



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Kısa Video Platformları Tiktok, Reels ve Shorts Üzerine Yapısal Bir İnceleme

Dr. Öğr. Üyesi Zehra DURSUN, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
Erzincan, e-posta: zehrarts@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-1150>

Öz

TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video odaklı platformlar, dijital medya ekosisteminde kullanıcıların içerik tüketim ve üretim pratiklerini dönüştüren önemli mecralar arasında yer almaktadır. Bu çalışma, söz konusu platformların yapısal özelliklerini, içerik biçimlerini ve işleyiş mantığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bağlamda, çalışmada nitel veri analiz türlerinden biri olan betimsel analiz yöntemine başvurulmaktadır. Veriler, platformların kullanıcı arayüzleri ve içeriklerin gözlemlenmesi yoluyla elde edilmiş; elde edilen veriler önceden belirlenen kategoriler doğrultusunda analiz edilmiştir. Çalışmada, üç platformun da kısa video formatını merkeze almasına rağmen algoritmik işleyiş, içerik üretim olanakları ve kullanıcı etkileşim biçimleri açısından belirgin farklılıklar sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulguların, dijital platformlar, algoritmik kültür ve kullanıcı etkileşimi konularında ileride yapılacak karşılaştırmalı, nicel ya da disiplinlerarası çalışmalara kuramsal ve yöntemsel bir zemin oluşturması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Platform, Tiktok, Reels, Shorts, Algoritmik Kişiselleştirme

Makale Gönderme Tarihi: 16.01.2026

Makale Kabul Tarihi: 07.03.2026

Önerilen Atıf:

Dursun, Z. (2026). Kısa Video Platformları Tiktok, Reels ve Shorts Üzerine Yapısal Bir İnceleme, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(3): 109-125.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(3): 109-125. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1624>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

A Structural Analysis of Short Video Platforms: Tiktok, Reels, and Shorts

Assistant Prof. Dr. Zehra DURSUN, Erzincan Binali Yıldırım University, Faculty of Fine Arts, Erzincan, e-mail: zehrarts@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-1150>

Abstract

Short video-oriented platforms such as TikTok, Instagram Reels, and YouTube Shorts have become significant media environments that transform users' content consumption and production practices within the digital media ecosystem. This study aims to reveal the structural characteristics, content formats, and operational logic of these platforms. In this context, the study employs descriptive analysis, one of the qualitative data analysis methods. The data were collected through observation of the platforms' user interfaces and content, and the obtained data were analyzed in line with predefined categories. The findings indicate that although all three platforms center on the short video format, they exhibit significant differences in terms of algorithmic operations, content production opportunities, and forms of user interaction. It is expected that the findings of this study will provide a theoretical and methodological foundation for future comparative, quantitative, or interdisciplinary research on digital platforms, algorithmic culture, and user interaction.

Keywords: Digital platform TikTok, Reels, Shorts.

Received: 16.01.2026

Accepted: 07.03.2026

Suggested Citation:

Dursun, Z. (2026). A Structural Analysis of Short Video Platforms: Tiktok, Reels, and Shorts, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(3): 109-125.

GİRİŞ

Dijital medya ortamları, teknolojik gelişmeler ve platform temelli iletişim yapılarının yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcıların içerik üretim ve tüketim biçimlerinde köklü dönüşümlere yol açmıştır. Özellikle mobil teknolojilerin gelişimi ve görsel-işitsel içeriğin hızla dolaşıma girmesi, kısa video formatını dijital kültürün merkezî unsurlarından biri hâline getirmiştir (Akbaş, 2025: 133). Bu bağlamda TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video odaklı platformlar, yalnızca eğlence temelli mecralar olmanın ötesinde, kullanıcı etkileşimini yeniden tanımlayan, algoritmik yönlendirme mekanizmalarıyla içerik görünürlüğünü belirleyen ve yeni içerik üretim pratiklerini teşvik eden dijital ortamlar olarak öne çıkmaktadır.

Kısa video platformları, kullanıcıların pasif izleyiciler olmaktan çıkarak aktif içerik üreticilerine dönüşmesini kolaylaştıran teknik ve tasarımsal özelliklere sahiptir (Sarı ve Türker, 2024: 63). Filtreler, müzik arşivleri, montaj araçları ve etkileşim odaklı arayüzler, kullanıcıların platform içinde daha uzun süre kalmasını sağlarken, algoritmik öneri sistemleri içeriklerin dolaşımını ve popülerlik kazanma süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Ancak her ne kadar bu platformlar benzer biçimde kısa video formatını merkeze alsalar da, sahip oldukları yapısal özellikler, içerik üretim olanakları ve kullanıcı etkileşim biçimleri bakımından birbirinden ayrılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts platformlarını yapısal bir perspektifle ele alarak, söz konusu platformların işleyiş mantığını, içerik biçimlerini ve kullanıcıyla kurdukları etkileşim biçimlerini karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel analiz benimsenmiş; veriler platformların kullanıcı arayüzlerinin ve içeriklerinin sistematik gözlemlenmesi yoluyla elde edilmiştir. Elde edilen veriler, önceden belirlenen kategoriler çerçevesinde analiz edilerek platformlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmuştur.

Bu yönüyle çalışma, kısa video platformlarını yalnızca teknolojik araçlar olarak değil, aynı zamanda algoritmik kültürün, dijital etkileşimin ve platform temelli medya yapılarının somut örnekleri olarak ele almakta; dijital medya çalışmaları literatürüne katkı sunmayı hedeflemektedir.

KISA VIDEO PLATFORMLARIN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformlarının yapısal özellikleri, içerik akışını ve kullanıcı deneyimini şekillendiren temel unsurlardır. Bu platformlar, kullanıcıların hızlı ve sürekli içerik tüketimini teşvik edecek şekilde tasarlanmıştır (Şerbetçioğlu ve Ünlü, 2025: 81). İçerik akış mimarisi, genellikle sonsuz kaydırma özelliğiyle öne çıkar; böylece kullanıcılar kesintisiz ve spontane içeriklerle karşılaşır. Bu yapısal özellik, kullanıcıların platformda daha uzun süre kalmasını teşvik ederek, dikkat üzerinde yoğun etki bırakmaktadır. Ayrıca, her platformun içerik önerim algoritması, kişiselleştirilmiş deneyimin oluşmasını sağlar. Bu algoritmalar, kullanıcıların geçmiş etkileşimleri, izleme süreleri ve tercihleri doğrultusunda içerik sunar; bu da kullanıcı alışkanlıklarının pekişmesine yol açar.

Platformların zaman yönetimi ve içerik süresi açısından bakıldığında, kısa video formatları kullanıcıların hızlı tüketim alışkanlıklarını destekler. Belirli zaman dilimlerinde yoğunlaşan içerik akışları, kullanıcıların platformlarda daha kısa sürelerde birçok farklı içerik deneyimlemesine olanak tanır. Bu durum, zamanın verimli kullanılması ve içerik çeşitliliği açısından avantaj sağlar. Aynı zamanda, platformların içerik önerim sistemleri, kullanıcıların ilgisini sürekli canlı tutacak ve etkileşim oranlarını arttıracak şekilde optimize edilmiştir.

Tik Tok Uygulaması

Günümüzde TikTok, kullanıcıların kısa videolar oluşturup keşfetmesini sağlayan, algoritma odaklı içerik keşfiyle öne çıkan dünyanın en popüler sosyal medya Platformlarının karakteristikleri, içerik akış hızını ve kullanıcı etkileşimini uygulamalarından biri olarak devam etmektedir. Tik Tok Uygulaması, 2017 yılında uluslararası pazarda TikTok adıyla tanıtılmış ve kısa video paylaşım platformu olarak hızlı bir kullanıcı kitlesi kazanmıştır (Tam, 2022:182). 2018 yılında ByteDance, popüler lip-sync uygulaması Musical.ly'yi satın alarak TikTok çatısı altında birleştirmiştir. Bu birleşme sonrası küresel erişim genişlemiş ve kullanıcılar için tek bir platformda kısa videolar üretme ve paylaşma deneyimi sunulmuştur (Savic, 2021: 3186).

TikTok'ta içerik üretebilmek için kullanıcıların öncelikle bir hesap oluşturması gerekmektedir. Kullanıcı adını almadan TikTok kullanmak, kişiye mevcut imkanları kısıtlar. TikTok'un mobil uygulaması hem Google Play Store hem de App Store üzerinden indirilmektedir. Kullanıcılar yalnızca telefonla sınırlı kalmayıp bilgisayar ve tablet üzerinden de TikTok'a erişim sağlayabilir.

Tablo 1: Tik Tok Yapısal Analiz

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Teknik Yapı	Kısa ve orta uzunlukta video desteği	TikTok, dikey (9:16) video formatını temel almakta; kısa videoları merkeze alırken daha uzun videolara da izin vermektedir. Yüksek çözünürlük desteği ve mobil odaklı teknik altyapı sunmaktadır.
İçerik Formatı	Trend ve eğlence odaklı kısa videolar	Platformda dans, mizah, eğitim, günlük yaşam ve bilgi içerikleri yaygındır. Hızlı kurgu, kısa anlatım ve dikkat çekici açılışlar ön plandadır.
Algoritmik Akış	"For You" (Sana Özel) sayfası	İçerikler, kullanıcı etkileşimleri (izleme süresi, beğeni, yorum, paylaşım) temelinde kişiselleştirilmiş bir algoritma ile sunulmaktadır. Takip ilişkilerinden bağımsız keşif imkânı yüksektir.
Kullanıcı Etkileşimi	Etkileşim artırıcı araçlar	Beğeni, yorum ve paylaşımın yanı sıra düet, stitch ve canlı yayın gibi özellikler kullanıcılar arası etkileşimi güçlendirmektedir.
İçerik Üretim Araçları	Gelişmiş düzenleme ve efektler	Uygulama içi video düzenleme, filtreler, efektler, metin ekleme ve geniş müzik arşivi, içerik üretimini kolaylaştırmaktadır.
Ses ve Müzik Kullanımı	Trend sesler ve müzikler	Ses ve müzikler içerik üretiminde merkezi bir rol oynamakta; trend sesler içeriklerin görünürlüğünü artırmaktadır.
Hashtag ve Trend Mekanizması	Keşif odaklı etiketleme	Hashtag'ler, içeriklerin belirli temalar altında dolaşıma girmesini sağlamakta; trend etiketler algoritmik görünürlüğü artırmaktadır.
Platform Entegrasyonu	Sınırlı dış entegrasyon	TikTok, içeriklerin platform içinde tüketilmesini teşvik ederken, diğer sosyal medya platformlarına paylaşım imkânı sınırlı düzeyde sunulmaktadır.

Reel Videolar

Reel videoları, 2019 yılında Instagram tarafından kısa video formatı olarak tanıtıldı ve özellikle kısa sürede hızlı tüketilen içerik akımını karşılamak amacıyla tasarlandı. Başlangıçta TikTok'a benzeyen bu format, kullanıcıların 15 ile 60 saniye arasındaki videolarını müzik, efektler ve hızlandırma/ yavaşlatma gibi yaratıcı araçlarla kolayca düzenlemesine olanak tanıdı. Zamanla Reel, sadece Instagram'da değil, Facebook ve diğer platformlarda da popülerleşti ve kısa videoların dijital pazarlama, mizah, eğitim ve topluluk etkileşimi açısından merkezi bir araç haline geldi. Algoritma odaklı keşif sayesinde kullanıcılar, kendi ilgi alanlarına uygun içeriklerle daha çok karşılaşırken, içerik üreticileri de kısa sürede etkili iletişim kurmanın yollarını keşfetmektedirler (www.igmedya.com.tr).

Tablo 2: Reel Video Yapısal Analiz Tablosu

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Teknik Yapı	Maksimum 90 saniye video; dikey format	Reels, kısa videolar için optimize edilmiştir; dikey (9:16) format zorunlu olup Instagram altyapısına entegre yükleme ve çözünürlük sınırları uygulanmaktadır.
İçerik Formatı	Estetik ve marka odaklı içerikler	Lifestyle, influencer, tanıtım ve yaratıcı estetik içerikler yaygındır; anlatı yapısı TikTok'a göre daha kontrollü ve planlıdır.
Algoritmik Akış	Keşfet ve takip dengesi	İçerikler, kullanıcı etkileşimleri ve takip ilişkilerine dayalı olarak önerilir; algoritma hem popüler içerikleri hem de takip edilen hesapları dengeleyerek sunar.
Kullanıcı Etkileşimi	Beğeni, yorum, paylaşım, kaydetme	Reels üzerinde etkileşim, klasik Instagram mekanizmalarıyla sağlanır; içerikler hikaye veya profil üzerinden paylaşılabilir.
İçerik Üretim Araçları	Filtreler, müzik, düzenleme	Reels, Instagram filtrelerini ve müzik kütüphanesini sunar; temel düzenleme araçları ile hızlı içerik üretimi mümkündür.
Ses ve Müzik Kullanımı	Instagram müzik arşivi	Kullanıcılar şarkılar ve sesler ekleyerek içeriklerini zenginleştirebilir; trend seslerin görünürlük üzerindeki etkisi sınırlı TikTok'a göre daha kontrollüdür.
Hashtag ve Trend Mekanizması	Keşif odaklı etiketleme	Hashtag'ler içeriklerin keşfet sayfasında görünmesini sağlar; popüler trendler, algoritma tarafından kısmen öne çıkarılır.
Platform Entegrasyonu	Instagram ekosistemi ile güçlü bağlantı	Reels, hikâye, profil ve IGTV ile entegre çalışır; çapraz paylaşım ve platform içi dolaşım önceliklidir.

Shorts Videolar

Günümüzde kısa video anlatımının evrimi olarak, kullanıcıların dakikalar içinde etkili mesajlar iletmesini sağlayan dinamik bir format olarak kabul edilen Shorts videoları, 2020 yılında YouTube tarafından kısa formatlı video içeriklerini desteklemek amacıyla tanıtıldı. Hızla yükselen kısa videolar trendine yanıt veren bu format, kullanıcıların 15 ila 60 saniye arasındaki içerikleri müzik, efektler ve hızlı kurgu ile kolayca üretip paylaşmasına olanak sağladı. TikTok'un hızlı yükselişiyle rekabetin merkezinde yer alan Shorts, içerik üreticilerine kısa, öz ve dikkat çekici mesajlar ile geniş kitlelere erişim sağlamayı amaçladı. Platformlar arası çapraz paylaşım olanakları sayesinde YouTube, Instagram Reels ve TikTok gibi ekosistemlerde kısa videolar hızla benimsenerek içerik üretiminde yeni bir dil oluşturdu (Violot vd., 2024). Algoritmik keşif ve trend odaklı içeriklerle, yaratıcılık ve hızlı iletişimin birleştiği bu format, dijital pazarlama, eğitim, mizah ve topluluk etkileşimi açısından önemli bir araç haline geldi.

Tablo 3: Shorts Videolar Yapısal Analiz Tablosu

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Teknik Yapı	Maksimum 60 saniye video; dikey format	Shorts, kısa videolar için optimize edilmiştir; dikey (9:16) format zorunlu olup YouTube altyapısına bağlı teknik sınırlar uygulanır.
İçerik Formatı	Bilgilendirici ve eğitici içerikler	Eğitim, rehber, açıklayıcı ve yeniden kullanım (repurpose) içerikler yaygındır; anlatım TikTok ve Reels'e göre daha direkt ve konu odaklıdır.
Algoritmik Akış	İzleme geçmişi ve abonelik temelli öneri	Shorts videoları, kullanıcıların izleme geçmişi ve kanal aboneliklerine göre önerilir; "Shorts" akışı algoritmik keşif sağlar, fakat TikTok kadar yoğun kişiselleştirme yoktur.
Kullanıcı Etkileşimi	Beğeni, yorum, paylaşım, abonelik	Shorts içeriklerinde etkileşim, YouTube klasik mekanizmalarıyla sağlanır; kullanıcılar içerikleri kanala abone olarak veya paylaşarak destekler.
İçerik Üretim Araçları	Temel düzenleme ve efektler	Shorts, metin, müzik ve basit efekt eklemeye izin verir; TikTok'a kıyasla içerik üretim araçları daha sınırlıdır.
Ses ve Müzik Kullanımı	YouTube müzik kütüphanesi	Ses ve müzikler içeriklerin görünürlüğünü artırmak için kullanılabilir; trend ses kullanımı sınırlıdır.
Hashtag ve Trend Mekanizması	Keşif ve kategori etiketleri	Hashtag ve etiketler içeriklerin Shorts akışında görünürlüğünü artırır; trendlerin etkisi TikTok ve Reels'e kıyasla daha düşük ve algoritmaya bağlıdır.

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Platform Entegrasyonu	YouTube ana platformuyla bağlantı	Shorts içerikleri YouTube kanalındaki uzun videolarla ve ana platformla doğrudan entegre çalışır; diğer sosyal medya platformlarına paylaşım opsiyonları mevcuttur.

İçerik Akışı

TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformlarının temel yapıtaşlarından biri içerik akışıdır ve kullanıcıların tüketim deneyimini doğrudan şekillendirmektedir (Aşçı, 2023: 92). Bu akış, platformların içerik sunumu ve erişim süreçlerini optimize etmek amacıyla çeşitli teknolojik ve yapısal unsurları içermektedir. İlk olarak, içerik akışlarının düzenlenmesi ve yönetimi, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun, hızlı ve dinamik bir içerik akışı sağlama üzerine kurulmaktadır. Bu bağlamda, platformlar büyük veri analitiği ve gerçek zamanlı verilerin kullanımıyla, kullanıcıların önceki etkileşimleri, zaman dilimleri ve içerik tercihlerine dayanarak içerik sıralaması yapar (Parsa ve Akçora, 2021: 2394). İçerik akışı, genellikle sürekli güncellenen ve kişiye özel önerim algoritmalarıyla entegre şekilde çalışmaktadır (Karaman, 2021: 1345). Bu sayede, düzenli ve planlı içerik akışları, içerik üreticilerine de belirli bir strateji çerçevesinde hazırlık yapma imkânı sunmaktadır. Ayrıca içeriklerin türüne göre farklı hız ve yoğunluklarda akışlar oluşturmaktadır ve böylece platformların çeşitli kullanıcı segmentlerine uygun deneyimler sunmasına olanak tanımaktadır (Diker, 2019: 1)

Akışkan ve Değişken İçerik

Sosyal medya platformlarının kısa videolar, kullanıcıların ilgisini sürekli olarak değiştiren, hızlı ve çeşitli biçimlerde sunan içerik üretmektedir. Bu tür içerikler, genellikle görsel ve işitsel unsurların dinamik ve kısa süreli biçimde birleşimiyle ortaya çıkmakta ve kullanıcıların dikkatini çekmek için sürekli olarak yenilenmektedir. Bu dinamik yapıyla, içerik tüketimi hızla akıp giderken, izleyicinin ilgisini sürdürebilmek adına içerik üreticileri ve platformlar tarafından farklı stratejiler geliştirilmektedir.

Günümüzde TikTok, Reels ve Shorts gibi platformlar, akışkan içerik yapısı ve bu içeriklerin hızla değişen doğasıyla kullanıcıların dikkatini çekmek amacıyla tasarlanmıştır. Bunlar, algoritmik önerim, içerik hızlandırıcı efektler ve sürekli yenilenen etkileşim biçimleriyle, kullanıcıların dikkati üzerinde yoğun etkiler yaratabilmektedir. Bu ortamlar, kullanıcıların sınırlı dikkat kapasitesini aşırı tüketim ve sürekli dikkat dağılıtı ile zorlar; bu da hem kısa süreli dikkat bozukluklarına hem de uzun vadeli dikkatte azalmalara neden olabilmektedir (İmren ve Tekman, 2019: 1089).

Akışkan içerikler, teknolojik gelişmeler ve platformların algoritmik önerim sistemleri sayesinde hızla yaygınlaşmış, kullanıcılara yeni ve taze içerik sunma ihtiyacını artırabilmektedir (Kırık, 2024: 588). Bu içerikler, özellikle TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformlarında belirgin şekilde görülmektedir. Bu platformlar, kullanıcıların dikkatini hızla çekebilecek, hızlı ve akışkan içeriklerin üretimini teşvik edecek niteliktedir. Kullanıcılar, dikkatinin kısa süreli olması gerektiğinin farkında olarak, sürekli yeni ve çeşitli içeriklerle karşılaşır. Bu durum, içeriklerin dikkat çekici, akıcı ve sürükleyici olmasıyla ilgilidir. Aynı zamanda, platformların algoritmaları, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun içerikleri kısa süreli gösterimlerle sunarak, içerik akışını sürekli taze tutmaya çalışmaktadır (Bahçecioglu, 2023: 450).

Akışkan içerik, dinamik ve sürekli değişen doğasıyla, kullanıcıların ilgisini sürekli canlı tutmayı amaçlamaktadır. Değişken yapısı ise günümüz dijital platformlarında görülen akışkan içeriklerin kullanımıyla yakından ilişkilidir. Bu teori, bireylerin dikkatinin statik ve sürekli olmanın ötesinde, zaman içinde dalgalanan ve değişkenlik gösteren bir yapıya sahiptir. Dijital ortamda,

kullanıcılar sürekli olarak farklı içeriklere yönelirken, dikkatin odağı hızla kayabilir ve yeniden odaklanabilir. Bu dinamik süreçte, dikkate alınan içeriklerin yapısı ve sunum biçimi, kullanıcının dikkatinin yönlendirilmesinde belirleyici olmaktadır. Özellikle TikTok, Reels ve Shorts gibi platformlar, hızla değişen, akışkan ve dikkat çekici içerikler üretir. Platformların kullanıcı etkileşimi ve içerik iletimi biçimleriyle doğrudan bağlantılıdır. Bu içeriklerin sürekli yenilenmesi ve kısa süreli dikkat çekmesi, kullanıcının ilgisinin sürekli yeni ve farklı uyaranlara kaymasına neden olmaktadır. Kullanıcıların dikkatlerinin bu akışkan ve geçici yapısı, içerik üreticilerinin ve platformların stratejilerini şekillendirmesini zorunlu kılmaktadır (Manas, 2021: 327).

İçerik Önerim Algoritması ve Kişiselleştirme

İçerik önerim algoritması, kullanıcıların ilgi alanlarına ve davranışlarına göre belirli içeriklerin önceliklendirilmesini sağlayan karmaşık ve dinamik bir yapıya sahiptir. Kişiselleştirme teknikleri, kullanıcı deneyimini geliştiren ve platformların sürdürülebilirliğine katkıda bulunan temel unsurlardan biridir. Bu algoritmalar, kullanıcıların etkileşim geçmişini, izleme sürelerini ve tercihlerine dayalı olarak bireysel içerik önerilerinde bulunur. Bu sayede, kullanıcıların ilgi alanlarının sürekli olarak güncellenmesi ve derinlemesine analiz edilmesi mümkün olur. Ayrıca, algoritmaların kişiselleştirme yetenekleri, kullanıcıların platformla olan etkileşimlerinin daha sürükleyici ve tatmin edici hale gelmesini sağlar. Bu bağlamda, içerik önerim sistemleri, kullanıcının zamanını en verimli şekilde kullanmasına ve platformda daha uzun süre kalmasına katkıda bulunur (Özel ve Özay, 2021).

Yapay zeka ve makine öğrenimi tekniklerinin entegrasyonu, önerim algoritmasının etkinliğini artırmaktadır. Bu teknolojiler, kullanıcıların gerçek zamanlı davranışlarını analiz ederek, ilgilerini çekecek yeni içeriklere ulaşmasını kolaylaştırır. Kullanıcıların önceki izleme alışkanlıkları ve etkileşimleri doğrultusunda çeşitli içeriklerin otomatik olarak önerilmesi, içerik tüketiminde çeşitlilik sağlar ve platforma özgü kullanıcı alışkanlıklarının gelişimine olanak tanır. Ayrıca, bu kişiselleştirme mekanizmaları, içerik üreticilerinin de hedef kitlelerine daha uygun ve etkili içerikler sunmalarına imkan tanımaktadır. Bununla birlikte, algoritmanın karar verme süreçleri, bazen içerik çeşitliliğinin kısıtlanmasına veya tek tip içerik akışına yol açabilir. Bu durumu dengelemek adına, platformlar genellikle önerim algoritmalarında çeşitlilik ve keşif özelliklerine de yer vermektedir.

YÖNTEM

Çalışma popüler videoların yeni oluşum sürecini anlamaya, irdelemeye yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada nitel veri analiz türlerinden biri olan betimsel analiz yöntemine başvurulmaktadır. Nitel betimsel analiz, olguları olduğu gibi ortaya koymayı, anlamlandırmayı ve sistematik biçimde tanımlamayı amaçlayan bir nitel araştırma yaklaşımıdır. Bu yöntemde amaç incelenen yapının nasıl işlediğini, hangi bileşenlerden oluştuğunu ve nasıl sunulduğunu açık biçimde betimlemektir. Veriler, ilgili platformların kullanıcı arayüzlerinin incelenmesi ve belirlenen örnek içeriklerin gözlemlenmesi yoluyla elde edilmiştir. Teknik özellikler, içerik süresi ve formatı, algoritmik akış yapısı, kullanıcı etkileşim biçimleri ve içerik üretim araçları kategorileri altında karşılaştırmalı analizler yapılmıştır.

Çalışmanın araştırma soruları şunlardır?

- ✓ Yapısal ve teknik özellikler açısından farklılıklar nelerdir?
- ✓ İçerik formatları ve üretim araçları açısından benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?
- ✓ Algoritmik öneri ve keşif sistemleri kullanıcı etkileşimini nasıl şekillendiriyor?

- ✓ Kullanıcı etkileşimi mekanizmaları açısından platformlar arasındaki farklılıklar nelerdir?

BULGULAR

Tik Tok, Reels ve Short Videolarinin Karşılaştırmalı Analizi

TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformları, içerik sunumu ve kullanıcı etkileşimi açısından farklı özellikler taşımaktadır. TikTok, algoritmik önerim sistemi sayesinde kullanıcının önceki etkileşimlerine dayalı olarak sürekli yenilenen içerikler sunar. Bu platformda içerik hızı oldukça yüksektir ve kullanıcıların dikkatini kısa sürede toplamak amacıyla dinamik ve hızlı akışlar tercih edilir. Bu durum, kullanıcıların yeni içeriklere hızla geçiş yapmasına olanak tanır; dolayısıyla dikkat süreleri, geleneksel platformlara göre daha kısa olma eğilimindedir (Aşçı, 2023).

TikTok'ta video akışı iki ana bölümde sunulur: sol taraf takip eden hesapların içeriklerini gösterirken, sağ taraf yerel popülerlikteki videoları ve canlı yayınları öne çıkarır. Uygulama ücretsiz olsa da bazı canlı yayınlara erişim ya da yayıncıya özel emojiler için kullanıcının hesabında belli bir miktar TikTok jetonu bulunması gerekir. Jetonlar, kredi/banka kartı, mobil fatura, Google Play hediye kartı veya promosyon kodu ile yüklenebilir. İçerik üreticileri ise canlı yayınlarda maddi kazanç sağlamak amacıyla bu jetonları izleyiciden talep edebildiğini gözlemlenmiştir (Tam, 2022: 187).

Reels ise, Instagram altyapısında entegre edilerek farklılaşan bir yapıya sahiptir ve platformlar arası kapsama sahasıyla öne çıkar. Kullanıcılar, hem ana akışlarının içinde hem de keşfet sekmesinde içeriklerle karşılaşır. Bu çok yönlü erişim, içeriklerin geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır; ancak aynı zamanda tüketicilerin dikkati üzerinde yoğun bir odaklanma gerektirmektedir. Reels'de içeriklerin genellikle daha estetik ve marka odaklı olması, kullanıcıların ilgisini sürdürmek için çeşitli tasarım stratejileri ile yapılandırılmaktadır (Parsa ve Akçora As, 2021).

Shorts ise, YouTube'un keşif ve erişim odaklı yapısıyla, geniş bir kullanıcı kitlesine hitap eder. İçeriğin uzun süreli dayanıklılığı yerine, popüler ve hızla tüketilebilen kısa videolara odaklanılmıştır. Keşif algoritmaları ve kullanıcıların platformda geçirilen zamanın optimal kullanımıyla, içerikler sürekli olarak kullanıcıların ilgisini çekecek şekilde adapte edilmektedir (Akbaş, 2025). Bu dinamik ortamda, kullanıcılar, kısa ve etkili içeriklere kolayca ulaşabildiği gibi, içerik üreticileri de hızlı tepki ve uyum göstermek zorunda kalmaktadır.

Her üç platform, akışkan içerik akışlarıyla kullanıcıların dikkatini sürekli değiştiren ve yönlendiren bir yapıya sahiptir. Bu ortamlar, kullanıcıların dikkat sürelerini sınırlandırmak ve içerik tüketimini hızlandırmak üzerine kurgulanmıştır. Bu nedenle, kullanıcılar, kısa ve hızlı içeriklere alışkın hale gelirken, dikkatin uzun vadeli odaklanması giderek zorlaşmaktadır.

Tik Tok: Algoritmik Önerim ve İçerik Hızı

TikTok platformunda algoritmik önerim ve içerik hızının kullanıcı dikkatini şekillendirmedeki rolü, günümüz dijital ortamında önemli bir araştırma konusu olmaktadır. Platform, benzersiz algoritmasıyla kullanıcıların ilgisini sürekli canlı tutmayı hedeflerken, özellikle içerik hızını yüksek tutarak kullanıcıların zamanını etkin biçimde kullanmasını sağlamaktadır. TikTok'un öneri sistemi, kullanıcı davranışları, etkileşimler ve içerik tercihlerine dayalı olarak sürekli

güncellenmektedir ve kişiselleştirilmiş içerik akışını oluşturmaktadır. Bu sayede, kullanıcılar ilgilerini çeken kısa videolara hızla erişerek platformda daha uzun süre kalmaya teşvik edilmektedir.

İçerik hızının yüksek olması, kullanıcıların sürekli yeni ve çeşitli içeriklerle karşılaşmasına olanak tanır. Bu durum, kullanıcıların dikkat süresinin azalması ve içeriğin hızlı tüketilmesi üzerine odaklanır. TikTok'un öneri algoritması, kullanıcının tıklama, beğeni ve paylaşım alışkanlıklarını analiz ederek, bu hızda ve yoğunlukta içerik akışını optimize eder. Bu da kullanıcıların dikkatinin çekilmesine ve platforma bağlılıklarının artmasına neden olurken, aynı zamanda yoğun bir dikkat dağılımı ve tüketim alışkanlığı oluşturma risklerini de barındırır (Söğüt ve Öngel, 2022). Bu durum, özellikle genç kullanıcılar arasında kısa süreli dikkat ve hızlı tüketiminde bir göstergesidir (Bahçecioğlu, 2023: 436).

Dolayısıyla, TikTok'un algoritmik öneri sistemi ve içerik hızındaki dinamikler, kullanıcıların dikkatini hem kolayca çekmek hem de uzun vadeli dikkatlerini korumak adına kritik unsurlar olarak öne çıkar. Bu bağlamda, platformlar arasındaki farklar ve geliştirilmesi gereken stratejiler, içerik üreticileri ve kullanıcılar açısından önemli bir tartışma alanı oluşturmaktadır.

Reels: Entegrasyon ve Kapsama

Reels platformu, içeriklerin hızlı ve entegre biçimde tüketilmesine olanak tanıyan yapısıyla dikkat çekmektedir. Bu platform, Instagram'ın ana uygulamasıyla sıkı bir entegrasyon sağlayarak, kullanıcıların anlık içeriklere ulaşmasını kolaylaştırır ve farklı platformlar arasında uyumlu bir içerik akışı sunar. Entegre yapı, kullanıcıların içeriklere erişimini hızlandırırken, içerik üreticilerinin de daha geniş bir kapsama ulaşmasını mümkün kılar. Ayrıca, Reels'in keşfetme algoritmaları ve öneri sistemleri, kullanıcıların ilgisini çekmeye odaklı olmakla birlikte, içeriklerin platform genelinde daha yüksek görünürlük kazanmasını sağlar. Bu sayede, içeriklerin erişim sayısı artarken, kullanıcı dikkatinin yönlendirilmesi ve içerik akışının yoğunlaşması gibi dinamikler ortaya çıkar. Reels'in kapsama alanı, kısa süreli ve hızlı içeriklerin yanı sıra, çeşitli temalar ve içerik türleriyle geniş bir yelpazeye hitap eder, bu da platformun kullanıcılar üzerindeki etki alanını genişletir. Bu entegrasyon ve kapsama yapısı, kullanıcıların dikkat dağınıklığını tetikleyebilecek, dikkat sürelerini kısaltan ve içerik tüketim alışkanlıklarını dönüştüren önemli bir faktördür. Sonuç olarak, Reels'in entegre yapısı ve geniş kapsama alanı, platformun içerik akışını sürekli canlı tutarken, kullanıcıların akışkan ve değişken dikkat dönemlerine uyum sağlamasını kolaylaştırır. Bu durum, içeriklerin etkileyciliği ve kullanıcıların platformla etkileşiminin sürdürülebilir olması açısından kritik bir rol oynar (Manas, 2021; Parsa ve Akçora, 2021).

Shorts: Erişim ve Keşif Dinamikleri

Shorts platformu, erişim ve keşif dinamikleri açısından diğer platformlara kıyasla hız ve erişim kolaylığına büyük önem verir. Kullanıcılar, kısa ve hızlı tüketilebilen içeriklere yönelerek platformda daha fazla zaman geçirme eğilimindedir. Bu dinamik, platformların algoritmalarını, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun ve dikkat çekici içerikleri ön plana çıkarmak üzere optimize etmelerine neden olur. Örneğin, kullanıcıların keşfet sekmesinde karşılaştıkları içerikler, izlenme sürelerini arttırmayı hedefleyen karmaşık ve öğrenmeye açık algoritmalar tarafından belirlenir. Bu algoritmalar, kullanıcıların önceki etkileşimleri, ilgileri ve zaman tercihlerine göre içerikleri hızla filtreler ve sunar. Ayrıca, Shorts'ta göze çarpan "virality" etkisi, kullanıcıların içerikleri paylaşma ve yeniden keşfetme isteğini artırır; böylece içeriklerin erişim oranları hızla yükselir. Keşif süreçleri, genellikle dikkati düşük seviyede tutmaya odaklıdır, zira kullanıcılar anlık ve

kolay ulaşılabilir içeriklere yönelmek ister. Bunun sonucunda, içeriklerin sürekli yenilenmesi ve çeşitlenmesiyle platforma bağlılık artarken, kullanıcıların dikkatlerini uzun süreli tutma zorluğu ortaya çıkar. Dolayısıyla, Shorts'un erişim ve keşif mekanizmaları, kullanıcıların akışkan ve kısa süreli içerik tüketme alışkanlıklarını besleyen, hızlı ve çoğunlukla yüzeysel dikkat çekici içeriklere dayanan karmaşık bir ekosistem oluşturur (Violot vd., 2024). Bu yapılar, kullanıcıların platformda kalma sürelerini uzatmak, içeriklerin viral olmasını sağlamak ve platformların erişim oranlarını artırmak amacıyla sürekli olarak evrilmektedir.

Platformlararası Benzerlikler ve Farklar

TikTok, Reels ve Shorts platformları, temel yapı ve algoritma açılarıyla birbirlerine benzerlikler gösterirken, kullanıcı deneyimi ve içerik akışında önemli farklar da ortaya koymaktadır. Her üç platform da kısa videoların hızla tüketilmesine olanak tanıyan yapısal özellikler taşımaktadır. Algoritmik yapıları, kullanıcıların özgün tercihlerine uygun içerikleri öne çıkarmada neuro-dil ve makine öğrenmesi tekniklerini kullanır; (Yin, 2025: 89) böylece kişiselleştirme ve öneri sistemleri açısından benzerlik gösterirler. Ancak, bu algoritmaların detaylarındaki farklılıklar, kullanıcıların platformlar arasında yönelimlerini ve içerik tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir.

İçerik akışı açısından, TikTok genellikle geniş ve çeşitli içerik havuzlarıyla daha hızlı ve dinamik bir akış sunarken, Reels, Instagram ekosistemi içerisindeki entegrasyonu sayesinde daha görsel odaklı ve estetik tercihlere uygun içeriklere öncelik vermektedir. Shorts ise Google'ın arama ve öneri algoritmalarına entegre olarak, daha geniş bir içerik çeşitliliğine erişim imkanı sağlar.

Etkileşim biçimleri açısından, her üç platformda da kullanıcılar like, yorum ve paylaşım gibi temel etkileşim aracıyla aktif katılım gösterir. Ancak, TikTok'un "duet" ve "stitch" gibi özellikleri, içerik yapımında ortak çalışmalar ve üretkenlik açısından farklılık yaratır. Reels ve Shorts ise daha çok tek taraflı içerik tüketimi ve izleyici ile içerik üreticileri arasında sınırlı etkileşim şekilleri sunar. Ayrıca, zaman yönetimi ve içerik uzunluğu bağlamında, Shorts ve Reels genellikle daha kısa ve öz içeriklere odaklanırken, TikTok daha çeşitli ve zaman zaman daha uzun videolara imkan tanır.

İçerik üretimi konusunda, her platformun kullanıcı ve içerik üreticileri için belirlediği sınırlar ve teşvik mekanizmaları farklılık göstermektedir. TikTok'un yaratıcı içerik üretme biçimlerini destekleyen çeşitli araçları ve trendleri bulunurken, Reels ve Shorts daha çok mevcut platformların doğal akışına ve estetik standartlarına uyumludur. Her üç platformun temel amacı kısa içeriğin hızla ve etkili biçimde tüketilmesine imkan sağlarken, yapısal özellikleri ve kullanıcı deneyimi bağlamında ortaya çıkan farkların tüketim davranışlarını şekillendirmede belirleyici olduğu görülmektedir.

Algoritmik Yapılar Arasındaki Benzerlikler

Üç platformun algoritmik yapıları, kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarına yön veren temel mekanizmalar açısından önemli benzerlikler taşımaktadır. Her üç platform da kullanıcı ilgisini çekmek ve etkileşimi artırmak amacıyla içerik önerim algoritmaları kullanmaktadır. Bu algoritmalar, kullanıcıların önceki izleme, beğeni ve paylaşım verilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş içerikler sunar. Bu süreçte kullanıcı davranışları sürekli izlenir ve sistem, ilgisini en çok çeken içerikleri tekrar öne çıkarmak üzere öğrenme algoritmalarıyla optimize edilir. Ayrıca, bu platformlarda içerik önerme mekanizmaları, kullanıcıların zaman ve dikkat yönetimini de göz önünde bulundurur. İçeriklerin süresi, kullanıcıların platformda geçirdiği zaman ve etkileşim yoğunluğunun artırılması için önemli bir kriter haline gelir. Bu algoritmalar,

kullanıcıların aktif ve pasif dönemlerini tespit ederek, içerik akışını buna göre ayarlar ve böylece kullanıcıların platform üzerinde daha uzun süre kalmasını sağlar. Özellikle, ilgi alanlarına uygun ve zamanın verimli kullanılmasını destekleyen öneri sistemleri, tüketici deneyimini derinleştirir (Karakoç, 2024: 332).

Bu platformlar, içerik önerim algoritmalarında derin öğrenme ve kullanıcı verisinin analiz edilmesi gibi ortak teknolojik yaklaşımları benimser. Bu yaklaşımlar, kullanıcıların tercihlerine göre içerik akışını sürekli yenileyerek, platforma özgü ve kullanıcının bireysel davranışlarına uyum sağlayan dinamik yapılar ortaya koyar. Ayrıca, her üç platformda da içerik önerimi algoritması, kullanıcıların geçmiş davranışlarını ve etkileşimlerini analiz ederek, yeni ve çeşitli içeriklerin platformda görünürlüğünü artırmakta ve bu sayede içerik üreticilerinin ve tüketicilerin etkileşim oranlarını yükseltmektedir (Dijk, 2018: 251).

Sonuç olarak, algoritmik yapıların temel ilkeleri, kullanıcı deneyimini kişiselleştirmek, zaman yönetimini optimize etmek ve içerik etkileşimini artırmak temel hedefleriyle uyum içerisinde gelişmektedir. Bu ortak özellikler, platformların kullanıcı bağlılığını güçlendiren ve tüketim davranışlarını şekillendiren kritik unsurlar olarak öne çıkar.

Deneyimsel Farklılıklar: Ara Yüz ve Etkileşim Biçimleri

TikTok, Reels ve Shorts platformlarının kullanıcı arayüzleri ve etkileşim biçimleri, deneyimsel farklılıkların belirgin hale gelmesine neden olmaktadır. Bu platformlar, kullanıcıların hızlı ve kolay erişim sağlayabilmesi amacıyla basitleştirilmiş ve çekici ara yüzler sunar. Kullanıcılar, genellikle dikey kaydırma hareketleri ve sezgisel dokunmatik etkileşimler aracılığıyla içeriklere ulaşır. Bu etkileşim biçimleri, kullanıcının dikkatini uzun süreli odaklanmadan uzaklaştırır ve ani, anlık tatmin sağlayan içeriklerin tüketimini teşvik eder. Platformların ara yüzleri çoğunlukla minimalist ve dinamik olacak şekilde tasarlanmış olup, kullanıcıların içeriklerin akışında kaybolmasını sağlar (Tam, 2022: 187).

Ayrıca, etkileşim biçimleri de belirgin farklılıklar gösterir. TikTok ve Reels, kullanıcıların içeriklerle doğrudan ve anlık etkileşim kurmasını sağlayan çeşitli eylem seçenekleri sunar; beğeni, yorum, paylaşım ve tepkiler bu kapsamda öne çıkar. Bu platformlar, kullanıcıların içerik üreticileriyle ve diğer izleyicilerle etkileşim kurmasını kolaylaştırırken, etkileşimlerin anlık ve görsel odaklı olması, kullanıcıların duygusal ve bilişsel tepkilerini hızla şekillendirir. Shorts ise kullanım kolaylığı ve hızlı erişim avantajıyla, daha çok zaman kısıtlaması ve içerik yoğunluğu üzerine kurulu bir yapıya sahiptir. Bu yapı, kullanıcıların içeriklere kısa sürelerde müdahale etmesine ve yeni içeriklere hızla geçmesine imkan tanır.

Etkileşim biçimlerindeki bu farklılıklar, kullanıcıların platformlara özgü deneyim alışkanlıklarını belirler. TikTok ve Reels, daha kişisel ve sosyal yönleri ön plana çıkarıp, içerik üretimi ve paylaşımına teşvik eden dinamiklerle öne çıkarken, Shorts, zaman yönetimi ve içeriğin hızlı tüketimine odaklanan daha mekanik bir etkileşim sunar. Bu farklı yapı ve etkileşim biçimleri, kullanıcıların platformlararası tercihlerini ve tüketim davranışlarını şekillendirmede önemli rol oynar.

Tablo 4: Bulgular Kısa Video Platformlarının Karşılaştırmalı Analiz Özet Tablosu

Benzer ve Farklılıklar	Platformlar	Genel Özellikler
Genel Benzerlik	TikTok, Reels, Shorts	Kısa videoların hızla tüketilmesi, Algoritmik yapılar, Kişiselleştirme ve öneri sistemleri, İçerik akışında genel olarak kullanıcı etkileşimini (like, yorum, paylaşım) teşvik eden mekanizmaların olması, İçerik üretimi konusunda, içerik üreticilerini harekete geçiren sınırlar ve teşvik mekanizmalarının varlığı.
Genel Farklar	TikTok, Reels, Shorts	Kullanıcı deneyimi ve tüketim alışkanlıkları
İçerik Akışı	TikTok	Geniş ve çeşitli içerik havuzuyla hızlı, dinamik akış, İçerik çeşitliliği yüksek
İçerik Akışı	Reels	Instagram ekosistemiyle görsel odaklı, estetik odaklı içerikler öncelikli, Entegrasyon avantajı
Benzer ve Farklılıklar	Shorts	Google ekosistemiyle arama/öneri entegrasyonu, geniş içerik çeşitliliği
İçerik Üretimi & Teşvik	TikTok	Yaratıcı araçlar ve trendler; üretimi destekleyen ekosistem
İçerik Üretimi & Teşvik	Reels	Mevcut platformun akışına ve Estetik standartlarına uyum
İçerik Üretimi & Teşvik	Shorts	Daha çok mevcut akışa uyum, Estetik standartlar; mevcut ekosisteme entegrasyon
İçerik Üretiminde Sınırlar & Teşvikler		Üç platformda da üretici/izleyici odaklı sınırlar ve teşvikler
Algoritmik Yapılar Arasındaki Benzerlikler	Ortak Amaç	İçerik önerim algoritmalarıyla kişiselleştirme ve etkileşimi artırma, Geçmiş davranışlarına dayanarak içerik önerimi yapma
Zaman Yönetimi & İçerik Süresi		Aktif/pasif dönem tespitiyle akış ayarlaması; daha uzun/çeşitli içeriklere olanak tanır (TikTok) vs daha kısa odaklı rekabet (Reels/Shorts)
Teknoloji & Yöntemler	Derin öğrenme ve kullanıcı verisi analizi	Kişiselleştirme, Dinamik içerik yenileme, Etkileşim oranlarını yükseltme amacı
Sonuç (Algoritmik Yapılar)	Tik Tok, Reels, Shorts	İçerik tüketimini kişiselleştirmek, Zaman yönetimini optimize etmek, etkileşimi artırmak; kullanıcı bağlılığı ve tüketim davranışlarını şekillendirmek
Deneyimsel Farklılıklar: Arayüz & Etkileşim	Tik Tok, Reels, Shorts	Basitleştirilmiş, dikey kaydırma dokunmatik etkileşim; içerik akışında kaybolmayı kolaylaştırıcı minimalist/dinamik tasarım
Etkileşim Biçimleri	TikTok & Reels	Beğeni, yorum, paylaşım ve tepkiler; anlık görsel etkileşimler; içerik üretimi ve paylaşımını teşvik eder
Etkileşim Biçimleri	Shorts	Kolay kullanım, hızlı erişim; zaman kısıtlaması ve içerik yoğunluğu odaklı mekanik etkileşim
İçerik Üretiminde Kullanıcı Davranışı	Tik Tok, TikTok	İçerik üretimini teşvik eden araçlar, Dinamik trendler
İçerik Üretiminde Kullanıcı Davranışı	Reels	Estetik odaklı içerik üretimi ıslak (entegrasyon) akışıyla uyum
İçerik Üretiminde Kullanıcı Davranışı	Shorts	Hızlı tüketim odaklı üretim ve uyum sağlama

İçerik Stratejileri

İçerik stratejileri, platformların kullanıcıların ilgi ve ihtiyaçlarına uygun içerikleri sunma biçimlerini belirlemede temel unsurlardan biridir. Bu stratejiler, içerik üreticilerinin ve platformların içerik planlamasında seçimlerini etkileyerek tüketim eğilimlerini şekillendirir. Bu platformlarda genellikle trendler, mizah, dans, meydan okumalar ve bilgi vermeye odaklanan içerikler öne çıkar. Dolayısıyla, içerik üreticileri, algoritmik öne çıkma şansını artırmak amacıyla güncel akımlara uygun, görsel açıdan çekici ve paylaşım oranı yüksek içeriklere yönelir.

Bu platformların algoritmaları, kullanıcının geçmiş davranışlarına dayalı kişiselleştirilmiş öneriler sunarak sürekli içerik tüketimini teşvik etmeye çalışmaktadır. Ayrıca, yeni, en popüler ve trend videolarda beğeni oranları artmaktadır. Bu da, içeriklerin hızla değişmesine ve sürekli yenilenmesine yol açabilmektedir. Platformların sunduğu etkileşim biçimleri, kullanıcıların aktif katılımını artırırken, tıklama, beğeni, paylaşım ve yorum gibi çeşitli etkileşimler, içerik tercihlerini ve tüketim yönelimlerini şekillendirir.

Kısa videolar, hızlı tüketim ve yüksek erişim için ideal olsa da, etkili mesaj iletimi ve kullanıcı bağlılığını sağlama amacıyla içeriklerin dikkat çekici ve öz olacak şekilde tasarlanması gerekir.

Ayrıca, düzenli ve sürdürülebilir içerik üretimi, platformda kalıcılık ve kullanıcı sadakati açısından kritik öneme sahiptir. Kültürel ve sosyal dinamiklerin de dikkate alınmasıyla, içeriklerin bölgesel ve evrensel ölçekte ilgi çekici kılınması sağlanır (Aşçı, 2023: 97).

Marka ve Yaratıcı İçerik Entegrasyonu

Platform, kullanıcılarca üretilen içerikten elde edilen reklam gelirlerini artırma yöneliminde rol almakta; aynı zamanda içerik üreticilerine yeni gelir olanakları sunmaktadır. Bu durum, dijital kapitalizmin temel göstergelerinden biri olarak kullanıcı katılımının ekonomik değere dönüştürülmesini vurgulamaktadır. Ayrıca TikTok'un içerik öneri algoritmaları, kullanıcı bağlılığını güçlendirerek platformun sürekli büyümesini ve kullanıcı etkileşimlerinin yoğunlaşmasını desteklemektedir (Şerbetçioğlu ve Ünlü, 2025: 84).

Marka ve yaratıcı içerik entegrasyonu, platformların tüketim alışkanlıklarını derinlemesine etkileyen önemli bir unsur olarak öne çıkar. Entegrasyon sürecinde, markaların içerik üretiminde özgünlük ve tutarlılığı gözetmesi zorunludur. Yaratıcı içeriklerin platformlara uygun biçimde tasarlanması, kullanıcıların dikkatini çekmenin yanı sıra marka mesajının etkili şekilde iletilmesine olanak tanımaktadır. Özellikle kısa süreli ve dikkat çekici içeriklerin, kullanıcıların günlük tüketim alışkanlıklarına uyum sağlayacak şekilde planlanması, markanın hedef kitleyle bağlantı kurmasını sağlar. Ayrıca, markalar ve yaratıcılar, platformların algoritmalarını dikkate alarak, içeriklerin görünürlüğünü artırmaya yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu noktada, özgün ve paylaşılabılır içeriklerin üretilmesiyle, kullanıcıların katılımı ve etkileşimi teşvik edilir. Entegre bir içerik stratejisi, markanın dijital varlığını güçlendirirken, kullanıcıların beklenti ve alışkanlıklarına uygun içeriklerle sürdürülebilirliği sağlanmaktadır (Köse ve Yeygel, 2019: 212). Bu bağlamda, markalar ve yaratıcılar arasındaki işbirliği, tutarlı ve etkili içerik üretimi için temel unsurlardan biri olup, tüketim davranışlarını şekillendiren önemli bir etken olarak değerlendirilebilir. Sonuç olarak, marka ve yaratıcı içerik entegrasyonu, platformların yapısal özellikleri ve algoritmik dinamiklerle uyum sağlayarak, tüketici ile marka arasındaki etkileşimi artırdığını ve sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin temel taşı oluşturduğunu söylemek mümkündür.

İçerik Tasarımı ve Akışkanlık

İçerik tasarımında akışkanlık, kullanıcıların dikkatini sürdürülebilir kılmak ve platformların dinamik yapısına uyum sağlamak açısından kritik bir unsurdur. Akışkan içerik, izleyicinin ilgisini sürekli olarak canlı tutmak ve çeşitli ritimlerle gündemi hızlıca değiştirmek amacıyla tasarlanır.

Dijital platformlar, etkileşimli ortamlarıyla toplumsal yapıları ve kültürel değerleri değiştirme gücüne sahiptir. Bireylerin sesini duyurma, kimliklerini oluşturma ve toplumla doğrudan etkileşime girme imkanları sunar; bu süreçte kültürel değerler ve toplumsal ilişkiler de içerik, yorum ve paylaşımlar etrafında şekillenmektedir. Dijital mecralar üzerinden gerçekleşen toplumsal hareketler, politik söylemler ve kültürel akımlar, toplumsal değerleri sorgulayan ve yeniden inşa eden önemli dinamikler haline gelmiştir (Castells, 2008: 23). Bu bağlamda, TikTok, Reels ve Shorts gibi platformlar, kısa ve hızla tüketilen videolar aracılığıyla kullanıcıların dikkatini çekmek ve uzun süreli odak bağına zayıflatmak için optimize edilmiştir. İçeriğin akışkanlığı, genellikle değişen tempo, görsel ve işitsel unsurların sürekli entegrasyonu ile sağlanmaktadır. Bu dinamik yapı, kullanıcının dikkatini bölmeden konsantrasyonu sürekli olarak yeni uyarıcılara yönlendirmeye imkan tanıyabilmektedir. Dolayısıyla, içerik üreticileri, hikâye anlatımını ve görsel akışını dikkatlice planlayarak, izleyicinin ilgisini kaybetmeden içerik akışını sürdürebilir. Ayrıca, farklı içerik bölümlerinin hızlı geçişleri ve kısa videoların tekrar ve

çeşitlendirilmiş kullanımı, platformların kullanıcıların sıkılmadan sürekli içerik tüketmesine olanak tanır. Bu strateji, kullanıcıların platformda geçirdiği zamanın artırılmasına ve dikkatlerinin daha az dağılmasına yardımcı olur. Aynı zamanda, akışkan içerik, kullanıcıların içerik tercihlerine göre otomatik öneri algoritmalarıyla uyum sağlayarak, dikkatin sürekli olarak yönlendirilmesini sağlar ve böylece içerik üreticileri açısından da etkileşimi artırıcı bir ortam oluşturur.

Etkileşim ve Geri Bildirim Döngüleri

Etkileşim ve geri bildirim döngüleri, içerik tüketiminin sürekli olarak şekillendiği ve kullanıcı davranışlarının içerik üreticileri ve platformlar arasında karşılıklı etkileşimlerle evrildiği dinamik yapılar olarak öne çıkar. Bu süreçlerde kullanıcıların yaptığı geri bildirimler, hem doğrudan (yorumlar, beğeniler) hem de dolaylı (izlenme süresi, paylaşım alışkanlıkları) yollarla toplanır ve analiz edilir. Bu veriler, içerik üreticilerinin içerik stratejilerini ayarlamasında ve platformların öneri algoritmalarının optimize edilmesinde temel bir rol oynar. Örneğin, bir videoya gelen yüksek beğeni ve yorumlar, içerik üreticisinin aynı türe devam etmesini teşvik ederken, olumsuz geri bildirimler veya düşük etkileşimler yeni içerik yaklaşımlarını gündeme getirebilir.

Bu döngüsel süreç, kullanıcıların dikkatini sürekli olarak canlı tutmaya ve platformların içerik akışını hızlandırmaya yöneliktir. Akışkan içerik modeli, kullanıcının sürekli değişen ilgisini yakalayabilmek adına, içeriklerin kısa ve dinamik biçimlerde sunulmasını teşvik eder. Öztürk, çalışmasında Instagram platformunun kullanıcıların etkileşimleri sadece içerik tüketiminin bir sonucu değil, aynı zamanda içerik üreticilerinin ve platformların davranışlarını şekillendiren bir etki alanı oluşturduğuna dikkat çekmiştir (Öztürk, 2024: 87.).

Geri bildirim döngüleri, kullanıcıların içerikle ilgili deneyimlerini platformlara ilettiği ve bu deneyimlerin yeniden içerik akışına entegre edildiği sürekli bir mekanizmadır. Bu süreçte, içeriklerin hızlı ve etkili bir şekilde yeniden şekillendirilmesi, kullanıcıların memnuniyetini artırma ve dikkatlerini koruma amacını güder. Dolayısıyla, etkileşim ve geri bildirimler, kullanıcıların dikkatini uzun vadede kaybetmeden, platformlar ve içerik üreticileri arasında karşılıklı olarak sürdürülebilir bir diyalog oluşturur. Bu nedenle, platformların ve içeriklerin doğası gereği, etkileşimlerin her yönü dikkat ve ilgiyi canlı tutmada kritik bir unsur olarak yer alır (Sarı ve Türker, 2021: 76).

SONUÇ

Bu çalışma, TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video odaklı dijital platformların yapısal özelliklerini, algoritmik işleyişlerini ve kullanıcı etkileşim biçimlerini karşılaştırmalı bir perspektifle incelemeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılarak gerçekleştirilen çalışma kapsamında, söz konusu platformların teknik altyapıları, içerik formatları, öneri algoritmaları ve kullanıcı deneyimleri sistematik biçimde analiz edilmiştir.

Araştırma bulguları, her üç platformun da kısa video formatını merkeze almasına rağmen, algoritmik önerim sistemleri, içerik üretim araçları ve kullanıcı etkileşim pratikleri bakımından belirgin farklılıklar sergilediğini ortaya koymaktadır. TikTok'un güçlü kişiselleştirme temelli algoritması ve yüksek içerik hızı, kullanıcıların dikkatini sürekli olarak canlı tutmayı hedefleyen dinamik bir yapı sunarken; Reels, Instagram ekosistemiyle olan entegrasyonu sayesinde daha estetik, marka ve yaşam tarzı odaklı içeriklere öncelik vermektedir. YouTube Shorts ise Google

ve YouTube altyapısına dayalı olarak daha bilgilendirici ve yeniden kullanılabilir içeriklerin dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır.

Çalışmada ayrıca, algoritmik önerim sistemlerinin kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarını şekillendirebileceği ve içerik tüketimini hızlandırdırabileceği ön görülmüştür. Akışkan ve değişken içerik yapıları, kullanıcıların platformlarda daha uzun süre kalmasını sağlarken, aynı zamanda yüzeysel ve hızlı tüketim pratiklerini de pekiştirmektedir. Bu durum, dijital platformların yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal dönüşümün aktif aktörleri olduğunu göstermektedir.

TikTok, Reels ve Shorts platformları, algoritmik kültürün ve dijital tüketim pratiklerinin somut örnekleri olarak kullanıcı davranışlarını, dikkat ekonomisini ve içerik üretim biçimlerini yeniden yapılandırmaktadır. Bu çalışma, kısa video platformlarının yapısal ve işlevsel dinamiklerini görünür kılarak, dijital medya çalışmaları literatürüne katkı sunmayı hedeflemektedir.

ÖNERİLER

İleride yapılacak çalışmalarda, kısa video platformlarının kullanıcılar üzerindeki etkileri nicel yöntemlerle (anket, deneysel tasarım, büyük veri analizi) desteklenerek daha geniş örneklemeler üzerinden incelenebilir. Ayrıca yaş, cinsiyet ve sosyo-kültürel farklılıkların içerik tüketim davranışlarına etkisi karşılaştırmalı olarak ele alınabilir.

Platformların önerim algoritmalarının kullanıcı davranışları üzerindeki yönlendirici etkileri göz önünde bulundurularak, algoritmik şeffaflık ve etik sorumluluk konuları daha fazla tartışılmalıdır. Özellikle filtre balonu, dikkat ekonomisi ve bağımlılık riski gibi konular disiplinlerarası çalışmalarla ele alınabilir.

Kısa video platformlarının kültürel, psikolojik ve toplumsal etkilerinin daha kapsamlı biçimde anlaşılabilmesi için iletişim çalışmaları, sosyoloji, psikoloji ve bilişim alanlarını bir araya getiren disiplinlerarası araştırmalar teşvik edilmelidir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Akbaş, A. (2025). Yeni "Hız Kültürü" ve "Anlam Yitimi" Teorisi: Eğlence Endüstrisinin Gençlik Kimlikleri Üzerindeki Etkisi, Youtube Shorts ve Reels Analizi. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 7(2), 133-156.

Aşçı, S. (2023). Tiktok'un Sosyal Göstergebilimsel Yönleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 13, 91-107.

Bahçecioğlu, E. H. (2023). Popüler Kültür Odağında Sosyal Medyada Akım Trafiki: 'TikTok' Örneği. *Etkileşim*, 6(12), 426-454.

- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2008). *Ag Toplumunun Yükselisi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dijk, J. van. (2018). *Ağ Toplumu* (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka Kitap.
- Diker. (2019). Az Daha Fazladır: Dijital Seyir Platformlarının Tüketim Kültürü Açısından İzleyicilerin Seyir Alışkanlıklarına Olan Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 1-20.
- <https://igmedya.com.tr/instagram-reelsin-yukselisi-kisa-video-formatinin-populerligi/> [Erişim Tarihi: 11. 01.2026].
- İmren, M. and Tekman, H. G. (2019). The Relationship Between Media Multitasking, Working Memory and Sustained Attention. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(37), 1075-1100.
- Karakoç ve Keskin, E. (2024). Dijital Medya Ortamında Rızanın Algoritmik İnşası: Eleştirel Algoritma Çalışmaları Perspektifinde Bir Tartışma. *Yeni Medya Dergisi*, 16, 329-353.
- Karaman, Ö. (2021). Yapay Zekâ Destekli Kişiselleştirme Algoritmalarının Tüketici Zihninde Filtre Balonu Yaratma Etkisinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(32), 1339-1351.
- Kaye, D. B. V., Chen, X. and Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Kırık, A. M. (2024). Türkiye’de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları. *TRT Akademi*, 9(21), 578-591.
- Köse, G. ve Yeygel Çakır, S. (2019). Markaların Dijital Pazarlama Çağında Tüketicileri Etkileşime İkna Etme Yolları: Influencer Pazarlama ve İçerik Pazarlamasına İlişkin Kavramsal Bir Çalışma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38), 205-222.
- Manas, Ş. (2021). Sosyal Ağlarda Ekranla Kalma Sürelerinin Arttırılması Üzerine Bir Araştırma. *Ctc 2021 Proceedings Book*, 327-341.
- Özel, S. ve Özay, D. (2021). Yeni Medya Ortamlarında İzleyici Seçimi ve Öneri Algoritmaları: Netflix Örneği. *İlef Dergisi*. 8(2), 297-324.
- Öztürk, B. (2024). Yeni Medya Platformlarındaki Etkileşimler: Geçmiş Dönem Milli Eğitim Bakanı Instagram Hesabı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 13(4), 78-97.
- Parsa, A. ve Akçora As, E. (2021). Yeni Medyanın Postmodern Anlatımı Dijitografi: Reels Videolar. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2386-2401.
- Sarı, Ü. ve Türker, H. (2021). Dijital platform kullanıcılarının izleme alışkanlıklarına yönelik bir araştırma: Netflix örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80.
- Savic, M. (2021). Musical.ly'den TikTok'a: 2020'nin En Çok İndirilen Kısa Video Uygulamasının Sosyal İnşası. *International Journal of Communication*, 15, 3173–3194.
- Söğüt, Y. ve Öngel, A. (2022). Examination of TikTok Application in the Axis of Uses and Gratifications Approach, User Experience and Entertainment Culture. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 667-690.
- Şerbetçioğlu, N. ve Ünlü, B. H. (2025). Küresel Pazarın Yeni Oyuncuları: TikTok Fenomenleri ve Toplumsal Değişim. *Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(1), 81-112.

Tam, M. S. (2022). Türk TikTokerların İçerik Paylaşım Pratikleri Üzerine Nicel Bir Araştırma. *TRT Akademi*, 7(14), 182-211.

Violot, C., Elmas, T., Bilogrevic, I. and Humbert, M. (2024). Shorts vs. Regular Videos on YouTube: A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends. *ACM Web Science Conference*, 213-223.

Yin, S. (2025). Personalized Recommendation Algorithms on Short Video Platforms: User Experience, Ethical Concerns, and Social Impact. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 98(1), 19-23.