**TikTok Örneğinde Dijital Kültürde Ev Kadını Figürü**

**Özet**

Teknolojik gelişmeler yeni uygulamalarla toplumun her yaştan, her cinsten ve her meslekten kullanıcılarını yeni oluşan dijital kültüre dâhil etmektedir. Bu yeni platformlardan birisi de müzik ve eğlence ağırlıklı paylaşımlara sahne olan TikTok uygulamasıdır. TikTok veya Çin'de bilinen adıyla Douyin, kullanıcılara video oluşturma ve paylaşmanın yanı sıra canlı yayın yapma imkânı sağlayan bir sosyal medya uygulamasıdır. Musical.ly bazında geliştirilen, 2016 yılının Eylül ayında Çinli teknoloji şirketi ByteDance tarafından piyasaya sürülen ve temelde 15 saniyelik kısa videolar üretilen bir sosyal medya uygulaması olan TikTok, kısa zaman içerisinde önce Asya’da sonra tüm dünyada büyük bir popülerlik kazanmıştır. Yediden yetmişe her yaştan insanın kendini ifade ettiği bir mecra haline gelen uygulama günümüzde 150 ülkede 1 milyardan fazla kullanıcıya ulaşan dijital bir platforma dönüşmüştür. Çalışma dijital kültürde kendine yer edinen ev kadınını dünya çapında yaygın bir dijital platform olan TikTok uygulaması üzerinden araştırmaktadır. Bu uygulamada kadın figürlerinin yer aldığı kısa videolar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada “kadın”, “ev kadını” ve “ev hanımları” gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır. Videolarda gösterilen kadın imajına yoğunlaşan çalışmanın amacı ev kadınının dijital kültürdeki yansımasını tespit etmektir. Sonuç olarak TikTok uygulamasında kadın kullanıcıların kendi fikirlerinden hareketle oluşturdukları videolarda şarkı söyleyen, dans eden, şakalar yapan, eleştiri yapan, ev ortamını ve doğal halini başkalarına göstermekte sakınca görmeyen kadın figürü oluşturdukları görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Kültür, Kadın, Sosyal Medya, TikTok

**Housewife Figure in Digital Culture in TikTok Example**

**Abstract**

Technological developments include users of all ages, genders and professions in the newly formed digital culture with new applications. One of these new platforms is the TikTok application, which is the scene of music and entertainment-based sharing. TikTok, or Douyin, as it is known in China, is a social media application that allows users to create and share videos as well as broadcast live. TikTok, a social media application developed on the basis of Musical.ly, released by the Chinese technology company ByteDance in September 2016 and basically letting users to produce short 15-second videos, has gained great popularity in a short time, first in Asia and then all over the world. The application, which has become a medium where people of all ages from seven to seventy express themselves, has turned into a digital platform that reaches more than 1 billion users in 150 countries today. The study investigates the housewife, who has a place in digital culture, through the TikTok application, which is a worldwide digital platform. In this application, short videos with female figures were analyzed by content analysis method. Key words such as "woman" and "housewife" were used in the research. The aim of the study, which focuses on the image of the woman shown in the videos, is to determine the reflection of the housewife in the digital culture. As a result, in the TikTok application, it has been seen that female users create female figures who sing, dance, make jokes, criticize, and do not mind showing their home environment and natural state to others in the videos they create based on their own ideas.

**Keywords:** Digital Culture, Women, Social Media, TikTok