

EGEMENLIK KAYITSIZ SAKSISZ MILLETINDIR

Ulusal ve Küresel lekte

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi

Konuları

Editor

Doç. Dr. Őahin KARABULUT



Ulusal ve Küresel lekte Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Konuları

Editor
Doç. Dr. Őahin KARABULUT

 E K İ N
Basım Yayın Dağıtım

2022

© 2022 Ekin Yayınevi

Tüm hakları mahfuzdur. Bu kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 Sayılı Yasa'nın hükümlerine göre, kitabı yayınlayan yayınevinin izni olmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, özetlenemez, yayınlanamaz, depolanamaz.

Sertifika No: 48743

e_ISBN: 978-625-8235-90-6

Aralık 2022

Kapak Tasarımı: Aslı AYRANCI

EKİN Basım Yayın Dağıtım

Şehreküstü Mah. Cumhuriyet Cad.

Durak Sk. No: 2 Osmangazi / BURSA

Tel .: (0.224) 220 16 72 - 223 04 37

Fax.: (0.224) 223 41 12

e-mail: info@ekinyayinevi.com

www.ekinkitap.com

ÇİN'İN SOSYAL MEDYA YÜKSELİŞİ VE SİYASİ TEPKİLER: TİK TOK

İlhan ARAS¹

1. GİRİŞ

Vietnam ilk televizyon savaşı, 1991'de Irak ilk kablolu haber savaşı olarak nitelendirilmiştir. 2003'teki Irak Savaşı'nda ise, 2006'da ABD ordusu tarafından askerlerin bilgisayarlardan YouTube'a erişimi engellenmiş, böylece YouTube savaşı bitmiş ancak Irak Savaşı uzun süre devam etmiştir. 2012'de İsrail ve Hamas'ın ilk twitter savaşını yaptığı söylenmiştir. 2016'da IŞİD'i Musul'dan çıkarmak için yürütülen savaş "ilk Facebook savaşı" olarak duyurulmuştur. Rusya'nın Ukrayna'ya saldırması üzerine, Şubat 2022'de ise bu savaş "birinci TikTok Savaşı" olarak nitelendiren çok sayıda yazı yayınlanmaya başlamıştır (Tiffany, 2022).

Her geçen gün önemi artan sosyal medya, ekonomiden siyasete birçok alanda etkiler yaratmaya devam etmektedir. Sosyal medya tartışmalarında en önde gelen ülke olan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), tüm dünyada bu konuda yenilikleri ve tartışmaları belirleyen ülke olmayı sürdürmektedir. ABD'nin öncü rolü tartışmasız bir şekilde sürerken, Çin de sosyal medya konusunda yaptığı girişimlerle ABD'nin öncü rolüne güçlü bir rakip olabileceğinin işaretlerini vermiştir (Aras, 2021). Dünyanın en büyük nüfusu ve en hızlı ekonomik büyümesini kaydeden Çin, diğer ülkeler için çok önemli bir pazardır. Çin'deki sosyal medya ise, yabancı sosyal medya sitelerine/ uygulamalarına uygulanan sansürden dolayı dünyanın geri kalanından ayrılmaktadır. Çin'de kurulmamış Facebook, Twitter vb. uygulamaların Çinli kullanıcılar için engellenmesi bu durumu göstermektedir (Yang ve Ha, 2021: 297).

Çin kökenli sosyal medya konusunda ise en fazla öne çıkan TikTok olmuştur. Schuman'a (2020) göre, Facebook bebek resimleri paylaşmak için, Twitter siyasi amaçlar için, Instagram popülerliği göstermek için kullanılırken, TikTok'un her şeyin yapılabileceği "saçma bir sadeliği" vardır. Diğer sosyal medya uygulamaları gibi, TikTok'un da kısa zaman içerisinde hızlı yükselişi dikkatleri üzerine çekmiştir. Özellikle Çin kaynaklı olması ve ilk defa ABD ile sosyal medya alanındaki rekabete Çin'in güçlü bir şekilde girebilmesi TikTok'u siyasi alanda da tartışılır hale getirmiştir.

Çalışmada genellikle pazarlama, ekonomi, sosyoloji vd. alanlar üzerinden ele alınan TikTok'un siyaset alanındaki etkileri ele alınmıştır. Çalışmada siyasi tartışmalara konu olan TikTok'un devletler arası ilişkileri yansıtan özelliğinin incelenmesi amaçlanmıştır, böylece literatüre katkı sağlamaya çalışılmıştır. Çalışmada, başta ABD olmak üzere TikTok'un bir sorun haline geldiği/ getirildiği ve Çin'in TikTok üzerinden siyasi tartışmalar yaşadığı ülkelerdeki söylem ve politikalar seçilmiş, bu ülkelerdeki söylem ve politikalar çalışmanın temelini oluşturmuştur. Bu doğrultuda öncelikle TikTok'un hızlı gelişim sürecine, sonraki

¹ Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, ilhanaras@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5120-8117.

bölümde ise ABD-Çin ilişkilerindeki durumuna ve ABD'nin TikTok üzerinden Çin ile yürüttüğü mücadeleye değinilecektir. Ayrıca ABD haricinde birçok ülkede yasaklamalar veya incelemelere konu olan TikTok'un bu ülkelerde hangi siyasi tartışmalara konu olduğu gösterilecektir.

2. TikTok'UN YÜKSELİŞİ

TikTok farklı uygulamalar üzerinden doğmuştur. Öncelikle Şangay'da 2014 yılında temelleri atılan Musical.ly uygulaması ve daha sonra 2016'da Çin'den ByteDance'ın Douyin isimli benzer bir uygulaması başlangıç noktası olmuştur. Bu uygulama Çin ve Tayland'da 100 milyon kullanıcıya kadar ulaşmış, bu başarı sonrasında 2018'de ByteDance tarafından Musical.ly satın alınmıştır. Bu yeni uygulamanın adı da TikTok olmuş, kısa zaman sonra da tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Uygulamanın kullanıcıların deneyimlerinden hareketle beğenecekleri videoları hızlı bir şekilde öne çıkaran güçlü algoritması önemli bir fark yaratmaktadır. Öyle ki, viral hale gelebilecek bir içerik hızlı bir şekilde dolaşıma sokulabilmektedir (Tidy ve Galer, 2020). Klein'in (2022) de işaret ettiği gibi, TikTok'un gerçek gücü kullanıcıların verilerini toplaması değil, kullanıcılarının izlediği videolar ve ürettikleri içerikler üzerindeki etkisidir. Kullanıcıların görecekleri içerikleri belirleyebilen ve şeffaf olmayan algoritması daha fazla tartışmaya neden olmaktadır.

Bu noktada özellikle ByteDance'ın başarısından bahsetmek gerekmektedir. ByteDance'in kısa video platformu Douyin 2016'da kullanılmaya başlandığında Çin pazarında rekabet ettiği 10 kısa video uygulaması olmasına rağmen, yarışa en son katılan ByteDance, küresel başarı elde eden ilk Çin sosyal medya şirketi olmuştur (Tang, 2017'den aktaran Zeng vd., 2021: 3162). Kurucu isim Zhang Yiming, 2017'de TikTok'u geliştirdiklerinde video konusuna ağırlık verdiklerini ve sıradan insanlar için video yaratmanın zor olduğunu fark ettiklerini ve bunun nasıl çözebileceğine yoğunlaştıklarını ifade etmiştir. Teknolojiyi daha kolay erişilebilir hale getirerek ortalama bir insanın kendisini ifade etmesini sağlamak bu süreçte önemli hedefleri olmuştur (Schuman, 2020).

Miao vd. (2021: 9, 12) TikTok'un uluslararasılaşmasını Çin ekonomisinin küresel pazarda yer alabilmesi için önemli bir strateji olarak görmüştür. Ancak diğer taraftan, Çin'in otoriter bir ülke olduğunu ve TikTok'un da Çin'de doğduğundan dolayı hükümetin taleplerini yerine getirmek, Çinli yetkililerden gelen talepleri karşılamak zorunda olduğunu, bu durumun da ilgili ülke için bir ulusal güvenlik tehdidi yaratacağını belirtmiştir. Öyle ki, uygulama Çin'deki ise sansür mekanizmasından dolayı Douyin adıyla hizmet vermektedir. Eylül 2016'da aktif hale gelen uygulamada Çin'de 14 yaşından küçük kullanıcılar için 40 dakikalık bir sınır getirilmiştir (BBC Türkçe, 2021c). Douyin'in sadece Çin'de bulunması, sansür yasalarından dolayı var olan sınırlama ve sadece Çince içerik göstermesi dünyanın her yerinde içeriği barındıran TikTok'tan farklı olan özellikleridir (Yang ve Ha, 2021: 298). Bu nedenle, Shcuman'ın (2020) da belirttiği gibi, TikTok'un Çin'in hem en iyi hem de en kötü özelliklerini birlikte gösterdiğini belirtmiştir. Bir yandan sınırsız fikir üretme potansiyeline sahipken diğer yandan giderek genişleyen otoriterizmden kaynaklanan korku bu durumu göstermektedir.

Tablo 1 üzerinden TikTok'un kısaca gelişim sürecini görmek mümkündür. 2020 sonrası dönem de hızlı bir şekilde yükseliş ve birçok siyasi tartışmayla devam etmiştir.

Tablo 1. TikTok'un Gelişimi

Temmuz 2016	Douyin Çin'de resmen başladı.
Eylül 2017	Douyin'in uluslararası versiyonu TikTok başladı
Kasım 2017	Toutiao, Musical.ly'yi 1 milyar dolara satın aldı. Birleşme Ağustos 2018'de tamamlandı ve yeni platform TikTok adıyla güncellendi
Mayıs 2018	TikTok, Tayland'daki App Store'da zirveye yerleşti
Temmuz 2018	TikTok, Vietnam'da indirilme rekorunu kırdı
Kasım 2018	TikTok, dünya çapında 500 milyondan fazla kullanıcıya sahip oldu
Şubat 2019	Federal Ticaret Komisyonu (FTC), müzikal.ly'yi (yani TikTok) TikTok'tan 5,7 milyon dolarlık (38 milyon yuan) bir anlaşmayla çocukların kişisel bilgilerini yasa dışı olarak toplama konusunda uyarmıştır
Şubat 2019	Toplam indirme sayısı 1 milyarı aştı
Nisan 2019	Hindistan'da Chennai Yüksek Mahkemesi, TikTok'u yasakladıktan sonra tekrar açmıştır
Kasım 2019	ABD, TikTok'un sahibi ByteDance'in Musical.ly'yi satın almasıyla ilgili güvenlik soruşturması başlatacağını açıklamıştır
Aralık 2019	Kaliforniya'da kullanıcıların kişisel bilgilerini Çin'e aktardığı gerekçesiyle TikTok'a dava açılmıştır
Aralık 2019	Pentagon, çalışanlarından kişisel bilgilerinin sızdırılması ihtimali nedeniyle TikTok'un silinmesini istemiştir
Ocak 2020	ABD ordusu ve donanması, TikTok uygulamasını kaldırmayan telefonların Donanma iç ağını kullanmasına izin verilmeyeceğini söylemiştir. Ayrıca, devlet telefonlarında uygulamanın yasaklandığı ifade edilmiştir
Nisan 2020	TikTok, dünya çapında 2 milyar indirmeyi aşmıştır
Haziran 2020	Hindistan, TikTok'u yasaklamıştır
Temmuz 2020	Hindistan'ın yasaklamasından sonra ABD de Çin'in sosyal medya uygulamalarına sınırlamalar getireceğini duyurmuştur
Ağustos 2020	Trump, TikTok'a karşı bir yasaklama kararı alacağını duyurmuştur

Kaynak: (Miao vd., 2021: 8).

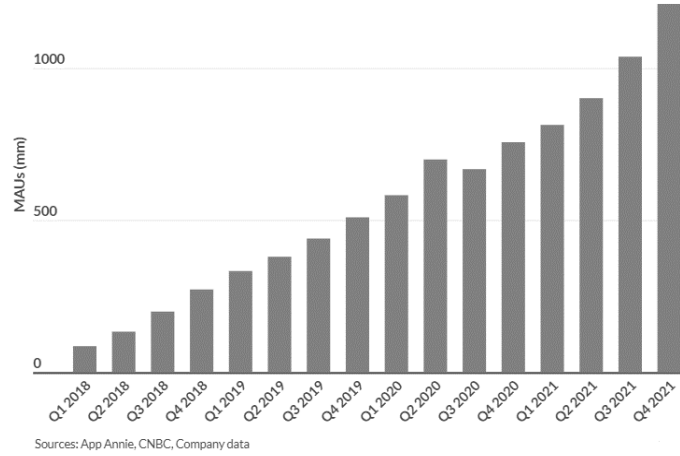
TikTok, kendisi için en önemli pazarların ABD, Avrupa, Brezilya, Güneydoğu Asya olduğunu açıklamıştır. Ocak 2018'de 55 milyon olan kullanıcı sayısı, özellikle pandemi dönemindeki yoğun ilginin de etkisiyle Eylül 2021'de 1 milyara ulaşmıştır. İlk çıktığında 15 saniyelik videolar oluşturulabilen TikTok, özellikle YouTube ile rekabetinden dolayı bu süreyi önce 60 saniyeye son olarak da 3 dakikaya uzatmıştır (Koyuncu, 2021).

2010 sonrası veriler incelendiğinde, TikTok'un çok hızlı büyüyen ve en fazla indirilen uygulama olduğu görülmektedir. Kullanıcılarının %90'ının günlük olarak kullandığı ve App Store ve Google Play'de Facebook ve Instagram gibi uygulamaların beğenilerini geride bırakan TikTok, dünya çapında en hızlı büyüyen sosyal medya uygulamalarından biri haline gelmiştir (Weimann ve Masri, 2020: 1-4).

Şekil 1'den görüldüğü gibi, TikTok'un kullanıcı sayısı hızlı ve düzenli bir şekilde artmış, 4 yıllık yükselişteki istikrar TikTok'u ABD'nin karşısında önemli bir rakip haline getirmiştir. 2021 4. çeyrek rakamına göre 1.2 milyar aktif kullanıcısı varken, 2022 sonu tahmini 1.5 milyar kullanıcıdır. Ayrıca 3 milyardan fazla indirilen TikTok'un kullanıcıların %59'u kadın olurken; kullanıcıların %28'i 18 yaşın altında, %35'i 19-29 yaş aralığında,

%18'i 30-39 yaş aralığında ve %19'u 39 yaş üstündedir. TikTok'un en fazla popüler olduğu ülkeler ABD, Endonezya ve Brezilya olurken, yaklaşık 200 milyon kullanıcıyla Çin'den sonra en büyük pazarı Hindistan olmuştur (Iqbal, 2022). 141 ülkede, 75 dilde kullanılan TikTok, Ocak 2022 itibarıyla 1 milyar aylık aktif kullanıcıya sahiptir. Kullanıcılar ayda ortalama 850 dakikayı uygulamada geçirmektedir. 3 milyardan fazla yüklenmeyle, oyun dışı uygulamalar arasında 3 milyar sınırını geçen beşinci ve daha önemlisi Facebook'a (Meta) ait olmadan bu başarıyı gösteren ilk uygulama olmuştur (Geyser, 2022).

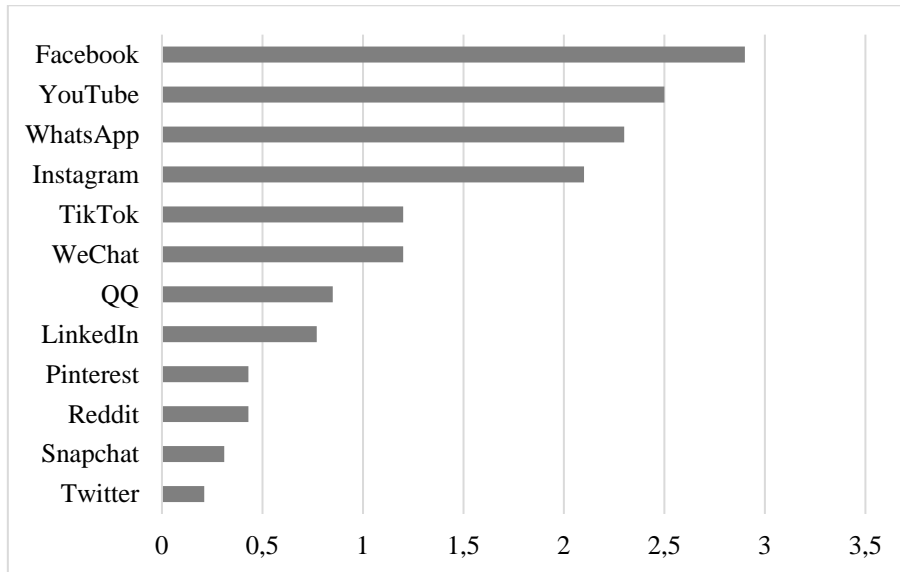
Şekil 1. TikTok Kullanıcı Sayısı (2018/1Ç-2021/4Ç)



Kaynak: (Iqbal, 2022)

Şekil 2'den görüldüğü gibi, en fazla kullanıcı sayısına sahip listesinde üst sıralarda kendine yer bulan TikTok, diğer uygulamalarla ciddi bir rekabet içinde olduğunu kanıtlamış ve bunu ilk defa yapması dikkate değer bir başarı olarak görülmüştür. Klein'in (2022) belirttiği gibi, 2021 yılında Twitter'dan daha fazla aktif kullanıcıya sahip olması, ABD'de YouTube'dan daha çok TikTok'ta zaman geçirilmesi, Facebook'dan daha fazla indirilmesi ve Google'dan daha fazla ziyaret edilmesi TikTok'un gelişimini göstermesi açısından önemli gelişmelerdir.

Şekil 2. TikTok ve Diğer Sosyal Medya Uygulamaları Kullanıcı Sayısı Karşılaştırması (milyar)



Kaynak: (Iqbal, 2022)

3. ABD-ÇİN REKABETİNDEKİ DURUM

Ağustos 2021 itibarıyla, Amerikan arama motoru Google'dan daha fazla kullanılmaya başlanan TikTok'un, 2020'deki 7. sırasıyla kıyaslandığında hızlı bir şekilde yükseldiği görülmektedir. Temmuz 2021'de üç milyarı aşan yüklenme sayısı, bir milyardan fazla aktif kullanıcısı ve giderek artan ilgi TikTok'u ön plana çıkarmıştır (BBC Türkçe, 2021a). Diğer taraftan, 2020 yılında en çok indirilen uygulamanın TikTok olmasının yanı sıra, ilk beşte ve Facebook'un sahip olmadığı tek uygulama olarak birinci sırada yer alması, 2018'den beri Facebook'un sahip olduğu ve en üst sıralarda yer alan WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger ve Facebook'u geride bırakması önemli bir başarı olmuştur (BBC Türkçe, 2021b).

TikTok'un kullanılırken çok az çeviri gerektirmesi ve dil üzerinden ilerlemeyen bir uygulama olmaması Çin'in diğer başarılı uygulamalarından ayrılan önemli bir özelliği olmuştur. ABD'nin sosyal medya sitelerinin erişemediği Çin'de doğan ve dünyaya yayılan TikTok, Çin'de ABD ile rekabet edebilen bir uygulamanın ortaya çıkabileceğini göstermiştir (Fannin, 2019). Segev (2020: 1) TikTok ile birlikte ABD ve Çin arasında sosyal medya üzerinden derinleşen bir mücadelenin ilk kez başladığını belirtmiştir. Schuman (2020) da TikTok'un sadece Çin'in ABD karşısındaki yükselişini göstermediğini, ABD-Çin arasındaki yeni bir savaşın da konusu olduğunu ifade etmiştir.

Kasım 2019'da ABD hükümeti tarafından TikTok'un ABD ulusal güvenliğine bir tehdit oluşturup oluşturmadığının tespit edilmesi için başlatılan süreç, ABD-Çin arasında TikTok üzerinden yürütülen rekabeti daha fazla görünür hale getirmiştir. TikTok'un özellikle Youtube, Instagram ve WhatsApp'ın önüne geçerek dünyada en fazla indirilen uygulama olması daha fazla dikkat çekmesine neden olmuştur. TikTok'un ABD'de 110 milyonu aşan kullanıcılarından topladığı verilerle ilgili olarak, ABD Kongresi tarafından yapılan uyarı konuyu gündeme taşımıştır (Amerika'nın Sesi, 2020g).

Cumhuriyetçi Senatör Josh Hawley de "insanların telefonlarındaki bir Truva atı" ve Pekin'in bir gözetleme aygıtı olarak nitelendirdiği TikTok'u kullanan Amerikalıların endişelenmeleri gerektiğini belirtmiştir (Schuman, 2020). Temmuz 2020'de ABD Senatosu tarafından Çin'in teknolojik yükselişinin "dijital otoriterleşme" amacıyla kullanıldığı ve bu durumun engellenmemesi durumunda internetin kurallarını Pekin'in belirleyeceği uyarısı dikkat çekmiştir. Senatör Bob Menendez öncülüğündeki Demokratlar tarafından hazırlanan Senato raporunda; Çin'in dijital gözetleme ve izleme teknolojilerinin otoriterleşmeye nasıl hizmet ettiği ve bu teknolojiyi Venezuela, Özbekistan ve Zimbabve gibi ülkelere ihraç ettiğinden; ÇKP'nin (Çin Komünist Partisi) Uygur Müslümanlarına baskı yapmak için Şincan Uygur Özerk Bölgesi'ndeki dijital izleme faaliyetlerinden, Çin'in dijital teknolojisiyle diğer ülkeler üzerindeki nüfuzunu artırdığından bahsedilmiştir. Ayrıca, Çin'in dijital alandaki bu yükselişle ABD'nin önüne geçeceği ve Başkan Trump'ın Çin'in bu yükselişine karşılık vermediği, bu karşılık için "Dijital Haklar Teşvik Fonu" oluşturulabileceği, ABD'de siber askeri hizmet akademisi kurulması ve ABD'nin diğer ülkelerle bir koalisyon kurabileceği gibi çözümler de ifade edilmiştir (Amerika'nın Sesi, 2020f).

Ağustos 2020 başlarında ABD Dışişleri Bakanı Mike Pompeo internet alanında ABD için ulusal güvenlik tehdidi olan Çin'e karşı "Temiz Ağ" planını gündeme getirmiş,

ABD'deki hassas bilgilerin depolanması ve işlenmesinin önüne geçilmek istediğini belirtmiştir. “Temiz Ağ” adı verilen plan şu hususları içermiştir (Amerika'nın Sesi, 2020e):

- Çin'in güvenilir olmayan telekomünikasyon şirketlerinin ABD'deki telekomünikasyon ağlarıyla bağlantısının olmamasının sağlanması, Güvenilir olmayan uygulamaların ABD'deki cep telefonu uygulamaları mağazalarından kaldırılması,
- Güvenilir uygulamaların, Çin'in güvenilir olmayan akıllı telefon üreticilerinin uygulama mağazalarında yer alması ve bu mağazalardan indirilmesinin engellenmesi,
- ABD vatandaşlarına ait hassas kişisel verilerin ya da Covid-19 aşısı araştırmaları dahil olmak üzere şirketlere ait fikri mülkiyetin, Alibaba, Baidu ve Tencent gibi şirketler üzerinden yabancı hasım devletlerin erişiminin bulunduğu bulut tabanlı sistemlerde depolanması ve işlenmesinin engellenmesi,
- ABD'yi küresel internet ağına bağlayan deniz altındaki kabloların Çin tarafından istihbarat toplama amacıyla çökertilmesinin engellenmesi.

Trump, imzaladığı kararnamede Çinli ByteDance şirketiyle ilgili “ABD'nin ulusal güvenliğini tehdit edebilecek bir adım atabileceğini düşünmeme yol açan güvenilir kanıtlar var” ifadesini kullanmış, Amerika halkını siber saldırılara karşı korumayı amaçladığını belirtmiştir. Bu amaçla daha önce de, federal çalışanların devlet tarafından verilen akıllı cihazlara bu uygulamanın yüklenmesini yasaklamıştır (Amerika'nın Sesi, 2020d).

Ağustos 2020'de ABD Dışişleri Bakanı Mike Pompeo, bilgilerini Çin hükümetiyle paylaştığını ve ABD için giderek daha fazla ulusal güvenlik riski haline gelen Çinli şirketler için harekete geçileceğini şu şekilde açıklamıştır: “Başkan Trump ‘yeter’ dedi ve biz de bu durumu düzelterek. Başkan, Çin Komünist Partisi ile bağlantılı yazılımlarla ortaya çıkan geniş bir dizi ulusal güvenlik riskiyle ilgili önümüzdeki günlerde harekete geçecek”. TikTok'un bağlı olduğu Çinli ByteDance şirketi ise, Amerikalı kullanıcıların verilerinin ABD'de ve Singapur'da saklandığını ve Çin yönetimiyle paylaşılmadığını açıklamıştır (Amerika'nın Sesi, 2020a). Eylül 2020'de Trump'ın ABD'deki telefonlara TikTok'un yüklenmesinin yasaklanması kararı, Washington'daki federal bölge mahkemesi tarafından geçici olarak durdurulmuştur. Söz konusu yasak, TikTok uygulamasını indirmiş olanların kullanmasını yasaklamamış, Amerika'daki yeni kullanıcıların uygulamayı indirmesini engellemeyi amaçlamıştır. TikTok avukatları yasaklamanın ifade özgürlüğünün ihlali olacağını ve şirkete büyük zararlar vereceğini savunmuştur. Çin yönetimi ise, ABD'nin ulusal güvenlik tehdidi iddialarının doğru olmadığını ve Çinli şirketlere baskı yaptığı belirtmiştir (Amerika'nın Sesi, 2020b).

Trump Ağustos 2020'de 90 gün süre vererek, TikTok ile sorunların çözülebilmesi için TikTok'un Amerikalı kullanıcılara ait bilgilerin ABD'de tutulması ve TikTok hisselerinin bir kısmının ABD'li şirketlere satılması şartıyla olumlu adımlar atılacağını belirtmiştir. Buna göre, %12,5 hissesi Oracle, %7,5 hissesi Walmart'a ait olacak yeni TikTok Global şirketi 100 milyon civarında Amerikalı kullanıcının bilgilerini ABD'de tutacaktır (Amerika'nın Sesi, 2020c). Ancak Biden'ın Başkan olmasıyla, TikTok'un yasaklanma durumu gündemden kalkmış ve yapılacak bu satım anlaşması da rafa kaldırılmıştır (BBC Türkçe, 2021b).

Sak'a (2020) göre, ABD'nin Çin ile TikTok üzerinden yürüttüğü rekabetin veya ABD'nin TikTok korkusunun arkasında yatan neden, TikTok'un dünyanın en gelişmiş yapay zeka teknolojisine sahip olmasıdır. Bütün ülkelerdeki kullanıcıların ilgilerini ve beğenilerini

birbirleriyle eşleştirebilme özelliği uygulamayı öne çıkarmaktadır. Bu nedenle, dünyada “zengin veri çağından akıllı veri çağına” geçişte TikTok rakiplerinden ayrılmaktadır. ABD’nin rekabetinde TikTok’dan daha önemli olan konu yapay zeka yarışında gelecek on yılda Çin’in ABD’nin birinciliğini tehdit etmesidir. Bu noktada, ABD bir yandan Çin ile bu rekabeti yürütmek zorunda kalmakta diğer yandan Çin’e uygulayacağı yasaklar da kendi uygulamalarına yönelik uygulanabilecek yasalara veya tartışmalara zemin hazırlamaktadır.

Tablo 2’den TikTok ile ilgili tartışmaların sebebinin görmek mümkündür. En fazla indirilen 7. uygulama olan TikTok, tamamen ABD şirketlerinin olduğu bir sıralamaya Çin’in etkin bir şekilde girebileceğini göstermesi nedeniyle önemlidir. ABD’nin TikTok üzerinden Çin ile yaptığı mücadele, Çin’in başka uygulamalarının bu sıralamaya girmesi ve üst sıralara doğru yükselebileme potansiyelinden kaynaklanmaktadır. Bu durum da, ABD’nin bu alandaki öncü rolü için bir risk oluşturmaktadır. ABD Kongre Araştırma Servisi’nin (Congressional Research Service) Aralık 2020 tarihli TikTok ile ilgili raporunda da belirttiği gibi “ABD kullanıcılarının erişebildiği uygulamaların çeşitliliği muazzamdır. Gelecekte yabancı şirketlerin diğer uygulamalarında da TikTok örneğine benzer durumlar ortaya çıkabilir.” (Congressional Research Service, 2020: 11).

Tablo 2. 2010 Sonrası En Fazla İndirilen Uygulamalar

1	Facebook	Facebook	ABD
2	Facebook Messenger	Facebook	ABD
3	WhatsApp Messenger	Facebook	ABD
4	Instagram	Facebook	ABD
5	Snapchat	Snap	ABD
6	Skype	Microsoft	ABD
7	TikTok	ByteDance	Çin
8	UC Browser	Alibaba Group	Çin
9	YouTube	Google	ABD
10	Twitter	Twitter	ABD

Kaynak: (data.ai, t.y.)

2022’de Rusya’nın Ukrayna’ya saldırması üzerine Beyaz Saray Sözcüsü ve Ulusal Güvenlik Konseyi’nden oluşan bir ekip, TikTok’ta en fazla takipçiye sahip hesaplar arasında olan 30 hesap sahibiyile Zoom üzerinden bir toplantı yapmıştır. Toplantıda ABD’nin bölgedeki stratejik hedefleri, yapılan yardımlar ve son gelişmeler hakkında bilgi verilmiştir. Beyaz Saray’ın özellikle gençler üzerinde önemli etkileri olan TikTok’u Ukrayna savaşı hakkında doğru bilgi aktarılması için daha fazla dikkate aldığı görülmüştür. Diğer taraftan Rusya’nın kendi propagandasını yapmak için TikTok’taki bazı çok takipçili isimlere para ödediği iddiaları, ABD’nin TikTok üzerinden hareket etmesiyle birlikte düşünüldüğünde uygulamanın özellikle gençler üzerindeki etkisini göstermektedir (Independent Türkçe, 2022; Yalçınalp, 2022). Akın Ünver’in de dikkat çektiği gibi, “Beyaz Saray, Twitter influencerlarını toplamadı, Facebook influencerlarını toplamadı, Youtube influencerlarını da toplamadı, TikTok influencerlarını topladı.” (Yalçınalp, 2022). Bu durum da TikTok’un süreçteki önemini göstermektedir.

4. TIKTOK'A TEPKİLER VE ÜLKELERDEKİ TARTIŞMALAR

CNBC ve The Guardian'ın, TikTok'un Çin için hassas veya tartışmalı konular olarak gördüğü Tiananmen Meydanı, Tibet veya Müslüman Uygurların durumlarıyla ilgili videoların denetlediği şeklindeki haberleri üzerine TikTok'un bu konularda denetleme yapmayacağını açıklaması Çin devletiyle ilişkisini gündeme getirmesi açısından dikkate değerdir (Marcus, 2021). Çin'e ait olan bir uygulamanın ilk defa bu kadar başarılı olması ve daha önce hiç görülmediği kadar hızlı bir şekilde yayılması bazı ülkelerde tepkilere neden olmuştur. Özellikle Çin ile bazı ekonomik-siyasi gerilimler içinde olan ülkelerin TikTok üzerinden bu rekabeti sürdürdüğü görülmüştür. Bu noktada en fazla dikkat çeken ülke Trump yönetimindeki ABD olmuştur. Ancak TikTok ile ilgili tartışmalarda öne çıkan tek ülke ABD olmamıştır. Örneğin, Hindistan Nisan 2019'da TikTok'u yasaklamış ancak daha sonra bu karar uygulanamamıştır. Diğer taraftan İngiltere Enformasyon Ofisi ve Avustralya istihbarat ajanslarının TikTok'u incelediğini de belirtmek mümkündür (Tidy ve Galer, 2020). Bu yasaklama ilk girişim değildi. Temmuz 2018'de Endonezya hükümeti, uygunsuz içerik ve dine hareket gibi nedenlerden dolayı TikTok'u yasakladığını açıklamıştır. TikTok, rahatsızlık yaratan içerikleri sansürlemesi için 20 personel görevlendirdiğini açıklayınca yasaklama kaldırılmıştır (Weimann ve Masri, 2020: 4-5).

TikTok korkusunu bazı ülkelerde yayınlanan güvenlik raporlarında da görmek mümkündür. 2019 yılında İsrail bilgi güvenliği şirketi Check Point uygulamada ortaya çıkaran güvenlik zayıflıklarıyla ilgili bir rapor yayınlamıştır (Segev, 2020: 2). TikTok sonraki dönemde de İsrail-Filistin arasında "Kudüs Haber Ağı" isimli Filistin haber kuruluşuna ait TikTok hesabının TikTok tarafından silinmesiyle tekrar gündeme gelmiştir. Hesabın videolarında, Filistindeki ihlaller ve Arap-İsrail ilişkilerinin normalleşmesi eleştirilmiştir. ABD kökenli sosyal medya hesaplarının kısıtlamalarından kurtulmak için Filistinliler tarafından yaygın bir şekilde kullanılan TikTok'un bu şekilde bir tartışma yaratması dikkat çekmiştir (Semiz, 2021). İsrail'deki TikTok tartışmaları, diğer sosyal medya uygulamalarıyla birlikte, Dışişleri Bakanlığı tarafından toplam 30 milyon takipçisi olan genç "influencer"lara verilecek eğitimle tekrar gündeme gelmiştir. Sosyal medyada İsrail'e yönelik eleştirilere, Siyonizm ve Yahudi karşıtı yorumlara nasıl cevap vermeleri gerektiği bu eğitimdeki konular olacaktır (Şalom, 2022). Çünkü TikTok diğer birçok uygulamada olduğu gibi, siyahi ve Yahudi karşıtlığına veya Neo-Nazi propagandalarına sahne olabilmektedir (Weimann ve Masri, 2020: 1).

2019'da ABD'de yaşayan Feroza Aziz, makyaj önerisi olarak çektiği TikTok paylaşımında Doğu Türkistan'daki toplama kamplarını şu şekilde gündeme getirmiştir:

"Merhaba arkadaşlar size şimdi nasıl uzun kirpiklere sahip olacağınızı anlatacağım. Yapmanız gereken şu, kirpik kıvrıcısını alın, kirpiklerinizi sıkıştırıp kıvrın, sonra bunu bir kenara koyun. [...] Şimdi şu anda elinizdeki telefonu kullanarak Çin'de neler olduğunu araştırın. Nasıl toplama kampları kurarak masum Müslümanları tuttuklarını, ailelerinden ayırdıklarını, kaçırdıklarını, tecavüz ettiklerini, domuz eti yemeye, içki içmeye, dinlerini değiştirmeye zorladıklarını ve eğer bunları yapmazlarsa ölümle tehdit ettiklerini görün. [...] Sonra kirpik kıvrıcınızı yeniden elinize alın..." (Bag, 2019).

Aziz'in bu paylaşımı TikTok'ta 1.6 milyon defa izlenmiş, 500 bin beğeni almıştır. Video, TikTok'ta yayınlanırken, uygulamanın Çin'deki versiyonu olan Douyin'de yayından

kaldırılmıştır. TikTok da videoyu kaldırıldıktan kısa bir süre sonra video şu açıklamayla tekrar yüklenmiştir: “Tarafımızdan kaynaklanan insani hata için kullanıcıdan özür dileriz. [...] Bu videoda olduğu gibi topluluk kurallarımız gereği hiçbir şeyin içeriğinin engellemediğinin açıklığa kavuşturulması önemli. Videonun kaldırılmaması gerekiyordu.” (Bag, 2019).

TikTok siyasi tartışmalara sahne olmadan önce Hindistan, TikTok’un durdurulamaz yükselişine odaklanmış ve TikTok dijital bir eğlence devi olarak kabul edilmiştir (Miao vd., 2021: 8). Ancak ilerleyen zamanlarda, Hindistan hükümeti Ocak 2021’de, Çinli şirketlerin gizlilik ve güvenlik konusunda yeterli açıklama yapmaması üzerine TikTok’u “ülkenin egemenliğine ve bütünlüğüne, ülke savunmasına, devletin güvenliğine ve kamu düzenine zarar verdiği” gerekçesiyle yasaklama kararı almıştır (Euronews, 2021a). Bu yasaklama, tartışmalı bir konu olan Himalaya sınırı boyunca Çin birlikleriyle çıkan ve son 60 yılın en kötü çatışması sonrasında 20 Hindistan askerinin öldürülmesinden sonra olmuştur. Hindistan, Çin’i binlerce asker ve topçuyu tartışmalı bölgelere hareket ettirmekle suçlamıştır. Hindistan’da 200 milyondan fazla kullanıcı olması ve uygulamayı en fazla indiren ülke olması yasaklamayı önemli bir gündem haline getirmiştir (Ellis-Petersen, 2020; Mishra vd. 2022).

Avrupa Birliği tarafından TikTok için bir yasaklama yayınlanmamasına rağmen, diğer ülkelerdeki endişelere benzer olarak uygulamanın gizlilik politikalarına yönelik bir inceleme başlatılmıştır. Japonya da benzer şekilde TikTok’a daha fazla dikkat etmeye başlamıştır. Liberal Demokrat Parti’den gelen açıklamada “Sadece Başkan Trump değil, İngiltere ve Hindistan gibi ülkeler de risklerin yavaş yavaş farkına varmaktadır. Riskleri dikkate alan çok sayıda ülke olduğu için, Japonya da bu durumu izlemekle yetinemez” açıklaması gelmiştir (Hassan ve Mellen, 2020). Mart 2021’de, Pakistan’da “ahlaksız içerik yayınladığı” gerekçesiyle ve “ülkenin kültürel değerlerine karşı müstehcenliği yaydığına işaret ederek” TikTok’taki videoların Pakistan toplumu için kabul edilemez olduğuna karar verilmiştir (Euronews, 2021b). Pakistan’da TikTok’a ilişkin tartışmalar bununla sınırlı kalmamıştır. Ekim 2021’de, son 15 ayda dördüncü defa TikTok’a uygulanan engel kaldırılmıştır. TikTok’un Pakistan’a “yasadışı içerik” üretenlerin engelleneceğine dair güvence vermesi üzerine engel bir kez daha kaldırılmıştır (AP News, 2021). Nisan 2022’deki bir diğer gelişme, Taliban’ın Afganistan’da TikTok’u “genç nesli yanlış yönlendirdiği” gerekçesiyle yasaklama kararı olmuştur (Putz, 2022). Karar, Taliban’ın bu doğrultuda aldığı ilk yasaklama kararı olması nedeniyle dikkat çekmiştir. TikTok üzerinden meydana gelen bazı diplomatik sorunlar da olmuştur. Örneğin, Bolivya’nın Paraguay büyükelçisi Mario Cronembold, TikTok’ta Paraguay’ın ulusal içeceği “terere” ile alay ettiği videosu “hakaret” olarak nitelendirmiş ve “istenmeyen kişi” ilan edilmiştir (Sputnik Türkiye, 2021).

2022 yılında Ukrayna’daki savaş hakkında “birinci TikTok Savaşı” yorumları yapılmış, Ayşenur Dal da “TikTok Savaşı denmesi ve bunun neden ilginç olduğuna bakarsak [...] eğlence için kurulmuş bir platformdan bahsediyoruz ama Tiktok’u TikTok yapan şeyler tam da kriz durumlarında dezenformasyonu çok kolaylaştıracak özellikler haline geliyor. [...] Rus-Ukrayna Savaşı, TikTok şirketi açısından da öğretici olacaktır.” (Yalçınalp, 2022) şeklinde Ukrayna’daki gelişmelerin TikTok’tan öğrenilmesinin yanı sıra uygulamanın yanlış bilgileri de hızlıca yaydığını belirtmiştir. Rusya Devlet Başkanı Putin, Rusya-Ukrayna savaşıyla ilgili olarak “sahte bilgi yayanlara” 15 yıla kadar hapis cezası verilmesini öngören

düzenlemeyi onaylamış bunun üzerine TikTok'un Rusya'daki bazı hizmetlerini askıya aldığı görülmüştür (Bloomberg HT, 2022).

Tiffany'e (2022) göre ise, Ukrayna'daki savaş hakkında "birinci TikTok Savaşı" yorumları tam olarak doğru da değildir. TikTok, Azerbaycan askerleri tarafından Dağlık Karabağ savaşında ya da 2021'de Afganistan'ın Taliban tarafından ele geçirilmesinde de yaygın bir şekilde kullanılmıştır. Diğer taraftan, İsrail'in Gazze'yi bombalaması süreci "TikTok intifadası" olarak nitelendirilmiştir. Ball'ın (2021) da TikTok intifadasında belirttiği gibi, Kudüs'teki çatışmalar yeni bir durum değildir ancak günümüzdeki farkı bir olayın hızlı bir şekilde kaydedilmesi, sosyal medyaya yüklenmesi ve birkaç dakika içinde milyonlara ulaşabilmesidir.

5. SONUÇ

Uluslararası İlişkilerin değişen yapısı, dinamikleri ve aktörleri zamanla farklı tartışmaları gündeme getirmektedir. Twitter, Facebook veya YouTube gibi sosyal medya uygulamalarının siyasi gelişmelerde ne kadar etkili olabileceği özellikle Arap Baharı sürecinde görülmüştür. Ayrıca, sosyal medya ile ilgili tartışmalar ağırlıklı olarak ABD merkezli yürütülmüş ve en önemli sosyal medya uygulamaları ABD kökenli olmayı sürdürmüştür. Gray'in (2021: 19) de belirttiği gibi, dijital platformlar kullanıcılarının gizliliğini ve güvenliğini tehdit etme, ideolojik etki kapasitelerine sahip olma ve ekonomik çıkar için kullanıcılarının bilgilerini kullanma açısından birbirlerine benzemektedir. TikTok aslında ABD'nin ekonomik ve stratejik avantajlarını kaybetmek istemediği ve sosyal medyanın öneminin daha iyi anlaşıldığı bir zamandaki rekabetin konusu olmasıyla öne çıkmıştır.

Dünyanın en büyük ikinci ekonomisi olan Çin, ABD'nin baskın bir şekilde yer aldığı en önemli sosyal medya listesinde kendisine TikTok ile yer bulmuştur. TikTok'un kalıcı olarak başarısını sürdürmesi veya kısa bir zaman sonra etkisinin azalması nedeniyle geçici olarak popüler olması fark etmeksizin, aslında önemli olan Çin'in ilk defa dünyaya yayılan bir uygulamayı ortaya çıkarabilmesidir. Sosyal medya doğası gereği yükselen ve zamanla etkisi azalabilen bir dinamiğe sahiptir. TikTok'u da benzer bir süreç bekleyebilir. Ancak çalışmada özellikle ortaya konulmaya çalışılan ilk husus, Çin'in küresel sosyal medya yarışında ilk defa yer almasının ve ABD ile bu konuda yarışa girebilmesinin önemidir. Çin bunu TikTok ile başarmıştır. Bu nedenle, TikTok'tan en fazla çıkarım yapması gereken ülke Çin'dir. Çin'in ilerleyen yıllarda TikTok gibi başarılı uygulamalarının hangi fırsatlara sahip olacağını ve hangi tepkileri çekebileceğini TikTok üzerinden görmek mümkündür.

TikTok, Çin'in ilk küresel başarısı olduğu için değerlidir. Çin açısından bir başarı olan bu durum, ABD açısından bir tehdit olarak görülmüştür. Bu doğrultuda, ABD-Çin arasındaki ekonomik rekabetin bir cephesi de sosyal medya üzerinden açılmıştır. TikTok da bu aşamada yeni nesil bir Soğuk Savaş'ta dikkat çeken bir konu olmuştur. Bu çerçevede çalışmada gösterilen ikinci husus, ABD haricindeki diğer ülkelerin de Çin ile yaşadıkları siyasi anlaşmazlıkları TikTok üzerinden yürütebildiğidir.

Çin, bir yandan dünyadaki sosyal medya uygulamalarının kullanılmasını kendi ülkesinde yasaklamakta diğer yandan kendi uygulaması olan TikTok'u dünyaya pazarlamaya / yaymaya çalışmaktadır. İlginç bir şekilde kendi ülkesinde ABD kökenli uygulamaları yasaklayan Çin, kendi uygulamalarına getirilen yasalara sert bir şekilde tepki göstermekte özellikle TikTok üzerindeki engellemeleri haksız bulmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın gösterdiği üçüncü husus da, Çin'in otoriter bir yönetim olarak kabul edilmesinin kendisine yöneltilen eleştirilerin artmasına sebep olduğudur.

KAYNAKÇA

- Amerika'nın Sesi. (2020a). Trump Çin'le Bilgi Paylaşan Şirketlere Karşı Harekete Gececek. <https://www.amerikaninsesi.com/a/trump-cinle-bilgi-paylasan-sirketlere-karsi-harekete-gececek/5527588.html>, (03.05.2022).
- Amerika'nın Sesi. (2020b). ABD Yönetiminin TikTok Yasağına Geçici Durdurma, <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-yonetiminin-tiktok-yasagina-gecici-durdurma/5600829.html> (06.04.2022).
- Amerika'nın Sesi. (2020c). ABD'de TikTok Sorunu Çözüm Yolunda İlerliyor, <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-tiktok-sorunu-cozulme-yolunda-ilerliyor/5590442.html> (03.04.2022).
- Amerika'nın Sesi. (2020d). Trump'tan TikTok'un Sahibi Şirkete 90 Gün Süre, <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-baskani-donald-trump-tiktok-la-ilgili-bir-kararname-daha-imzaladi/5544794.html> (03.04.2022).
- Amerika'nın Sesi. (2020e). ABD'den Çin Teknolojisine Karşı “Temiz Ağ” Adımı, <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-den-cin-teknolojisine-karsi-temiz-ag-adimi/5532120.html> (03.04.2022).
- Amerika'nın Sesi. (2020f). Önlenmezse İnternetin Kurallarını Çin Yazacak, <https://www.amerikaninsesi.com/a/onlenemezse-internetin-kurallarini-cin-yazacak/5511988.html> (15.04.2022).
- Amerika'nın Sesi. (2020g). ABD TikTok Hakkında Ulusal Güvenlik İncelemesi Başlatıyor, <https://www.amerikaninsesi.com/a/abd-tiktok-hakk%C4%B1nda-ulusal-g%C3%BCvenlik-i%C3%87ncelemesi-ba%C5%9Flat%C4%B1yor/5150059.html> (16.04.2022).
- AP News. (2021). Pakistan again lifts ban, fourth so far, on China's TikTok, <https://apnews.com/article/technology-business-pakistan-media-islam-a7b3bcdd98de193ff7f4be7834c5d673> (09.04.2022).
- Aras, İ. (2021). Çin'de Sosyal Medya. (Ed. Ö. Aydın & Ç. Cengiz) Teknoloji ve Uluslararası İlişkiler, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 277-290.
- Bag, M. (2019). TikTok, toplama kamplarına dikkati çeken Müslüman kızın videosunu kaldırdığı için özür diledi, <https://tr.euronews.com/2019/11/28/tiktok-toplama->

- kamplarına-dikkat-ceken-musulman-kizin-videosunu-kaldirdi-ozur-diledi (19.05.2022).
- Ball, J. (2021). TikTok intifada: the role of new media in old conflicts., <https://www.spectator.co.uk/article/tiktok-intifada-the-role-of-new-media-in-old-conflicts> (16.05.2022).
- BBC Türkçe. (2021a). TikTok, Google'ı geride bırakarak en popüler platform oldu, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-59763975> (15.04.2022).
- BBC Türkçe. (2021b). TikTok, 2020'de en çok indirilen uygulama oldu, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-58162065> (13.04.2022).
- BBC Türkçe. (2021c). TikTok, Google'ı geride bırakarak en popüler platform oldu, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-59763975> (13.04.2022).
- Bloomberg HT. (2022). TikTok ve Netflix, Rusya'daki operasyonlarını askıya aldı, <https://www.bloomberght.com/tiktok-ve-netflix-rusya-daki-operasyonlarini-askiya-aldi-2300702> (28.04.2022).
- Congressional Research Service. (2020). TikTok: Technology Overview and Issues, <https://sgp.fas.org/crs/misc/R46543.pdf> (01.04.2022).
- data.ai. (t.y.). A Look Back at the Top Apps and Games of the Decade, <https://www.data.ai/en/insights/market-data/a-look-back-at-the-top-apps-games-of-the-decade/> (18.05.2022).
- Ellis-Petersen, H. (2020). India bans TikTok after Himalayan clash with Chinese troops, <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/29/india-bans-tiktok-after-himalayan-border-clash-with-chinesetroops> (11.04.2022).
- Euronews. (2021a). Hindistan, Tiktok da dahil 59 Çinli uygulamayı yasaklama kararı aldı, <https://tr.euronews.com/2021/01/26/hindistan-tiktok-da-dahil-59-cinli-uygulamay-yasaklama-karar-ald> (17.04.2022).
- Euronews. (2021b). Pakistan'da 'ahlaksız içerik' gerekçesiyle TikTok'un kapatılması kararı, <https://tr.euronews.com/2021/03/11/pakistan-da-ahlaks-z-icerik-gerekcesiyile-tiktok-un-kapat-lmas-karar> (22.04.2022).
- Fannin, R. (2019). The Strategy Behind TikTok's Global Rise. Harvard Business Review, <https://hbr.org/2019/09/the-strategy-behind-tiktoks-global-rise> (19.04.2022).
- Geysler, W. (2022). TikTok Statistics – 63 TikTok Stats You Need to Know [2022 Update]. Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/tiktok-stats/> (11.04.2022).
- Gray, J. E. (2021). The geopolitics of 'platforms': the TikTok challenge. Internet Policy Review, 10(2), 1-26. <https://doi.org/10.14763/2021.2.1557> (02.05.2022).
- Hassan, J. & Mellen, R. (2020). It's not just the United States: These governments also see TikTok as a problem, <https://www.washingtonpost.com/world/2020/08/03/its-not-just-united-states-these-governments-see-tiktok-growing-problem/> (11.05.2022).

- Independent Türkçe. (2022). Beyaz Saray, TikTok'ta en çok takip edilen isimlere Ukrayna hakkında brifing verdi, <https://www.indyurk.com/node/483396/beyaz-saray-tiktok%E2%80%99ta-en-%C3%A7ok-takip-edilen-isimlere-ukrayna-hakk%C4%B1nda-brifing-verdi> (14.05.2022).
- Iqbal, M. (2022). TikTok Revenue and Usage Statistics (2022), Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> (14.05.2022).
- Klein, E. (2022). TikTok May Be More Dangerous Than It Looks, <https://www.nytimes.com/2022/05/08/opinion/tiktok-twitter-china-bytedance.html> (19.05.2022).
- Koyuncu, H. (2021). Çinli sosyal medya devi TikTok dünya çapında aylık 1 milyar aktif kullanıcıya ulaştı, <https://tr.euronews.com/2021/09/27/cinli-sosyal-medya-devi-tiktok-dunya-cap-nda-ayl-k-1-milyar-aktif-kullan-c-ya-ulast> (18.05.2022).
- Marcus, J. (2021). TikTok employees say China tightly controls app amid data concerns, <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/tik-tok-china-ownership-data-b1873383.html> (11.05.2022).
- Miao W., Huang D. & Huang Y. (2021). More than business: The de-politicisation and re-politicisation of TikTok in the media discourses of China, America and India (2017–2020). Media International Australia. doi:10.1177/1329878X211013919
- Mishra, M., Yan, P. & Schroeder, R. (2022). TikTok Politics: Tit for Tat on the India–China Cyberspace Frontier. International Journal of Communication, 16, 814–839.
- Putz, C. (2022). As Blasts Kill Afghans, the Taliban Ban TikTok, <https://thediplomat.com/2022/04/as-blasts-kill-afghans-the-taliban-ban-tiktok/> (13.05.2022).
- Sak, G. (2020). ABD'nin Tik Tok ile imtihanı, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/abdnin-tik-tok-ile-imtihani/476740> (13.04.2022).
- Schuman, M. (2020). Why America is Afraid of Tiktok, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/07/tiktok-ban-china-america/614725/> (23.04.2022).
- Segev, H. (2020). The Ban on TikTok: The US Struggle against China Spreads to Apps. Institute for National Security Studies, No. 1372. <https://www.inss.org.il/publication/tiktok/> (13.03.2022).
- Semiz, M. (2021). TikTok, İsrail'in ihlalleri ile ilgili paylaşım yapan Filistin haber kuruluşunun hesabını sildi, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/tiktok-israilin-ihlalleri-ile-igili-paylasim-yapan-filistin-haber-kurulusunun-hesabini-sildi/2095812> (07.04.2022).
- Sputnik Türkiye. (2021). Bolivya'nın Paraguay Büyükelçisi TikTok paylaşımı yüzünden görevden alındı, <https://tr.sputniknews.com/20211104/bolivyanin-paraguay-buyukelcisi-tiktok-paylasimi-yuzunden-gorevden-alindi-1050466206.html> (13.04.2022).

- Şalom. (2022). İsrail, çevrimiçi diplomasi kampanyası başlatıyor, <https://www.salom.com.tr/haber/120865/israil-cevrimici-diplomasi-kampanyasi-baslatiyor> (01.04.2022).
- Tidy, J. & Galer, S. S. (2020). TikTok: Bir sosyal medya devinin hikâyesi, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-53661782> (18.04.2022).
- Tiffany, K. (2022). The Myth of the “First TikTok War”, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2022/03/tiktok-war-ukraine-russia/627017/> (11.04.2022).
- Weimann, G. & Masri, N. (2020). Research Note: Spreading Hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>
- Yalçınalp, E. (2022). TikTok, Rusya-Ukrayna savaşında nasıl bir rol oynuyor?, https://www.youtube.com/watch?v=-R_qzqY9gps (15.05.2022).
- Yang, Y. & Ha, L. (2021). Why People Use TikTok (Douyin) and How Their Purchase Intentions Are Affected by Social Media Influencers in China: A Uses and Gratifications and Parasocial Relationship Perspective. *Journal of Interactive Advertising*, 21(3), 297-305.
- Zeng, J., Abidin, C. & Schäfer, M. S. (2021). Research perspectives on TikTok and its legacy apps: introduction. *International Journal of Communication*, 15, 3161-3172.