

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

## Derleme Makale (Review Article)

Sinan AŞÇI<sup>1</sup>

Orcid No: 0000-0002-0265-8856

<sup>1</sup> Doktora Sonrası Araştırmacı, Anti-Bullying Center,  
Dublin City University.

sorumlu yazar: sinanasci@gmail.com

### Anahtar Sözcükler:

TikTok, Sosyal Göstergibilim, Platform  
Çalışmaları.

### Keywords:

TikTok, Social Semiotics, Platform Studies.

DOI: 10.56075/egemiadergisi.1352576

Egemia, 2023, 13: 91-107

## TikTok'un Sosyal Göstergibilimsel Yönleri Üzerine Bir Değerlendirme

### A Review On Social Semiotic Aspects Of Tiktok

Alınış (Received): 30.08.2023

Kabul (Accepted): 09.10.2023

### ÖZ

TikTok, sosyal medya platformlarının sürekli dönüştüğü bir ortamda, kısa videolarıyla kullanıcıların dikkatini çeken ve içerikleriyle etkileşim biçimlerini yeniden şekillendiren kültürel bir fenomen olarak ele alınmaktadır. Bu makalede, TikTok sosyal medya platformunun sosyal göstergibilimsel yönleri tartışılmaktadır. Bu bağlamda, makale, TikTok kullanıcı arayüzünün sağladığı ve yaygın kullanılan iletişimsel imkânlar dahilinde platformun sosyal göstergibilimsel bir inceleme ile nasıl ele alınabileceğini ortaya koymaya çalışmaktadır. TikTok sadece video paylaşmak ve canlı yayın yapmak için kullanılan bir sosyal medya platformu olarak, kullanıcılara farklı etkileşim yöntemleri (yorum, beğeni, sanal hediye, vs.) sunmasıyla sosyal göstergibilimden yararlanılarak değerlendirilebilmektedir. Diğer bir deyişle, kültürel referansları stratejik olarak aşılardan TikTok, paylaşılan sembollerin ve kodların etkileşiminden ortaya çıkan göstergibilimsel bir etkileşim merkezi olarak ele alınabilmektedir. Sosyal göstergibilimsel bir mercekle TikTok, içerik oluşturucuların ve izleyicilerin, zaman, kültür ve duyguları aşan anlatılar örererek, işaretlerin karmaşık etkileşiminde dinamik bir ekosistem sunmaktadır. Bu doğrultuda, TikTok'un kolektif ve görsel ya da anlamsal çıkarım için en iyi sosyal medya kaynaklarından biri olduğu görülmektedir.

### ABSTRACT

TikTok is taken into consideration as a cultural phenomenon that attracts users' attention with its short videos and reshapes the way they interact with its content, especially in an environment where social media platforms are constantly transforming. This article discusses the social semantic aspects of TikTok social media platform. In this context, the article tries to reveal how the platform can be addressed with a social semiotic analysis within the widely used communicative affordances provided by the TikTok user interface. TikTok, as a social media platform used only for sharing videos and live broadcasting, can be evaluated by using social semiotics as it offers users different interaction methods (comments, likes, virtual gifts, etc.). In other words, TikTok, which strategically injects cultural references, can be taken into consideration as a semiotic interaction centre that emerges from the interaction of shared symbols and codes. Through a social semiotic lens, TikTok offers a dynamic ecosystem in the complex interplay of signs, where creators and audiences form narratives that transcend time, culture, and emotion. Accordingly, TikTok appears to be one of the best social media resources for collective and visual or semantic inference.

## GİRİŞ

Kullanıcıların anlık olarak kısa videolar paylaştığı ya da canlı yayın yaptığı bir platform olan TikTok, dünya çapında en popüler sosyal medya platformlarından biri olarak dikkat çekmektedir. Bu uygulamanın, kullanıcıların içerik oluşturma ve tüketme biçiminin yanı sıra çevrimiçi olarak birbirleriyle nasıl etkileşimde buldukları konusunda da bir dönüşüm ve değişim yarattığı yadsınamaz bir gerçektir. Bununla birlikte, popüleritesine rağmen, TikTok pek çok kesim tarafından da tepki almaktadır. Kimi kullanım biçimleri açısından kullanıcıların kendini yaratıcı bir şekilde ifade etmelerine olanak sağlayan bir platform olarak tanımlanırken, farklı kullanım örnekleri açısından da sorunlu içerik ve davranışları teşvik ettiği için eleştirmektedir (Çiçeklioğlu ve Ünal, 2021; Koçer, 2021; Şeker, 2021; Kobaza, 2022). Bu bağlamda, TikTok'un sosyal göstergebilimsel yönleri önemli bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal göstergebilim, sosyal anlam ve sosyal eylemin incelenmesine yönelik çeşitli modern yaklaşımların bir sentezidir. Bunlardan biri açıkça göstergebilimin kendisidir: yani, anlamı iletmek için sosyal kaynaklarımızın incelenmesi. Göstergebilim esas olarak işaretlerin sistematik olarak incelenmesiyle ilgilenir. Sosyal göstergebilim, göstergebilimi içermekte ve insanların bir topluluğun yaşamını inşa etmek için işaretleri nasıl kullandıklarını sorgulamakta ve incelemektedir (Lemke, 1990:183). Ağırlıklı olarak görsel ve işitsel ipuçlarına dayanan bir sosyal medya platformu olan TikTok, sosyal göstergebilimsel analiz için zengin bir alan oluşturmaktadır. Bu nedenle, TikTok'un sosyal göstergebilimsel perspektiften nasıl ele alınabileceğinin değerlendirmesini yapmanın ilerleyen çalışmalar için faydalı bir zemin oluşturacağı ve TikTok'un kapsamlı bir şekilde ele alınabilmesine imkân sağlayacağı düşünülmektedir.

Anlamın TikTok'ta nasıl inşa edildiği, müzakere edildiği ve paylaşıldığı konusundaki araştırmalar, özellikle görsel ve işitsel bileşenlerine odaklanarak yapılabilmektedir. Gül Ünlü, Kuş ve Göksu'nun (2020) benlik performansı üzerine yaptıkları inceleme ile ortaya koydukları üzere, TikTok, kullanıcıların videoları düzenlemesi, ilgi çekici kılması ve diğer kullanıcılarla etkileşime girmesi için güçlü bir teknik alt yapı sunmaktadır. TikTok içeriğini ve uygulamalarını analiz etmek için sosyal göstergebilim, söylem analizi ve kültürel çalışmalar ile ilgili alanlardan bir dizi teorik ve metodolojik yaklaşımdan yararlanması gerektiği aşikârdır. Bu değerlendirme aracılığıyla, TikTok'un bir anlam oluşturma ve sosyal etkileşim alanı olarak faaliyet gösterdiği karmaşık yolların yanı sıra, bu süreçlerin bireysel ve genel olarak toplumun anlam oluşturma süreçlerine ışık tutması hedeflenmektedir. Bu çalışma, özellikle hem bir sosyal

ağ hem de çok modlu içerik üretimi ve yayını için ortam sağlayan TikTok'un sosyal göstergebilimsel yönlerini tartışmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, sosyal göstergebilimsel bakış açısını TikTok çerçevesine uygulamaktadır.

Kullanıcıların coğrafi sınırları aşan kültürel diyaloglar oluşturarak yeni anlamlar yaratmak için işaret ve sembolleri yeniden karıştırıp bağlamsallaştırdığı ve ardından yorum, hediye, beğeni gibi farklı etkileşim beklentileriyle sunduğu TikTok'un, göstergebilimsel bir oyun alanı olma potansiyelini kabul etmek gerekmektedir. TikTok ile ilgili bugüne kadar profesyonel amaçla haber üretimi ve dağıtımında uygulamanın alternatif olarak ne vadettiği (Çiçeklioğlu ve Ünal, 2021; Yegen ve Bilgin, 2023), kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında kullanım pratikleri (Yetkiner ve Öztürk, 2020; Kızılkaya, 2022; Tam, 2022), platformu kullanan gençlerin kendilik algıları (Atalay ve Tamkoç, 2022) ve TikTok'ta müzik kullanımı ve performans pratikleri (Koçer, 2021) gibi pek çok alanı kapsayan çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda sosyal göstergebilimsel bir inceleme, kullanıcıların kimliği ya da içeriği müzakere etmek, anlatılar oluşturmak ve yorumlarda bulunmak için göstergebilimsel kaynakları kullanarak platformun ekosisteminde nasıl gezindiğini anlamayı ve yorumlamayı amaçlamaktadır. Bu inceleme, platform pratikleri altında yatan görsel, dilbilimsel ve kültürel etkileşimi yorumlayarak TikTok'un öne çıkan sosyal göstergebilimsel yönlerini tartışmaya açmaktadır.

## **PLATFORM ÇALIŞMALARI VE SOSYAL GÖSTERGEBİLİM**

Platform çalışmaları kavramı, ilk olarak kültür ve platformlar arasındaki ilişkiyi materyal, teknik gelişim ve sosyal kültürel yönleri dikkate alarak analiz etmek için bir çerçeve sağlamak amacıyla kullanılmıştır (Bogost ve Montfort, 2007). Platform çalışmaları aynı zamanda kod çalışmaları, yazılım çalışmaları, dijital beşerî bilimler, medya altyapı çalışmaları ve oyun çalışmalarıyla metodoloji ve teorik çerçeve açısından ortaklaşmaktadır (Anable, 2018). Apperly ve Parikka'nın (2018) ortaya koyduğu üzere, platform çalışmaları önceki platform ve teknolojilerle hem süreklilik kuran hem de kopuşları işaret eden tarihsel bir yöntemdir.

Platform çalışmalarına sosyal göstergebilimsel çerçeveden bakıldığında ise, Djonov ve Van Leeuwen'in (2017:567) ortaya koyduğu üzere "yazılımla üretilen metinleri ve etkileşimleri değil, aynı zamanda yazılımın kendisini de incelemek hayati öneme sahiptir." Bu sebeple, platform çalışmaları teknik yönlerin yanı sıra, anlam yaratma pratiklerine dair bir yol sunabilmektedir. Medya ve iletişim çalışmaları alanında güncel platform çalışmaları Amerika Birleşik Devletleri merkezli örnekler etrafında gelişiyor olmasına rağmen, Çin'de de platformlaşmanın oldukça farklı bir yol izlediği bilinmektedir. Wang ve Lobato (2018) platform

çalışmaları perspektifinden Çin’de video paylaşım hizmeti sunan iQiyi üzerine yaptıkları incelemede, ortamın kendisi, piyasa yapısı ve platformun sağladığı olanaklara odaklanmanın yetersiz olduğunu ortaya koymuş; platform çalışmalarının platform arayüzleri, kişiselleştirme ve parçalanmayla da ilgili olduğunu ortaya koymuştur.

Platform çalışmaları kapsamında yapılan ve yalnızca dar bir ulusal çerçevede içerisinde tanımlanmayan incelemelerin hizmet ve içerik formatlarındaki tekdüzeliği sürdürmeyi engellediği görülmektedir. Buradan yola çıkarak anlaşılmaktadır ki, video oyun konsolları, içerik paylaşım siteleri ve sosyal medya uygulamalarını analiz etmeye odaklanmak, programlanabilirlik, olanaklar ve sınırlılıklar, heterojen aktörlerin bağlantısı ve veriye erişebilirlik gibi pek çok konu üzerinde yeni bir tartışma rotasını da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, platform çalışmalarına odaklanan pek çok araştırmacı, bakış açılarının medya ve kültürel çalışmalardan bilgi teorisine kadar uzanan ve farklı teorik yaklaşımlara olanak sağlayan bir süreklilik oluşturduğunu açıkça ifade etmektedir. Buna rağmen, Apperley ve Parikka’ya (2018) göre, platform çalışmalarının kullanılması kesin bir metodolojiyi işaret etmemektedir. Anlaşılacağı üzere, platform çalışmaları, kültürel ve politik bağlamlarında kurumlar olarak platformların gizli yapılanmasını anlamının yanı sıra hem platformun tanımını hem de içinden çıktığı medya ortamını yeniden anlamlandırmayı sağlamaktadır.

Sosyal göstergebilim, anlamın sosyal bağlamlarda işaretler ve semboller aracılığıyla nasıl yaratıldığını inceleyen teorik bir çerçevedir. Van Leeuwen’e (2005) göre, sosyal göstergebilim, dil, imgeler, ses ve jest gibi çeşitli iletişim biçimlerinin ve bu biçimlerin anlam yaratmak için nasıl birleştiğinin analizini içermektedir. Sosyal göstergebilimin temel kavramları, sırasıyla bir işaretin fiziksel biçimine, anlamına ve göndergesine atıfta bulunan gösterge, gösteren ve gösterileni içermektedir (Kress ve Van Leeuwen, 2001). Sosyal göstergebilim, insanların günlük yaşamda kullandığı göstergebilimsel kaynakların herhangi bir grubunu, dil kaynakları kadar görsel kaynakları ve diğer modları da incelemektedir (Hodge ve Kress, 1988).

Dili bir işaretler sistemi olarak ele alan Michael Halliday (1978:2), dilin sosyokültürel bir bağlam içinde yorumlanması gerektiğini savunmaktadır. Hodge ve Kress (1988) ise, dilin anlam oluşturmaya yönelik çok daha geniş bir yelpazedeki kültürel kaynakların yalnızca bir parçası olduğunu söylemektedir. Hodge ve Kress’in ortaya koyduğu bu varsayım, çok modluluk alanındaki mevcut pek çok çalışmanın içgörülerini oluşturmaktadır. Bu nedenle, çok modluluğun bir teorik zemin oluşturmadığını belirtmek ve sadece görsel tasarımın gramerinin bir sonucu olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Bu nedenle, sosyal göstergebilimin iletişikle

ilgili bir teori olduğunu söyleyebilmekteyiz. Günümüzde herhangi bir kullanıcı bir iletişimsel eylemle meşgul olmak üzere, öncelikle retor olarak hareket etmekte, ardından bir yapımcı olarak anlam yaratmak için başka kaynakları düzenleyen bir mesaj tasarımcısı olarak hareket etmektedir (Gualberto ve Kress, 2019).

Peirce (1931), göstergebilimsel iletişimin temel öğelerini bir araya getiren bir model ortaya koyarak, herhangi bir iletişim eylemini üç temel bileşen üzerinden ele almaktadır: gösterge, gösteren ve gösterilen. Gösterge, kendi dışındaki bir şeyi gösteren ya da düşündüren nesne ya da olgular; gösteren, göstergesinin algıladığımız imgesi ve gösterilen ise, mesajı alan kişinin zihninde oluşturulan kavram olarak ele alınmaktadır. Dilbilim, kültürel çalışmalar ve medya çalışmaları dahil olmak üzere bir dizi alanda göstergebilimsel analiz yaygın olarak kullanılmaktadır. Örneğin, reklamcılık alanında görsel iletişimi (Gobé, 2001), çevrimiçi topluluklarda internet geyiği şeklinde de bilinen internet *meme*'lerin kullanımını (Shifman, 2013) ve pek çok başka çalışmada da edebi metinlerde anlam inşasını analiz etmek için uygulanmıştır. Jakobson (1960) her biri göstergebilimin bir unsuruna karşılık gelen, iletişimde dilin altı işlevini (a) ifade işlevi, (b) çağrı işlevi, (c) referans işlevi, (ç) ilişki işlevi, (d) meta dilsel işlev, (e) şiirsel işlev olarak tanımlamaktadır.

TikTok, çok modlu içerik imkânı sunması, canlı yayın yapılabilmesi, video ya da resim paylaşılabilmesi, altyazı eklenebilmesi, etiket (*hashtag*) kullanarak daha fazla kişiye ulaşma, arama sonucu içeriğin kişilere gösterimi özelliklerini sunması, coğrafi konum bilgisi kullanımı ve yorum/beğeni/hediye alışverişi gibi özelliklerinden ötürü göstergebilim perspektifinden ele alınabilmektedir. Çünkü göstergebilim, işaretler, göndergeler ve yorumlayıcılar arasındaki etkileşim yoluyla anlamın nasıl yaratıldığını ortaya koymak için yararlı bir çerçeve sağlamaktadır. Bu nedenle, çok çeşitli kültür ve iletişim fenomenini analiz etmek için farklı alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır.

Literatürde sosyal göstergebilimin Facebook, Twitter ve Instagram gibi diğer sosyal medya platformlarına uygulamasını yapan araştırmalar bulunmaktadır (Bevins, 2014; Ekoç, 2014; Olaosun, 2016; Amık, Kırık, Soncu, 2017; Mirsarraf, Shairi ve Ahmadpanah, 2017; Moschini, 2018; Poulsen ve Kvåle, 2018; Poulsen, Kvåle ve Van Leeuwen, 2018; Birol ve Bakır, 2019; Muchena, 2021; Osei Fordjour, 2021; Şentürk ve Tos, 2021). Kress ve Van Leeuwen (2006), Facebook profillerinin görsel tasarımını analiz etmiş ve kullanıcıların çevrimiçi kimliklerini oluşturmak için çeşitli göstergebilimsel kaynakları kullandıklarını ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Twitter'da *hashtag*'lerin kullanımını da pek çok çalışma içerisinde

incelemiş ve kullanıcıların *tweet'lerini* belirli bir olay ve konuya bağlamasını sağlayan dizinsel referans biçimi olarak işlev gördükleri fikri doğrulanmıştır.

TikTok platformu konusunda da farklı perspektiflerden araştırmalar bulunmaktadır. Müzik kullanımı, görsel tasarım ve kullanıcı türevli içerik dahil olmak üzere, TikTok'un algoritması ya da yarattığı ekonomi gibi çeşitli yönlerini ve unsurlarını ele alan ve bunların da anlam yaratma sürecine nasıl katkıda bulunduğunu ortaya koyan araştırmalar yapılmıştır (Gül, Kuş ve Göksu, 2020; Yetkiner ve Öztürk, 2020; Çiçeklioğlu ve Ünal, 2021; Koçer, 2021; Şeker, 2021; Atalay ve Tamkoç, 2022; Kızılkaya, 2022; Tam, 2022; Yegen ve Bilgin, 2023). Yapılan araştırmalar içerisinde TikTok'un *hashtag'leri* ve meydan okumaları (challenge) kullanması ve bunların içerik dolaşımını ve toplulukların inşasını nasıl kolaylaştırdığı da analiz edilmiştir. Bunun yanı sıra, TikTok'un pleybek yapma ya da dudak senkronizasyonu (lip sync), dans meydan okumaları ve komedi skeçleri gibi kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerini ve bunların kültürel değerleri ve normları nasıl yansıttığı ve pekiştirdiği de ortaya konulmuş ve tartışılmıştır. TikTok kullanıcılarının ilgi çekici ve anlamlı içerik oluşturmak için müzik, metin ve jest gibi çok modlu kaynakları nasıl kullandığı da farklı platform örnekleri üzerinden analiz edilmiştir. Görüldüğü üzere, TikTok üzerine yapılan araştırmalar, platformun benzersiz özelliklerine, sağladığı olanaklara ve bunların anlam ve topluluk yaratılmasına nasıl katkıda bulunduğuna ışık tutmaktadır.

Sosyal medya platformlarının sosyal göstergebilimsel yönleri üzerine yapılan değerlendirmelere artan ilgi sebebiyle, uygulamanın sağladığı imkânların çok çeşitli ve kapsayıcı olmasından ötürü TikTok konusunda da genel bir değerlendirme yapmak gerekmektedir. TikTok'un kısa biçimli videoları ve düzenleme araçları gibi benzersiz özellikleri, sosyal göstergebilimsel analiz için yeni bir dizi zorluk ve aynı zamanda fırsat sunmaktadır.

## **TİKTOK'UN SOSYAL GÖSTERGEBİLİMSEL DETAYLARI**

TikTok platformunun sunduğu imkânlar ve olasılıklar, platformun kendi doğası gereği çoklu bileşenlere sahip olduğu gerçeği göz önüne alınarak düşünülmelidir. Bu incelemede bahsedilen ve üzerine düşünülen üç temel tema şunlardır: (i) alımlama ve katılımcı kültür, (ii) remiks (remix) stilleri, remiks estetiği ve göstergebilim, (iii) metinlerarası katmanlama (intertextual layering), nostalji ve kültürel referanslar.

## ALIMLAMA VE KATILIMCI KÜLTÜR

Sosyal göstergebilim, izleyicilerin kültürel metinlerle aktif bir şekilde etkileşime girdiği ve yeniden yorumladığı bir anlam oluşturma sürecinin işbirlikçi doğasını vurgulamaktadır. Bu nedenle, TikTok'u ele aldığımızda, platform üzerinden incelenebilecek alımlama ve katılım, katılımcı kültürün ilkelerini yansıtmaktadır. İzleyicilerin TikTok içeriğine verdiği tepkilerin sosyal göstergebilimsel analizi, kullanıcı etkileşimlerinin anlamların devam eden gelişimine nasıl katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Bireylerin katılımcı bir toplumda doğduklarına dikkat çeken Hofstede (1982, 1984), katılımcı bir toplumda yüksek yaşam kalitesinin daha çok aile ve grup içi ilişkilene çerçevesinde tanımlandığını belirtmektedir. Kısacası, katılımcı bir toplumda bireyler arasındaki bağların sıkı bir şekilde bütünleştiği bilinmektedir. Buna ek olarak, Henry Jenkins ise katılımcı kültür kavramını “insanların ağ üzerinden buluşarak ortak paydada etkileşim haline gelmesi” olarak tanımlamaktadır (1992:25; 2006). TikTok'un katılımcı kültürü içerisinde izleyici alımlama dinamiklerini incelemek, göstergebilim ve kullanıcı etkileşimi arasındaki simbiyotik ilişkiyi anlamak için önemli bir başlangıç sunmaktadır. İzleyicilerin içeriğin yeniden oluşturulması, başka bir içerik ile birleştirilmesi veya yeniden yorumlanmasına aktif olarak katkıda bulunduğu TikTok'un katılımcı ortamı, sosyal göstergebilimsel anlamın birlikte inşasına yaptığı vurguyla da anlaşılmaktadır. Bilindiği üzere, kullanıcıların iletişim araçlarında aktif rol alabileceği düşüncesi alımlama çalışmalarını doğurmuştur. Buradan da anlaşılacağı üzere, TikTok'taki izleyici alımlaması, sosyal göstergebilim içerisinde tartışılan ve savunulan aktif katılımı yansıtmaktadır. Bu noktada, izleyiciler paylaşılan görsel içeriklerin, seslerin ve metinlerin etkileşimini anlamaya çalışırken, kişisel deneyimleri ve kültürel bilgileri bağlamında anlamların birlikte oluşturulmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, TikTok'un katılımcı yapısı göstergeler ve izleyicilerin etkileşimi yoluyla oluşan anlamları barındırdığından göstergebilim fikriyle tamamen uyumludur.

İzleyicilerin TikTok içeriğine tepkileri ya da cevapları – ister yorumlar ister hediyeler, ister düetler veya remiksler yoluyla olsun – devam eden göstergebilimsel diyalogu genişletmektedir. Bu türden aktif bir katılım, göstergeler platform içerisinde üretilirken ya da tüketilirken, yeniden bir araya getirilirken ve yorumlanırken dinamik bir anlam alışverişini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, TikTok'un katılımcı doğası, izleyici katılımının platformdaki içeriğin gidişatını nasıl şekillendirdiğini vurgulamaktadır. İçeriği başka öğelerle yeniden oluşturması (remiks), izleyicileri pasif izleyicilerden aktif yaratıcılara dönüştürmektedir. Bu

durum da sosyal göstergebilim içerisinde anlamın inşasının ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir.

TikTok'un katılımcı kültürü, yaratıcılar ve izleyiciler arasındaki etkileşimlerle şekillenen, kolektif yaratıcılık ve yeniden yorumlama alanı olarak platformun potansiyelini ortaya koymaktadır. Sosyal göstergebilimsel bir mercekle aracılığıyla TikTok; anlamın sürekli olarak müzakere edildiği, başka öğelerin kullanımıyla yeniden oluşturulduğu ve birlikte inşa edildiği bir ortam olarak ele alınmakta ve kullanıcıları canlı göstergebilimsel bir manzarayla aktif bir şekilde ilgilenmeye ve buna katkıda bulunmaya davet etmektedir.

### **REMİKS STİLLERİ, REMİKS ESTETİĞİ VE GÖSTERGEBİLİM**

Bir olasılık platformu olarak TikTok, modern müzik ve video teknolojisinin yazılımlar ve sosyal medya aracılığıyla sıradan kullanıcıya erişimini kolaylaştırmaktadır. Sağladığı remiksleme becerisi sayesinde de pek çok içeriğin yeniden keşfedilmesine ve anlamlandırılmasına olanak tanımaktadır. TikTok'taki remikslerin görsel ve işitsel öğeleri, izleyicide belirli tepkiler ve çağrışımlar uyandırmak için içerik oluşturucular tarafından kullanılan göstergebilimsel stratejiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Halliday ve Hasan'a (1989) göre, sosyal göstergebilim, anlamın sadece göstergelere dayanmadığını, bunun yanı sıra göstergelerin bağlamlarından ve diğer göstergelerle olan ilişkilerinden ortaya çıktığını vurgulamaktadır. TikTok remikslerinde görsel öğeler, işitsel ipuçları ve hatta metinsel bindirmeler, karmaşık bir anlam ağı oluşturan göstergebilimsel kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır. TikTok'un görseller ve sesler gibi çeşitli göstergebilimsel modları harmanlama özelliği, içerik oluşturucuların tüketicilerde farklı duygular uyandırmasına, mizah yaratmasına veya kültürel referanslar oluşturmasına olanak tanıyarak izleyici katılımını artırmaktadır.

TikTok'un dinamik ve kullanıcı odaklı içerik oluşturma alanında, remiks stillerini ve estetiğini sosyal göstergebilimsel bir bakış açısıyla keşfetmek, görünüşte eğlenceli ve kısa videoların içine gömülü karmaşık anlam katmanlarını ortaya çıkarmaktadır. TikTok, içerik oluşturucuların farklı izleyicilerde yankı uyandıran farklı remiksler oluşturmak için göstergebilimsel kaynakları nasıl manipüle ettiğini örneklendirmektedir.

TikTok'taki remiksler çağdaş iletişimin akışkanlığını ve karmaşıklığını yansıtmaktadır. En yaygın örnekleri ise, kullanıcı türevli içerik kapsamında değerlendirilen internet *meme*'leri ve bunların remiksleridir. Bunlar, mevcut içeriğin yeniden bağlamsallaştırıldığı ve yeniden amaçlandırıldığı içeriklerdir. Bu noktada, sosyal göstergebilimin metinlerarası özelliğini ve göstergelerin belirli bir kültürel bağlamda nasıl konumlandırıldığını ortaya koymaktadır.

TikTok'ta üretilen ya da remikslenen internet *meme'lerini* sosyal göstergebilimsel bir bakış açısıyla incelemek, paylaşılan semboller ve referansların birleştirilmesiyle üretilen anlam katmanlarını ortaya çıkarabilmektedir. Kültürel bilgi birimleri olarak internet *meme'leri*, bir topluluğun görsel sembollere ve metinlere ilişkin ortak anlayışını barındırmakta ve yansıtmaktadır. TikTok özelinde düşündüğümüzde kullanıcılar, belirli tepkileri veya duyguları uyandırmak için genellikle mizahi bir şekilde yeniden bağlamsallaştırılan bu paylaşımlardaki sembollerden yararlanmaktadır.

TikTok'ta remiks kültürü örneği olarak kullanıcılar tarafından oluşturulan meydan okumalar, anlamın nasıl üretildiğini ve anlaşıldığını şekillendirmede tür geleneklerinin ve paylaşılan kültürel kodların rolünü ortaya koymaktadır. TikTok meydan okumalarını bu mercekten incelemek, kullanıcıların yeni katılımcı içerik biçimleri oluşturmak için yerleşik kodların ve uygulamaların yeniden karıştırılması konusunda nasıl müzakere ettiğini ortaya çıkarabilmektedir. Sosyal göstergebilimin çok modlu yaklaşımına uygun bir şekilde, bu tür meydan okumalar genellikle eğlenceli bir katılım duygusu uyandırmakta ve buna dair anlatılar oluşturmak için görselleri, metinleri ve sesleri bir araya getirmektedir. Meydan okumalardaki yeniden düzenleme (remiks) ise, içerik oluşturuculardan katılımcılara kadar uzanan bir süreçtir; çünkü her katılım, orijinal meydan okumanın benzersiz bir yorumunu ve yeniden yaratılmasını temsil etmektedir. Bu meydan okumalar içerisindeki göstergelerin kullanıcılar tarafından müzakere edilmesi ve kişisel olarak düzenlenmesi, sosyal göstergebilim içerisinde ele alınan işbirlikçi anlam oluşturma süreçlerini yansıtmaktadır.

TikTok'ta viral trendlerin ortaya çıkışı, remiks kültürünün dinamikleri üzerine incelemeyi de beraberinde getirmektedir. Sosyal göstergebilim, işaretlerin farklı kanallar aracılığıyla dolaşımının, onların kültürel yankılanmasına nasıl katkıda bulunduğunu da araştırmaktadır. Bu nedenle, TikTok'taki viral eğilimlerin yayılmasını incelemek, anlamların inşası üzerinden etkileşimi analiz etme imkânı sunmaktadır. TikTok'un viral trendleri, kullanıcıların aktif bir şekilde içeriğin remiks olarak tekrar sunulmasına katıldığından platformun katılımcı kültürünün somut bir örneğini ortaya koymaktadır. Viral trendler, yalnızca kolektif yaratıcılığın özünü yakalamakla kalmamakta, aynı zamanda göstergeler hem üreticiler hem de tüketiciler tarafından yeniden kodlanırken anlamın nasıl değiştiğini ve geliştiğini de göstermektedir.

TikTok trendlerinin akışkanlığı, içeriğin yeniden amaçlandırılması ve yeni bağlamlarda tekrar kullanımı ve bu bağlamlara uyarlanmasıyla belirgin bir hâl almaktadır. Ayrıca, TikTok'un viral trendleri ya da remiks uygulamalarının farklı göstergeleri bir araya getirmesi

platformun kültürel bir arabulucu rolünün nasıl üstlendiğini göstermektedir. Bu nedenle, TikTok'un viral eğilimleri, dinamik ve katılımcı bir dijital ortam içinde kolektif yaratıcılığı ve müzakereyi teşvik eden göstergebilimsel bir oyun alanı olarak platformun rolünü örneklendirmektedir.

## **METİNLERARASI KATMANLAMA, NOSTALJİ VE KÜLTÜREL**

### **REFERANSLAR**

Yeni anlamlar oluşturmak için birden fazla metnin iç içe geçtiği fenomen olan metinlerarası katmanlama, TikTok içeriğinde yaygın olarak görülmektedir. Sosyal göstergebilim, bu anlam katmanlarının kültürel bir çerçeve içerisinde göstergelerin dinamik etkileşimi yoluyla nasıl oluşturulduğunu ortaya koymamıza yardımcı olmaktadır. TikTok'un metinlerarası katmanlandırmasını analiz etmek, içerik oluşturucuların izleyicilerle etkileşim kurmak için çeşitli göstergebilimsel kaynaklardan yararlandığı karmaşık yolları ortaya çıkarabilmektedir.

Nostalji ve kültürel referanslar, TikTok'un çeşitli kullanıcı tabanında paylaşılan anlamları ortaya koymak için güçlü araçlar olarak ele alınmaktadır. Sosyal göstergebilim, kültürel referansların, bu referanslara aşına olan bireylerde oluşturduğu çağrışımlar aracılığıyla iletişim kaynakları olarak nasıl işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, nostalji ve kültürel referansların kullanımını incelemek, kullanılan referansların bir kimlik oluşturma ve topluluğa ait olma duygusunu oluşturmaya nasıl katkıda bulunduğu keşfetmemizi sağlamaktadır. Tanıdık sembollerin dâhil edilmesi, izleyicilerin kültürel repertuarına dokunarak onları anlatı içinde anlamları birlikte oluşturmaya davet etmektedir. Yine de TikTok'un kültürel referansları kullanması, yalnızca bu sembollere aşına olan izleyicileri meşgul etmekle kalmamakta, aynı zamanda izleyicilerin katmanlı anlamlar oluşturmak için işaretleri çözdüğü ve yeniden yorumladığı katılımcı öğrenmeyi de teşvik etmektedir.

Teşvik edilen topluluk oluşturma duygusu ve bağlantı kurma araçları, kullanıcıların doğrudan iletişimi ve etkileşimi ile de mümkündür. TikTok platformunda kullanıcıların izlerkitleden hediye ya da bağış talep etmesini sağlayan yöntemler bulunmaktadır. Bunların çeşitli sanal armağanlar ya da rozetler olduğu göz önünde bulundurulacak olursa, platformun teşvik ettiği topluluk ve bağlantı duygusundan yararlanarak coğrafi sınırların ötesindeki diğer kişileri desteklemeyi sağlamaktadır. Bunu çiçek türleri vb. pek çok göstergenin olduğu şekillerde yapması, tıpkı emoji çalışmalarındaki gibi sosyal göstergebilimsel bir analizi gerektirmektedir; çünkü bu noktada içerik oluşturma, etkileşim / beğeni, eğlence ve finansal destek arasındaki çizgileri bulanıklaştırmaktadır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

TikTok, kısa videoların paylaşıldığı popüler bir sosyal medya platformu olarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Kullanıcıların içerikleri üretme biçimleri ve çevrimiçi hayatlarına eşlik eden süreçlerde etkileşimlerini de dönüştürdüğü ve değiştirdiği gözlemlenebilir bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. TikTok'un yaratıcılığı teşvik etmesinin yanı sıra, içerik ve davranış sorunlarıyla eleştirilen bir sosyal medya platformu olduğu da bilinmektedir. TikTok, görsel ve işitsel bileşenleri üzerinden anlamın nasıl oluşturulduğu konusunda zengin bir analiz alanı sunmaktadır. Bu nedenle, TikTok'ta platformun sağladığı iletişimsel imkânlar ile anlam oluşturma süreçlerinin değerlendirilmesi için pek çok yaklaşımdan beslenilebilmekte ve TikTok'un etkileşimsel detayları sosyal göstergebilimsel bir bakış açısıyla incelenebilmektedir. TikTok, platform çalışmaları ve sosyal göstergebilimin birbirine ne kadar entegre olabildiğini göstermek açısından önemli örneklerden biridir. TikTok'un platform olarak özellikle müzik, içerik üretim süreçleri ve çeşitleri, algoritma etkisi ve topluluk oluşturma / bağlantı kurma araçları gibi yönleri incelendiğinde sosyal göstergebilimsel bakış açısına ihtiyaç duyulduğu açıkça görülmektedir.

TikTok'un ekosistemi, dijital çağda sosyal göstergebilimsel bir analizi gerektiren ve kullanıcı tarafından oluşturulan pek çok içeriği ve iletişim biçimini barındırmaktadır. Örneğin, TikTok'taki internet *meme*'leri, yeni anlamlar yaratmak için genellikle kültürel sembolleri, dili ve görsel ipuçlarını bir arada kullanmaktadır. Bu remiks stili, kolektif kültürle oluşan bilgiden anlamın nasıl ortaya çıktığını yansıtan, izleyicinin bu referanslara ilişkin ortak anlayışına dayanmaktadır. TikTok'taki internet *meme*'lerinin viral doğası ise, platformun yeniden düzenleme sürecine toplumsal ve çoklu katılımı teşvik etme yeteneğini de göstermektedir. Buradan yola çıkarak, söyleyebilmekteyiz ki, platform içerisindeki katılımcı kültür, sosyal göstergebilimin izleyicilerin anlamın inşasına aktif olarak katıldığı ve katkıda bulunduğu iddiasıyla da uyumludur.

TikTok'taki meydan okumalar (challenge), etkileşimi ve katılımı teşvik etmek için göstergebilimsel kaynakların nasıl yeniden bir araya getirildiğine örnek oluşturmaktadır. Platformun etkileşimli doğası, kullanıcıları yerleşik kodları yeniden karıştırmaya teşvik ederek kültürel gelenekler ve kişisel yaratıcılık arasında köprü kuran bir içeriğe yol açmaktadır. Sosyal göstergebilimsel bir mercekle aracılığıyla bu uyarlamalar, göstergelerin belirli bir kültürel bağlamda nasıl yeniden müzakere edildiğini ve yeniden bir araya getirildiğini ortaya koymaktadır. TikTok'un meydan okuma kültürü, platformun işaretlerin yeniden bir araya getirilmesi için dijital bir oyun alanı rolünün altını çizmekte ve topluluk katılımı duygusunu

beslemektedir. Temelde, TikTok'un kullanıcı tarafından oluşturulan meydan okumaları, yerleşik kodların etkileşimli olarak yeniden oluşturulmasıyla yön verilen remiks kültürünün temel ilkelerini somutlaştırmaktadır. Sosyal göstergebilim, bu zorlukların kullanıcıları gelenek ve yenilik arasında köprü kuran içeriği birlikte oluşturmaya nasıl davet ettiğini anlamak için değerli bir bakış açısı sunmaktadır.

TikTok'ta trendler, görseller, sesler ve metinler; modları, kültürleri ve duyguları aşan anlatılar oluşturmak için birleştirilmektedir. Bu nedenle, TikTok'un viral trendlerini inceleyerek remiks kültürünün karmaşıklıkları pek çok farklı örnek üzerinden araştırılabilmektedir. Sosyal göstergebilim, remiksler remikslendikçe eğilimlerin nasıl ortaya çıktığını ve anlamın evriminin nasıl işbirlikçi bir süreç olduğunu anlamak için değerli bir bakış açısı sağlamaktadır. TikTok'taki içerik oluşturucular, aynı anda kolektif kültürel bilgiden yararlanan ve yeni yorumlar sunan anlatılar oluşturmak için işaretleri yeniden karıştırma, görüntüleri, sesleri ve metinleri yan yana getirme olanaklarından faydalanmaktadır.

Sosyal göstergebilimin izleyicilerin yorumlayıcı rolüne odaklanması, TikTok'un dinamik ve izleyici odaklı kültürüyle güçlü bir şekilde örtüşmektedir. Temelde, TikTok'un metinlerarası katmanlaması, remiks kültürünün dönüştürücü potansiyelinin altını çizmekte ve göstergebilimsel kaynakları yeniden bir araya getirerek kullanıcılara karmaşık anlatılar yaratmaları için bir alan sunmaktadır. Buna ek olarak, bazı içerik oluşturucular bu uygulamayı içeriklerinden para kazanmak veya gelirlerini artırmak için bir strateji olarak kullanırken, TikTok'un hediyeler üzerinden oluşturduğu bir sosyal göstergebilimsel zeminden yararlanmaktadır. Bu bakış açısıyla, TikTok göstergebilimsel oyunun geliştiği, içerik oluşturucuların ve izleyicilerin kolektif bir göstergebilimsel diyaloga girdiği ve nihayetinde kültürel anlamları yeniden şekillendirdiği ve zenginleştirdiği bir ekosistem olarak ortaya çıkmaktadır.

## **KAYNAKÇA**

Anable, A. (2018). Platform studies. *Feminist Media Histories*, 4(2), 135-140.

Anık, C., Kırık, A. M., & Soncu, A. G. (2017). Sosyal medyanın göstergebilimsel dili: emojiler. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 8(26), 41-54.

Apperley, T., & Parikka, J. (2018). Platform studies' epistemic threshold. *Games and Culture*, 13(4), 349-369.

Atalay, Z., & Tamkoç, B. (2022). Tiktok Kullanan Gençlerin Kendilik Algılarının İncelenmesi. *Sosyal Sağlık Dergisi*, 2(2), 17-35.

Bevins, C. (2014). *Get Schooled: A visual social semiotic analysis of Target's branding using Instagram*. Liberty University.

- Birol, M., & Bakır, Z. N. (2019). Instagram fenomenlerinin paylaşımları üzerinden göstergebilimsel bir inceleme. *The Journal of International Scientific Researches*, 4(2), 195-221.
- Bogost, I., & Montfort, N. (2007). Platform Studies: Computing and Creativity on the VCS, MPC, and Wii. In *Proceedings of the Digital Arts and Cultures Conference (Melbourne, Australia September 14–18)*.
- Çiçeklioğlu, A. Ş., & Ünal, R. (2021). Haber üretimi ve dağıtımı bağlamında TikTok uygulaması ne vaat ediyor. *İlef Dergisi*, 69-98.
- Djonov, E., & Van Leeuwen, T. (2017). The power of semiotic software: A critical multimodal perspective. In *The Routledge handbook of critical discourse studies* (pp. 566-581). Routledge. doi:10.4324/978131573.
- Ekoç, A. (2014). Facebook groups as a supporting tool for language classrooms. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 15(3), 18-26.
- Gobé, M. (2001). Emotional branding: the new paradigm for connecting brands to people. *Allworth Communications Inc.*
- Gualberto, C., & Kress, G. (2019). Social semiotics. *The international encyclopedia of media literacy*, 1-9.
- Gül Ünlü, D., Kuş, O., & Göksu, O. (2020). " Videolarda Gerçek Hayattaki Gibi Değilim, Rol Yapmaktayım": TikTok Kullanıcılarının Benlik Performansları Üzerine Bir İnceleme. *Intermedia International e-Journal*, 7(12), 115-128.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1989). *Language, Context and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Geelong, Vic.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London, England: Edward Arnold.
- Hodge, R. & Kress, G. (1988). *Social semiotics*. Cambridge: Polity Press.
- Hofstede, G. (1982). Intercultural co-operation in organisations. *Management Decision*, 20(5), 53-67.
- Hofstede, G. (1984). The cultural relativity of the quality of life concept. *Academy of Management review*, 9(3), 389-398.
- Jakobson, R. (1960). Linguistics and poetics. In *Style in language* (pp. 350-377). MA: MIT Press.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, Routledge, New York.
- Jenkins, Henry (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kızılkaya, Z. Z. (2022). Gençlerin TikTok Kullanım ve Doyumu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 231-247.
- Kobaza, O. S. (2022). SOSYAL MEDYADA DUYARLILIĞIN YİTİMİ: TIKTOK ÖRNEĞİ. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 18, 82-99.
- Koçer, B. Y. (2021). Dijital Etnografi Perspektifinden Tiktok'ta Müziğin Kullanımı ve Performans Pratikleri. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14(36), 1317-1332.

- Kress, G. R., & Van Leeuwen, T. (2001). Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication. (*No Title*).
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Lemke, J. L. (1990). *Talking science: Language, learning, and values*. Norwood: Ablex Publishing Corporation.
- Mirsarraf, M., Shairi, H., & Ahmadpanah, A. (2017, Temmuz). Social semiotic aspects of Instagram social network. *2017 IEEE International Conference on Innovations in intelligent systems and applications (INISTA)* (pp. 460-465). IEEE.
- Moschini, I. (2018). Social semiotics and platform studies: an integrated perspective for the study of social media platforms. *Social Semiotics*, 28(5), 623-640.
- Muchena, T. C. (2021). Sexually suggestive content in advertising: A multimodal social semiotic analysis of Mambo's Chicken advertisements on Twitter. *Strategic Communications in Africa* İçinde (pp. 91-105). Routledge.
- Olaosun, I. E. (2016). Communicative Content of Selected Visual Construction of Humour on Facebook: A Visual Social Semiotic Analysis. *Analyzing Language and Humor in Online Communication* İçinde (pp. 85-100). IGI Global.
- Osei Fordjour, N. K. (2021). A multimodal social semiotic analysis of an African Vice President on Twitter. *Visual Communication Quarterly*, 28(4), 227-239.
- Peirce, C. (1931). In C. Hartshorne, P. Weiss & A. Burks (Eds.), *Collected writings*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Poulsen, S. V., & Kvåle, G. (2018). Studying social media as semiotic technology: a social semiotic multimodal framework. *Social semiotics*, 28(5), 700-717.
- Poulsen, S. V., Kvåle, G., & Van Leeuwen, T. (2018). Social media as semiotic technology. *Social Semiotics*, 28(5), 593-600.
- Shifman, L. (2013). *Memes in digital culture*. MIT press.
- Şeker, A. (2021). İncüencer Pazarlamamın Yükselen Gücü: Tiktok ve Twitch. *Dijital Pazarlamada Güncel Araştırmalar*, 45.
- Şentürk, Z. A., & Tos, O. (2021). Sosyal Medyada Simülasyon Pazarlamasının Göstergeleri: Facebook Uygulamalarına Yönelik Göstergelimsel Analiz. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1605-1640.
- Tam, M. S. (2022). Türk TikTokerların İçerik Paylaşım Pratikleri Üzerine Nicel Bir Araştırma. *Trt Akademi*, 7(14), 182-211.
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. Psychology Press.
- Wang, W. Y., & Lobato, R. (2019). Chinese video streaming services in the context of global platform studies. *Chinese Journal of Communication*, 12(3), 356-371.
- Yegen, C., & Bilgin, B. C. (2023). Alternatif Habercilik Çerçevesinde Tiktok: Politainment ve Bir 'Eğlence Haber'aracı Olarak Tiktok Platformunun Potansiyeli. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 11(1), 474-499.
- Yetkiner, B., & Öztürk, B. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Tik Tok Kullanımı. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 215-236.

## EXTENDED ABSTRACT

TikTok, a platform where users instantly share short videos or broadcast live, stands out as one of the most popular social media platforms worldwide. It is an undeniable fact that this application has created a transformation and change in the way users create and consume content, as well as how they interact with each other online. In this context, the social semiotics of TikTok emerge as an important research area. Research on how meaning is constructed, negotiated, and shared on this platform can be done by focusing especially on its visual and auditory components. This evaluation aims to shed light on the complex ways in which TikTok operated as a space of meaning-making and social interaction, as well as the meaning-making processes of the individual and society in general. This article examines the prominent social semiotic aspects of TikTok by interpreting the visual, linguistic, and cultural interaction underlying the platform's content.

The concept of platform studies was first used to provide a framework for analysing the relationship between culture and platforms, considering material, technical development, and socio-cultural aspects (Bogost & Montfort, 2007). Platform studies also share methodologies and theoretical frameworks with code studios, software studies, digital humanities, media infrastructure studies, and game studies (Anable, 2018). When looking at platform studies from a socio-semiotic framework, as Djonov and Van Leeuwen (2017: 567) mention, "it is vital to examine not only the texts and interactions produced by the software but also the software itself."

Social semiotics is a theoretical framework that examines how meaning is created through signs and symbols in social contexts. According to Van Leeuwen (2005), social semiotics includes the analysis of various forms of communication such as language, images, voice, and gesture, and how these forms combine to create meaning. In other words, social semiotics (Hodge & Kress, 1988) examine any set of semiotic resources that people use in daily life, visual resources as well as linguistic resources, and other modes. Despite the increasing interest in evaluations of social media platforms in terms of social semiotic aspects, it is necessary to make an inclusive and general evaluation regarding its application to TikTok, since the platform's range is very wide.

There are also studies from different perspectives on the TikTok platform. Research has been conducted on various aspects and elements of TikTok, such as its algorithm or the economy it creates, including music usage, visual design, and user-generated content, revealing how these contribute to the meaning-making process (Gül, Kuş, and Göksu, 2020; Yetkiner and

Öztürk, 2020; Çiçeklioğlu and Ünal, 2021; Koçer, 2021; Şeker, 2021; Atalay and Tamkoç, 2022; Kızılkaya, 2022; Tam, 2022; Yegen and Bilgin, 2023). Considering the opportunities and activities in the platform, the aspects listed and commented on in this article can be summarized within three different themes which are not strictly stated because the platform itself is multimodal. The three basic themes mentioned and commented on in this article are (i) reception and participatory culture, (ii) remix styles, remix aesthetics and semiotics, (iii) intertextual layering, nostalgia, and cultural references.

First, social semiotics emphasizes the collaborative nature of meaning-making in which audiences actively engage with and reinterpret cultural texts. Therefore, when we focus on the TikTok example, the reception and participation that can be examined through the platform reflect the principles of participatory culture. Social semiotic analysis of audience responses to TikTok content demonstrates how user interactions contribute to the ongoing development of meanings. Through a social semiotic lens, TikTok is treated as an environment where meaning is constantly negotiated, recreated, and co-constructed through the use of other elements, inviting viewers to actively engage with and contribute to a vibrant semiotic landscape.

Second, the audio and visual elements of the remixes in TikTok appear as semiotic strategies used by content creators to evoke certain reactions and associations in the audience. In TikTok remixes, visual elements, auditory cues, and even textual overlays appear as semiotic resources that create a complex web of meaning. TikTok's ability to blend various semiotic modes, such as images and sounds, allows creators to evoke emotions, create humour, or create cultural references, increasing audience engagement. Remixes on TikTok reflect the fluidity and complexity of contemporary communication. The most common examples are user-generated memes and their remixes, user-generated challenges, and viral trends.

Third, intertextual layering, the phenomenon where multiple texts are intertwined to create new meanings, is common in TikTok content. Social semiotics help us reveal how these layers of meaning are created through the dynamic interaction of signs within a cultural framework. Nostalgia and cultural references are also seen as powerful tools for revealing meanings shared across TikTok's diverse user base. Doing this through certain indicators and using the reference points of these indicators in different ways in the content requires a social semiotic analysis because it blurs the lines between content creation, entertainment, and financial support.

In light of all this, TikTok emerges as a space that fosters an ecosystem where semiotic play flourishes, where creators and audiences engage in a collective semiotic dialogue and ultimately reshape and enrich cultural meanings.