

Makale Türü	Eylül 2022	Cilt	Sayı
Araştırma Makalesi	Başvuru Tarihi: 17.06.2022 Kabul Tarihi: 02.08.2022	2	2

## TİKTOK KULLANAN GENÇLERİN KENDİLİK ALGILARININ İNCELENMESİ

*Zeynep ATALAY\**

*Betül TAMKOÇ\*\**

### Öz

Sosyal medya kullanımı dünya genelinde hızla artmaktadır. Bu kapsamda geliştirilen TikTok uygulaması da yaygın olarak kullanılmaktadır. 2016 yılında Çin’de geliştirilen bu uygulama, dünya üzerinde yaklaşık olarak 1 milyardan daha fazla kullanıcıya sahip bir sosyal medya platformudur. Ağırlıklı olarak 16-64 yaş grubu tarafından kullanılan bu uygulama genel olarak eğlence, iletişim, organize olma ve benlik yaratımı gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Bu araştırma, TikTok kullanımının gençlerin kendilik algısı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla nitel desende tasarlanmış olup söz konusu sosyal medya uygulamasının en fazla 16-25 yaş aralığında bulunan bireyler tarafından kullanılması sebebiyle ilgili aralıkta olan yedi genç ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri, derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz yöntemi ile gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre; gençlerin kendilerine ilişkin olumlu algıya sahip oldukları ancak kendilerini agresif ve düzensiz olarak değerlendirdikleri, bedenlerine yönelik olumlu bir algıya sahip olmalarına rağmen TikTok fenomenlerinin fiziki görünümüne hayranlık duydukları ve bunun etkisiyle kendi bedenlerinde değişiklikler yapmak istedikleri, aile ve sosyal çevrelerince desteklendikleri fakat aynı zamanda tembel, agresif ve güvenilmez olarak tanımlandıkları, TikTok kullanıcılarını samimi bulmadıklarını bu nedenle uygulamaya olumsuz anlamlar yükledikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *TikTok, Genç, Kendilik Algısı*

## EXAMINATION OF SELF-PERCEPTIONS OF YOUTH USING

### Abstract

The use of social media is rapidly spreading around the world. TikTok application, which is an application developed in this context, also has an application feature that is widely used in the world. Developed in China in 2016, this application is a social media platform with more than 1 billion users around the world. This application is mainly used by the 16-64 age group for purposes such as entertainment, communication, organization and self-creation. This research, which was designed in a qualitative design to determine the effect of TikTok use on young people's self-perception, was conducted with seven young people aged 16-25. Descriptive analysis method was used in the analysis of the data obtained within the scope of the research. According to the results of the analysis carried out with the descriptive analysis method, the young people have a positive perception of themselves, but they evaluate themselves as aggressive and irregular; they also have a positive perception towards their bodies, but they admire the physical appearance of TikTok phenomena and they want to make changes in their own bodies with the effect of this; they are supported by their family and social circles, but they are described as lazy, aggressive and unreliable by their family and social circles; It has been concluded that TikTok users are not sincere and therefore attribute negative meanings to the application.

**Keywords:** *TikTok, Youth, Self-Perception*

\* Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, zeynepatalay@sakarya.edu.tr, 0000-0001-7588-0610

\*\* Aile ve Sosyal Hizmetler Uzmanı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, betultamkoc@gmail.com, 0000-0001-5091-5813

## **Giriş**

Günümüzde pek çok sosyal medya uygulaması, bireylerin birbirleriyle etkileşim kurmasına olanak sağlamakta, iletişim ve eğlence aracı olarak kullanılmakta ve yaşamlarında giderek daha fazla yer almaktadır. Bu platformlardan biri olan TikTok uygulaması da hızla yaygınlaşmakta ve pek çok birey tarafından kullanılmaktadır. Öyle ki ilgili uygulamanın dünya çapında 1 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır (Wallaroo, 2021). Bu durum da TikTok uygulamasının popüleritesini ortaya koymaktadır.

2016 yılında Çin’de geliştirilen ve on beş saniyelik videolar çekilerek kullanılan platformun kullanıcılarının 16-64 yaş aralığında olduğu (We Are Social, 2021) ve %41’inin 16-24 yaş aralığında yer aldığı (Social Business, 2020) bilinmektedir. Bu da TikTok kullanıcılarının çoğunluğunun gençlerden oluştuğunu göstermektedir.

Gençlerin ilgili platformu eğlenmek, iletişim kurmak, organize olmak gibi amaçlarla kullanmasının yanı sıra benlik yaratımı amacıyla da kullandıkları görülmektedir. Bireyler bir sosyal medya uygulamasını kullanmaya başlamadan önce kendilerine profiller oluşturmakta ve bu şekilde dijital dünyada bir kimliğe sahip olmaktadır. Oluşturulan kimliklerin daha popüler hale gelmesi için bireyler, kendilerini daha zeki, komik veya farklı özelliklerle gösterebilmektedirler. TikTok kullanıcılarının da benzer davranışlarda buldukları ve kitleleri etkileyebilmek için olduklarından daha farklı biçimlerde kendilerini gösterdikleri bilinmektedir (Akpınar, 2021).

Kişiler hazırladıkları videolara göre rollere bürünebilmekte, sosyal hayatlarındaki görünüşlerinden tamamen uzaklaşabilmekte ve diğer katılımcıların ilgisini çekeceklerini düşünebilmektedirler (Ünlü, Kuş, & Göksu, 2020). Böylece bireyler “farklı” ve “özel” olduklarını göstererek dikkat çekmeyi istemekte, popüler olacağına ve takdir edileceğine inanabilmektedirler (Soygüder Baturlar & Günay Yavuz, 2021). Bunun yanı sıra popüler olan diğer kullanıcıların benlik sunumlarına bağlı olarak kişiler, kendilik algılarını şekillendirebilmekte ve popüler kullanıcılarınkine benzer görünüşlere ulaşmak isteyebilmektedirler. Neticede bir bireyin sosyal yaşamındaki görünümü kendilik algısına göre şekillenmektedir ve kendilik algısı diğerleriyle olan ilişkilerimizi de etkilemektedir. Kendilik algısı, kişinin kendisine sorduğu “Kendimizi nasıl tanırız?” sorusunun cevabıdır. Birey, sosyal gerçekliğine göre diğerleriyle kurduğu ilişkiye ve başka bireyleri algılama tarzına bağlı olarak bu soruya cevap vermektedir (Özen, 2014).

Genel anlamda ise kendilik algısı kişinin kendisine dair temel fikirlerini, yapabilirliklerini, yeteneklerini ve kanaatini içermektedir ve bu kanaatler olumlu veya olumsuz olabilmektedir (Bayat, 2003). Kendilik algısının içerisinde aile, sosyallik, akademik başarı, yeterlilik, fiziksel ve duygulanım boyutları vardır ve bunların her biri birbirleriyle ilişkilidir (Hisli Şahin, Basım, & Çetin, 2009). Kişinin yaşamının her dönemini etkileyen kendilik algısı zamanla gelişmektedir ve toplumsal rollerimize ilişkin davranışlarımızı, diğerleriyle

kurduğumuz ilişkileri, yaşamı anlamlandırma ve yeni durumlara alışma sürecimizi etkilemektedir (Yılmaz, Ülker, & Yılmaz, 2018).

Kişinin kendilik algısını etkileyen faktörlerin başında aile ve okul gelmektedir ancak gelişimin bir ömür boyu sürmesi sebebiyle pek çok faktör kişinin kendilik algısını etkileyip şekillendirebilmektedir. Bu bağlamda günümüzde bireylerin kendilik algılarını etkileyen araçlardan biri de sosyal medya uygulamalarıdır (Kılıç, Kırılı, & Ön Esen, 2017).

Bireyler sosyal medyadaki diğer kullanıcılardan etkilenmekte ve bunları davranışlarına yansıtılabilmektedir. Özellikle gençlerin kendi yaşlılarından etkilenerek sosyal medya kullanım şekillerine ve sürelerine bağlı olarak sosyal medyada farklı bir kendilik sunumunda buldukları görülmektedir (Özdemir & Yıldırım, 2019). Bunun yanı sıra kendilik algısı ve benlik saygısına bağlı olarak kişilerin kendilerini olduklarından daha farklı yansıtma eğiliminde buldukları da görülmektedir (Cesur & Dil, 2018). Ayrıca bireylerin sosyal medya kullanımlarına ve benlik saygılarına bağlı olarak olumsuz değerlendirme korkuları yaşamaya başladıkları (Gürkan & Demirel, 2021), yalnızlaşıp mutsuz oldukları (Şener & Yiğit, 2021), beğenilmeme korkuları yaşadıkları (Söner & Yılmaz, 2020), yaşam doyumlarının ve benlik saygılarının azaldığı (Sözkesen & Biçer, 2018), sosyal karşılaştırmalar yaptıkları (Bahtiyar, 2021) ve beden imgelerine dair olumsuz değerlendirmede buldukları (Özbey & Gültekin, 2021) da bilinmektedir.

İlgili çalışmaların çoğunlukla Facebook (Taşdelen & Özkan, 2019; Çakmak, 2018; Uçar, 2015; Horzum Taylor, 2015), Instagram (Kocaman & Kazan, 2021; Metin & Gencer, 2021; Kaya & Dalkıç, 2020; Paslanmaz & Narmanlıoğlu, 2019) ve YouTube (Pınarbaşı & Astam, 2021; Biçer & Şener, 2020; Gök & Kırık & Akşit, 2019; Akgün, 2018) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. TikTok özelinde de çalışmalar olmasına rağmen (Soygüder Baturlar & Günay Yavuz, 2021; Ünlü, Kuş, & Göksu, 2020) bu çalışmaların sayısı oldukça azdır. Bu araştırmanın problemi, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi değişkenleri ve kendilik algısı üzerinden konuyu ele alan araştırmaların sayıca az olmasıdır.

Bu çalışmanın amacı, TikTok kullanan gençlerin kendilik algılarının ortaya konulmasına yöneliktir. Araştırmanın alt amaçları ise sanal mecraların bireyler üzerindeki etkilerinin belirlenmesine ve TikTok'taki benlik sunumlarının ortaya çıkarılmasına yöneliktir.

Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi değişkenleri üzerinden incelemenin yapılacağı çalışmada, kendilik algısına yönelik dört soru üzerinden (kendimi fiziksel olarak nasıl değerlendiriyorum, kendimi bilişsel olarak nasıl değerlendiriyorum, başkaları beni fiziksel ve zihinsel olarak nasıl değerlendiriyor, TikTok'ta olduğumdan daha farklı mıyım) değerlendirme yapılacaktır.

## **Yöntem**

Bu araştırma, TikTok kullanan gençlerin kendilik algılarının belirlenmesi, TikTok kullanımının kişilerin kendilik algıları üzerindeki etkisinin anlaşılması ve TikTok'taki benlik

sunumlarının ortaya konulması amacıyla nitel desende tasarlanmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı olayların kendi doğal ortamlarında bütüncül ve gerçekçi bir şekilde ele alınmasına yönelik bir araştırmadır (Yıldırım & Şimşek, 2016). Nitel araştırmalardan elde edilen sonuçlar evrene genellenememekte ancak konuya ilişkin bakış açısı sunmaktadır (Uzunlaşan & Duyan, 2022).

Araştırmada veriler görüşme tekniği ile elde edilmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma ile TikTok kullanımının katılımcıların kendilik algılarına etkileri, konuya ilişkin duygu ve düşüncelerinin derinlemesine öğrenilmek istenilmesi sebebiyle nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

### **Çalışma Grubu**

Bu çalışma, TikTok kullanan, video paylaşımında bulunan ve 16-25 yaş aralığında olan yedi genç ile gerçekleştirilmiştir. TikTok kullanımının ilgili yaş aralığında yoğunlaşması (Social Business, 2020) sebebiyle bu yaş aralığı seçilmiştir. Bunun yanı sıra TikTok kullanımının cinsiyetler üzerindeki farklarının tespit edilebilmesi için her iki cinsiyet grubunun da araştırmada eşit sayıda temsiline dikkat edilmiştir. Araştırmada farklı bölgelerde yaşayan ve farklı eğitim seviyesindeki gençlerin TikTok'taki benlik sunumuna bakılmıştır. Araştırma kapsamında görüşme yapılacak olan bireylere kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılmıştır. Bu sayede katılımcıların ilişkide olduğu diğer TikTok kullanıcıları ile temasa geçilmiş ve hedeflenen genç kitleye ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra çalışmaya, TikTok'ta aktif olarak vakit geçiren ve video yükleyen katılımcılar dahil edilmiştir çünkü katılımcıların videolarında benlik sunumlarının nasıl olduğuna ilişkin sorular sorulmuştur. Katılımcıların özellikleri incelendiğinde yaş ortalamasının yaklaşık olarak 19, sosyo-ekonomik düzeylerinin orta olduğu ve eğitim hayatlarına devam ettikleri görülmektedir. Katılımcılara ait sosyo-demografik özelliklere ise Tablo 1'de yer verilmiştir.

**Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri ve TikTok Kullanım Bilgileri**

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Ekonomik Durum	Yaşanılan İl	TikTok Kullanmaya Başlama Sebepleri	TikTok Kullanım Süreleri
K1	Kadın	17	Lise Öğrencisi	Orta	Ankara	Diğer sosyal medya platformlarının etkisi	1,5 yıl
K2	Kadın	20	Üniversite Öğrencisi	Orta Alt	Bartın	Diğer sosyal medya	1 yıl

<b>K3</b>	Kadın	16	Lise Öğrencisi	Üst	Ankara	platformlarının etkisi Diğer sosyal medya platformlarının etkisi	2 yıl
<b>K4</b>	Erkek	17	Lise Öğrencisi	Üst	Ağrı	Arkadaş etkisi	7 ay
<b>K5</b>	Erkek	19	Üniversite Öğrencisi	Orta	Sakarya	Diğer sosyal medya platformlarının etkisi	1,5 yıl
<b>K6</b>	Kadın	21	Yüksekokul Mezunu	Orta	Ankara	Arkadaş etkisi	1,5 yıl
<b>K7</b>	Erkek	21	Üniversite Öğrencisi	Orta	Şırnak	Pandemi	1,5 yıl

### **Verilerin Toplanması**

Çalışmanın veri toplama aşaması iki şekilde gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada literatür taramış ve sosyal medya ve kendilik algısına ilişkin sorular hazırlanmıştır. TikTok kullanan gençlerin kendilik algılarının tespit edilmesi için hazırlanan iki temel soruya ve bu temel soruların altında yer alan 14 soruya yer verilmiştir. İlgili sorular kapsamında katılımcıların bedensel ve ruhsal değerlendirmelerine ilişkin görüşleri, çevrelerinin kendileri hakkında ne düşündüğü, TikTok'ta beğenip takip ettikleri kullanıcıların fiziksel ve kişilik değerlendirmelerinin nasıl olduğu ve kendilerini TikTok'ta nasıl yansıttıkları sorulmuştur. İkinci aşamada ise katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek, ekonomik durum vs.) ilişkin sorular sorulmuştur. Araştırmanın başlangıcında Sakarya Üniversitesi'nin Etik Kurulu'ndan 07.04.2021 tarihinde 33 numaralı karar ile gerekli izinler alınmıştır. Görüşmeler telefon bağlantısı ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme öncesi araştırmacı kendisini tanıtmış, araştırmanın konusu, amacı ve bilgilendirilmiş onam hakkında bilgi vermiş ve araştırmadan elde edilecek bilgilerin bilimsel herhangi bir amaç dışında kullanılmayacağını beyan etmiştir. Bununla birlikte her katılımcıdan görüşmelerin kayıt altına alınmasına dair izin alınmıştır. Tüm katılımcıların görüşme konusunda istekli olmalarına rağmen TikTok kullanımlarını basitleştirme eğiliminde oldukları görülmüştür.

### **Verilerin Analizi**

Araştırmadan elde edilen verilerin analiz edilebilmesi için ilk olarak deşifre işlemi yapılmış ve görüşmeler yazıya aktarılmıştır. Deşifre edilen katılımcıların verileri sırasıyla K1, K2 şeklinde tanımlanmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcılardan elde edilen bilgiler

olduğu gibi aktarılmış, herhangi bir kısaltma yapılmamış veya görüşmedeki kelimeler düzeltilmemiştir. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında kayıt altına alınmış ve korunmuştur. Verilerin analiz edilmesinde ise belirlenen temalara göre betimsel analizden yararlanılmıştır. Betimsel analiz ile elde edilen veriler belirlenen temalara göre yorumlanmakta ve özetlenmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Bu sebeple çalışmada betimsel analiz kullanılmıştır.

### Bulgular ve Yorumlar

TikTok kullanan gençlerin kendilik algılarının tespit edilmesi için dört temel tema oluşturulmuştur. Bu temalar “fiziksel görünüm”, “kişilik yapısını değerlendirme”, “ilişkisel değerlendirme” ve “benlik sunumu” şeklindedir. Her temanın içinde ise alt temalara yer verilmiştir. Deşifre sonunda elde edilen veriler üzerinden katılımcıların görüşlerinin hangi temalara ve alt temalara denk geldiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra ilgili temaların açıklanması sırasında katılımcıların görüşlerine doğrudan yer verilmiştir.

**Tablo 2.** Temalar ve Alt Temalar

Temalar	Alt Temalar
Fiziksel Görünüm	Kendilik Algısı
Kişilik Yapısını Değerlendirme	Kendilik Algısı
İlişkisel Değerlendirme	Kendilik Algısı
Benlik Sunumu	Kendilik Algısı, TikTok'un Etkisi

### Fiziksel Görünüm

Kendilik algısının boyutlarından biri fiziksel değerlendirmeye dayanmaktadır. Bu kapsamda katılımcılara kendilerini fiziksel olarak nasıl değerlendirdikleri ve nasıl bir fiziksel görünüme sahip olmak istedikleri sorulmuştur.

*“Gözlerimi beğeniyorum. Yani iri, iri duruyo. Saçımı beğeniyorum. Bi de boyum kısa olduğu için hoşuma gidiyo. ... Boyumu uzatmak isterdim. Bu kadar.” (K1, 17)*

*“Gözlerim. Gözlerim, dudaklarım bu kadar. ...Zayıflama yani mide ameliyatı olmak istiyorum ama şey hani nasıl diyim liposakşın mı deniyo ona. O, o olabilir.” (K2, 20)*

*“Bedenimde gözümü beğeniyorum. Saçlarım, ondan sonra yüzümü beğeniyorum. Fiziğimi beğeniyorum. ... Bedenimde bir şeyi değiştirmek isteseydim burnum olurdu.” (K3, 16)*

*“Bedenimde ayaklarımı seviyom. Başka, başka yok ya saçlarımı seviyom. Saçlarım güzel. ...Değiştirmek istediğim bi yer olsa dudağımı değiştirdim ya. Ya şey, ideal bi dudak. Normal insan dudağı olmasını isterim. Biraz üst dudağım yok gibi o yüzden.” (K5, 19)*

*“Aynen, yani kendimle barışık bi insanım öncelikle bunu söylüyüm. Yakışıklılığa gelince de gayet de yakışıklıyım. Bunu da söylüyüm yani. ...Gözlerimi çok severim.*

*Gözlerimi çok severim sonra söyliyim sakalımı çok severim. Herhalde boyumu uzatmak isterdim” (K7, 21)*

Araştırma kapsamında görüşme yapılan bireyler genel olarak fiziksel özelliklerini beğenmekle birlikte bazı değişiklikler yapmak istediklerini belirtmişlerdir. K1 ve K7 boyunu uzatmak istediğini, K2 daha zayıf bir bedene sahip olmayı arzuladığını, K3 burun ameliyatı olmayı düşündüğünü ve K5 ise dudaklarının daha kalın olmasını istediğini ifade etmiştir.

Bireyler sosyal ağlar aracılığı ile fiziksel ya da psikolojik olarak rahatsız oldukları, hoşnutsuzluk duydukları özelliklerini gizlemekte, değiştirmekte ve kendilerini olduklarından daha farklı bir şekilde göstermektedir. Dolayısıyla sosyal ağlar sanki bir kusursuzlaştırma aracı gibi işlev görmektedir (Uğurlu, 2015). Gençlerin sosyal medya uygulamalarını kullanma süreleri arttıkça bedenlerine ilişkin memnuniyetsizliklerinin arttığı ve benlik saygılarının düştüğü de bilinmektedir (Vall-Roqué vd., 2021). Bu kapsamda hem TikTok hem de diğer sosyal medya uygulamalarının kişilerin dış görünüşleri üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi önemlidir.

*“Dediğim gibi fiziksel yönümü çok beğeniyorum. Yani gözlerim, gözlerimin çekikliği. Burun yapım estetik gibi normal de değil ameliyat vs. geçirmedim ama onu da çok beğeniyorum. Bu kadar.” (K6, 21)*

*“Boyumun uzun olması. Başka, vücut yapım.” (K4, 17)*

Bazı katılımcılar ise fiziksel özelliklerine yönelik olumlu bir algıya sahip olup herhangi bir değişiklik düşünmemektedirler. Araştırma kapsamında görüşme yapılan 21 yaşındaki K6, fiziksel özelliklerini beğendiğini bedeninde herhangi bir değişiklik yapmayı düşünmediğini, K4 boyunun uzun olmasını beğendiğini belirtmiştir.

### **Kişilik Yapısını Değerlendirme**

Kendilik algısının diğer boyutunda ise kişilik değerlendirmesi yer almaktadır. Kişilik değerlendirmesi ile birey kendi kişilik yapısını ele almaktadır. Kimlik; kişinin kendi benliğine ilişkin duygusu, kendisi hakkındaki duygu ve düşünceleridir (Özdemir & Yıldırım, 2019). İçerisinde bulunan toplum ise bu duygu ve düşünceleri etkilemektedir. Yani kişinin kendilik algısı çevresine göre göre şekillenmektedir.

Araştırma kapsamında katılımcılardan kişilik yapılarını değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcıların kendilerine yönelik olumlu kişilik değerlendirmelerinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte olumsuz değerlendirmeleri olan katılımcılar da bulunmaktadır.

*“Kendimi biraz... utangaç biriyim. Eğlenceliyim. İnsanları çok çabuk tanımayı severim. Yani hemen böyle birine çok çabuk ısınmam. Dışarıdan soğuk dursam da*

*İçerden yani şefkat dolu biri gibiyim. Bu kadar. ...Duygusal olmamayı isterdim. Yani ufak bi şeye bile bazen ağlayabiliyorum.” (K1, 17)*

Kendini utangaç olarak tanımlayan K1 onu tanımayan bir insanın mesafeli ve uzak biri olabileceğini düşündüğünü ancak gerçekte öyle olmadığını belirtmiş olup duygusal olmayı istemediğini imkânı olsa bu özelliğini değiştirmek istediğini ifade etmiştir.

*“Dobra bir insan olmam. Çünkü böyle hani mesela birisinin arkasından, bi saniye, dobra bi insanımdır. Birisinin arkasından öyle şeye yapmam konuşmam direk yüzüne söylerim. Hani yüzüne gülüp arkasından konuşmam dobra olmamı en çok seviyorum o kadar. ...Ya böyle şey mesela, çok aşırı sinirleniyorum bazı şeylere hani tepki gösterilmemesi gereken şeylere bile bazen çok büyük tepkiler veriyorum. Bu huyumu değiştirmek isterdim.” (K2, 20)*

*“Çok merhametli biriyim. Hemen kanabilen bi insanım. Huyumda suyumda, çok agresifim onu değiştirmek isterdim” (K4, 17)*

*“Huyumda ve suyumda ya çok komediyi seven çok yani ne biliyim espri yapan bir anlayışım var. Bu şeyimi çok severim bu yapıyı çok severim. Sevmediğim bi şey de var insanların gururuyla hassasiyetiyle yani hassasiyet duyduğu bazı mesela ne bileyim diyelim ki adam bi kördür veya bi sakatlığı vardır özellikle dalgaya hiç gelemem. Bu tür şeyleri sevmiyorum. ... Biraz sinirli bi yapım var da biraz daha şey olabilirim yani o sınırimi almak isterdim yani gerçekten de” (K7, 21)*

Araştırma kapsamında görüşme yapılan K2, K4 ve K7'nin kişilik özelliklerine ilişkin olumlu değerlendirmeleri bulunmakla birlikte sinirli ve agresif olma özelliklerini değiştirmek istedikleri öğrenilmiştir.

*“Yani iyi niyetimden seviyorum, iyi niyetimi seviyorum. İnsanlara karşı empati kurabilme özelliğimi seviyorum. Yani onun haricinde biraz sadece kıskançlık huyumu belki bir huyumu sevmiyorum.” (K3, 16)*

*“Ya huyumda herkese güveniyorum ben onu değiştirmek isterdim.” (K5, 19)*

*“Ben kendimi birazcık egolu olacak ama güçlü ve başarılı olarak tanımlıyorum. ...Ben çok konuşmayı severim. Hani konuşkan bi yapıya sahibim. Bi ortama girdiğimde direkt ilk konuşan ... derler zaten. Konudan konuya atlayabilirim. En yani başka bi kişisel olarak bi yönüm yok yani. ...Ben çok affedici bi insanım yani karşımdaki insana çok çabuk güvenirim. Yani bundan olayı en azından bi önyargı yeteneğim olsaydı derdim en azından önyargılı davranayım ki ilerde sıkıntı yaşamıyım. Yani böyle bi şey olsaydı güzel olurdu benim için.” (K6, 21)*

Katılımcılardan K3, K5 ve K6 ise insanlara çok çabuk güvendikleri için daha sona pişmanlıklar yaşayabildiklerini ve bu özelliklerini değiştirmek istediklerini ifade etmişlerdir.



## İlişkisel Değerlendirme

Kişilerin kendilik algılarının oluşmasında ailelerinin, yakın çevrelerinin, arkadaşlarının ve okul gibi ilişkide oldukları sosyal kurumların etkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda diğer kişilerin bireyleri nasıl değerlendirdikleri kendilik algısı açısından önemlidir. Katılımcılara bu konuya ilişkin sorular sorulmuş ve çevrelerinin onları nasıl değerlendirdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

*“Bana güvendiklerini pek düşünmüyorum (ailesini kastediyor) ama güvenilmek istiyorum yani çünkü güven güzel bi şey. Ama her daim her şeyde arkamda durduklarını biliyorum. Her şeye destek oluyolar. Bu kadar. ...Onlar hep arkamdan kötü şeyler düşünüyö (arkadaşlarını kastediyor) yani bu çok kötü biri işte bunu yapamaz ya da bunda başarılı olamaz gibi şeyler düşünüyolardır.” (K1, 17)*

*“Ailem benim hakkımda neler düşünüyö, birazcık sorumsuz olduğumu düşünüyö, çok para harcadığımı düşünüyö. Ondan sonra bu kadar. Başka bişey yok. ...Ailemin çok etkisi var çünkü ailem de böyle biri yani onların karakteristik özellikleri de bu şekilde olduğu için onlara, onların etkisi olduğunu düşünüyorum biraz.” (K2, 20)*

Araştırma kapsamında görüşme yapılan K1 ve K2 ailelerinin kendilerine ilişkin olumsuz algıları olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Sistem kuramının temel öğretilerden biri olan “çevresi içeresinde birey” anlayışına göre kişi içerisinde bulunduğu sosyal çevreden etkilenmekte ve onu etkilemektedir. Dolayısıyla kişilik gelişiminde sosyal çevre önemli bir yere sahiptir.

Özellikle çocukluk döneminde anne ve babanın çocuğa karşı tutumu kişilik gelişimini ve kişinin benlik algısını etkilemektedir. Sosyal çevrenin bireye karşı olumlu tutumlar geliştirmesi bireyi olumlu yönde etkilerken bireye karşı geliştirilen olumsuz tutumlar kişilik gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir (Sezer, 2010).

*“Ailem eğlenceli olduğumu söylerler hani duygusal olduğumu çok fazla söylerler. Aşırı sinirlendiğimi ve sinirlendiğimde hani beni tanıyamadıklarını söylüyoldı. Onun haricinde öyle pek başka bi şey yok. ...Arkadaşlarım yani aynı şeyleri düşünüyolar onlar pek hani öyle bi kötü huyumu veya iyi huyumu söylemiyorlar. Sadece genel olarak bütün arkadaş çevrem çok eğlenceli olduğumu onları çok güldürdüğümü söylerler.” (K3, 16)*

*“Ailem tüm akrabalarım da dahil beni çok severler çok güvenirler. Yani işlerini, işlerini içten teslim ederler. Hiç şüphe duymazlar benden. Akrabalarım komşularla aynı fikirde çok güvenirler, çok severler. Sürekli ailemden birini gördü mü bahsederler işte çok iyi maşallah falan gibi tabirlerde bulunurlar. O şekilde. ...Ailemin ve çevrem etkisi var, evet. Yani kendileri de sürekli söylerler çok iyi bir insan işte çok güvenilir birisin diye söylerler bana.” (K4, 17)*

*“Onların gözünde ya ilk çocuk olmakla birlikte gerçekten çok sevilen bi insanım. Çalışkan görüyolar beni, hiç durmaksızın çalışıyorum. Ne kadar okusam da 13/14 yaşından beri ticaretin hani içerisindeyim. Kötü biri izlenim yok yani ailemde ben açıdan. Ya o varsa da heralde çok konuşkanlığımı veriyorum. Odur yani. ...yaş ilerledikçe artık bi evin yüklülüğünü alıyorsunuz. Ne kadar da yaşımız hala üniversite çağları olsa da aile destek olma zorunluluğu hissediyosunuz bu güzel bi şey erken yaşta başlıyo. Ablanın vermiş olduğu bi şeyde kardeşlerine göstermesi gereken ilgiler, ne bilim okul olur, düzen olur, temizlik olur, yani bu gibi değişik şeyler yol açıyo ama güzel bi şey en azından kendimize bizi eğiten anne ve babanın ilk başta yaptığını biz kardeşlerimize veriyoruz. Bunun gibi şeyler sorumluluklar. ... Arkadaşlarım, sosyal çevrem de kötü anılan bi insan değilim ama beni tanımayan insanlar açısından konuşacak olursak eğer çok kendisini beğenmiş egoist olarak gözükiyorum dışardan.” (K6, 21)*

*“Annem beni çok sever. Hani karakterimi olsun yapım olsun, insanlara mesela, insanlarla olan ilişkilerim olsun bunu çok beğenir, annem beni çok beğenir bu konuda çok da takdir eder, benim oğlum der yani, benim oğlum işte. Yani benlen gurur duyar. Babam da biraz hani kendini belli etmez ama o da en çok bana düşkündür. ... Kişiliğimde annemin çok etkisi var. Bunu söylüyim çünkü mesela nasıl desem size şu an yani okumayı şu an yani arkadaşlarımla serbest gidip insanlarla ilişkimin çok güçlü olmasını anneme borçluyum. Annem bana çok şey katmış hani küçüklükten beri bi terbiye söz konusu. Yani bi aile terbiyesiyle büyümüş bi insanım onu söylüyim.” (K7, 21)*

Araştırma kapsamında görüşme yapılan K3, K4, K6 ve K7 ise ailelerinin kendilerine ilişkin duygu ve düşüncelerinin olumlu olduğunu belirtmişlerdir.

*“Ailem benim hakkımda çoğu şeyi bilmiyo ya. Onlara o kadar açık net konuşamıyorum. Ama genel olarak yani öyle iyi biri olarak biliyolar. Arkadaşlarım genelde sevmiyo beni ya. Beni kıskanıyolar.” (K5, 19)*

Henüz 19 yaşında bulunan K5 ise ailesi ile açık bir şekilde iletişim kuramadığını bu nedenle ailesi tarafından çok iyi tanınmadığını düşündüğünü ifade etmiştir. Arkadaşlarının da kendisine karşı olumsuz duygulara sahip olduğunu belirten K5 arkadaşları tarafından kıskanıldığını bu nedenle kendisine yönelik olumsuz bir algı olduğunu belirtmiştir.

### **Benlik Sunumu**

Kişi, diğerleri ile etkileşim kurduğu anda kendi varlığının bilincinde olmaktadır. Bu nedenle insan kendini var edebilmek ve benlik sunumunu gerçekleştirebilmek için diğerlerinin varlığına, onlarla iletişim kurmaya ve ilişki içerisinde olmaya ihtiyaç duymaktadır (Türk, Bayrakçı, & Akçay, 2022). Sosyal medya platformlarında kurulan

iletişim esnasında birey, kullandığı taktikler aracılığıyla kendisini olduğundan çok daha farklı biri gibi gösterebilmekte ve karşı tarafta kendisine ilişkin farklı bir algı oluşturabilmektedir (Hepekiz & Gökalliler, 2019).

Araştırmaya katılan katılımcıların TikTok'taki benlik sunumlarının anlaşılması için TikTok'ta ne tür videolar çektikleri, etkilendikleri kullanıcıların videolarının neler olduğu ve TikTok'taki diğer kullanıcıları değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcıların TikTok'ta oyun, eğlence, akım (dönemsel olarak popüler olan video türleri), dans videoları çektikleri ve kendi ilgi alanlarına göre diğer katılımcıları takip ettikleri görülmüştür.

*“PubG video oyun videoları çekiyorum. ...Oyunda işte oyuna başladığımızda adama giderken yani oyunda videoları çekiyorum. Oyunda dans figürleri oluyo onların videolarını çekiyorum. Eğlenceli. ...Eğlenceli videolar oluyo genelde yani duygusal ya da ağlamaklı videoları pek sevmiyorum.” (K1, 17)*

*“Genelde araba hikayesi, modifiye tarzı video çekiyom. Diğer kullanıcıların, videoları da dikkatimi çekiyo. Renkler ve seslerin güzelliği, videoların güzelliği, çevre, etraf. O şekilde.” (K4, 17)*

Araştırma kapsamında görüşme yapılan 17 yaşındaki K1 bir oyun ile ilgili videolar çektiğini ve TikTok kullanma sebebinin daha çok eğlence amaçlı olduğunu belirtmiştir. K4 ise araba modifiye videoları çektiğini, ses efektleri sayesinde videoların daha güzel olduğunu bunun onu mutlu ettiğini belirtmiştir. Bu iki katılımcının ifadelerinden hareketle TikTok kullanımının bazı bireyler tarafından eğlence amaçlı olduğu söylenebilmektedir.

*“Ne tür videolar? Genelde TikTok'taki akımlar oluyo mesela bi akım çıkıyo, işte atıyorum bi dans akımı olabilir veya bi şey yapma herhangi bi şey yapma akımı. Akımlar üzerine genelde veya makyaj tırnak güzellikle alakalı videolar bazen. ...E genelde keşfette çıkan işte o akımdaki videolardan falan etkileniyorum ya da işte böyle karşıma güzellik videoları falan çıkıyo onlardan bakarak aa bende bunu böyle yapabilirim veya işte değiştirerek şöyle yapabilirim falan diye o şekilde.” (K2, 20)*

*“Akım videoları var, tam olarak biliyor musunuz bilmiyorum ama bi video çekilir o tutarsa buna akım diyolar TikTok'ta. Ben çok dans, komik faayl videolar. Faayl videolar normalde çekmek istediğinin dışı videolar çekilir. Bunları çekiyoruz, eğlenceli olduğu için. Evde yaşadığımız hayattan mesela, annenin konuşmaları, terlik fırlatma, babanın herhangi yaptığı davranışlar, komik şeyler. Bunlarla zaman geçiriyoruz.” (K6, 21)*

TikTok paylaşım videolarının bir kısmını ise akımlar oluşturmaktadır. Kullanıcılar akımlar üzerinden etkileşim kurmakta ve herhangi bir dans ya da farklı bir kurguya ilişkin videoyu

çekerek akıma dahil olmaktadır. Genellikle bu tür videolar çektiklerini belirten K2 ve K6 bu şekilde eğlenceli zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.

*“Ne tür videolar, daha çok böyle işte arkadaşlarıma kışkırtma yaptığım videoları paylaşıyorum. Ondan sonra onun haricinde slowmoşın videoları çekiyorum arkadaşlarımla etiket yapılabilir tweet yapılabilir tarzda videolar. Ondan sonra ironik videolar çekiyorum. Sonra işte edit falan yapıyorum onları paylaşıyorum, bu şekilde. Daha çok povlar var, yaratıcı povlar mesela işte bi insanın hayatını anlatıyorlar ya da acıklı bi şeyi anlatıp insanlara ders çıkarmaya çalışan videolar oluyor. Bunlar daha çok hoşuma gidiyo benim bu tarz videolar ve bazen de slowmoşın videolar çok hoşuma gidiyo.” (K3, 16)*

*“Şöyle söyliyim hani arkadaşım biz kendi aramızda bize yapardı mesela komiklik olsun ses dizaynı olsun bize bi video çektirirdi bizim üzerimizden tabi bunu bende görünce bende harekete geçtim tabii bende karşı bi tepki koymaya çalıştım. Ben de dedim ki ya bende bi tane TikTok videosu çekiyim de biraz da ben üste çıkayım biraz da ben onla dalga geçeyim. Kesinlikle yani ordan çıktı.” (K7, 21)*

Kullanıcıların bir kısmı ise çektikleri videolar aracılığı ile diğer arkadaşlarına meydan okuyup bir üstünlük kurmaya çalışmaktadırlar. Nitekim araştırma kapsamında görüşme yapılan K3, videolar ile arkadaşlarını kışkırttığını (diğer kullanıcıların tepki vermesine yönelik video tarzı) belirtirken K7 de daha önce TikTok kullanmadığını ancak bir arkadaşının TikTok aracılığı ile kendisiyle alay ettiğini, onu küçük düşüren olumsuz videolar çektiğini kendisinin de buna karşılık vermek amacıyla videolar çekmeye başladığını belirtmiştir.

Katılımcılardan kendilerini etkileyen diğer kullanıcıların özelliklerini sıralamaları istendiğinde ise çoğunlukla fiziksel görünüm üzerinden değerlendirme yaptıkları kendi bedenlerine göre daha “çekici, zayıf ve güzel” kullanıcıları tarif ettikleri görülmüştür.

*“Ya bedensel olarak genelde mesela ben de kilolu bi insanım. Ve böyle daha zayıf oluyorlar mesela hani biraz daha zayıf olmayı isterdim fiziksel olarak. Kişisel olarak da yani çok bi yok ya kişisel olarak yok yani. Hani herkes gözüktüğü gibi olmayabiliyo. O yüzden şu karakteri çok iyi diyebilceğim bi şey olmuyo. Genelde videolarıyla ilgileniyorum kişisel, karakteriyle değil yani.” (K2, 20)*

*“Bedensel olarak sevdiğim Y. A. var bi tane beni çok benzettirler. Onun yani o bana daha çok böyle sempatik geliyo iyi niyetli bi insan olarak yani onu daha çok kendime yakın görüyorum. Ve ona benzemek isterdim yani. Huy olarak görünüş olarak. ... Yani zayıf, ince belli. Yani böyle fiziği güzel ama biraz fazla zayıf ama yani güzel. Yüz olarak da çok güzel onun yüzü. Burnu. Yüz hatları. Keskin yüz hatları var yani onun da o da hoşuma gidiyo.” (K3, 16)*

Katılımcıların TikTok uygulamasına ve diğer kullanıcılara ilişkin ise negatif değerlendirmelerinin olduğu görülmüştür. Katılımcılar, TikTok'ta popülerliğin sağlanabilmesi için çoğunlukla cinsel içerikli videolar çekilmesi gerektiğini ve TikTok'un "güvenilmez" bir sosyal medya platformu olduğunu belirtmiştir.

*"Yani ünlü olmak için biraz açık saçık giyiniyorlar yani onlar insanları çok etkilediğini düşünüyorum özellikle gençlerin çünkü günümüzde zaten kötü bi dönemdeyiz o yüzden onlar da kötü etkiliyo ve hani kötü oluyo yani. ...Yani niyeti kötü olanlar beğeniyorlar tabii ki de. Ama bence güzel değil. ...Birbirleriyle prim yapmak için yani kişilikleri belli olmuyo. Bi iyi oluyolar bi kötü oluyolar. ...Yani hepsi sahte, yalancı geliyo. Samimi gelmiyor." (K1, 17)*

*"Ya şey video fikri bulamadım açıkçası kendime. Çünkü artık her şey TikTok'ta saçmalamaya başladı. Hep cinsellik vs. onun üzerine gidiyo videolar. Hani sevmediğim konular bunlar ben genelde mizah amaçlı şey yapıyorum hani insanları güldürmeye yönelik videolar çalışıyodum. Yani artık onun da civığı çıktı TikTok'ta. Bende dedim artık çekmeye gerek yok yani neyin nasıl ünlü olduğunu herkes biliyo. ...Evet insanlar zaten genelde TikTok'ta hani dışarıda sosyal bi çevresi olmayanlar TikTok'ta fenomen oluyo. Hani insan kendini olmadığı gibi yansıtıyo orada mesela yakışıklı olmak istiyio oradan bi kendine efekt filan seçiyio kendini yakışıklı yapıyo. Ondan sonra belki bilgisiz biri kendini bilgili gibi olarak gösterebiliyo. Yani tamamen yanıltmaya yönelik gibi bi şey zaten." (K5, 19)*

K1 ve K5 ise TikTok videolarının genel olarak cinsel içerikli olduğunu, insanların buna göre giyim tercihlerinde bulduklarını ve bunu daha fazla izlenmek için yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu durumu kendilerinin aslında onaylamadığını, bu nedenle TikTok videolarının gerçeği yansıtmadığını ve samimi gelmediğini belirtmişlerdir.

*"Onların kişilik özellikleri, ya bazen bazı kullanıcıların böyle oyunculuk yaptığını düşünüyorum. Yani bize farklı aslında farklı olduklarını falan bize karşı daha farklı olduklarını düşünüyorum yani birazcık nasıl diyim çift karakterli mi denir, çift karakterli olduklarını düşünüyorum." (K2, 20)*

*"Sadece TikTok biraz şey bi platform yani kurtlar sofrası gibi yani birbirlerinin arkasından sallayan şudur budur çok fazla. Bu yüzden bu kişisel özelliği hani kimsede sevmiyorum çünkü bütün TikTok genel olarak sosyal medyadaki bütün fenomenler bu şekilde ilerliyo. ...Pek samimi gelmiyo çoğu kişi bana ama tabii içlerinde sevdiğim gerçekten samimi bulduğum insanlar var." (K3, 16)*

*"Şöyle söyleyim hiçbir TikTokçu benim kendi görüşüm, kendini kişisel özelliğini göstermez. Daha çok orda iki yüzlülüğü oynar. Bunlar daha çok kendi seslerini kullanan TikTokçulardır. Sadece beğenilme, takipçi sayısı artma, hani bunların olması gerektiği gibi zaten ajanslarla ilerleyen TikTokçular. Beğeniyorum*

dediklerim var, bazıları gerçekten kendi kişiliğini yansıtıyolar ama bazıları dediğim gibi ajansları gereği takipçi artması için yapmış oldukları akımları gerçekleştiriyorlar. ...Hani kendimi göstermek için bi yerlerimi açmak yerine dansımı göstermeliyim diyorum mesela.” (K6, 21)

*“Mesela para için kendini değiştirenler mesela bağırانlar deli taklidi yapanlar.”* (K4, 17)

*Katılımcılardan K2, K3, K4 ve K6 ise sanal bir ortam olan TikTok platformunda insanların samimi olmadıklarını, farklı bir karaktermiş gibi gözükmeye çalıştıklarını, bunu da daha fazla izlenmek ve bu platform aracılığıyla maddi bir gelir sağlamak amacıyla yaptıklarını belirtmişlerdir.*

*“Ya son bakıyorum da şu an mesela TikTok’un mesela Türkiye’nin aslında genel durumuna bakış açısında baktığımızda hani ben çok kitap okuyan bi insanım çok da mesela sosyal medyayla aram yok. Şöyle yani bilmiyorum insanımızı çok değiştiren bi uygulama özellikle. Hani affedersiniz bi yerlerini açık bi şeyler yapıp şeye kurmaksızın sürekli maddi durumu düşünen insanlar hani gidip salak saçma videolar çektiler mesela çok yani çok yanlış da olacak tabirim. Yani bilmiyorum ya bana pek çoğu hiçbir şey katmayacağını düşünüyorum yani. Öyle söylüyüm. ...Tabi ki farklı yani adam mesela nedir telefoncu veya bakkalcı veya ne biliyim adam gidip neresini çekiyo affedersiniz annesini çekiyo babasını çekip atıyo yani bunlar ayıp şeyler yani bizim kültürümüzde bizim Türkiye’imizde olmayacak şeyler ama gidip çekiyo herkeşe gösteriyosa ne özel durum bırakıyo ne aile özel durumu bırakıyo ne biliyim yani bu tür şeyler insana pek fazla bi şey katmaz. Yani ekonomik durumdan hariç.”* (K7, 21)

1,5 yıldır TikTok kullanan üniversite öğrencisi K7 ise aslında bu sosyal medya platformunun kendisine uygun olmadığını, kitap okumayı seven ve sosyal medyayı çok fazla kullanmayan bir insan olduğunu belirtmiştir. Temelde TikTok ve orada paylaşılan videoların Türk kültürü ile uyumlu olmadığını düşünmektedir ve TikTok’un değerleri yok ettiğini, insanlara katkısı olmayan bir uygulama olduğunu savunmaktadır.

### **Sonuç ve Öneriler**

Günümüzde sosyal medya uygulamaları; iletişim, eğlence, etkileşim, haberleşme ve organize olma gibi pek çok amaçla kullanılmaktadır. Bu sosyal medya uygulamalarından biri de TikTok’tur. 2016 yılında geliştirilen ve 15 saniyelik videolar aracılığıyla kullanılan uygulamanın dünya çapında 1 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır. Sosyal medya uygulamaları iletişim ve eğlence aracı olarak kullanılmalarının yanı sıra benlik yaratımı amacıyla da kullanılmakta ve kişilerin kendilik algıları üzerinde etkili olmaktadır. Kendilik algısı, bireyin kendisine sorduğu “Ben kimim?” soruna verdiği cevaptır. Bu bağlamda bireyin kendisine yüklediği olumlu ve olumsuz anlamlar ile kendine ilişkin fiziksel, zihinsel ve ilişkisel değerlendirmeleri bu kapsam içerisinde yer almaktadır. Her ne kadar ilk olarak

aile ve okul gibi sosyal kurumlar bireylerin kendilik algısının oluşmasında etkili olsa da günümüzde sosyal medya uygulamaları da bu süreçte etkilidir.

Bu araştırma kapsamında bireylerin kendilik algıları TikTok kullanımları üzerinden ele alınmıştır. Söz konusu uygulamanın kullanıcılarının çoğunluğu gençlerden oluşmaktadır. Bu nedenle araştırma kapsamında 16-25 yaş aralığında olan gençlerle çalışma yapılmıştır. Nitel yöntemin betimsel analizine göre gerçekleştirilen bu araştırma sonrasında, gençlerin zihinsel değerlendirme düzeyinde kendilerine yönelik olumlu algılarının olduğu ancak kendilerini agresif ve düzensiz olarak değerlendirdikleri görülmüştür. Farklı bir çalışmada ise TikTok kullanıcılarının videoları incelenmiş ve kullanıcıların ruh sağlığı sorunları yaşadıklarına ilişkin belirtiler bulunmuştur (Basch vd., 2022).

Araştırmaya katılan gençlerin fiziksel değerlendirmelerine bakıldığında ise bedenlerine yönelik olumlu algıları olmasına rağmen takip ettikleri TikTok fenomenlerinin fiziksel özelliklerine öykündükleri için bedenlerinde değiştirmek istedikleri yönlerin olduğu anlaşılmaktadır. Maes ve Vandenbosch'un (2022) çalışmasında da benzer sonuçlara ulaşılmış ve gençlerinde beden imajlarını değiştirmek istedikleri ve bunda diğer kullanıcıların da etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu ise kullanıcıların sosyal medyada onaylanma ihtiyacını ortaya koymakta ve bedenlerine ilişkin kaygılar yaşamalarına sebep olmaktadır (Papageorgiou vd., 2022). İlişkisel değerlendirmeye bakıldığında ise gençler, aileleri ve sosyal çevreleri tarafından desteklendiklerini ancak onlar tarafından "tembel, agresif ve güvenilmez" olarak tanımlandıklarını belirtmişlerdir.

TikTok kullanımı ve kendilik algısının benlik sunumu üzerine etkisi incelendiğinde ise gençlerin TikTok kullanımına olumsuz anlamlar yüklediği görülmüştür. Ayrıca gençler, uygulamayı kullanan kişilerin "gerçek" kendiliklerini sergilemediklerini ve TikTok'ta popüleritenin sağlanabilmesi için kişilerin cinselliğe ve absürt davranışlara yöneldiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcılar bu tür eylemleri desteklemediklerini, kendi videolarını üretirken bu tür videolara benzememeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda katılımcıların kendilik algılarını TikTok'taki yaygın kullanımın aksine doğru şekillendirmek istedikleri anlaşılmaktadır.

Görüşmeler sırasında katılımcılar, TikTok uygulamasını "beğenmediklerini", "uygulamayı geçici olarak kullandıklarını", "diğer kullanıcıların absürt, mantıksız ve cinsel içerikli videolarını tasvip etmediklerini" beyan etmişlerdir. Farklı bir çalışmada kadın kullanıcılar üzerinden benzer sonuçlara ulaşılmıştır ve kullanıcıların daha fazla hayran kitlesine ulaşmak için bedenlerini ve güzelliklerini ön plana çıkarmaya çalıştıkları tespit edilmiştir (Du vd., 2022). Ancak katılımcıların tüm bu beyanlarına rağmen uygulamayı kullanmaya devam ettikleri ve görüşme sırasında TikTok kullanımlarını basitleştirme eğiliminde oldukları fark edilmiştir. Bu ise TikTok kullanımının belirli tehlikelerinin olduğunu ve uygulamayı aktif ve pasif şekilde kullanan bireylere yönelik daha fazla çalışmaya ihtiyaç

duyulduğunu göstermektedir (Montag vd., 2021). Katılımcıların TikTok kullanım sebepleri arasında ise diğer uygulamaların ve arkadaş etkisinin olduğu görülmüştür. Bu bağlamda sosyal medya kullanımında, uygulamaların kullanıcıların tercihlerini etkilediği ifade edilebilmektedir. Yapılacak çalışmalarda TikTok'un kişiler üzerindeki risklerinin ve ekran baskısının etkilerinin anlaşılmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Kriegel vd., 2021).

Sosyal medya uygulamaları pek çok avantaja sahip olmakla birlikte yanlış kullanıma bağlı olarak kişilere zarar verebilmektedir. Bu araştırma odağında, katılımcıların ifadelerine göre TikTok'taki kullanıcıların popüler olabilmek için cinsel içerikli, absürt videolara yönelmeleri çeşitli riskleri beraberinde getirmektedir. Bu durum kişilerin cinsel istismara maruz kalmalarına, bağımlılığa ve ilişkilerin zarar görmesine sebep olabilmektedir. Bu bağlamda medya okuryazarlığının geliştirilmesi, gençlerin sosyal medya kullanımı konusunda bilinçlendirilmesi, sosyal medyanın bireylerin kendilik algıları üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin gösterilmesi araştırmanın önerileri arasında yer almaktadır.

#### **Kaynakça**

- Akgün, E. (2018). Sosyal Medya Platformlarından Youtube Üzerinden Benlik Sunumunun Dramaturjik Bir Analizi. *Yeni Medya*, Sayı 4, 29-49.
- Akpınar, M. E. (2021). TikTok Akımlarının Sosyal Medyadaki Eleştirisi: Twitter Üzerinden Yapılan Eleştirilerin İncelenmesi. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 363-381.
- Bahtiyar, M. (2021). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Karşılaştırma, Sosyal Medya Tutumu ve Beden İmgesi İlişkisinin İncelemesi. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 8(2), 23-38.
- Basch, C. H., Donelle, L., Fera, J., & Jaime, C. (2022). Deconstructing TikTok Videos on Mental Health: Cross-sectional, Descriptive Content Analysis. *JMIR Formative Research*, 6(5), e38340.
- Bayat, B. (2003). Bireylerin Benlik Algısı (Benlik Tasarımları) Sistemi ve Bu Sistemin Davranışları Üzerindeki Rolü. *Kamu Dergisi*, 7(2), 123-137.
- Biçer, S., & Şener, Y. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Youtube Kullanım Alışkanlıkları. *Selçuk İletişim*, 13(2), 589 - 627.
- Cesur, A., & Dil, K. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medyada Benlik Sunumları ve Yansımaları: *Çankırı Karatekin Üniversitesi Örneği*. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 33-45.
- Çakmak, V. (2018). Online Benlik Sunumu ve Narsisizm Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 9(31), 137-152.



- Du, Y., Lin, S., & Zhang, X. (2022). An Empirical Study on the Factors Influencing the Number of Fans of Female-Oriented Accounts on Chinese Tik Tok. *Frontiers in Psychology*, 13, 826819.
- Gök, B., Kırık, A. M., & Akşit, M. (2019). Y ve Z Kuşağı'nın Youtube Kullanım Alışkanlıkları. *Asya Studies*, 4(10), 77-89.
- Gürkan, U., & Demirel, N. (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Kullanımlarının Sosyal İlişkilerine ve Sosyal Kaygı Düzeylerine Etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 79-104.
- Hepekiz, İ., & Gökallı, E. (2019). Sosyal Medya Aracılığıyla Yaratılan Kişisel Markalar ve Benlik Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 761-782.
- Hisli Şahin, N., Basım, N., & Çetin, F. (2009). Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarında Kendilik Algısı ve Kontrol Odağı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20(2), 153-163.
- Horzum Taylor, I. (2015). Facebook and The Being Liked Motive. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4), 1216-1227.
- Kaya, Z., & Dalkıç, A. (2020). Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerde Beden Algısı ve Öz-yeterliliğin İncelenmesi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(Özel Sayı), 48-74.
- Kılıç, B., Kırılı, G., & Ön Esen, F. (2017). Sosyal Medya Kullanımı Benlik Algısı İlişkisi: Turistik Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(1), 70-85.
- Kriegel, E. R., Lazarevic, B., Athanasian, C. E., & Milanaik, R. L. (2021). TikTok, Tide Pods and Tiger King: Health Implications of Trends Taking over Pediatric Populations. *Current Opinion in Pediatrics*, 33(1), 170-177.
- Kocaman, G., & Kazan, H. (2021). Lise Düzeyinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Instagram Bağımlılıkları ve Sosyal Görünüş Kaygıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(40), 2638 - 2664.
- Maes, C., & Vandenbosch, L. (2022). Adolescent Girls' Instagram and Tiktok Use: Examining Relations with Body Image-Related Constructs over Time Using Random Intercept Cross-Lagged Panel Models. *Body Image*, 41, 453-459.
- Metin, O., & Gencer, M. (2021). Instagram Kullanımının Lisans Öğrencilerinin Yaşam Biçimleri Üzerine Etkisi. *İçtimaiyat*, 5(1), 129-142.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673.
- Özbey, H., & Gültekin, M. (2021). Lise Öğrencilerinde Beden Algısı ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin Medya ve Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 429-441.

- Özdemir, B., & Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *e-Journal of New Media*, 3(3), 178-191.
- Özen, Y. (2014). Kendilik, Kendilik Algısı ve Kendilik Algısına Bağlı Psikosomatik Bozukluklara Sosyal Psikolojik Bir Bakış. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı 40, 1-12.
- Paslanmaz, İ., & Narmanlıoğlu, H. (2019). Instagram Hikayelerinde Benliğin Sunumu: Influencer'lar Üzerine Bir Araştırma. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 10(39), 23-51.
- Papageorgiou, A., Fisher, C., & Cross, D. (2022). "Why don't I look like her?" How Adolescent Girls View Social Media and Its Connection to Body Image. *BMC Women's Health*, 22(1), 261.
- Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2021). Sosyal Medyada Çocuk: YouTube Oyun Kanalları Üzerine Dramaturjik Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 14(3), 1183 - 1212.
- Sezer, Ö. (2010). Ergenlerin Kendilik Algılarının Anne Baba Tutumları ve Bazı Faktörlerle İlişkisi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 1-19.
- Social Business. (2020). 2020 Sosyal Medya İstatistikleri. Erişim Adresi: <https://www.socialbusinessstr.com/2020/11/13/2020-sosyal-medya-istatistikleri/>
- Soygüder Baturlar, Ş., & Günay Yavuz, U. (2021). TikTok Uygulamasının Sanal Şöhretimsileri: Gıda Sektöründe Çalışan İşçilerin TikTok Paylaşımları ile Şöhreti Bulma Çabaları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 54, 83-106.
- Söner, O., & Yılmaz, O. (2020). Ergenlerin Sosyal Medya Beğenilmeme Korkularının Yordayıcısı Olarak Benlik Saygısı ve Benlik Tasarımı. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 4(7), 51-68.
- Sözkesen, M. E., & Biçer, S. (2018). Instagram'da Sosyal Kıyaslama, Benlik Saygısı ve Yaşam Doyumu İlişkisi: Fırat Üniversitesi Üzerinde Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 29. Özel Sayı, 302-326.
- Şener, S., & Yiğit, B. N. (2021). Sosyal Medyanın Gençlerin Düşünce ve Değerlerine Etkisi. *Akademik Platform İslami Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 529-553.
- Taşdelen, B., & Özkan, Ş. (2019). X, Y Ve Z Kuşaklarının Instagram ve Facebook Aracılığıyla Oluşturdukları İmaj. *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı 18, 57-86.
- Türk, G. D., Bayrakçı, S., & Akçay, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(2), 316-333.

- Uçar, F. (2015). Facebook'ta Benlik Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini. *Selçuk İletişim*, 9(1), 312-338.
- Uğurlu, Ö. (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: "Kusursuzlaştırma". *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 231-248.
- Uzunlaşan, Ş., & Duyan, V. (2022). Damgalanmış Bir Grubun "Farklılık" Algısı ve Damganın Yeniden Üretilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 33(1), 1-21.
- Ünlü, D., Kuş, O., & Göksu, O. (2020). "Videolarda Gerçek Hayattaki Gibi Değilim, Rol Yapmaktayım" : TikTok Kullanıcılarının Benlik Performansları Üzerine Bir İnceleme. *Intermedia International e-Journal*, 7(12), 115-128.
- Wallaroo (2020). Tik Tok Statistics – Updated June 2021. Erişim Adresi: <https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/>
- We Are Social. (2021). Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State of Digital'. UK: We Are Social.
- Vall-Roqué, H., Andrés, A., & Saldaña, C. (2021). The Impact of COVID-19 Lockdown on Social Network Sites Use, Body Image Disturbances and Self-Esteem among Adolescent and Young Women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology & Biological Psychiatry*, 110, 110293.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin.
- Yılmaz, H., Ülker, M., & Yılmaz, A. S. (2018). Kadınlarda Ebeveynlik Rollerine İlişkin Kendilik Algısı'nın Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 415-431.