Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences
e-ISSN: 2149-4894

Cilt/Volume: 28 • Sayı/Issue 1 • Mart/March, 2026: 14-29
Araştırma Makalesi / Research Article

TikTok Kullanım Pratikleri ve Mahremiyet Algısı: Samsun Örneği

TikTok Usage Practices and Perceptions of Privacy: The Case of Samsun

Doç. Dr. Özgür KIRAN[1], Hülya UÇAK[2]

Süreç/History
Geliş/Submitted: 04/08/2025
Kabul/Accepted: 07/01/2026
Yayın/Published: 25/03/2026

İntihal/Plagiarism
Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi. / This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Etik Beyan/Ethical Statement
Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur. / It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Çıkar Çatışması / Competing Interests
Yazar(lar), çıkar çatışması olmadığını beyan eder. / The author(s) declares that have no competing interests.

Telif Hakkı/Copyright
© By Author (s) | Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 (CC BY-NC) International License

Öz
Günümüzde sosyal medya platformları gençlerin gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş, özellikle TikTok kısa sürede dünya çapında popülerlik kazanarak eğlence, sosyalleşme ve kendini ifade etmenin önde gelen mecralarından biri olmuştur. Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin TikTok kullanım pratiklerini ve dijital mahremiyet algılarını nitel bir bakış açısıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Fenomenolojik desenle tasarlanan çalışmada, Ondokuz Mayıs Üniversitesi ve Samsun Üniversitesi'nde öğrenim gören 10 öğrenciyle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bulgular, öğrencilerin TikTok'u yoğun biçimde eğlence, sosyalleşme, gündem takibi ve kendini ifade etme amacıyla kullandığını göstermektedir. Katılımcıların günlük kullanım süreleri 2-5 saat arasında değişmekte olup, platform diğer sosyal medya araçlarına göre daha fazla tercih edilmektedir. Araştırmaya göre katılımcıların çoğu, içerik üretiminde önceki beğeni oranlarını dikkate almakta ve sosyal görünürlük arzusuyla mahremiyetlerinden taviz verebilmektedir. Bazı kullanıcılar paylaşımlarını yalnızca tanıdık kişilerle sınırlarken, bazıları takipçi sayısını artırmak amacıyla herkesi kabul etmekte ve güvenlik risklerini göz ardı etmektedir. Katılımcıların bir kısmı TikTok'u güvenli bulurken, diğerleri veri gizliliği konusunda şüphe taşımaktadır. Bazı öğrenciler istemedikleri içeriklerle karşılaştıklarında algoritmaya "ilgi göstermeme" seçeneğiyle tepki verirken, bazıları mahremiyetin dijital ortamda mümkün olmadığını savunmaktadır. Çalışma, gençlerin sosyal medya kullanımlarının kişisel verilerin korunması, kimlik sunumu ve sosyal onay arayışıyla yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, TikTok'un yaygın kullanımı, dijital mahremiyet algısının bireysel farkındalık, sosyal motivasyonlar ve güvenlik endişeleriyle şekillendiğini göstermektedir.
Anahtar Kelimeler: Sosyoloji, TikTok, gençlik, sosyal medya, mahremiyet.

Abstract
In contemporary society, social media platforms constitute an indispensable aspect of young people's everyday lives, with TikTok, in particular, rapidly attaining global prominence as a leading medium for entertainment, social interaction, and self-expression. This study aims to examine university students' TikTok usage practices and perceptions of digital privacy from a qualitative perspective. Designed with a phenomenological approach, the study conducted semi-structured in-depth interviews with 10 students enrolled at Ondokuz Mayıs University and Samsun University The findings indicate that students predominantly use TikTok for entertainment, socialization, following current events, and self-expression. Participants reported daily usage ranging from two to five hours, with the platform being preferred over other social media tools. According to the study, most participants take previous like counts into account when producing content and are willing to compromise their privacy in pursuit of social visibility. While some users restrict their sharing to familiar contacts, others accept all followers in order to increase their follower count, thereby overlooking potential security risks. Whereas a portion of the participants perceived TikTok as safe, others expressed concerns regarding data privacy. In conclusion, the widespread use of TikTok demonstrates that perceptions of digital privacy are shaped by individual awareness, social motivations, and security concerns.
Keywords: Sociology, TikTok, youth, social media, privacy.

Atıf için (*to cite*): Kıran, Ö. & Uçak, H. (2026). TikTok kullanım pratikleri ve mahremiyet algısı: Samsun örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *28*(1), 14-29. https://doi.org/10.32709/akusosbil.1758468

[1] Samsun Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Samsun/Türkiye, ozgur.kiran@samsun.edu.tr.
[2] Samsun Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji ABD doktora öğrencisi, Samsun/Türkiye, hulyaucak9@gmail.com.

Giriş

Küresel çapta popüler olan TikTok kullanıcılar tarafından kısa kısa videoların oluşturularak paylaşıldığı bir sosyal medya platformudur. Çoğunluğu genç kullanıcılardan oluşan uygulamada müzik, eğlence, bilgi, challenge (meydan okuma) vb. videolar ön çıkmaktadır. TikTok, Çin merkezli bir teknoloji şirketi olan "ByteDance" tarafından 2016 yılında piyasaya sürülen bir sosyal medya platformudur. TikTok, kısa video içeriklerinin üretimi ve paylaşımı üzerine kurulu, özellikle genç kullanıcılar arasında popüler hale gelmiş bir platformdur. TikTok'un hızlı yükselişi, kullanıcı demografisi, içerik üretim pratikleri ve mahremiyetle ilgili tartışmaları da beraberinde getirmiştir (Chen, 2020; Yücel, 2022). TikTok'un başarısının ardındaki önemli faktörlerden biri, kullanıcıların kolayca içerik üretmesine ve paylaşmasına olanak tanıyan kullanıcı dostu arayüzüdür. Platform, kullanıcıların müzik, filtreler ve efektlerle videolarını özelleştirmesine olanak tanır. Bu özellikler, özellikle genç kullanıcılar arasında TikTok'un çekiciliğini artırmıştır (Gupta ve Brooks, 2021). Ancak, TikTok'un bu hızlı büyümesi ve geniş kullanıcı tabanı, mahremiyet ve güvenlik konularında çeşitli endişeleri de beraberinde getirmiştir.

TikTok'un kullanıcı verilerini toplama ve işleme yöntemleri, mahremiyet savunucuları ve düzenleyici kurumlar tarafından dikkatle incelenmiştir. Kullanıcıların kişisel bilgilerini toplama, bu bilgilerin saklanması ve üçüncü taraflarla paylaşılması konuları, özellikle Batı ülkelerinde ciddi eleştirilere yol açmıştır (Gerrard, 2020). Örneğin, ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC), TikTok'a çocukların gizliliğini ihlal ettiği gerekçesiyle para cezası vermiştir (FTC, 2019). Türkiye'de de TikTok kullanımının artmasıyla birlikte benzer mahremiyet endişeleri ortaya çıkmıştır. Türkiye'deki kullanıcılar, TikTok'un veri toplama politikaları ve bu verilerin nasıl kullanıldığı konusunda giderek daha fazla bilinçlenmektedir. Türkiye Bilişim Derneği'nin 2022 raporuna göre, kullanıcıların büyük bir kısmı TikTok'un veri toplama uygulamalarından haberdar değil ve bu durum, kullanıcıların mahremiyet haklarının ihlal edilmesine neden olabilmektedir (Yücel, 2022).

Sonuç olarak, TikTok'un hızlı yükselişi ve geniş kullanıcı tabanı, platformun mahremiyet ve güvenlik konularında ciddi tartışmalara neden olmuştur. Bu makale, TikTok'un kullanım pratikleri ve mahremiyet konularındaki literatürü inceleyerek, platformun kullanıcı verilerini nasıl topladığı ve işlediği konusunu kullanımlar ve doyumlar yaklaşımları çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda hem yerli hem de yabancı akademik kaynaklardan yararlanılarak, TikTok'un mahremiyet politikalarının kullanıcılar üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir.

1. Bir Sosyal Mecra Olarak TikTok

TikTok, kullanıcıların video oluşturmasına, paylaşmasına ve canlı yayın yapmasına imkân tanıyan bir sosyal medya uygulaması olarak öne çıkmakta ve yeni nesil bir platform niteliği taşımaktadır. Özellikle eğlence odaklı içerikleriyle gündemde yer bulan uygulama, kısa sürede geniş kitlelere ulaşarak farklı demografik gruplardan kullanıcıları bir araya getirmiştir. Gençler tarafından yoğun biçimde eğlence amacıyla tercih edilen TikTok'un bu hızlı yükselişi, platformun habercilik alanındaki potansiyelini de tartışmaya açmıştır (Yeğen ve Bilgin, 2023, s. 475). TikTok, kullanıcılarına kendilerinin, çevrelerinin ya da harici görsel-işitsel içeriklerin yaratıcı bir şekilde derlenip video hâline getirilmesini sağlayan yeni bir paylaşım biçimi sunmaktadır. En sade videolar, renkli bir arka plan üzerine yerleştirilen metinlerden oluşabilirken; içerikler video, görsel ve ses öğeleriyle daha da zenginleştirilebilmektedir. Görseller ve videolar, uygulamanın sunduğu ses efektleri, görüntü filtreleri ve video hız ayarlarıyla değiştirilebilmektedir. Her video gönderisi en fazla 60 saniye uzunluğundadır ve daha kısa kliplerin birleştirilmesiyle bir hikâye anlatımına dönüşebilir. Kullanıcılar, videolarını paylaşırken içeriklerini açıklamak amacıyla etiket (hashtag) içeren başlıklar ekleyebilmektedir. X örneğinde olduğu gibi, en sık kullanılan etiketler platformda öne çıkan trend konuları temsil ederken; tıpkı Instagram'da olduğu gibi video klipler de etiketlerine göre kategorize edilmektedir (Çiçeklioğlu ve Ünal, 2021, s. 77).

TikTok'un başarısı, eşit derecede önemli üç bileşene dayanmaktadır: platform, içerik oluşturucular ve hayranlar. Platform, içerik oluşturuculara bir yandan trafik ve teknik destek sağlarken aynı zamanda hayranlara içerik önerileri de sunmaktadır; platforma video üreten içerik oluşturucular ise iletme, yorum yapma, beğenme, paylaşma ve takip etme yoluyla hayranlarla etkileşimde bulunur; hayranlar ise platformda içerik dağıtarak ve topluluk içinde etkileşimde bulunarak içerik oluşturuculara meydan okumalar başlatır ya da destek sağlar (Meng & Leung, 2021, s. 125). TikTok kullanıcıları çoğunlukla genç, istekli ve bağlantılı bir nitelik sergilemektedirler.

TikTok, kullanıcıların bir takipçi kitlesine sahip olması ve diğer kullanıcıları takip edebilmesi açısından X ve Instagram gibi sosyal medya platformlarıyla benzerlik göstermektedir. Ancak TikTok'u bu platformlardan ayıran temel unsur, videoların arka planında kullanılan ve iletilmek istenen mesajı destekleyen müziktir. Kullanıcılar, videoları için farklı müzik türlerinden fon müziği seçebilmekte ya da kendi özgün ses kliplerini oluşturabilmektedir. Oluşturulan bu ses klipleri (kullanıcının sesli mesajı da dâhil olmak üzere) diğer kullanıcılar tarafından da videolarda kullanılabilmektedir. Müzik, çoğu videoda dans performanslarının, dudak senkronizasyonlarının ya da komedi skeçlerinin temelini oluştururken, aynı zamanda bir hikâye anlatma aracı olarak işlev görebilmekte ve belirli bir mesajın aktarılmasına yardımcı olabilmektedir (Çiçeklioğlu ve Ünal, 2021, s. 78).

Dijital platformlar, kullanıcı davranışlarını analiz ederek ve veri toplama araçlarını kullanarak etkileyici bir bilgi akışı sağlamaktadır. Bu durum, kullanıcıların bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde kişisel bilgilerini paylaşmaları sonucunu doğurur. Ancak, suistimaller, veri ihlalleri ve gizlilik ihlalleri bu platformların kullanımında ciddi endişeleri beraberinde getirmektedir. Kullanıcıların, maruz kaldıkları gizlilik riski karşısında nasıl bir tutum sergileyecekleri ve bu durumu yönetme yolları önem kazanmaktadır. Burada, bireylerin dijital mahremiyet anlayışlarını geliştirmeleri, bilinçli kullanıcılar olmalarının yanı sıra, dijital platformlarda maruz kaldıkları tehditlere karşı daha hazırlıklı olmalarını da sağlayacaktır (Yolcu, 2024).

Genç kullanıcılar açısından bu süreç daha da belirgindir. Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerinde kimlik inşasının önemli bir bileşeni olan sosyal görünürlük, mahremiyet algısını yeniden şekillendirmekte; bireyler çevrimiçi tanınırlık karşısında kişisel sınırlarını yeniden müzakere etmektedir (Livingstone, 2008). Böylece TikTok'ta mahremiyet, yalnızca bireysel kararların değil, platformun sunduğu etkileşim dinamiklerinin, sosyal onay mekanizmalarının ve gençlik kültürünün birleşimiyle ortaya çıkan çok katmanlı bir yapıya dönüşmektedir. Bu nedenle dijital mahremiyet, Goffman'ın benlik sunumu yaklaşımıyla ele alındığında, bireyin dijital ortamda kendisini nasıl ifade ettiği, neyi görünür kıldığı ve hangi sınırları koruduğu üzerinden anlaşılabilecek dinamik bir olgu hâline gelir. TikTok kullanıcılarının mahremiyet stratejileri, bu bağlamda, bireysel tercihler kadar sosyal etkileşim normlarının ve platform yapısının etkisi altında şekillenmektedir.

2. Mahremiyet ve Dijital Mahremiyet: Kavramsal, Tarihsel ve Toplumsal Bir Çerçeve

Mahremiyet kavramı, bireyin kişisel alanını, özel bilgilerini ve kendisine ilişkin paylaşımları hangi sınırlar içinde kimlerle paylaşacağına karar verme hakkını ifade eder. Modern toplumda mahremiyet, bireyin toplumsal ilişkiler içinde kendisini konumlandırma biçimiyle, kültürel normlarla ve iletişim pratikleriyle doğrudan ilişkilidir. Bauman'ın (2000) modernite analizleri, bireyin hem güvenlik hem özgürlük arayışı içinde mahremiyeti sürekli yeniden tanımladığını; özellikle akışkan modern dönemde mahremiyetin kırılganlaştığını göstermektedir. Dijitalleşme ise bu kırılganlığı daha görünür hale getirmekte ve mahremiyetin sınırlarını yeniden şekillendirmektedir.

Dijital teknolojilerle birlikte bireylerin ürettiği veri miktarı artmış, sosyal medya platformları kullanıcı davranışlarını sistematik biçimde izleyebilen gözetim mekanizmalarına dönüşmüştür. Zuboff'un (2020) "gözetim kapitalizmi" kavramsallaştırması, dijital platformların kullanıcı verilerini yalnızca saklamakla kalmayıp ekonomik değere dönüştüren bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, bireylerin mahremiyetini hem gönüllü paylaşımlar yoluyla hem de platformların veri toplama pratikleri yoluyla yeniden üretmektedir.

Gözetim kavramı, dijital mahremiyet tartışmalarının merkezinde yer alır. Utma'nın (2023) sosyal medyada gözetimin içselleştirilmesi üzerine yaptığı çalışma, kullanıcıların sürekli izlenmeyi gündelik deneyimin doğal bir parçası olarak kabul ettiğini ve gözetimi çoğu zaman farkında olmadan yeniden ürettiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, mahremiyetin toplum tarafından sorgulanmadan aşınmasına zemin hazırlamaktadır. Benzer şekilde Goffman'ın (2019) "benliğin sunumu" yaklaşımı, dijital mecralarda sahne önü–sahne arkası ayrımının belirsizleştiğini ve bireylerin kendilerini geniş bir izleyici kitlesine sürekli performans hâlinde sunduğunu gösterir.

Sosyal medyada mahremiyet ve gözetim ilişkisi özellikle genç kullanıcıların davranışlarında belirginleşmektedir. Turan'ın (2024) Instagram kullanıcıları üzerine yaptığı araştırma, gençlerin sosyal medyada görünür olma isteği ile mahremiyet kaygıları arasında sürekli bir müzakere yürüttüklerini göstermektedir. Kullanıcılar bir yandan takip edilmek, beğenilmek ve görünür olmak isterken diğer yandan kişisel bilgilerin kötüye kullanılabileceği endişesini taşımaktadır. Bu durum dijital mahremiyetin

sabit bir kavram olmadığını, sosyal medya atmosferine göre sürekli yeniden tanımlandığını göstermektedir.

Yüksel'in (2021) Facebook ve WhatsApp üzerine gerçekleştirdiği çalışma ise mahremiyetin yalnızca paylaşılan içerikler üzerinden değil, aynı zamanda platformların teknik yapıları ve veri politikaları üzerinden de şekillendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle Facebook gibi etkileşim yoğun platformlarda kullanıcıların paylaşımlarının geniş kitlelere yayılabilmesi, mahremiyet sınırlarının kontrol edilmesini güçleştirmektedir. WhatsApp gibi özel iletişim uygulamalarında ise bireyler daha güvenli bir iletişim alanı varsaysa da kişisel verilerin platform tarafından nasıl işlendiğine ilişkin belirsizlikler dijital mahremiyet açığını artırmaktadır.

Sonuç olarak mahremiyet ve dijital mahremiyet, günümüz dijital toplumunda hem kültürel hem teknolojik dinamiklerle şekillenen, sabit olmayan ve sürekli dönüşen bir kavramdır. Sosyal medya ortamlarında görünürlük, gözetim ve veri ekonomisinin iç içe geçmiş yapısı, bireyleri mahremiyet sınırlarını yeniden düşünmeye zorlamakta; özellikle gençler için mahremiyet, sosyal etkileşim pratiklerinin önemli bir müzakere alanına dönüşmektedir.

3. Kullanımlar Doyumlar Yaklaşımı ve Dijital Mahremiyet

Kitle iletişim araçları kullanımından elde edilen doyumu temel alan bu yaklaşımda temel düşünce, iletişim araçları kullanımının izleyiciler yönünden bu araçlarla önceki tecrübelere dayanarak beklenen (öngörülen) birtakım ödüller sunmasıdır. Bu model genel olarak, kitle iletişim araçlarının kullanımının hem bu araçlardan sağlanan faydaların bireyler tarafından nasıl algılandığına hem de bu algıların farklı şekillerde değerlendirilmesine bağlı olduğunu öne sürer. Bu yaklaşım, söz konusu araçların kullanımının yalnızca olumlu tercihler ve beklenen doyumlarla değil, aynı zamanda bu araçlardan uzak durma eğilimleriyle de şekillenebileceğini dikkate almayı sağlar. Bununla birlikte model, en azından analitik düzeyde zaman boyutunu dışarıda bırakır; böylece doyumların ne zaman yaşandığı ya da ölçüldüğü sorusunu da devre dışı bırakmış olur. Nitekim önceki araştırmalar, geçmişte elde edilen doyumlar ile gelecekte beklenen doyumlar arasında net bir ayrım yapma eğiliminde değildi (McQuail, 2005, s. 170-172). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin kitle iletişim araçlarını pasif biçimde değil, belirli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla aktif olarak kullandıklarını savunan bir iletişim kuramıdır. Bu yaklaşıma göre izleyiciler, bilgi edinme, eğlenme, sosyalleşme, kimlik geliştirme ya da duygusal boşalım gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için medya içeriklerini istedikleri gibi seçerler. Dolayısıyla medya tüketimi, bireylerin bilinçli tercihleriyle şekillenen, amaçlı ve işlevsel bir süreçtir. Bu model, medyanın etkisini açıklarken izleyiciyi merkeze alarak, bireysel motivasyonları ve beklentileri ön plana çıkarır. Aynı zamanda, izleyicilerin medya içeriklerinden elde ettikleri doyum düzeylerinin farklı şekillerde değerlendirebileceğini ve bu değerlendirmelerin zaman içinde değişebileceğini de vurgular.

Kitle iletişim araçlarının yaygın ve yoğun kullanımı, bireylerin mahremiyet algılarını ve sınırlarını da önemli ölçüde dönüştürmüştür. Özellikle dijital medya ortamlarında kullanıcılar, kişisel bilgilerini çeşitli platformlarda paylaşarak görünür olmayı tercih ederken, bu durum mahremiyetin gönüllü bir biçimde ifşasına da zemin hazırlamıştır. Bu süreçte bireyler, toplumsal kabul görme, beğeni alma ya da aidiyet kurma gibi ihtiyaçlarını karşılarken, mahremiyetlerinden taviz verebilmektedirler. Günümüzde medya araçlarının gözetim mekanizmalarıyla iç içe geçmiş yapısı kullanıcı verilerinin toplanması ve izlenmesi üzerinden mahremiyetin sistematik biçimde aşındırılmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla mahremiyet, modern medya çağında hem bireysel tercihlerle hem de teknolojik altyapılarla şekillenen karmaşık bir olgu haline gelmiştir.

Dijital çağın getirdiği yeniliklerle beraber mahremiyet kavramı, daha karmaşık bir hal almıştır. İnternetin evrimiyle birlikte, bireylerin çevrimiçi davranışları ve bu davranışların izlenebilirliği sorunları ön plana çıkmaktadır. Mahremiyet, sadece dış müdahale ve gözetim konularında değil, aynı zamanda bireyin kendini ifade etme biçimiyle de ilişkilidir. Kişisel verilerin izinsiz paylaşımı veya kötüye kullanımı, bireylerin yalnızca kişisel hayatlarını değil, aynı zamanda sosyal ilişkilerini de tehdit edebilmektedir. Sonuç olarak, mahremiyet, dijital platformlarda bireylerin otonomisini sağlama ve toplumsal güvenin sürdürülebilirliğini koruma açısından kilit bir unsur haline gelmektedir (Kaya, 2022).

TikTok'un mahremiyet politikaları ve kullanıcı verilerinin işlenmesi konusundaki tartışmalar, platformun etik ve yasal boyutlarını da gündeme getirmiştir. TikTok'un veri toplama yöntemleri, kullanıcıların dijital ayak izlerini genişletirken, veri güvenliği konusundaki endişeleri de artırmaktadır. Özellikle çocuklar ve gençler için mahremiyet riskleri, platformun en çok eleştirilen yönlerinden biridir (Staksrud & Livingstone, 2009). Dijital çağda büyüyen gençler, sosyal medya ve çevrimiçi platformlarla

yoğun bir şekilde etkileşim halindedir. Bu etkileşim, gençlerin hem çevrimiçi davranışlarını hem de dijital mahremiyet algılarını şekillendiren bir dizi dinamikle ilişkilidir. Dijital mahremiyet, bireylerin kişisel bilgilerinin çevrimiçi ortamda korunmasına dair farkındalıklarını, endişelerini ve bu bilgileri nasıl yönettiklerini kapsar. Genç kullanıcılar, internetin sunduğu avantajlardan faydalanırken, aynı zamanda çevrimiçi ortamda kişisel bilgilerinin nasıl kullanıldığı ve kimler tarafından erişildiği konusundaki bilinçleriyle de mücadele ederler. Bu mücadele, dijital mahremiyet algısının şekillenmesine ve gençlerin çevrimiçi davranışlarına yön vermektedir.

Dijital mahremiyet, kişisel verilerin korunması, çevrimiçi kimliklerin yönetimi ve dijital platformlardaki şeffaflıkla yakından ilişkilidir. Genç kullanıcılar, sosyal medya ve diğer dijital platformlarda içerik paylaşma, arkadaşlarıyla iletişim kurma ve çevrimiçi kimliklerini oluşturma süreçlerinde dijital mahremiyetin sınırlarıyla sürekli karşı karşıya kalmaktadırlar. Gençler çoğunlukla bir etkileşim kurma yöntemi olarak sosyal mecraları kullanma eğilimlerine sahip olduklarından mahremiyet sınırlarını da ihlal edebilmektedirler. Bu durum paylaşılan içeriklerin kötüye kullanımı bakımından üçüncü kişilere fırsat yaratabilmektedir.

Gençler, dijital mahremiyete yönelik farkındalık düzeylerinde farklılık gösterebilirler. Özellikle teknolojiyle doğrudan etkileşim içinde büyüyen Z kuşağı, dijital platformların sunduğu fırsatlar kadar, bu platformların kullanıcı verilerini nasıl işlediği konusunda da bilinçlidir. Bununla birlikte, dijital platformlarda gizlilik ayarlarının karmaşıklığı ve uzun kullanıcı sözleşmeleri, gençlerin bu konuda yeterli bilgi sahibi olmasını zorlaştırabilmektedir. Z kuşağı arasında giderek yaygınlaşan sosyal medya fenomeni olma arzusu mahremiyetlerinden taviz vermek pahasına takipçi sayısını artırma hevesine kapılmalarına neden olabilmektedir.

Genç kullanıcıların dijital mahremiyet algısı, dijital platformların yapısı, bireysel farkındalık düzeyleri ve sosyal medya kullanım motivasyonları gibi çeşitli faktörler tarafından şekillenmektedir. Dijital mahremiyetin korunması, gençlerin çevrimiçi kimliklerini ve kişisel verilerini güvence altına almanın ötesinde, onların sosyal ve psikolojik iyi oluşlarını da etkilemektedir. Bu nedenle, genç kullanıcıların dijital mahremiyet konusunda farkındalıklarını artırmak, bilinçli ve güvenli bir dijital deneyim yaşamalarını sağlamak açısından hayati önem taşımaktadır.

TikTok'un kullanıcılar açısından öncelikle eğlenme, rahatlama, zaman geçirme, iletişim kurma, kendini ifade etme, takdir edilme ve sosyal gözetim işlevleriyle öne çıkmaktadır. Özellikle düşük gelir grubuna mensup katılımcılar, TikTok'un sunduğu mobil üretim kolaylığı sayesinde içerik üretim sürecine katılmakta ve bu süreçte özgüven kazanmaktadırlar. Takipçi sayısının giderek artması ve alınan her beğeni içerik üretme motivasyonunu da artırmaktadır. Bunların yanı sıra TikTok hem bireyi gündelik sıkıntılarından uzaklaştıran bir dijital sığınak hem de toplumsal görünürlük kazanmanın bir aracıdır. Elde edilen doyum bilgilenmeden ziyade sosyal ve duygusal temellidir (Kızılkaya, 2022).

TikTok'ta içerik üretimi, kullanıcıların bireysel yaratıcılıklarını sergilediği bir süreçtir. Platformun sunduğu müzik, efekt ve filtre seçenekleri, içerik üretimini kolaylaştırırken, aynı zamanda videoların eğlenceli ve etkileşimli olmasını sağlar (Yetkiner ve Öztürk, 2020). İçerik üretimi ve tüketimi açısından kullanıcılarına farklı deneyimler sunan bir platform olarak öne çıkan TikTok da kullanıcılar hem bireysel yaratıcılıklarını sergileyebilmekte hem de büyük bir içerik havuzundan kendi ilgi alanlarına uygun videoları tüketebilmektedirler. Bu döngü, TikTok'u diğer sosyal medya platformlarından ayıran en önemli özelliklerden biridir.

4. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin TikTok kullanım pratikleri ile mahremiyet algılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya platformları günümüz dijital dünyasında bireylerin gündelik yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. TikTok gibi hızlı büyüyen ve geniş bir kullanıcı kitlesine sahip olan platformlar, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını, içerik üretim süreçlerini ve mahremiyet algılarını derinden etkilemektedir. TikTok'un sunduğu eğlence ve bilgiye kolay erişim gibi özellikler, platformu cazip hale getirirken, kullanıcıların kişisel bilgilerinin nasıl kullanıldığı ve korunduğu soruları da gündeme gelmektedir. Bu nedenle, bireylerin TikTok kullanımı sırasında mahremiyetlerinin nasıl algılandığı ve bu algıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerindeki etkileri, akademik anlamda önemli bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin TikTok kullanma motivasyonlarını, bu platformda ne tür içerikleri izlemeyi tercih ettiklerini ve platformun mahremiyetle ilgili endişelere ne ölçüde neden olduğunu anlamaktır. Ayrıca, öğrencilerin TikTok'ta kişisel bilgilerini ne kadar paylaştıkları, bu

bilgilerin güvenliği ile ilgili düşünceleri ve mahremiyet ihlallerine karşı aldıkları önlemler de araştırmanın odak noktalarını oluşturmaktadır. Bu çalışma TikTok kullanıcılarının deneyimlerine yönelik niteliksel veriler elde ederek, sosyal medya kullanımında mahremiyet kavramına dair derinlemesine bir analiz sunmayı hedeflemektedir.

Araştırmanın önemi, TikTok gibi hızla popülerleşen ve geniş kitlelere hitap eden bir platformun, bireylerin mahremiyet algılarını nasıl şekillendirdiğini incelemektir. Mahremiyet, dijital çağda her zamankinden daha kritik bir konu haline gelmiş olup, bireylerin sosyal medya kullanımı sırasında kişisel verilerini ne ölçüde koruduğu ve platformların bu verilere nasıl yaklaştığı üzerine yapılan tartışmalar giderek artmaktadır. Özellikle genç kullanıcılar arasında yaygın olan TikTok, kişisel bilgilerin paylaşılması ve bu bilgilerin üçüncü taraflarla paylaşılma potansiyeli konusunda çeşitli riskler barındırmaktadır. Araştırma, üniversite öğrencilerinin bu riskler karşısındaki tutumlarını ve deneyimlerini ortaya koyarak, dijital mahremiyetin bireysel farkındalığa etkilerini incelemektedir.

Bu bağlamda çalışma, TikTok kullanıcılarının platformu kullanma alışkanlıklarını anlamanın yanı sıra, mahremiyet algılarının dijital dünyadaki davranışlarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koyacaktır. Elde edilen bulgular, sosyal medya platformlarının gelecekteki politikaları ve kullanıcılarına sundukları mahremiyet önlemlerine dair önemli ipuçları sunabilir. Sosyal medyanın toplumsal değerler ve bireysel özgürlükler üzerindeki etkileri incelendiğinde, bu tür araştırmalar, sosyal medya kullanımının kültürel ve sosyal boyutlarını anlamada önemli bir katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak araştırma, üniversite öğrencilerinin TikTok kullanımına dair motivasyonlarını ve bu süreçteki mahremiyet algılarını inceleyerek, dijital mahremiyetin bireylerin sosyal medya kullanımlarına olan etkisini anlamayı amaçlamaktadır. TikTok kullanıcılarının bu platformda yaşadıkları deneyimler ve mahremiyetle ilgili endişeleri, dijital çağda sosyal medya platformlarının bireyler üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemek için önemli bir veri kaynağı sunmaktadır.

Araştırmanın ele aldığı temel sorular şu şekildedir:

1. Gençlerin TikTok kullanmalarındaki temel motivasyonları nelerdir?
2. Gençler TikTok uygulamasında ne sıklıkta ve ne türden içerikler üretmektedirler?
3. Gençler kişisel veri güvenliğine ne oranda dikkat etmektedirler?
4. Gençlerin TikTok'ta mahremiyet algıları ne düzeydedir?

5. Yöntem

Mahremiyet, başkalarının bizi ne ölçüde tanıyıp bildiği, bize hangi ölçüde ulaşabildikleri, özel hayatımıza ne kadar hâkim oldukları konularıyla ilişkilidir. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışıyla birlikte insanların kişisel hayatları tüm insanların gözleri önünde yaşanmaya başlamıştır. Özellikle TikTok platformunda mahremiyet algısının giderek farklılaştığı gözlemlenebilmektedir. Bu yüzden araştırmamızın konusunu "TikTok platformunda bireylerin mahremiyet algısı ve kullanım pratikleri" oluşturmaktadır. Çalışma Samsun ilinde üniversite öğrenimi gören ve TikTok kullanan üniversite öğrencileri üzerinden yürütülmüştür.

Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen kullanılarak oluşturulmuştur. Nitel araştırma, kültürel bir anlam inşa ederek toplumsal gerçeklikleri ortaya çıkarmaktadır (Neuman, 2014, s. 21). Kişilerin bakış açılarını öğrenmek, yeni anlamlar üretmek ve bu anlamlara uygun yorumlar yapabilmek amacıyla nitel araştırma tercih edilmiştir. Fenomenolojik desen ise, bir olayla veya davranış biçimiyle ilgili kişisel deneyimleri genel nitelikte açıklamaya çalışmaktadır (Creswell, 2013, s. 76). Araştırmada yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği veri toplama aracı olarak tercih edilmiştir. Çalışma sonucu elde edilen bulgular başlıklar halinde temalandırılıp betimsel analizle yorumlanmıştır. Çalışmanın evrenini TikTok kullanan üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklemini ise Ondokuz Mayıs Üniversitesi ve Samsun üniversitesinde öğrenim gören ve TikTok kullanan, amaçlı örnekleme tekniği ile ulaşılan 10 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcıların 5'i kadın, 5'i erkektir. Sorular katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır. Araştırma için Samsun Üniversitesi'nden 31/07/2024 tarih ve 93312 sayılı etik kurul izni alınmıştır.

2024 yılı Kasım-Aralık aylarında araştırmanın saha süreci gerçekleştirilmiştir. Saha sürecinde görüşmeler kısa notlar tutularak ve katılımcıların rızası doğrultusunda ses kaydı alınarak yapılmıştır. Daha sonra veriler bilgisayar ortamına aktarılarak deşifre edilmiştir. Saha araştırmasında ortaya çıkan bulgular önceden belirlenen temalar etrafında yorumlanmıştır. Katılımcılar cinsiyet ve yaşlarına göre (K1-k-20; K3-e-22 şeklinde) kodlanmışlardır.

Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Kodlama
Katılımcı 1	Kadın	20	K1-k-20
Katılımcı 2	Kadın	19	K2-k-19
Katılımcı 3	Erkek	26	K3-e-26
Katılımcı 4	Erkek	20	K4-e-20
Katılımcı 5	Erkek	19	K5-e-19
Katılımcı 6	Erkek	21	K6-e-21
Katılımcı 7	Kadın	20	K7-k-20
Katılımcı 8	Erkek	21	K8-e-21
Katılımcı 9	Kadın	19	K9-k-19
Katılımcı10	Kadın	20	K10-k-20

6. Bulgular

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler, üniversite öğrencilerinin TikTok kullanım deneyiminin yalnızca bir sosyal medya etkinliğinden ibaret olmadığını; gençlerin mahremiyet algıları, benlik sunumu pratikleri, görünürlük ve sosyal onay beklentileri, dijital güvenlik duyguları ve algoritmik akışla kurdukları ilişki üzerinden çok katmanlı bir yaşantısal alan olduğunu göstermektedir. Yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz çerçevesi, elde edilen verileri yalnızca tematik sınıflandırmaya indirgemeden, katılımcı söylemlerinin içerdiği duygusal tonları, dilsel tercihleri, benlik pozisyonlamalarını, kültürel referans noktalarını ve yaşantısal özlerini ortaya koymaya imkân vermektedir.

Fenomenolojik analizin çift yönlü hermenötik yapısı gereği analiz; hem katılımcının kendi deneyimini anlamlandırma biçimini hem de araştırmacının bu anlamlara dair ikinci düzen yorumlayıcı çabasını bir araya getirir. Dolayısıyla bu analiz, verileri "katılımcıların ne dediği" biçiminde değil, "katılımcıların söylediği şeylerin yaşantıları içinde ne anlama geldiği" sorusu ekseninde ele almaktadır. Buna göre fenomenolojik analiz aşağıda yer alan temalar etrafında yorumlanmıştır:

1. Mahremiyetin Yeniden Kurulması
2. Dijital Benlik Sunumu
3. Algoritmik Karşılaşmalar
4. Mahremiyet, Benlik Sunumu ve Algoritma Üçgeninin Bütüncül Fenomenolojik Haritası
5. Varoluşsal Düzlemde TikTok Deneyimi
6. Toplumsal Cinsiyet, Kültürel Kodlar ve Mahremiyetin İnşası
7. TikTok Deneyiminin Özsel Fenomenolojik Çözümü

Her boyut içinde katılımcı alıntısı, yalnızca destekleyici örnek olarak değil, anlamı taşıyan temel analitik yapı taşı olarak yer almaktadır.

1. Akışkan ve Çok Katmanlı Bir Olgu Olarak Mahremiyetin Yeniden Kurulması

Katılımcı ifadeleri, mahremiyetin TikTok ortamında sabit ve kategorik bir kavram olmaktan çıkıp, bireyin kendi yaşam dünyası, kültürel kodları, güvenlik algıları ve sosyal motivasyonlarıyla yeniden şekillenen akışkan bir olguya dönüştüğünü göstermektedir. Fenomenolojik olarak mahremiyet, katılımcılar için hem görünürlükle rekabet eden hem de görünürlüğü mümkün kılan bir sınır çizgisi niteliğindedir.

1.1. Mahremiyetin Güvenlik Temelli İnşası: "Tanımadığım tehlikedir"

Görüşmelerde en belirgin temalardan biri, katılımcıların TikTok'u potansiyel bir tehdit alanı olarak algılamalarıdır. K7'nin ifadesi bu durumu somutlaştırır:

"*Yabancı kişileri potansiyel bir tehlike olarak görüyorum… şantaj yapabilirler, dolandırıcı olabilirler*." (K7-k-20)

Bu ifadede TikTok'un yalnızca bir eğlence platformu değil aynı zamanda bireyin kendisini savunmak zorunda hissettiği bir "risk alanı" olarak algılandığı görülür. K7'nin söyleminde geçen "tehlike", "şantaj", "dolandırıcı", "yabancı" gibi kelimeler, mahremiyetin kültürel olarak yüklenmiş korku ve çekincelerle örülü bir alan olduğunu göstermektedir. Burada iki şey görünür hâle gelir: Birincisi, kullanıcı için mahremiyet duygusal bir güvenlik mekânıdır. İkincisi, yabancılar "mahrem alanı bozabilecek dışsal güçler" olarak konumlanır. Bu nedenle K7 gibi kullanıcılar TikTok'ta yalnızca içerik üretmekle değil; kimin içeriklerine erişeceğini kontrol etmekle de özdeşleşir. Benzer şekilde K6 da mahremiyet ihlallerinden duyduğu endişeyi şöyle dile getirir:

"*Yaşıyorum tabii ki… en küçük bilgiden bile her şeyimize ulaşabilirler*." (K6-e-21)

"*Her şeyimize ulaşabilirler*" ifadesi, dijital ortamın sınırlarının belirsizliği nedeniyle yaşanan bir kontrolsüzlük hissi taşır. Kullanıcı burada yalnızca veri güvenliğinden bahsetmez; kişisel alanın tamamen şeffaf hâle gelmesi karşısındaki kaygıyı işaret eder. Bu söylemler, fenomenolojik olarak mahremiyetin kullanıcı için bir "kırılganlık alanı" olduğuna işaret eder.

1.2. Mahremiyetin Görünürlük Karşısında İkincilleşmesi: "Takipçi artsın yeter"

Diğer bir tarafta, mahremiyeti görünürlük için geri plana iten kullanıcılar bulunmaktadır. K4'ün şu ifadesi bu konumlanmanın tipik bir örneğidir:

"*Takipçimin artması için herkesi kabul ediyorum… ne olacak ki yani?*" (K4-e-20)

Burada mahremiyet, kullanıcının dijital sahnedeki görünürlüğü karşısında ikincil bir konuma itilmiştir. "Ne olacak ki?" ifadesi, risklerin farkında olsa da onları önemsemeyen bir tutum sergiler. Bu söylemde de fenomenolojik olarak iki önemli yön bulunur. İlk olarak; mahremiyet, sosyal onay ve dijital görünürlük için feda edilen bir değer hâline gelmiştir. İkincisi de kullanıcının dijital alandaki kimliği, takipçi sayısı üzerinden değerlenmektedir. Benzer bir örnek K3'te görülür:

"*Benim için problem yok. Takip edene ben de ederim… karşılıklı bu işler*." (K3-e-26)

Burada dijital ilişkisellik, mahremiyetten daha değerli hâle gelir. "*Karşılıklı bu işler*" sözündeki rahat ton, mahremiyetin yerini karşılıklı etkileşim ekonomisine bıraktığını gösterir.

1.3. Stratejik Seçicilik Olarak Mahremiyet: "Hesaba bakarım, karar veririm"

Katılımcıların büyük bir bölümü mahremiyeti tamamen terk etmemekte; fakat onu kişisel stratejilerle yönetilebilir bir alana dönüştürmektedir. K10'un ifadesi buna iyi bir örnektir:

"*Hesabın içine bakıyorum… sıkıntılıysa kabul etmem*." (K10-k-20)

Burada mahremiyet bir yasak değil, risk analizi sürecidir. Kullanıcılar mahremiyetlerini: içeriğe bakarak, profil türünü değerlendirerek ve tehlike olup olmadığını anlamaya çalışarak yönetmektedirler. Bu yaklaşımda mahremiyet sabit bir sınır değil durumsal bir karar verme mekanizmasıdır. Bu da Z kuşağının dijital mahremiyet algılarının giderek daha seçici ve akışkan hâle geldiğini göstermektedir şeklinde yorumlanabilir.

1.4. Mahremiyetin İçeriğe Göre Yeniden Tanımlanması

Bazı katılımcılar için yüz fotoğrafı, spor görüntüleri, günlük yaşam kesitleri gibi içerikler mahremiyet kapsamında değildir. K1'in ifadesi bunu net biçimde ortaya koymaktadır.

"*Kendimi paylaşıyorum çünkü herkes paylaşıyor… yüzümü göstermek mahrem değil bence*." (K1-k-20)

Bu ifadede mahremiyet tamamen içerik türüne göre yeniden tanımlanmaktadır. Ancak kimlik, adres, aile bilgileri gibi içerikler hâlâ mahrem alanın çekirdeği olarak görülür. Bu seçici yapı, fenomenolojik olarak mahremiyetin "mutlak" değil, bağlama duyarlı bir deneyim olduğunu ortaya koymaktadır.

2. Dijital Benlik Sunumu: Görünürlük, Performans ve Sosyal Onay Ekonomisinin Fenomenolojik Çözümlemesi

Katılımcı söylemleri, TikTok'un gençler için yalnızca bir içerik tüketim alanı olmadığını; aksine kimliklerini performe ettikleri, benliklerini yeniden kurdukları ve sosyal onay ilişkisini sürekli olarak müzakere ettikleri bir dijital sahne olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sahne hem bireyin kendi gözündeki hem de başkalarının gözündeki benliğini dönüştürür.

TikTok, katılımcıların benliklerini: estetik olarak düzenledikleri**,** sosyal onayla doğruladıkları**,** duygusal olarak sabitledikleri**,** mesleki veya sosyal sermayeye dönüştürdükleri bir hermenötik alan hâline gelmektedir. Aşağıda, bu çok boyutlu fenomen ayrıntılı biçimde işlenmektedir.

2.1. TikTok'un 'Benliğin Sergilendiği Sahne' Olarak İşlevi

Katılımcıların TikTok'u nasıl tanımladıkları, platformun onların dünyasında bir "sahne" olarak işlediğini göstermektedir. K3'ün şu ifadesi buna tipik bir örnektir:

"*Orası kendimi göstermem için bir yer. Tanıtım gibi… vitrin gibi*." (K3-e-26)

Vitrin metaforu, benlik sunumunun derin doğasını görünür kılar: Benlik artık içsel bir varlık değil; kitleye sunulan, tüketilen ve yorumlanan bir nesnedir. Benzer şekilde K2 de TikTok'un kendisi için bir performans alanı olduğunu ifade eder:

"Bugün bunları yaptım, şunları yaptım diye paylaşıyorum. Bir nevi günlüğüm gibi ama herkes görüyor." (K2-k-19)

Bu cümlede iki önemli fenomenolojik unsur bulunmaktadır: Birincisi, TikTok kişisel bir günlük gibidir (içsel benlik). İkincisi; ama herkes görmektedir (sahneye çıkan benlik). Bu durum, Goffman'ın "sahne önü – sahne arkası" ayrımının TikTok ortamında belirsizleştiğini göstermektedir. Sahne arkası (özel yaşam) giderek sahne önüne taşınmakta; böylece benlik, kamusal ve özel arasındaki çizgiyi, "paylaşılabilir olup olmadığına" göre yeniden çizmektedir.

2.2. Estetik Kendilik ve Dijital Güzellik Rejimi

Katılımcıların büyük bölümü içeriklerini "estetik olarak uygun" hâle getirmek için çeşitli filtreler, düzenlemeler ve kurgu teknikleri kullandıklarını belirtmiştir. K1, bunun benlik algısını şekillendirdiğini açıkça dile getirir:

"*Edit yapıyorum çünkü kendimi daha güzel görmek istiyorum… başkalarının beğenmesi de hoşuma gidiyor*." (K1-k-20)

Bu ifade de estetik benlik inşasının "kendi gözünde güzel olma arzusu" ve "başkasının beğenisine dayalı bir kendilik doğrulaması" şeklinde iki yönünü ortaya çıkmaktadır. Bu iki yön arasında kurulan ilişki, fenomenolojik olarak bireyin bedeniyle kurduğu ilişkinin TikTok aracılığıyla dönüşüme uğradığını göstermektedir. Bazı katılımcılar bu estetik düzenlemeyi sıradanlaştırmıştır:

"*Herkes filtre kullanıyor, ben de kullanıyorum. Doğal hâliyle atmıyorum çoğu zaman*."(K9-k-19)

"*Kendimi daha iyi gösteren şeyler varsa kullanırım, bunda yanlış bir şey yok*." (K6-e-21)

Bu söylemler, TikTok'un bir güzellik standartları rejimi oluşturduğunu ve kullanıcıların bu rejim içinde kendilerini var ettiklerini ortaya koymaktadır. Estetik benlik, fenomenolojik olarak kişinin kendisiyle ilişkisini**,** ötekilerin bakışıyla kurduğu ilişki üzerinden yeniden biçimlendirir.

2.3. Mesleki Kendiliğin Dijital Performansı

Bazı katılımcılar için TikTok yalnızca eğlence değil, mesleki kimliğin sergilendiği bir reklam alanıdır. K3 bunu açıkça ifade etmektedir:

"*Fitness antrenörüyüm… biri benden ders alacaksa önce vücuduma bakar. Sporla ilgili videolar paylaşınca müşteri geliyor. Bedenimi göstermek işimin parçası*." (K3-e-26)

Bu söylemde beden bir teşhir alanı değil, mesleki sermayenin bir parçasıdır. K3'ün dili, performatif bir özgüven ve rasyonel bir hesaplama içerir. Bu nedenle TikTok, onun için: mesleki bir kimlik alanı, ekonomik bir değer üretme alanı, benliğin profesyonelleştirilmiş bir biçimi hâline gelmiştir. K4 ise sosyal medya üzerinden fark edilme arzusunu şöyle anlatır:

"*Belki bir gün oradan bir iş kaparım diye düşünüyorum*." (K4-e-20)

Bu söylem TikTok'u, gençler için yalnızca eğlence değil mobil bir sosyal sermaye üretim mecrası hâline getirir.

2.4. Beğeni Ekonomisi: "Ne tutuyorsa onu yaparım"

Katılımcıların neredeyse tamamı içerik üretim sürecinde beğeni sayılarına göre strateji geliştirdiklerini ifade etmiştir. K10 şöyle der:

"*Bir video tutuyorsa hemen ardına benzerini atıyorum. Tutmadıysa bir daha atmam*." (K10-k-20)

Bu ifade, TikTok'un içerik üretim süreçlerini nasıl yönlendirdiğini göstermektedir. "Tuttuysa–tutmadıysa" dili, TikTok'un içerik üreticilerini bir piyasa mantığı içinde gördüğünü gösterir. K6 bunu daha da ayrıntılı ifade eder:

"*Beğeni azsa demek ki saat yanlış ya da müzik uygun değil… bunlara çok dikkat ediyorum*." (K6-e-21)

Bu söylem, TikTok'un kullanıcıları "analitik düşünen" içerik üreticilerine dönüştürdüğünü gösterir. Burada benlik, algoritmayla uyum içinde kurgulanır. K2'nin ifadesi ise bu döngünün duygusal boyutuna işaret eder:

"*Beğenilirse motive oluyorum… beğenilmezse moralim bozuluyor*." (K2-k-19)

Bu durum TikTok'un duygusal benlik düzenleyicisi olarak işlediğini göstermektedir. Beğeni–benlik ilişkisi fenomenolojik olarak iki şeyi ortaya çıkarmaktadır: "Benlik performansı kitle tarafından değerlendirilen bir edimdir" ve "dijital geri bildirimler, bireyin duygusal durumunu ve özsaygısını doğrudan etkiler."

2.5. Benliğin Duygusal Düzenlenmesi: TikTok'un Terapi Benzeri İşlevi

Bazı katılımcılar TikTok'u stres azaltma, moral yükseltme veya yalnızlığı giderme amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. K4 bunu açıkça ifade etmektedir:

"*Moralim bozulunca giriyorum, eğleniyorum. İyi geliyor*." (K4-e-20)

Benzer şekilde K9: "*Sorunlarımı unutuyorum, sadece güleyim diye giriyorum*" (K9-k-19)

Bu söylemler TikTok'un gençler için bir tür duygusal kaçış mekânı olduğunu göstermektedir. Fenomenolojik açıdan burada önemli bir şey yaşanır: Birey TikTok'ta hem sahneye çıkmaktadır (kendini gösterir) hem de sığınır (duygusal rahatlama yaşar). Bu çift yönlü deneyim, dijital ortamın taşıdığı çelişkisel yapıyı görünür kılar.

3. Algoritmik Karşılaşmaların Fenomenolojik Analizi: Mahremiyetin Duygusal, Ahlaki ve Kültürel İhlali

Katılımcıların hemen hepsi TikTok'un algoritmik akışında karşılarına çıkan beklenmedik, rahatsız edici veya kültürel olarak uygun olmayan içerikleri mahremiyet ihlali olarak tanımlamıştır. Bu durum, TikTok'ta mahremiyetin yalnızca hesap gizliliği değil; içsel değerlerin, kültürel normların ve duygusal sınırların ihlali anlamına geldiğini göstermektedir.

3.1. Kültürel ve Dini İhlal Algısı: "Bunları görmek zorunda değilim"

K8'in şu ifadesi bu durumu en net biçimde temsil etmektedir:

"*Dini ihlaller olsun, vicdani şeyler olsun… bunları görmek zorunda değilim*." (K8-e-21)

"Görmek zorunda değilim" cümlesi, katılımcının algoritmik karşılaşmayı bir tür zorunlu maruz kalma olarak yaşadığını gösterir. Burada mahremiyet ihlali: kişisel değil, kültürel, ahlaki ve değer bazlı bir ihlaldir. Fenomenolojik olarak bu tür karşılaşmalar bireyde: rahatsızlık, şaşkınlık, öfke, uygunsuzluk hissi yaratmaktadır. K5 de benzer bir söylemi dile getirir:

"*Türkiye'deyiz sonuçta, bazı şeyler bize uygun değil ama çıkıyor işte*." (K5-e-19)

Bu ifadede TikTok'un algoritmasının kültürel bağlamla uyumsuzluğuna yönelik bir duygu söz konusudur**:** "*Benim kültürel alanımın dışından içerikler bana zorla sunuluyor*." Bu zorlanma aslında bir nevi mahremiyet ihlali olarak deneyimlenmektedir.

3.2. Cinsel İçeriklerle Karşılaşma: "Bunlar bana göre değil"

K1 bu durumu şöyle ifade etmektedir:

"*Bazen önüme +18 şeyler çıkıyor… bunlar bana göre değil*." (K1-k-20)

"Bana göre değil" ifadesi, içerikle kişinin değer dünyası arasındaki uyumsuzluğu vurgular. Bu uyumsuzluk kimi kullanıcı için: mahremiyet ihlali, estetik rahatsızlık, ahlaki çatışma, sınır aşımı gibi duygularla yüklenir. K6'nın söylemi bu duygusal tepkiyi pekiştirir:

"*İlgilenmiyorum diyorum ama yine çıkıyor… istemediğim şeyler*." (K6-e-21)

Burada kullanıcı kendini algoritmanın karşısında çaresiz hissetmektedir. Bu çaresizlik fenomenolojik olarak: kontrol kaybı, duygusal savunmasızlık, kişisel sınırların ihlal edilmesi duygularıyla iç içe geçmektedir.

3.3. Algoritmik Güç ve Özneleşme Sorunu: "Demek ki biri bizi izliyor"

En dikkat çekici söylemlerden biri K10'a aittir:

"*Videolara göre önüme alışveriş çıkıyor… demek ki biri bizi izliyor*." (K10-k-20)

Bu cümlede iki unsur vardır: "Denetim altında olma hissi" ve **"**Mahremiyetin görünmez bir mekanizma tarafından ihlali." K10 için bu durum yalnızca bir gizlilik sorunu değildir; TikTok'un "görünmez göz" gibi işlediği bir denetim alanıdır. Burada Foucault'nun "panoptikon" kavramını çağrıştıran bir özneleşme biçimi ortaya çıkmaktadır. Özne, ne zaman izlendiğini bilmez ama izlendiğine inanır. Bu inanç davranışını değiştirir. K10'un ifadesi tam olarak bu dönüşümü yansıtır.

3.4. İhlalin Duygusal Yükü: "Mahremiyetimi korumak imkânsız"

Bazı katılımcılar mahremiyet ihlal deneyimini duygusal bir çaresizlik olarak ifade etmektedir:

"*TikTok kullanırken mahremiyeti korumak imkânsız… ne kadar ilgilenmiyorum desem de bitmiyor*." (K6-e-21)

Bu ifade bitmeyen akış karşısında duyulan tükenme hissini açıklar. Fenomenolojik olarak bu, katılımcının dijital ortamda sürekli savunma hâlinde olmasına, mahremiyetinin her an tehdit altında olduğunu hissetmesine, TikTok kullanımının duygusal bir yüke dönüşmesine neden olur.

3.5. Mahremiyet İhlali Deneyiminin Özsel Yapısı

Tüm katılımcı söylemleri bir araya getirildiğinde TikTok'taki mahremiyet ihlali deneyiminin en temel bileşenleri şunlardır: Zorunlu maruz kalma hissi (*Görmek zorunda değilim ama karşıma çıkıyor*), Değer çatışması hissi (*Bu bana, bizim kültürümüze uygun değil*), Kontrol kaybı hissi (*Engelliyorum ama yine geliyor*), İzleniyor olma hissi (*Demek ki biri bizi takip ediyor*), Duygusal rahatsızlık ve huzursuzluk (*Mahremiyetimi korumak imkânsız*).

Bu bileşenler birleştiğinde, TikTok'un katılımcılar tarafından kişisel bir özgürlük alanı değil; belirli dönemlerde baskılayan, zorlayan, kendi akışını dayatan bir güç alanı olarak deneyimlendiği görülmektedir.

4. Mahremiyet, Benlik Sunumu ve Algoritma Üçgeninin Bütüncül Fenomenolojik Haritası

Önceki alt bölümlerde ayrıntılı biçimde ortaya konulduğu üzere, katılımcıların TikTok deneyimi üç ana eksen etrafında şekillenmektedir: Mahremiyetin yeniden kurulması, Dijital benlik sunumu, Algoritmik karşılaşmalar. Bu eksenler gerçekte birbirinden bağımsız değildir, tersine, her kullanıcı deneyiminde iç içe geçmekte ve TikTok'un gençler için nasıl bir dijital yaşam alanına dönüştüğünü göstermektedir. Bu bölümde, söz konusu üç eksen bütünleştirici bir fenomenolojik bakışla yeniden yorumlanmakta; katılımcı alıntıları üzerinden TikTok'un gençlerin dünyasında aldığı "varoluşsal" konum tartışılmaktadır.

4.1. Mahremiyetin Akışkanlaşması: "Sabit Sınırdan Müzakere Edilen Alana"

Katılımcı söylemlerinin tamamına yakını, mahremiyetin TikTok ortamında sabit, dokunulmaz ve net çizgilerle belirlenmiş bir alan olmaktan çıktığını göstermektedir. Mahremiyet, "ya vardır ya yoktur" ikiliğinden ziyade, müzakere edilen, yeniden tanımlanan ve bağlamla sürekli değişen bir yaşantı alanına dönüşmektedir. Kimi katılımcılar, mahremiyeti daha çok güvenlik temelli kavrarken; kimi katılımcılar için mahremiyet, görünürlüğün önündeki bir eşik hâline gelmiştir. K7'nin "yabancı = tehlike" kodlaması ile K4'ün "herkesi kabul ediyorum, takipçi artsın yeter" tutumu, bu iki uç noktayı temsil etmektedir. Bu iki uç arasındaki geniş alanda, özellikle K1, K2, K6, K10 gibi katılımcıların söylemleri, mahremiyetin stratejik seçicilik olarak yeniden kurulduğunu göstermektedir. Kullanıcılar; kimi içerikleri (yüz, gündelik yaşam, hobi videoları) rahatlıkla paylaşırken; kimlik, adres, aile bilgisi gibi içeriklerde daha çok geri durmakta, takipçileri belirlerken "hesap gerçek mi, sahte mi, riskli mi?" diye bakarak karar vermektedirler.

K10'un "hesabın içine bakıyorum, sıkıntılıysa almam" ifadesi bu durumu açıkça göstermektedir. Mahremiyet, burada bir dizi mikro kararın sonucu olarak ortaya çıkan, "ya tamamen var ya tamamen yok" değil, dereceli bir kavramdır. Bu bağlamda TikTok, gençlerin mahremiyetle ilişkisini yeniden kurmakta; "ev–mahrem alan / sokak–kamusal alan" gibi klasik karşıtlıkların yerini "akış içindeki seçicilik" gibi daha esnek düzeneklere bırakmaktadır. Gençler TikTok'ta hem evdedir hem sokaktadır hem sahne önündedir hem sahne arkasındadır.

4.2. Benlik Sunumunun Katmanlı Yapısı: Estetik, Mesleki ve Duygusal Kendilik

Katılımcıların TikTok deneyimi, benliklerinin farklı yönlerini aynı anda sahneye taşıdıkları birçok katmanlı performans süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. K1 ve K9 gibi katılımcılarda estetik ve duygusal benlik, K3 ve kısmen K4'te mesleki / araçsal benlik, K2, K6 ve K10'da sosyal onaya dayalı, stratejik benlik öne çıkmaktadır. K1'in "daha güzel görünmek için edit" yapması, kendi beden algısını TikTok filtreleriyle müzakere ettiğini göstermektedir. Kendisini daha güzel görme arzusu, yalnızca narsistik bir tercih değil; aynı zamanda özsaygı, kabul görme ve ait olma ihtiyaçlarıyla bağlantılıdır. Hem kendi gözüne hem de başkalarının gözüne "güzel" görünme arzusu, Z kuşağının dijital sosyal dünyalarda kullandığı temel bir benlik stratejisidir.

K3'ün "vücudumu göstermem işimin parçası" söylemi ise estetikten çok performans ve yeterlilik boyutunu öne çıkarmaktadır. Burada TikTok, kişisel mahrem alanı tehdit eden platform değil, mesleki görünürlüğü artıran bir vitrin hâline gelmiştir. Bu, mahremiyetin sadece kültürel ve ahlaki değil, ekonomik ve mesleki bir boyut kazanmakta olduğunu da gösterir. Diğer yandan, K2 ve K6 gibi katılımcılar için içeriğin kaderi neredeyse tamamen beğeni sayısına bağlıdır. K2'nin "beğenilirse mutlu oluyorum, beğenilmezse moralim bozuluyor" ifadesi, TikTok'un duygulanımsal bir düzenek olarak işlev gördüğüne işaret eder. Benlik, yalnızca sahneye çıkan bir performans değil; duygusal durumun da dayandığı bir zemin hâline gelmiştir. Kısacası, TikTok'ta benlik: estetik olarak düzenlenen**,** mesleki olarak pazarlanan**,** sosyal olarak onay arayan**,** duygusal olarak regüle edilen çok katmanlı bir performatif süreç olarak deneyimlenmektedir.

4.3. Algoritmik Karşılaşmaların Öznede Yarattığı İkilem

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde en güçlü duygusal tepkilerin genellikle istemeden karşılaşılan içeriklere yöneldiği görülmektedir. K8'in "dini ve vicdani ihlaller" ifadesi ve K6'nın "mahremiyeti korumak imkânsız" söylemi bu tepkinin merkezindedir. Fenomenolojik olarak, TikTok'un algoritmik akışı bireyi şu açmazla karşı karşıya bırakmaktadır: Bir yandan TikTok bireyin kendini ifade ettiği, eğlendiği, rahatladığı bir alandır. Diğer yandan aynı akış çoğu zaman öznenin kontrolü dışında gelişmekte; beklenmedik ve rahatsız edici içerikler bireyin duygusal, kültürel ve ahlaki sınırlarını zorlamaktadır. Örneğin K1, +18 içerikler karşısındaki rahatsızlığını şöyle ifade etmektedir:

"*Bunlar bana göre şeyler değil, hemen geçiyorum*." (K1-k-20)

Bu cümledeki "bana göre değil" ifadesi, kişinin kendi değer dünyası ile algoritmanın ürettiği akış arasında bir uyumsuzluk algısı bulunduğunu gösterir. Bu uyumsuzluk yalnızca estetik bir rahatsızlık değil; bireyin kimlik, inanç ve değer sistemine yönelik bir müdahale olarak deneyimlenmektedir. K10'un "videolara göre önüme alışverişler çıkıyor, demek ki biri bizi izliyor" cümlesi ise izleniyor olma hissini ortaya koyar. TikTok, burada yalnızca bir "içerik platformu" değil, kullanıcının farkında olduğu ama kontrol edemediği bir gözetim mekanizması gibi algılanmaktadır. Bu, Zuboff'un "gözetim kapitalizmi" kavramıyla da uyumlu bir çerçeve sunar; kullanıcıların verileriyle beslenen ve onlara tekrar içerik olarak geri dönen bir veri döngüsü, gençlerin duygusal ve zihinsel dünyasını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda TikTok, gençler için hem özneleştirici hem de nesneleştirici bir güçtür: Gençler platformda içerik üretirken özne konumuna yükselmekte, algoritmalar aracılığıyla veri nesnesine dönüşmekte, istemeden karşılaştıkları içerikler aracılığıyla ise hem "izleyici" hem de "maruz kalan" konumunda kalmaktadır. Bu çoklu pozisyonlar, fenomenolojik olarak kararsız, çatallı ve bazen de gerilimli bir dijital benlik deneyimi üretmektedir.

5. Varoluşsal Düzlemde TikTok Deneyimi: 'Dijital Mekânda Yaşamak'

Katılımcı ifadeleri yalnızca TikTok kullanım pratiklerini değil, aynı zamanda dijitalle iç içe geçmiş bir gençlik varoluşunu da işaret etmektedir. Özellikle yüksek kullanım süreleri ("günde 3–5 saat", "gece uyumadan önce mutlaka bakarım" vb.) TikTok'un gençlerin zaman algısını**,** gündelik rutinlerini ve dikkat ekonomisini dönüştürdüğünü göstermektedir. K3'ün "gece yatmadan önce mutlaka bir bakıyorum" söylemi, TikTok'un günün "kapanış ritüeli" hâline geldiğini gösterir. K4'ün "sıkıldıkça giriyorum, kafam dağılsın diye" ifadesi TikTok'u bir tür dijital mola alanı olarak kurar. Bu tekrar eden kullanım, fenomenolojik düzlemde birkaç önemli sonucu beraberinde getirmektedir:

1. Gündelik zamanın TikTok etrafında yeniden bölümlenmesi:
   - Boşluk hissedilen anların otomatik biçimde TikTok'la doldurulması,
   - Sıkılma ile TikTok'a girme arasında otomatikleşmiş bir geçiş.
2. Dikkatin süreksizleşmesi ve parçalara bölünmesi:

- Kısa videolara alışan zihnin, uzun odaklanmalardan ziyade hızlı geçişlere uyum sağlaması,

3. TikTok'un duygusal iklim belirleyicisi hâline gelmesi:

- "Moralim bozulunca giriyorum", "iyi geliyor" gibi ifadelerin uygulamayı bir tür duygusal iklim ayarlayıcı olarak konumlandırması.

Bu bütünlük içinde TikTok, artık zaman zaman girilen bir uygulama değil, günün ritmini belirleyen, duygusal durumu etkileyen ve benliği sahneye çıkaran bir ortam hâline gelmektedir.

6. Toplumsal Cinsiyet, Kültürel Kodlar ve Mahremiyetin İnşası

Katılımcı ifadelerinde toplumsal cinsiyet doğrudan bir tema olarak sorulmamış olsa da özellikle mahremiyet ve takipçi seçimi konularında kadın ve erkek katılımcıların söylemlerinde belirli farklar sezilmektedir. Kadın katılımcılar (K1, K2, K7, K9, K10) çoğunlukla tanımadıkları erkek kullanıcıları risk olarak nitelerken, erkek katılımcılar (K3, K4, K5, K6, K8) daha çok "genel risk", "dolandırıcılık", "şantaj" gibi ifadeler üzerinden konuşmakta; yabancı kadın kullanıcıları çoğunlukla riskten çok içerik ya da etkileşim bağlamında değerlendirmektedir.

Örneğin K7'nin "yabancı = tehlike" söylemi ile K3'ün "beni takip edeni ben de ederim, bu iş karşılıklı" söylemi arasındaki fark, yalnızca kişilik farkı değil; toplumsal cinsiyetin şekillendirdiği bir mahremiyet deneyimidir. Kadın katılımcılar, çoğu zaman yüzlerini ve bedenlerini paylaşırken daha fazla ihtiyat, seçicilik ve risk farkındalığı sergilerken, erkek katılımcılar bu konuda daha rahat, zaman zaman da daha umursamaz ifadeler kullanmaktadırlar. Bu durum, TikTok'un sunduğu görünürlük alanının her kullanıcı için eşit derecede "özgür" ve "güvenli" olmadığını; toplumsal cinsiyet rolleri ve güç ilişkilerinin dijital mahremiyet deneyimini derinden belirlediğini göstermektedir.

7. TikTok Deneyiminin Özsel Fenomenolojik Çözümü

Katılımcıların söylemlerinden hareketle TikTok deneyiminin özünü şu yapı taşlarıyla özetlemek mümkündür: TikTok, gençler için hem 'sahne' hem 'sığınak'tır (Burada sahne, benlik sunumu, görünür olma, beğenilme ve mesleki vitrin; sığınak ise, sıkıntıyı dağıtma, moral yükseltme ve gündelik dertlerden kaçma olarak belirtilebilir).

Mahremiyet, sabit çizgilerle korunmak yerine (tanıdık–yabancı ayrımı üzerinden, içerik türüne göre ve platformun sunduğu gizlilik ayarları-engelleme gibi teknik araçlar kullanılarak) stratejik olarak yeniden müzakere edilmektedir.

Benlik sunumu, beğeni ekonomisinin gölgesinde biçimlenmektedir (Ne kadar beğeni, o kadar görünürlük; Ne kadar etkileşim, o kadar motivasyon; Az beğeni, moral bozukluğu ve içerik stratejisinin değişimine yol açmaktadır).

Algoritmik akış, bireyi hem güçlendirmekte hem kırılganlaştırmaktadır (Güçlendirir: İçerik keşfi, görünürlük, ilgi alanlarına uygun videolar; Kırılganlaştırır: İstenmeyen 18+ içerikler, kültürel/dini olarak rahatsız edici videolar, gözetim hissi).

TikTok deneyimi, Z kuşağı için hem bireysel özerklik hem de yeni bağımlılık biçimleri üretmektedir (Kullanıcı içerik üretirken özgürleştiğini düşünür fakat beğeni, algoritma ve görünürlük üzerinden yeni bir bağımlılık döngüsüne girebilmektedir).

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, TikTok kullanıcılarının platformu kullanma pratiklerini ve bu süreçte şekillenen mahremiyet algılarını derinlemesine incelemeyi amaçlamıştır. Nitel bir yaklaşımla yürütülen araştırmada, üniversite öğrencilerinin TikTok'u nasıl kullandıkları, bu kullanıma yön veren motivasyonları ve mahremiyetle ilgili düşünsel tutumları analiz edilmiştir. Bu fenomenolojik analiz, üniversite öğrencilerinin TikTok kullanımına ilişkin deneyimlerinin, basitçe "günde kaç saat kullanıyorlar", "hangi videoları izliyorlar" gibi yüzeysel sorularla açıklanamayacağını göstermiştir. TikTok; gençlerin kendilerini nasıl gördükleri, başkalarına nasıl görünmek istedikleri, mahremiyetlerini hangi sınırlar içinde konumlandırdıkları, kimlerle ve hangi düzeyde ilişki kurmayı tercih ettikleri, kültürel ve ahlaki değerleriyle nasıl bir gerilim yaşadıkları gibi çok boyutlu süreçlerin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda TikTok, gençlik kültürünün yalnızca bir yansıması değil, aktif bir kurucu unsurudur. Gençlerin mahremiyet algıları, benlik sunum stratejileri ve gözetimle ilişkileri, TikTok gibi platformlar aracılığıyla yeniden şekillenmektedir.

Elde edilen bulgular, TikTok'un katılımcılar açısından çoğunlukla eğlenme, gündem takibi, kendini ifade etme, sosyalleşme ve zaman geçirme gibi nedenlerle yoğun olarak kullanıldığını ortaya

koymuştur. Özellikle düşük gelir grubuna ait katılımcılar için platform hem bireysel görünürlük hem de içerik üretiminde özgüven kazanımı açısından bir fırsat alanı oluşturmuştur. TikTok'un sunduğu mobil kolaylıklar ve algoritmik yönlendirmeler, kullanıcıları içerik üretmeye ve beğeni odaklı etkileşimlere teşvik etmektedir. İçerik üretiminde kullanıcıların önceki beğeni oranlarına göre hareket ettikleri ve bu durumun üretim motivasyonlarını doğrudan etkilediği tespit edilmiştir.

Mahremiyet kavramı ise kullanıcılar nezdinde oldukça göreli bir anlam taşımaktadır. Katılımcıların bir kısmı mahremiyet ihlallerine karşı duyarlılık geliştirip önlem alırken, diğer bir kısmı dijital ortamdaki varoluşun mahremiyet ihlalini kaçınılmaz kıldığı yönünde düşünceler geliştirmektedir. Özellikle takipçi sayısının artırılması ya da sosyal medyada tanınma arzusu, kullanıcıların mahremiyetlerinden feragat etmelerine yol açabilmektedir. Araştırma bulgularına göre bazı kullanıcılar, dijital mahremiyeti önemsememekte ve özel alanlarının görünür hale gelmesini doğal karşılamaktadır. Buna karşılık, katılımcıların büyük bir bölümü içeriklerini kimlerin görebileceğini belirlemede seçici davrandığını, uygunsuz içeriklere karşı filtreleme mekanizmaları geliştirdiğini ve kişisel bilgilerinin güvenliğini önemsediklerini ifade etmiştir.

Kullanıcıların büyük kısmı, TikTok'u diğer sosyal medya platformlarından daha güvenli bulduklarını belirtse de bu algının çoğunlukla kişisel deneyim eksikliğinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Zira platformun veri güvenliği ve mahremiyet politikaları hakkında bilgi sahibi olan katılımcı sayısı sınırlıdır. Ayrıca, platformda silinen içeriklerin kalıcılığına dair bilgi eksikliği, kullanıcıların dijital ayak izleri konusunda yeterince bilinçli olmadığını göstermektedir. Çoğu katılımcı, içeriklerin silinse bile sistemde kayıt altında kalabileceği bilgisinden habersizdir.

Mahremiyet ihlali endişesi, katılımcıların önemli bir kısmında gözlemlenmiştir. Bu endişeler, uygunsuz içeriklerle karşılaşma, kişisel bilgilerin kötü niyetli bireyler tarafından ele geçirilme ihtimali ve platformun içerik denetimindeki yetersizliklere dayanmaktadır. Özellikle kadın kullanıcılar arasında, görsellerin izinsiz kullanılması ve kötüye kullanılma ihtimaline dair tedirginlikler yaygındır. Bununla birlikte bazı katılımcılar, sosyal medyada mahremiyetin zaten geçerli olmadığını, bu nedenle dikkat göstermenin anlamsız olduğunu savunmuştur.

Sonuç olarak, bu çalışma TikTok kullanımının sadece eğlenceye dayalı bir eylem olmadığını, aynı zamanda bireyin dijital kimliğini kurma, sosyal etkileşimde bulunma ve görünürlük kazanma gibi çok katmanlı anlamlar taşıdığını göstermiştir. Mahremiyet, bu çok katmanlı yapının merkezinde yer almakta ve bireylerin sosyal medya kullanım biçimlerini, üretim motivasyonlarını ve içerik stratejilerini belirlemede önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Araştırma, genç kullanıcıların TikTok deneyimlerinin dijital mahremiyet konusunda hem bilinçli farkındalıklar hem de edilgin kabullenişler içerdiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının özellikle genç kullanıcıların mahremiyet haklarını daha etkin biçimde koruyacak politikalar geliştirmesi, kullanıcıların ise dijital ortamdaki görünürlük ile mahremiyet arasındaki sınırları daha bilinçli biçimde yönetmeyi öğrenmesi gerekmektedir. Akademik ve toplumsal düzeyde dijital mahremiyet okuryazarlığını geliştirmeye yönelik çalışmaların artırılması, kullanıcıların daha güvenli ve etik dijital deneyimler yaşamalarına katkı sağlayacaktır.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI *(makale tek yazarlı ise bu kısım doldurulmayacaktır)*				
Yazarlar Adı Soyadı	**Çalışmanın Tasarlanması**	**Veri Toplanması**	**Veri Analizi**	**Makalenin Yazımı**
Özgür KIRAN	% 75	% 25	% 50	% 50
Hülya UÇAK	% 25	% 75	% 50	% 50

ETİK KURUL İZNİ

Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Samsun Üniversitesi Etik Kurulu

Tarih: 31/07/2024

No: 93312

Kaynakça

Balcı, Ş. ve Akgül, T. E. ve Astam, F. K. (2024). Üniversite öğrencilerinin ekran ötesindeki bağımlılık serüveni: TikTok kullanım motivasyonları ve bağımlılık arasındaki ilişki. *Erciyes İletişim Dergisi*, *11*(2), 715-737. https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1442074

Bauman, Z. (2000). *Akışkan modernite* (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Can Yayınları.

Beck, U. (2000). *Risk toplumu: Yeni modernliğe doğru* (K. Özdoğan ve B. Doğan, Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.

Chen, Y. (2020). The rise of TikTok: The evolution of a social media platform. *Journal of Social Media Studies*, *12*(3), 45-59.

Çiçeklioğlu, Ş. A. ve Ünal, R. (2021). Haber üretimi ve dağıtımı bağlamında TikTok uygulaması ne vaat ediyor?. *İlef Dergisi* Özel Sayı, 69-98.

Evren, F. B. (2024). İnstagram'ın ve TikTok'un ekonomi-politik eleştirisi ve katılımcı kültür olanakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *34*(2), 961-974.

Filiz, E. ve Yeşildal, M. (2019). İnternet çağında risk ve mahremiyet kaygısına yönelik bir araştırma. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, *6*(43), 3266–3273. https://doi.org/10.26450/jshsr.1539

FTC. (2019). FTC Imposes $5.7 Million fine on TikTok for children's privacy violations. retrieved from https://www.ftc.gov

Gerrard, Y. (2020). Privacy concerns and TikTok: Analyzing user data practices. *Cybersecurity review*, *15*(2), 100-115.

Goffman, E. (2014). *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu* (A. E. Özcan, Çev.). Metis Yayınları.

Gupta, S., ve Brooks, R. (2021). User engagement on TikTok: A study of content creation and interaction. *Digital Media Research Journal*, *8*(1), 22-35.

Kaya, E. N. (2022). *Dijitalleşme ve mahremiyet: özel hayatın değişen dinamikleri* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya.

Kızılkaya, Z. Z. (2022). Gençlerin TikTok kullanım ve doyumu üzerine nitel bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *10*(1), 231–247. http://dx.doi.org/10.18506/anemon.962352

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *Journal of Youth Studies, 11*(5), 565–577.

Meng, K. S. ve Leung, L. (2021). Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits. *Telecomm Policy*, *45*(7). doi: 10.1016/j.telpol.2021.102172.

McQuail, D. ve Windahl, S. (2005). *İletişim modelleri* (K. Yumlu Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
Staksrud, E. ve Livingstone, S. (2009). Children and online risk: Powerless victims or resourceful participants? Information, Communication and Society, 12(3): 364- 387.
Tam, M. S. (2022). Türk TikTokerların içerik paylaşım pratikleri üzerine nicel bir araştırma. *TRT Akademi*, *7*(14), 182–211. https://doi.org/10.37679/trta.1008427
Tam, M. S. (2022). Z kuşağının TikTok kullanım pratikleri ve motivasyonları. *Yeni Medya*, *13*, 148–167. https://doi.org/10.55609/.1163922
Turan, Y. (2024). Sosyal medyada gözetim ve mahremiyet algısı: Instagram kullanıcıları üzerine bir inceleme. *Akdeniz İletişim*, (47), 146–169.
Utma, S. (2023). Gözetim kavramı ve sosyal medyada gözetimin içselleştirilmesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, *6*(61), 2276-2283.
We Are Social, ve Meltwater. (2024). *Digital 2024: Türkiye Raporu*. DataReportal.
Yegen, C. ve Bilgin, B. C. (2023). Alternatif habercilik çerçevesinde TikTok: politainment ve bir 'eğlence haber' aracı olarak TikTok platformunun potansiyeli. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, *11*(1), 474-499.
Yolcu, P. (2024). Sosyal medyada mahremiyet, güvenlik ve düzenlemeler. Z. Özkeçeci (Ed), *Dijitalleşmeyi tartışmak* içinde (ss.146-162). Konya: Çizgi Kitabevi.
Yolcu, P. ve Çiftçi, H. (2023). Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarının karşılaştırılması: üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 60*, 151-173.
Yücel, H. (2022). Türkiye'de TikTok kullanımı ve mahremiyet endişeleri. *Bilişim ve Teknoloji Dergisi*, *14*(1), 58-72.
Yüksel, H. (2021). Sosyal medya ortamında mahremiyet sorunu: Facebook ve WhatsApp platformları. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi (KİAD)*, (7), 86–108.
Zuboff, S. (2020). *Gözetim kapitalizmi çağında*. İstanbul: Pegasus Yayınları.