hashtag #familyphotos between 01.11.2022 and 30.11.2022 on Instagram. For the analysis, 7 independent categories that do not cover or intersect each other were determined. The digitization phase of the analysis was completed by counting each unit in the appropriate category each time. For the reliability of the measurement results, the "inter-rater reliability" method was used.

### *Results and Conclusions*

One of the most striking results of the research is that the photos shared with the hashtag #familyphotos contain at least 3 people. This result, which points to the value attributed to having a child in terms of being a family, is also supported by the findings that photos consisting of 3 people are shared intensively, the most child members are included in the photos, and the child member is in the center of the photo in 80% of the photos. 2/3 of all posts were nuclear family photos. The findings show that the children are in the close vicinity even in the photographs where they are not in the center, the husband and wife are in the center of the photographs together or separately very little, and the spouses are in the close environment in most of the photographs. While the older members of the extended family were rarely in the center and more in the immediate vicinity, the younger members of the extended family were not in the center of any photograph and were often in the wider environment. The research shows that shared family photos consist of planned and planned photos at the time of shooting. Another result of the research is that the emotions of all the photos shared are positive emotions. The findings obtained in the research reveal that family photos belong to celebrations and leisure activities, and these photos are followed by the photos taken at the invitations. Photos of the daily life of the family, on the other hand, found much less space in the shares. This research has certain limitations for sure. First of all, the research data is limited to public posts made within 1 month. It should be taken into account that the accounts that shared the photos included in the study group may have shared photos of different qualities in wider time intervals or that the state of being "open to everyone (public post)" may be an important factor in the selection of the shared photo.

## GİRİŞ

Sosyal bilimlerde hiçbir veri çeşidi, anlattığı şeyle fotoğraf kadar doğrudan ilişki içinde değildir. Toplumsal yaşamın kültürel olgusu, bireylerin ve ailelerin yaşamının görsel iletişim aracı, tarihi olayların kanıtı, belleğin kayıt aracı olan fotoğraflar, sosyal bilimler için zengin bir inceleme alanı olmasına rağmen ülkemizde yürütülen akademik çalışmalarda yeterince araştırma nesnesi haline getirilmemiş, sosyal hizmet alanında yapılan araştırmalarda ise kendisine neredeyse hiç yer bulamamıştır. Aile fotoğrafları, günümüzün görsellikle karakterize toplumlarında, aile kurumunu çözümlenmeye yönelik önemli bir veri kaynağıdır. Fotoğrafların her biri tekil bir ailenin görsel temsili olmakla birlikte aynı zamanda o tarihsel dönemin aile yapılanmasına ve aile algısına gömülü bir anlam bütünlüğüne sahiptir. Başka bir ifadeyle fotoğraflar sadece ait oldukları ailenin değil o dönemin ailesinin de görsel temsilleridir. Fotoğrafları, yapılacak araştırmalarda farklı düzlemlerde okumak, eklenildiği ya da yeniden ürettiği anlamları keşfetmek için analiz etmek ya da birer belge olma niteliğiyle analizlere dâhil etmek mümkündür. Bu çalışmada fotoğraflar analiz birimi olarak belirlenmiş, günümüzde paylaşılan aile fotoğraflarının aile hakkında hangi özellikleri taşıdığına odaklanılmış ve dönemin aile yapılanmasına ve aile algısına ilişkin bilgi üretmek hedeflemiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

19. yy'ın icatlarından birisi olan ve kısa zamanda toplumsal ölçekte yaygınlaşarak modernizmin başlıca temsilcisi ve biçimlendiricisi haline gelen fotoğraf, toplumsal yaşamı doğrudan etkilemiş, zaman ve mekân kavramlarını yeniden yapılandırmıştır. İlk fotoğraf 1826 yılında kaydedilmiş, 1839 yılında fotoğraf makinesi icat edilmiş, 1888 yılında piyasaya sürülen ilk el kamerası 1900'lü yıllarla birlikte yerini her yerde kullanılabilen, düşük bedelli, taşınabilir fotoğraf makinelerine bırakmıştır. Fotoğraf makinelerinin gündelik yaşamda kullanımını kolaylaştırarak, fotoğrafı ev içi gibi özel alanlara dâhil eden bu gelişmeyi 1970'lerde dijital kameraların ve 1990'larda renkli dijital fotoğraf makinelerinin geliştirilmesi izlemiştir (Bajac, 2005; Ertan, 2009). Hızla gelişen teknolojiyle 21. yy, dijital olarak üretilen görsel imgelerin çağı olmuş, 2000'li yılların başında kameraların cep telefonlarına eklenmesiyle de fotoğraf için yeni bir dönem başlamıştır.

Yeni medya araçlarından birisi olan Instagram 2010 yılında kurulan, fotoğraf paylaşım odaklı bir sosyal medya platformudur. Sosyal medya platformları günümüzde yaygın kullanılan ve kullanımı da hızla artmaya devam eden iletişim ortamlarıdır. Instagram bu platformlar içinde kullanımı en yüksek olanlardan birisidir. We are Social (2022)'ın güncel raporlarına göre ülkemizde aktif sosyal medya kullanıcıları toplam nüfusun %73.1'ini oluşturmaktadır ve Instagram en çok zaman geçirilen sosyal medya platformu olarak ilk sırada yer almaktadır.

Instagramı paylaşılan tüm fotoğrafları arşivleyen tasarımıyla, fotoğraf albümü geleneğini dijital alana taşıyan bir platform olarak da düşünmek mümkündür. Aile albümleri genellikle kronolojik bir dizilimle ailenin hayatındaki önemli anların, kutlama ve törenlerin, doğum günlerinin, mezuniyetlerin, evlilik törenlerinin, çıkılan tatillerin ve ailenin bir aradalığının sergilendiği fotoğraflardan oluşur (Tuncer, 2017). Barnwell vd. (2021)'ne göre geçmişte aileler özel etkinliklerin fotoğraflarını, hatırlamak ya da misafirlere göstermek için albümlere yerleştirirken, aile fotoğrafları artık sıklıkla çevrimiçi olarak paylaşılmakta ve arşivlenmektedir. Instagram'da paylaşılan aile fotoğrafları bir tür kişisel iletişimdir ve genel bir etiket ile paylaşıldığında bile amaç kendini ifade etmedir (Barbour vd., 2017). Kişisel iletişim ve kendini ifade etmenin günümüzdeki yöntemi olan bu arşivler, tıpkı birer fotoğraf albümü gibi, herhangi bir zamanda aile ve arkadaşlar tarafından ve ayrıca çok daha geniş kitleler tarafından görüntülenebilmektedir.

Aile, kendini aile olarak nitelendiren iki veya daha fazla bireyden oluşmakta, kan bağı, evlat edinme, evlilik ya da yakın arkadaşlık yoluyla oluşan üyeleri kapsamaktadır (Duyan, 2003). Ailenin en genel tanımı, toplumun en küçük sosyal birimi olduğudur. Aile sosyal düzenin temel yapı taşı olarak kabul edilmekte (Walsh, 2017), giderek daha çeşitli ve karmaşık hale gelmesine rağmen yaygın olarak geniş aile ve çekirdek aile olmak üzere iki temel grupta ele alınmaktadır. Geniş aile ebeveynleri, büyükanne ve büyükbabalar, teyzeler, amcalar ve kuzenler gibi akrabaları içermektedir. Bir erkek ve bir kadının aile bağı kurmasıyla oluşan çekirdek aileler eşlerden oluşmakta, biyolojik yolla ya da evlat edinme yoluyla çocuk sahibi olan çekirdek aileler ise eşleri ve onların çocuklarını içermektedir. Çekirdek aile, geniş ailenin dönüşümüyle oluşmuş aile biçimidir. Geniş aileler daha fazla emeğe ihtiyaç duyulan tarım toplumlarının, çekirdek aileler ise sanayileşmiş karmaşık endüstri toplumlarının aile modeli olarak karşımıza çıkmaktadır (Zastrow ve Kirst-Ashman, 2014). Sosyal hizmet uygulamalarının odağı genellikle ailedir (Zastrow, 2015) ve aslında aile tarihsel olarak da hep sosyal hizmetin odağında yer almıştır (Duyan, 2003). Ailelerle sosyal hizmet uygulamalarında planlı müdahale sürecinde değerlendirme yaparken toplumsal yapıyı da ihmal etmemek ve bir bütün olarak değerlendirmek gereklidir. Belirli bir toplumda, belirli bir zamanda var olan toplumsal yapı ile aile sistemi arasında güçlü bağlar vardır (Karataş, 201). Sosyal hizmet disiplini içindeki bu merkezi konumu ve sosyal hizmetin uygulamalarda değerlendirme sürecine mümkün olan en fazla dinamiği dahil eden çok bileşenli yaklaşımı nedeniyle ailenin yapısını, işlevlerini, türlerini ele almak kadar ailenin şimdiki zamandaki görünümüne, nasıl oluştuğuna, kimlerin aileye dâhil olduğuna ya da bireylerin ve topluluğun aile algısına ilişkin araştırmalar yapmak da önemlidir. Fotoğraf, bu araştırmalarda kullanılacak veri kaynaklarından birisiyken, verilere ulaşma yollarından birisi de sunduğu iletişim modeli ve yaygınlığı nedeniyle Instagram platformudur.

### 3. MATERYAL VE METOD

Bu araştırmada, bireylerin aileleri hakkında Instagram platformunda paylaştıkları fotoğraflar konu edinilmiş ve Instagramda #ailefotoğrafları etiketiyle, herkese açık gönderiler olarak paylaşılan fotoğraflarda ailenin nasıl temsil edildiğini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırmada; Instagram uygulamasında #ailefotoğrafları etiketiyle paylaşılan fotoğraflarda kaç kişi yer almaktadır?, fotoğraflarda yer alan aile üyeleri kimlerdir?, fotoğrafların çekim anı planlanmış mıdır?, fotoğrafların çekim ortamı neresidir?, fotoğrafların duygusu nedir?, fotoğraflarda yer alan aile üyelerinin dizilimi merkezden geniş çevreye doğru hangi üyelerden oluşmaktadır? ve fotoğrafların konusu nedir? sorularına yanıt aranmıştır.

Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yönteminin seçilmesindeki amaç çalışmaya sistemlilik ve nesnellik kazandırmaktır. Nitel verileri nicel verilere dönüştürmek için kullanılan araştırma yöntemlerinden birisi olan içerik analizi (Rubin ve Babbie, 2014) sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan en önemli tekniklerden birisidir ve yalnızca metinler üzerinde değil, görseller ya da televizyon programları gibi materyallerin incelenmesinde de kullanılmaktadır (Büyüköztürk vd, 2014). İçerik analizinde analiz biriminin belirlenmesi, kategorilerin belirlenmesi ve sayısallaştırma analizin önemli özellikleridir. Bu araştırmanın analiz birimi görsel paylaşımlar olan fotoğraflardır. Analiz için 7 kategori belirlenmiştir ve uygun kategoride yer alan her bir birim her seferinde sayılarak analizin sayısallaştırma aşaması tamamlanmıştır.

#### 3.1. Verilerin Seçilmesi

Bilimsel çalışma ve araştırmalarda kamuya açık olan kitlesel paylaşımlar yapan örneğin televizyon yayınları, filmler, gazeteler ya da dergiler çalışmalara sıklıkla konu olmaktadır ve yeni medya araçlarından birisi olan Instagram da

kamuya açık olma noktasında benzer koşullara sahiptir. Araştırmada yalnızca takipçilerinin görebileceği hesaplar kullanılmamış, gizliliği korumak adına örnekleme oluşturan fotoğrafları paylaşan hesaplar açıklanmamıştır.

Instagram platformunda, 01.11.2022 - 30.11.2022 tarihleri arasında, #ailefotoğrafları etiketiyle yapılan herkese açık gönderiler araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Birden fazla fotoğrafın paylaşıldığı gönderilerde sadece ilk fotoğraf değerlendirmeye alınmıştır. Örneklem seçimi için ölçüt (kriter) örnekleme yöntemi kullanılmış ve beş ölçüt belirlenmiştir. Ölçütlerin her biri için bir soru oluşturulmuş, tüm sorulara “evet” yanıtı işaretlenen, başka bir ifadeyle belirlenen tüm ölçütleri karşılayan paylaşımların tümü araştırmaya dâhil edilmiştir;

**1. Paylaşım bir fotoğraf mıdır?**

- Evet  Hayır

**2. Fotoğraf herkese açık bir gönderi olarak #ailefotoğrafları etiketiyle paylaşılmış mıdır?**

- Evet  Hayır

**3. Fotoğraf en az 2 birey içermekte midir?**

- Evet  Hayır

**4. Fotoğraf reklam ajansları, fotoğraf stüdyoları, özel sağlık kuruluşları gibi kâr amacı güden üçüncü kişiler tarafından değil, Instagram hesabı olan gerçek kişiler tarafından paylaşılmış mıdır?**

- Evet  Hayır

**5. Fotoğraf #nostalji, #tbt gibi etiketler içermeyen ya da geçmiş zamanlarda çekilmiş fotoğrafın fotoğrafı çekilerek paylaşılmayan, hesap sahibinin şimdiki zamandaki yaşamını anlatan fotoğraflar mıdır?**

- Evet  Hayır

Böylece hareketli resim ya da video değil fotoğraf olan, herkese açık bir gönderi olarak #ailefotoğrafları etiketiyle paylaşılmış olan, en az 2 bireyi içeren, gerçek kişilere ait hesaplar tarafından paylaşılan ve paylaşımı yapan hesapların şimdiki zamandaki yaşamını anlatan 45 fotoğraf araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur.

### 3.2. Kategorilerin Oluşturulması

Bu aşamada araştırmanın amacına uygun olarak birbirini kapsamayan ya da kesişmeyen bağımsız kategoriler belirlenmiştir. Araştırmada yapılacak analiz için 7 ayrı kategori oluşturulmuştur;

**1. Fotoğraflardaki kişi sayısı**

- 2,  3,  4,  5,  6,  7,  8,  9,  10 ve üzeri

**2. Fotoğraflarda yer alan aile üyeleri**

- a-  Eş,  Çocuk,  Kardeş,  Anne,  Baba,  Yeğen,  B.anne-B.baba (büyükanne-büyükbaba),  
 H-AT-D (Hala-Amca-Teyze-Dayı),  Kuzen,  Diğerleri (arkadaşlar, komşular,...)  
b-  Çekirdek aile üyeleri,  Geniş aile üyeleri,  Diğerleri (arkadaşlar, komşular,...)

**3. Fotoğrafların çekim anı**

- Planlı ,  Plansız,  Çekim anında planlanmış

**4. Fotoğrafların çekim ortamı**

- Ev-Özel alan,  Kamusal mekân,  Doğa,  Seyahat aracı

**5. Fotoğrafların duygusu**

- Pozitif duygular (mutlu, neşeli, başarılı, gururlu, huzurlu, enerjik,...)  
 Negatif duygular (üzgün, korkmuş, hüznü, çaresiz, hayal kırıklığına uğramış, öfkeli,...)

Nötr duygular (şaşkın,...)

#### 6. Fotoğrafta yer alan aile üyelerinin dizilimi

Merkez,  Yakın çevre,  Geniş çevre

#### 7. Fotoğrafın konusu

Gündelik yaşam,  Kutlama,  Davet,  Seyahat,  Serbest zaman etkinliği

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan fotoğraflar bu 7 kategoride analiz edilmiş ve tüm analizler, araştırmanın analiz birimi olarak belirlenen fotoğraflar üzerinde yapılmıştır. Paylaşımlardaki metinsel içeriklere sadece fotoğraf hakkındaki duyguyu, fotoğraftaki kişileri, fotoğraf çekimi sırasında yapılmakta olan eylemi ifade etmesi noktasında, fotoğraftaki kişilerin ailedeki rolünü/paylaşımı yapan kişiyle olan ilişkisini belirlemek ve anlamı doğrulamak için başvurulmuştur.

### 3.3. Geçerlik ve Güvenirlik

İçerik analizi ile yapılan araştırmalarda geçerlik, ölçülmek istenilen özelliğin diğer özelliklerle karışmadan ne derece doğru ölçüldüğüyle ilgilidir. Gerçekliğin dolaysız olarak ölçülememesi nedeniyle, kategorilerin objektif olarak belirlenmesi, açık ve anlaşılır olması geçerliğin göstergesidir. Ölçme sonuçlarının güvenirliliği için ise “değerlendiriciler arası tutarlılık” yöntemi kullanılmıştır. Bağımsız değerlendirmeciler arası uyum olarak da isimlendirilen bu yöntemde iki veya daha fazla gözlemcinin aynı objeler için verdikleri puanlar birbirine yaklaştıkça güvenirlilik artmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2014). Bu araştırmada bağımsız bir araştırmacı tarafından kategoriler değerlendirilmiş, analizler tekrarlanmış ve elde edilen sonuçların tutarlı olduğu belirlenmiştir.

## 4. BULGULAR

Araştırma kapsamında 7 kategoride yapılan analiz verilerin sayısallaştırılmasını sağlamış ve elde edilen bulgular şekil ile ifade edilmiştir.

### 4.1. Fotoğraflardaki Kişi Sayısı

Fotoğraflarda yer alan kişi sayısına ilişkin bulgular Şekil 1’de verilmiştir.



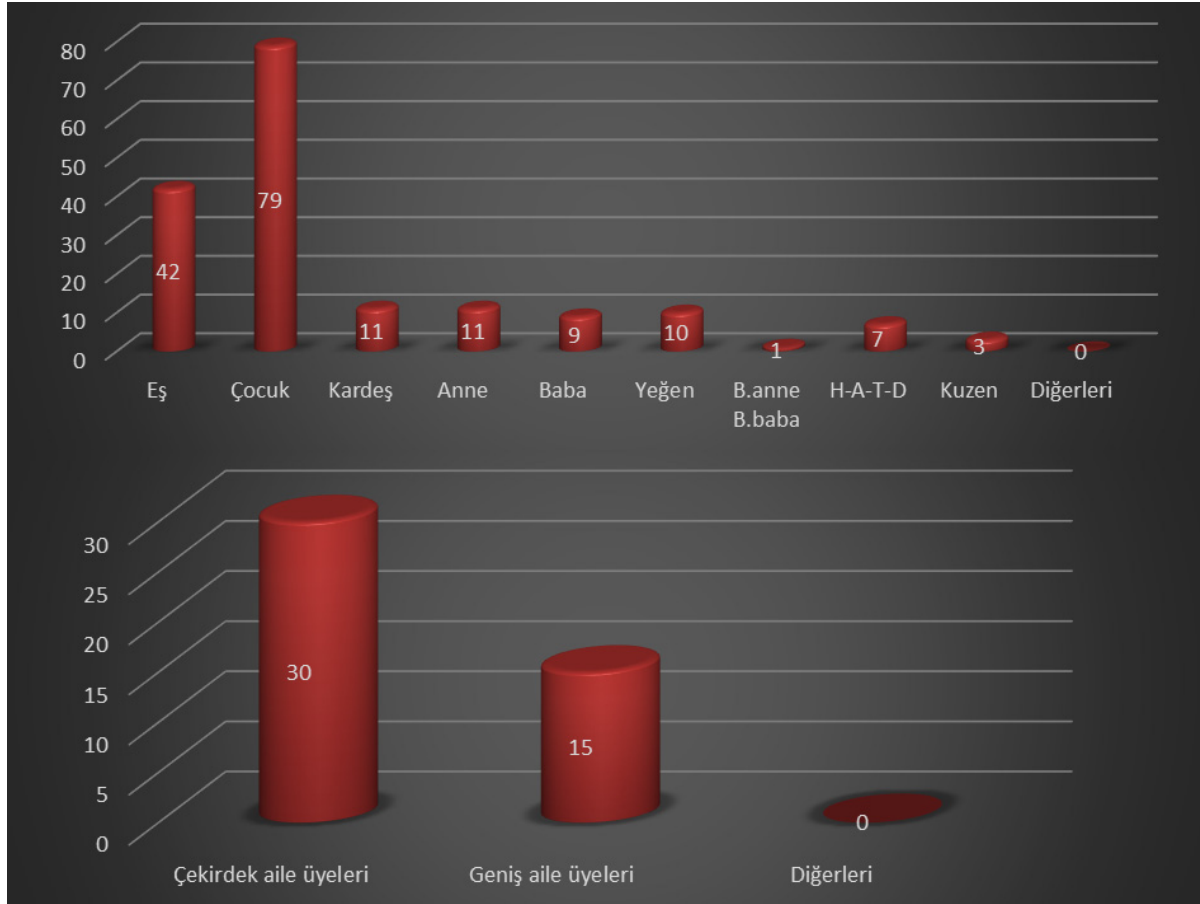
Şekil 1. Fotoğraflardaki Kişi Sayısı

Şekil 1’de de görülebileceği gibi, #ailefotoğrafları etiketiyle paylaşılan fotoğraflardaki kişi sayısı 3 ile 10 ve üzerinde kişi arasında değişmektedir. Bu kategoriden elde edilen bulgular ailenin en az 3 kişi ile temsil edildiğini ve yoğun olarak 3 kişi içerdiğini göstermektedir. 4 ve 6 kişiye yer veren fotoğrafların daha az sayıda olduğunu ve kendi içinde dengeli bir dağılımı olduğunu; 5, 7, 8, 9 ve 10 ve üzerinde kişiye yer veren fotoğrafların en az sayıda olduğunu

ve kendi içinde dengeli bir dağılımı olduğunu söylemek mümkündür. 10 ve üzeri seçeneğinde kategorize edilen 2 fotoğraftan birisinde 10 değerinde 12 kişi yer almaktadır.

#### 4.2. Fotoğraflarda Yer Alan Aile Üyeleri

Fotoğraflarda yer alan aile üyelerine ilişkin bulgular Şekil 2’de verilmiştir.



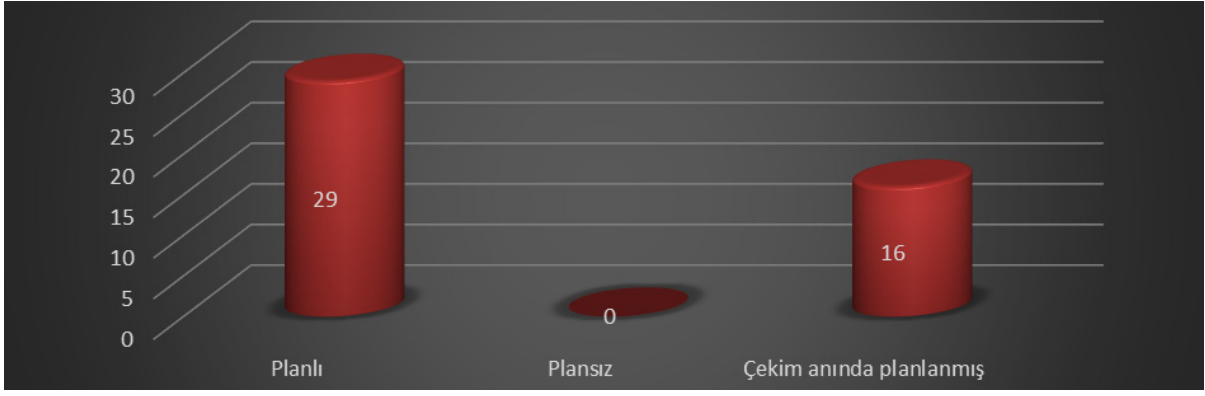
Şekil 2. Fotoğraflarda Yer Alan Aile Üyeleri

Şekil 2, ilgili kategorinin ikili yapısıyla paralel olarak 2 ayrı grafik içermektedir. Altta yer alan grafik çalışma grubunu oluşturan fotoğraflarda yer alan aile üyeleri bağlamında, kişilerin çekirdek aile üyesi, geniş aile üyesi ve diğerleri seçeneklerindeki dağılımını göstermektedir. Bu kategoriden elde edilen bulgular fotoğrafların 2/3’ünün çekirdek aile üyelerini ve 1/3’ünün geniş aile üyelerini içerdiğini göstermektedir. Araştırma kapsamında analiz edilen 45 fotoğrafta toplam 218 kişi yer almaktadır. Şekil 2’nin üst kısmında yer alan grafik, fotoğraflarda yer alan kişilerin, paylaşımı yapan kişi bağlamında ailedeki rollerinin dağılımını göstermektedir.

Bulgular en çok çekirdek aile fotoğraflarının paylaşıldığını ve tüm fotoğraflarda yer alan aile üyelerinin en çok çocuklar ve ardından eşler olduğunu göstermektedir. Fotoğraflardaki kişi sayısı ve fotoğraflarda yer alan aile üyelerine ait bulgular bir arada ele alındığında, ailenin öncelikle çekirdek aileyi ve çekirdek ailenin de en az 3 kişiyle oluşan çocuklu çekirdek aileyi ifade ettiği görülmektedir. Şekil 2 üzerinde de görülebileceği gibi bu kategoride yapılan analizle, #ailefotoğrafları etiketiyle paylaşılan fotoğrafların hiçbirisinin akrabalık ilişkilerini gösteren adlandırmalar dışında olan, arkadaş ya da komşu gibi bireyleri içermediği belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle bulgular, paylaşılan aile fotoğraflarının, dâhil olmaya ilişkin akrabalık ilişkileriyle çizilen bir sınır belirlediğini göstermektedir.

#### 4.3. Fotoğrafların Çekim Anı

Fotoğrafların çekim anına ilişkin bulgular Şekil 3’te verilmiştir.

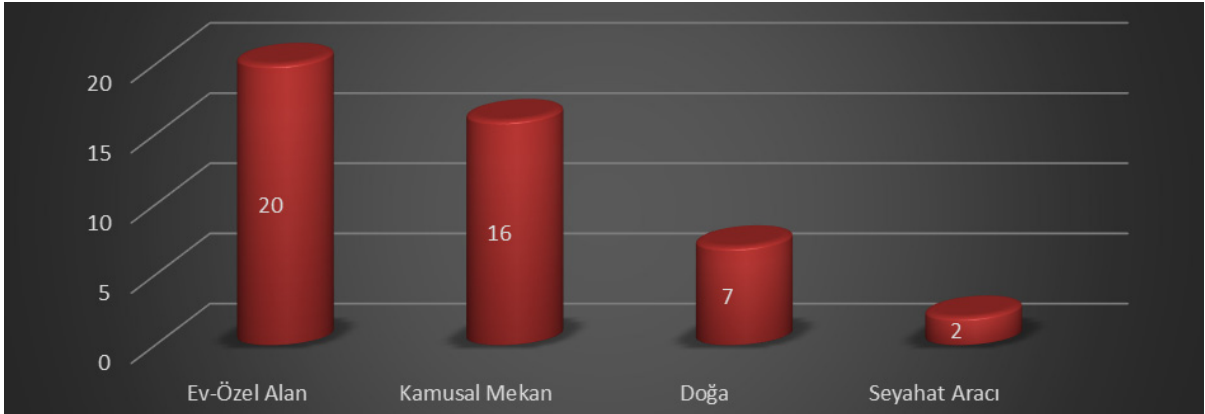


**Şekil 3. Fotoğrafların Çekim Anı**

Bu kategoride, fotoğrafta yer alan herkesin kameraya belli bir mesafede olduğu ve tüm üyelerin kameraya poz verdiği fotoğraflar “planlı”; üyelerin fotoğraf çekiminden habersiz olduğu fotoğraflar “plansız”; öz-çekim olan ve üyelerin duruş ve ifadelerinden fotoğraf çekiminin yapıldığı an ile çekimden haberdar oldukları an arasında uzun bir zaman geçmediği, kişilerin hızlıca poz verdiği anlaşılan fotoğraflar “çekim anında planlanmış” seçeneğinde kategorize edilmiştir. Bulgular paylaşılan aile fotoğraflarının planlanmış ve çekim anında planlanmış fotoğraflardan oluştuğunu ve yoğun olarak planlı fotoğrafların paylaşıldığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, aile üyelerinin hazırlanmak ve konumlanmak için zamanı olan çekimlere ait fotoğrafların paylaşıldığı görülmektedir.

#### 4.4. Fotoğrafların Çekim Ortamı

Fotoğrafların çekim ortamına ilişkin bulgular Şekil 4’te verilmiştir.



**Şekil 4. Fotoğrafların Çekim Ortamı**

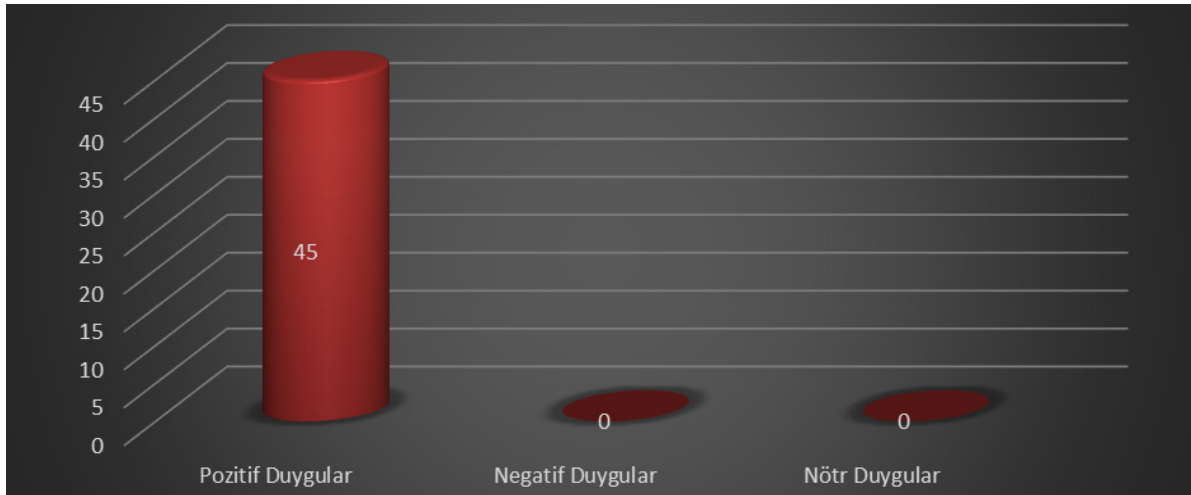
Bu kategoriden elde edilen bulgular yoğun olarak ev-özel alanda çekilen fotoğrafların paylaşıldığını ve onu kamusal mekânlarda çekilen fotoğrafların izlediğini göstermektedir. Ayrıca daha az sayıda doğada çekilmiş fotoğraflar ile en az sayıda seyahat aracında çekilmiş fotoğrafların paylaşıldığı görülmektedir.

Bu kategoride yapılan analize eklenmesi gereken bir nokta, sadece çekim ortamı ev-özel alan olan fotoğrafların değil, çekim ortamı kamusal mekânlar ya da doğa olan fotoğrafların da aile üyeleri dışında hiç kimseyi içermiyor olmasıdır. Bu bulgu fotoğrafların planlanmış ve çekim anında planlanmış fotoğraflardan oluştuğuna ilişkin bulguyla bir arada düşünüldüğünde planlamanın anlam çerçevesi genişlemekte ve planlamaya her üyenin kameraya bakıyor olmasını sağlamanın ötesinde fotoğrafa kimlerin dâhil olacağına ilişkin bir boyutu da eklemektedir. Fotoğrafların çekim ortamına ilişkin diğer bulgular doğada çekilen fotoğraflar seçeneğinde kategorize edilen fotoğrafların tümünde geniş aile üyelerinin yer aldığı ve son olarak seyahat aracında çekilen fotoğrafların yine sadece aile üyelerini içeren ve otomobil sınıfındaki araçlarda çekilmiş fotoğraflar olduğudur.



#### 4.5. Fotoğrafların Duygusu

Fotoğrafların duygusuna ilişkin bulgular Şekil 5'te verilmiştir.



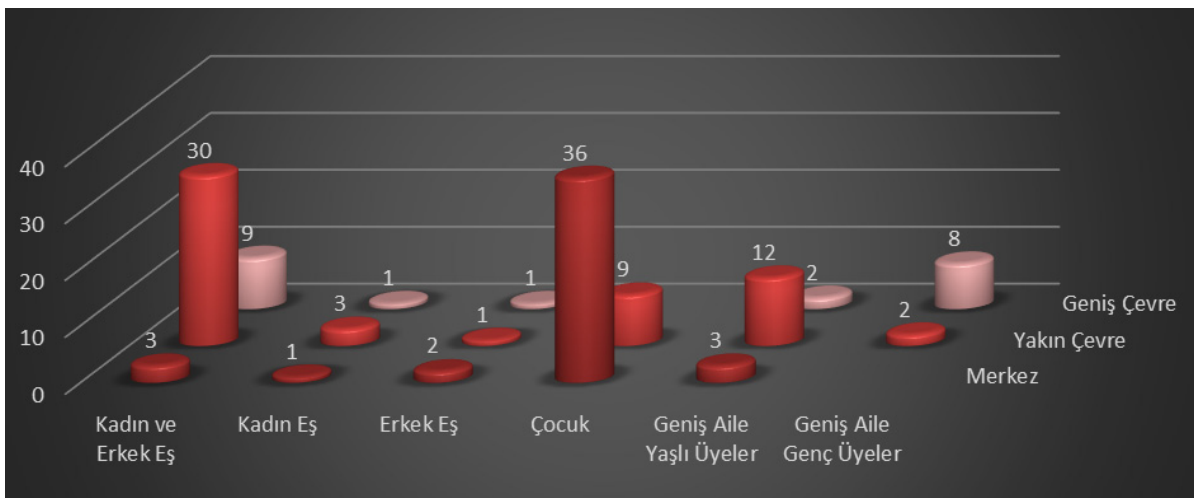
Şekil 5. Fotoğrafların Duygusu

Duygular, bir olayın ya da düşüncenin kavramsal değerlendirmesi sonucunda oluşurlar ve duruşlarda, yüz ifadelerinde ya da fiziksel hareketlerde gözlenebilirler. Fotoğrafın duygusu belirlenirken üyelerin yüz ifadeleri, duruşları ve fiziksel hareketleri temel alınmıştır. Fotoğrafın bütünü sadece fotoğrafta yer alan aile üyeleri bağlamında değerlendirilmiş, fotoğrafın renkleri gibi, izleyicinin üzerinde etkisi olabilecek diğer dinamikler değerlendirmeye dâhil edilmemiştir. Fotoğrafın duygusunu belirlemeye yönelik analiz aşamasında fotoğrafta yer alan üyeler arasındaki olası farklılıkları saptamak da hedeflenmiş, bu amaçla analiz bu odakta tekrarlanmış ancak bu tür bir veriyle karşılaşılmamıştır.

Veri analizinde fotoğrafta yer alan tüm üyelerin, çekim sırasında aynı grupta yer alan duyguları yansıtan yüz ifadeleri, duruşlar ve fiziksel hareketler sergilediği saptanmıştır. Bulgular, sadece yaşanan anın hissettirdiği memnuniyeti ifade eden, özellikle de mutluluk, neşe, gurur ve huzur duygularının öne çıktığı pozitif duygulara ilişkin göstergeler içeren fotoğrafların paylaşıldığını göstermektedir.

#### 4.6. Fotoğraflarda Yer Alan Aile Üyelerinin Dizilimi

Fotoğraflarda yer alan aile üyelerinin dizilimine ilişkin bulgular Şekil 6'da verilmiştir.



Şekil 6. Fotoğraflarda Yer Alan Aile Üyelerinin Dizilimi

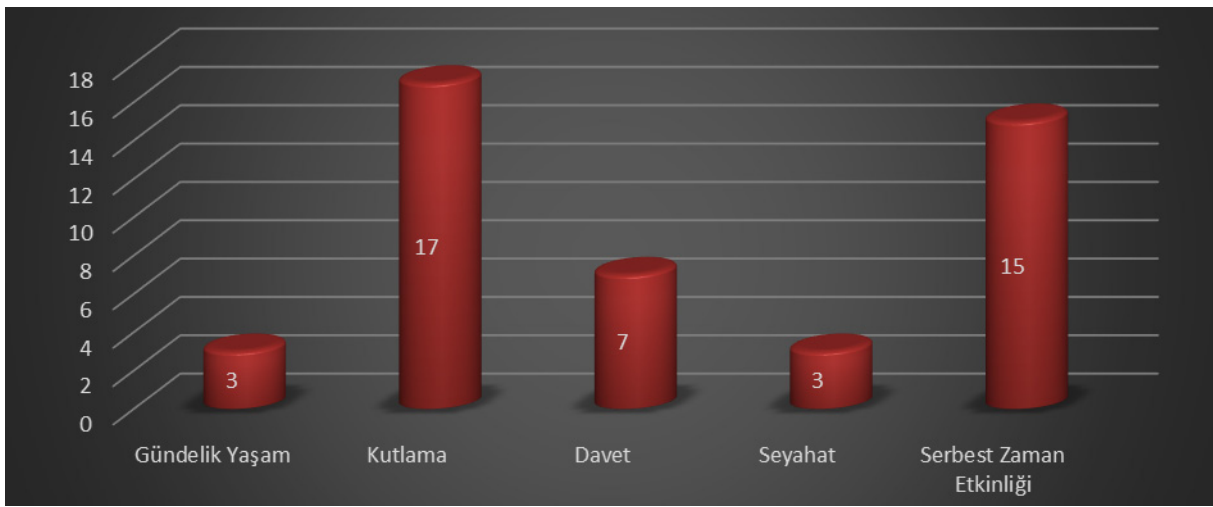
Bu kategoriden elde edilen bulgular 3 fotoğrafta kadın ve erkek eşin, 1 fotoğrafta kadın eşin, 2 fotoğrafta erkek

eşin, 3 fotoğrafta geniş ailenin yaşlı üyelerinin fotoğrafın merkezinde yer aldığı, 36 fotoğrafta ise fotoğrafın merkezinde çocuğun yer aldığını göstermektedir. Bulgular, merkezinde çocuğun yer aldığı fotoğrafların paylaşıldığını ve çocukların merkezinde olmadıkları fotoğraflarda da yakın çevrede olduklarını göstermektedir. Kadın eş ve erkek eşin birlikte yer aldığı 42 paylaşımından sadece 3 fotoğrafta eşler fotoğrafın merkezinde yer almış ve fotoğrafların büyük kısmında eşlerin çocukların hemen yanında, yakın çevrede yer aldıkları görülmüştür.

Fotoğraflarda yer alan aile üyelerinin dizilimine ilişkin bulgular, yoğun olarak planlı fotoğrafların paylaşıldığını gösteren bulgularla bir arada düşünüldüğünde, fotoğrafın temsil ettiği aile algısı daha da belirgin hale gelmektedir. Bu kategoriden elde edilen bulgular, çekirdek ailenin de geniş ailenin de yoğun olarak merkezde çocuğun yer aldığı bir dizilimi olan fotoğraflarla paylaşıldığını göstermektedir.

#### 4.7. Fotoğrafların Konusu

Fotoğrafların konusuna ilişkin bulgular Şekil 7’de verilmiştir.



Şekil 7. Fotoğrafların Konusu

Fotoğraflar bu kategoride analiz edilirken ailenin rutinlerini gösteren fotoğraflar gündelik yaşam seçeneğinde; doğum günü, nişan töreni, düğün gibi etkinlikler kutlama seçeneğinde; özel bir günün kutlamasına işaret eden simgesel nesnelere içermeyen, örneğin aile üyelerinin yemek masası etrafında bir araya gelmesi gibi planlı eylemleri gösteren fotoğraflar davet seçeneğinde kategorize edilmiştir. Sinemaya gitmek, çay bahçesinde oturmak, spor yapmak gibi eylemleri içeren fotoğraflar ise serbest zaman etkinliği seçeneğinde yer almaktadır.

Bu kategoriden elde edilen bulgularda yoğun olarak kutlama ve serbest zaman etkinliği fotoğraflarının paylaşıldığı, bu fotoğrafları davetlerde çekilen fotoğrafların izlediği görülmektedir. Ailenin gündelik yaşamına ait fotoğraflar ile seyahat fotoğrafları diğerlerinden çok daha az paylaşılmıştır. Ancak gündelik yaşam fotoğrafları, seyahat fotoğrafları ile paylaşım yoğunluğundaki benzerlikten bağımsız olarak da ele alınmalıdır. Seyahat fotoğrafları, araştırmanın kapsadığı tarih aralığında okulların açık olması ya da kış turizminin ülkemizde yaygın olmaması gibi nedenlerle seyahat deneyiminin daha az yoğunlukta olabileceği düşünüldükçe yorumlandığında daha anlamlı görünmektedir. Gündelik yaşam fotoğraflarının bu kadar az paylaşılması ile fotoğrafın çekim ortamına ilişkin bulgular bir arada ele alındığında, bireylerin aileleri hakkında paylaştıkları fotoğrafların, fotoğrafın çekim ortamı ev-özel alan olması durumunda bile ev yaşantısının rutinlerini içermediğini göstermektedir.

## SONUÇ

Bu araştırmada günümüzde paylaşılan aile fotoğraflarının aile hakkında hangi özellikleri taşıdığına odaklanılmış, Instagram uygulamasında #ailefotoğrafları etiketiyle herkese açık gönderiler olarak paylaşılan fotoğraflar içerik analizi yöntemiyle incelenerek fotoğraflarda ailenin nasıl temsil edildiğini belirlemek amaçlanmış ve dönemin aile yapılanmasına ve aile algısına ilişkin bilgi üretmek hedeflemiştir. Yapılan analizle fotoğraflarda kaç kişinin yer aldığı, fotoğraflarda yer alan aile üyelerinin kimler olduğu, fotoğrafların çekim anının planı, fotoğrafların çekim ortamı, fotoğrafların duygusu, fotoğraflarda merkezden geniş çevreye doğru hangi aile üyelerinin yer aldığı ve fotoğrafların konusu belirlenmiştir.

Araştırmanın en dikkat çeken sonuçlarından birisi, #ailefotoğrafları etiketiyle paylaşılan fotoğrafların en az 3 kişi içermesidir. Aile olmak konusunda çocuk sahibi olmaya atfedilen değere işaret eden bu sonucu, yoğun bir şekilde 3 kişiden oluşan fotoğrafların paylaşıldığına, fotoğraflarda en çok çocuk üyenin yer aldığına ve fotoğrafların %80'inde fotoğrafın merkezinde çocuk üyenin olduğuna ilişkin bulgular da desteklemektedir. Fotoğraflarda en çok eş ve çocuklar yer almış ve tüm paylaşımların 2/3'ünü çekirdek aile fotoğrafları oluşturmuştur. 8 ve daha fazla sayıda aile üyesini içeren fotoğraflar ise paylaşımların oldukça küçük bir bölümüdür. Fotoğraflarda yer alan aile üyeleri en çok ailenin tanımı için önemlidir. Aile tanımına kimlerin dâhil edildiğine ilişkin bir saptama, ailenin sınırlarına işaret eden önemli bir veridir. Bulgular en çok çekirdek aile fotoğraflarının paylaşıldığını ve tüm fotoğraflarda yer alan aile üyelerinin en çok çocuklar ve ardından eşler olduğunu göstermektedir. Paylaşılan aile fotoğraflarının hiçbirisinin akrabalık ilişkileri dışında bireyleri örneğin arkadaşları içermiyor olması da dikkat çekici bir noktadır. Elde edilen sonuçlar eş sisteminin, çocuğun sisteme dâhil olmasıyla aile sistemi olarak kabul edildiğini, çocuk sisteme dâhil olduğunda fotoğrafın bir aile fotoğrafına dönüştüğünü, çekirdek ailenin etrafında belirgin bir sınır olduğunu ve ikinci bir sınırın da kimi geniş aile üyelerini kapsayan bir alanı içine aldığı göstermektedir. Fotoğrafların çekim ortamına ilişkin bulgular da bu sonucu destekler niteliktedir, yapılan analizlerde sadece çekim ortamı ev-özel alan olan fotoğraflar değil, çekim ortamı kamusal mekânlar ya da doğa olan fotoğrafların da aile üyeleri dışındaki bireyleri içermediği belirlenmiştir. Fotoğraflar, ev dışındaki alanlarda da oradan geçmekte ya da yan masada oturmakta olan insanları içermeyen yapısıyla ailenin sınırlarına işaret etmektedir.

Fotoğrafta yer alan aile üyelerinin dizilimi aynı zamanda bir aile ilişkileri göstergesidir. Ailenin fotoğraf çekimi için oluşturduğu kompozisyon, ailenin merkezinde neyin/kimin olduğuna dair bir saptamayı mümkün kılmakta ve aile üyelerinin merkez, yakın çevre ve geniş çevrede aldıkları konum, aile üyelerinin birbirlerine göre sosyal konumunu göstermektedir, çünkü fotoğrafın çekim anı da ailenin yaşamına aittir. Bulgular yoğun olarak merkezinde çocuğun yer aldığı fotoğrafların paylaşıldığını ve çocukların merkezinde olmadıkları fotoğraflarda da yakın çevrede olduklarını kadın eş ve erkek eşin birlikte ya da ayrı ayrı çok az fotoğrafın merkezinde yer aldıklarını ve fotoğrafların büyük kısmında eşlerin çocukların hemen yanında, yakın çevrede olduklarını göstermektedir. Geniş ailenin yaşlı üyeleri nadiren merkezde ve daha çok yakın çevrede yer alırken, geniş ailenin genç üyeleri hiçbir fotoğrafın merkezinde yer almamış, nadiren yakın çevrede ve sıklıkla geniş çevrede yer almışlardır. Elde edilen bu sonuçlar da yine ailenin çocuk merkezli yapısına ve çekirdek aileyi geniş aileden ayıran sınırlarına işaret etmektedir. Eşlerin ve ailenin yaşlı üyelerinin merkezde az yoğunlukta da olsa yer alması ve yoğun olarak yakın çevrede bulunmalarına rağmen genç üyelerin yoğun olarak geniş çevrede yer alması da önemli bir noktadır. Bir yaşam döngüsü olarak düşünülecek olursa çocuk olduğu dönemde merkezde konumlanan bir aile üyesi genç olduğu

dönemde geniş çevrede konumlanmakta, ancak evlenip çocuk sahibi olduğunda ve ailenin yaşlı üyesi olma evresine geçtiğinde yeniden merkezde konumlanabilmektedir.

Araştırma, paylaşılan aile fotoğraflarının planlanmış ve çekim anında planlanmış fotoğraflardan oluştuğunu ve yoğun olarak planlı fotoğrafların paylaşıldığını göstermektedir. Paylaşımlarda plansız fotoğraflara hiç yer verilmemesi de fotoğraf karesinin akrabalık ilişkileri dışında kimseyi içermemesi gibi dikkat çekici bir bulgudur. Araştırmanın bir diğer sonucu da paylaşılan fotoğrafların tümünün duygusunun mutluluk, neşe, gurur, coşku, memnuniyet, huzur gibi pozitif duygular olduğudur. Araştırmada elde edilen bulgular, aile fotoğraflarının yoğun olarak kutlamalara, serbest zaman etkinliklerine ait olduğunu, bu fotoğrafları davetlerde çekilen fotoğrafların izlediğini ortaya koymaktadır. Ailenin gündelik yaşamına ait fotoğraflar ise paylaşımlarda çok daha az yer bulmuş, başka bir ifadeyle paylaşılan fotoğraflar, fotoğraflanmaya ya da fotoğraflandıktan sonra paylaşılmaya değer bulunan özel etkinlikler olmuştur. Gündelik yaşama ait fotoğraflara ilişkin bulgu fotoğrafların çekim ortamını ve çekim anını gösteren bulgularla bir arada değerlendirildiğinde, fotoğrafların çekim ortamı özel alan olan evler olması durumunda da gündelik yaşamın değil kutlama, davet gibi özel zamanların planlanmış fotoğraflarının paylaşıldığını göstermektedir.

## SINIRLILIKLAR

Bu araştırmanın sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle araştırma, verileri 1 ay süresinde yapılan, herkese açık gönderilerle sınırlıdır. Çalışma grubuna dâhil edilen fotoğrafları paylaşan hesapların daha geniş zaman aralıklarında farklı nitelikte fotoğraflar paylaşmış olabileceği ya da “herkese açık olma” durumunun, paylaşılan fotoğrafın seçiminde önemli bir etken olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu konular gelecekte yapılacak araştırmalarda dikkate alınmalıdır.

## ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Yazarın çalışmadaki katkı oranı %100'dür.

## DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Çalışma herhangi bir destek almamıştır. Teşekkür edilecek bir kurum veya kişi bulunmamaktadır.

## ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

## KAYNAKÇA

- Bajac, Q. (2005). *Karanlık Odanın Sırları Fotoğrafın İcadı*. (2. Baskı). (Ali Berktaş, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barbour, K., Lee, K., & Moore, C. (2017). Online persona research: An Instagram case study. *Persona Studies*, 3(2), 1-12. <https://doi.org/10.21153/ps2017vol3no2art710>
- Barnwell, A., Neves, B. B., & Ravn, S. (2021). Captured and captioned: Representing family life on Instagram. *New Media & Society*, 14614448211012791. <https://doi.org/10.1177/14614448211012791>
- Büyükköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.A., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (17. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Duyan, V. (2003). Aileye Yönelik Planlı Müdahale Sürecinin Aşamaları. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 14(1), 41-61. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tsh/issue/48446/613687>
- Ertan, G. (2009). *Dünden Bugüne Fotoğraf*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Karataş, K. (2001). Toplumsal Değişme ve Aile. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 12(2), 89-98. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tsh/issue/48488/616790>
- Rubin, A., Babbie, E. (2014). *Research Methods for Social Work*. (8. Baskı). Belmont, CA: Brooks/Cole Publishing Co.

- Tuncer, S. (2017). Fotoğrafın gör dediği: Aile fotoğrafları üzerine bir analiz denemesi. *Fe Dergi*, 9(1), 1-11. [https://doi.org/10.1501/Fe0001\\_0000000173](https://doi.org/10.1501/Fe0001_0000000173)
- Walsh, F. (2017). *Yeni Normal: 21. Yüzyıl Ailelerinin Çeşitliliği ve Karmaşıklığı*. (M. Kaya, Çev.) F. Walsh (Der.). Normal Aile Süreçleri. Büyüyen Çeşitlilik ve Karmaşıklık (4. Baskıdan Çeviri) içinde (ss.3-30). Ankara: Pegem Akademi.
- We are Social (2022). Digital 2022 Global Overview Report. The Essential Guide to the World's Connected Behaviours. <https://www.wearesocial.com>
- Zastrow, C. (2015). *Sosyal hizmete Giriş*. (D. B. Çiftci Çev.Ed.). (2.Basım). Ankara: Nika Yayınevi.
- Zastrow, C., & Kırt-Ashman K.K. (2014). *İnsan Davranışı ve Sosyal Çevre*. (D. B. Çiftci Çev.Ed.). Ankara: Nika Yayınevi.