

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/354631564>

Çin'de Sosyal Medya

Chapter · September 2021

CITATIONS

0

READS

23

1 author:



İlhan Aras

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

51 PUBLICATIONS 83 CITATIONS

SEE PROFILE

TEKNOLOJİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Editörler: Dr. Ömer Aydın
Dr. Çağdaş Cengiz

Bu kitapta, teknoloji ile uluslararası ilişkileri buluşturan dinamikler; i) Yükselen Teknolojiler, ii) Teknoloji ve Yenilik Politikaları, iii) Siber Güvenlik ve Savaş, iv) Sosyal Medya, v) Bilişim, Bilgi Toplumu ve Küresel Boyutlar başlıklı 5 ana kısım altında ele alınmıştır. Yükselen Teknolojiler kısmında; Karanlık fabrikalar, Endüstri 4.0, kripto paralar ve 5N (5G) mobil ağlarının uluslararası ilişkiler, ekonomi ve siyasete etkileri incelenmiştir. Teknoloji ve Yenilik Politikaları başlıklı ikinci kısımda; teknoloji ve yenilik politikaları açısından Avrupa Birliği'nin küresel konumuna odaklanan, kanımızca insanlığın önündeki en büyük sınav olan iklim krizi ile mücadelede teknolojik yeniliğin rolünü Almanya örneğiyle inceleyen ve küreselleşme ile teknoloji arasındaki çoklu etkileşimi modern zamanlar/aktörler açısından ele alan çalışmalar yer almaktadır. Siber Güvenlik ve Savaş başlıklı üçüncü kısımda; önce modern teknoloji ve savaş konseptine, ardından kritik enerji altyapıları açısından siber güvenlik boyutuna ve uluslararası sistemdeki uygulamalara yer verilmiştir. Yine oldukça güncel bir konuyu temsil eden Sosyal Medya başlıklı dördüncü kısım ise sosyal medyanın uluslararası ilişkiler alanındaki etkilerini/önemini, dönüştürücü yönünü ve yanı sıra analitik olarak sosyal medyayı inceleyen çalışmalara ayrılmıştır. Bilişim, Bilgi Toplumu ve Küresel Boyutlar başlıklı beşinci kısımda; yazılım sektörü ve uluslararasılaşma, bilgi toplumu ve yeni ekonomi kavramları üzerinden küresel değer zincirleri ve bunların gelişmekte olan ülkelere etkisi ve son olarak da fikri ve sınai hakların mülkiyeti açısından davaya konu olmuş ulusal ve uluslararası önemli olay ve durumlar değerlendirilmektedir.

TEKNOLOJİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Editörler
Dr. Ömer Aydın
Dr. Çağdaş Cengiz

TEKNOLOJİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Editörler: Dr. Ömer Aydın
Dr. Çağdaş Cengiz



AKADEMİK YAYINCILIK

www.nobelyayin.com



nobelyayin | nobelkitap | nobelcocuk | nobelyasam | nobelcocukyayin



TEKNOLOJİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Editörler
Dr. Ömer Aydın
Dr. Çağdaş Cengiz



TEKNOLOJİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Editörler: Dr. Ömer Aydın, Dr. Çağdaş Cengiz

Yayın No. : 3572
Beşeri Bilimler : 326
ISBN : 978-625-439-726-4
E-ISBN : 978-625-439-727-1
Basım Sayısı : 1. Basım, Eylül 2021

© Copyright 2021, NOBEL AKADEMİK YAYINCILIK EĞİTİM DANIŞMANLIK TİC. LTD. ŞTİ. SERTİFİKA NO.: 40340
Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Nobel Yayın Grubu, 1984 yılından itibaren ulusal ve 2011 yılından itibaren ise uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekte ve yayınladığı kitaplar, ulusal ve uluslararası düzeydeki yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.

Genel Yayın Yönetmeni : Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-
Genel Yayın Koordinatörü : Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Redaksiyon : Buse Gamze Çeliktaş -buse@nobelyayin.com-
Sayfa Tasarım : Erhan Bakır -erhan@nobelyayin.com-
Grafik Tasarım Uzmanı : Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-
Kapak Tasarım : Lale Yalçın -laleenobel@gmail.com-
Baskı Sorumlusu : Yavuz Şahin -yavuz@nobelyayin.com-
Baskı ve Cilt : Atalay Konfeksiyon Matbaacılık ve Rek. İnş. Tur. Oto. San. ve Tic. Ltd. Şti. / Sertifika No.: 47911-
Zübeyde Hanım Mah. Süzgun Cad. No.:7 Altındağ / ANKARA

Kütüphane Bilgi Kartı

Aydın, Ömer., Cengiz, Çağdaş.

Teknoloji ve Uluslararası İlişkiler / Ömer Aydın, Çağdaş Cengiz

1. Basım. XVI + 384 s. 16,5x24 cm. Kaynakça var, dizin yok.

ISBN: 978-625-439-726-4

E-ISBN: 978-625-439-727-1

1. Teknoloji 2. Uluslararası İlişkiler 3. Avrupa Birliği 4. Küreselleşme 5. Yenilik 6. Bilişim

Genel Dağıtım

ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.

Adres: Bahçekapı mh. 2465 sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat Şaşmaz-ANKARA - siparis@nobelyayin.com-

Telefon: +90 312 278 50 77 - Faks: 0 312 278 21 65

E-Satış: www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com / www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

Dağıtım ve Satış Noktaları: Alfa Basım Dağıtım, Arasta, Arkadaş Kitabevi, D&R Mağazaları, Dost Dağıtım, Ekip Dağıtım, Kıda Dağıtım, Kitapsan, Nezih Kitabevleri, Pandora, Prefix, Remzi Kitabevleri

Bölüm Yazarları

1. KISIM - YÜKSELEN TEKNOLOJİLER

1. Bölüm - Küresel Politik Rekabetin Teknolojik İzleri: Endüstri 4.0'dan Karanlık Fabrikalara

Dr. Erdi Kutlu

erdikutluuu@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4340-2969

2. Bölüm - Endüstri 4.0'ın Uluslararası İlişkilere Etkisi

Öğr. Gör. Dr. Mustafa Yurtsever

Dokuz Eylül Üniversitesi

mustafa.yurtsever@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2232-0542

3. Bölüm - 5. Nesil Mobil İletişim Teknolojisi ve Uluslararası Yansımaları

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Aydın

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

omer.aydin@cbu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7137-4881

4. Bölüm - Uluslararası Parasal İlişkiler ve Kur Savaşları Bağlamında Kripto Para Birimlerinin Geleceği

Doç. Dr. Selim Şanlısoy

Dokuz Eylül Üniversitesi

selim.sanlisoy@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0629-0905

Tuğberk Çiloğlu

utugberk@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7387-3692

2. KISIM - TEKNOLOJİ VE YENİLİK POLİTİKALARI

1. Bölüm - Teknoloji ve Yenilik Politikaları: Uluslararası Rekabet Açısından 2010 Sonrası Avrupa Birliği'nin Performansına Genel Bir Bakış

Dr. Barış Alpaslan

Ege Üniversitesi, İktisat Tarihi Anabilim Dalı

baris.alpaslan@ege.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0756-7021

Dr. Çağdaş Cengiz

Dokuz Eylül Üniversitesi, Avrupa Birliği Anabilim Dalı

cagdas.cengiz@deu.edu.tr,

ORCID: 0000-0002-7606-5842

2. Bölüm - İklim Krizi ile Mücadelede Teknolojik Yeniliğin Rolü: Almanya Örneği

Adem Kurtar

Avrupa Çalışmaları Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi

adem.kurtar@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0441-9250.

3. Bölüm - Küreselleşme ve Teknoloji: Modern Dünyanın İlişki Eksenini

Dr. Öğr. Üyesi Furkan Yıldız

Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü

furkanyildiz1985@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-1533-222X

3. KISIM - SİBER GÜVENLİK VE SAVAŞ

1. Bölüm - Teknoloji ve Savaş

Prof. Dr. Sait Yılmaz

İstanbul Esenyurt Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Dekanı

saityilmaz@esenyurt.edu.tr

ORCID: 0000-0001-7443-1856

2. Bölüm - Siber Güvenlik Kapsamında Kritik Enerji Altyapılarının Durumu ve Uluslararası Sistemdeki Uygulamaları

Doç. Dr. Vildan Ateş

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İşletme Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü

vates@ybu.edu.tr

vgirginates@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8855-8556

Dr. Zühre Aydın Yenioğlu

Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı

zaydin@epdk.gov.tr

zuhreayd@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5992-4983

4. KISIM - SOSYAL MEDYA

1. Bölüm - Uluslararası İlişkilerde Sosyal Medyanın Etkisi

Dr. Öğr. Üyesi Nurgül Bekar
Ufuk Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler
nurgulbekar@gmail.com

ORCID: 0000-0002-6267-0160

Dr. Öğr. Üyesi Mesut Ünlü
Ufuk Üniversitesi, İİBF, Yönetim Bilişim Sistemleri
mesut.unlu@ufuk.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1758-0024

2. Bölüm - Çin'de Sosyal Medya

Doç. Dr. İlhan Aras
Nevşehir HBV Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü
ilhanaras@nevsehir.edu.tr

ORCID: 0000-0001-5120-8117

3. Bölüm - Uluslararası İlişkilerde Sosyal Medya Analitiği

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Sabuncu
Yalova Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü
isabuncu@yalova.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8625-9256

5. KISIM - BİLİŞİM, BİLGİ TOPLUMU VE KÜRESEL BOYUTLAR

1. Bölüm - Yazılım Sektörü ve Uluslararasılaşma, Politika Önerileri

Öğr. Gör. Dr. Muhammet Damar
Dokuz Eylül Üniversitesi
muhammet.damar@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3985-3073

Doç. Dr. Güzin Özdağoğlu
Dokuz Eylül Üniversitesi
guzin.kavrukkoca@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3055-3055

2. Bölüm - Yeni Ekonomide Küresel Değer Zincirlerinin Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Değerlendirilmesi

Doç. Dr. Selim Şanlısoy
Dokuz Eylül Üniversitesi
selim.sanlisoy@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0629-0905

Araş. Gör. Erdem Ateş
Dokuz Eylül Üniversitesi
erdem.ates@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1459-9555

**3. Bölüm - Teknolojik ve Ekonomik Sürdürülebilirlik İçin Fikrî ve Sınai Haklar:
Uluslararası Davaların Değerlendirilmesi**

Dr. Öğr. Üyesi Dilek Karaman
İzmir Demokrasi Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Özel Hukuk Bölümü
dilek.karaman@idu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4964-4010

Hakem ve Bilim Komitesi

Editörler

Dr. Ömer Aydın

Dr. Çağdaş Cengiz

Hakem ve Bilim Komitesi

Prof. Dr. Ahmet Kaya,
Ege Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Avni Önder Hanedar,
Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Nazif Mandacı,
Yaşar Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Enis Karaarslan,
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Prof. Dr. Sabri Erdem,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Cem Bölen,
Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Sibel Cengiz,
Ardahan Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Aydın,
Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Prof. Dr. Vahap Tecim,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Serkan Metin,
Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Doç. Dr. Aşkın Özdağoğlu,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Timuçin Yalçınkaya,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Emir Özeren,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Barış Alpaslan,
Ege Üniversitesi

Doç. Dr. Gökhan Dalkılıç,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Çağdaş Cengiz,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Murat Necip Arman,
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Dr. Muhammet Damar,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Oytun Meçik,
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Dr. Nüket Evrim Karaturp,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Üzeyir Aydın,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Önder Canveren,
Dokuz Eylül Üniversitesi

Ön Söz

Teknoloji, uluslararası ilişkilerde asli belirleyici bir role sahiptir. Dönüştürücü süreçler bütünü olarak teknolojik gelişim; sosyal, kültürel, ekonomik ve politik alanın yanı sıra ülkeler ve bölgeler arası ilişkileri derinden etkiler. Uluslararası ilişkilerde en iyi ve en verimli gelişmeleri teknoloji belirlemiştir. Ne yazık ki en kötü ve en yıkıcı olanları da... Üretimi, iletişimi ve dayanışmayı teknoloji yükseltmiştir, ne yazık ki savaşları ve kirliliği de... Teknolojik gelişmişliğin veya teknolojiye erişimin düzeyi, uluslararası ilişkilerin doğasını ve uluslararası sistemin hiyerarşik yapısını şekillendirir. Teknoloji ile uluslararası ilişkilerin koşutluğu ve birlikteliği tam da bu noktada insanoğlunun günlük hayatına, üretim ve mübadele ilişkilerine, tüketim alışkanlıklarına, kültürel alanına, iletişimine, güvenliğine ve geleceğine, diğer bir deyişle zaman ve mekan boyutuyla tüm varoluşuna nüfuz eder. Devletler arası veya toplumlar arası, insanoğluna dair ve insanoğlunun eylemiyle şekillenen her türlü meta, yapı, ilişki ve organizasyon, işte bu etkileşimin ürünüdür. Teknoloji ile uluslararası ilişkiler dünyasının etkileşimini yansıtan bu temel dinamikler, bilim insanlarıca tespit edilir ve tartışılır. Uluslararası ilişkiler ile teknolojinin bulunduğu bu dönüştürücü, dinamik ve disiplinlerarası boyut, çalışmamıza esin kaynağı olmuştur. Yeni teknolojik gelişmelerin uluslararası ilişkilere, uluslararası ilişkilerin de teknoloji ve yenilik süreçlerine etkilerini takip edebilmek, mevcut sorunları tartışabilmek, geleceği öngörebilmek ve bunları akademik bir süzgecin içinden geçirip tarihe not düşebilmek adına hazırladığımız “Teknoloji ve Uluslararası İlişkiler” başlıklı kitap projemiz, teknolojik değişim ile uluslararası ilişkiler/uluslararası politika arasındaki etkileşim üzerinden literatüre nitelikli bir katkı sunmayı hedefler. Kitabın yayın dili Türkçe’dir çünkü öncelikle Türkçe literatüre katkı sunmak amaçlanmıştır. Projemiz disiplinlerarasıdır çünkü *Uluslararası İlişkiler, Avrupa Çalışmaları, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Yönetim Bilişim Sistemleri, İktisat, İşletme, Maliye, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Uluslararası Ticaret, Finans ve Hukuk* gibi sosyal alanlar ile *Bilgisayar ve Bilişim Mühendisliği* gibi teknik alanların sentezlendiği, farklı bilim dallarından gelen bilim insanlarının emeğini yansıtan birbirinden değerli teorik ve ampirik çalışmaları bünyesinde toplamıştır.

Kitabımızda, teknoloji ile uluslararası ilişkileri buluşturan dinamikler 5 ayrı bölümde ele alınmak suretiyle; i) *Yükselen Teknolojiler*, ii) *Teknoloji ve Yenilik Politikaları*, iii)

Siber Güvenlik ve Savaş, iv) *Sosyal Medya*, v) *Bilişim, Bilgi Toplumu ve Küresel Boyutlar* alt başlıklarına ayrılmıştır. *Yükselen Teknolojiler* bölümünde Karanlık fabrikalar, Endüstri 4.0, Kripto paralar ve 5N (5G) mobil ağlarının uluslararası ilişkiler, ekonomi ve siyasete etkileri incelenmiştir. *Teknoloji ve Yenilik Politikaları* başlıklı ikinci bölümde, teknoloji ve yenilik politikaları açısından Avrupa Birliği'nin küresel konumuna odaklanan; kanımızca insanlığın önündeki en büyük sınav olan iklim krizi ile mücadelede teknolojik yeniliğin rolünü Almanya örneğiyle inceleyen ve küreselleşme ile teknoloji arasındaki çoklu etkileşimi modern zamanlar/aktörler açısından ele alan çalışmalar yer almaktadır. *Siber güvenlik ve Savaş* başlıklı üçüncü bölümde, önce modern teknoloji ve savaş konseptine, ardından kritik enerji altyapıları açısından siber güvenlik boyutuna ve uluslararası sistemdeki uygulamalara yer verilmiştir. Yine oldukça güncel bir konuyu temsil eden *Sosyal Medya* başlıklı dördüncü bölüm ise sosyal medyanın uluslararası ilişkiler alanındaki etkilerini/önemini, dönüştürücü yönünü ve yanı sıra analitik olarak sosyal medyayı inceleyen çalışmalara ayrılmıştır. *Bilişim, Bilgi Toplumu ve Küresel Boyutlar* başlığıyla beşinci bölümümüzde, yazılım sektörü ve uluslararasılaşma; bilgi toplumu ve yeni ekonomi kavramları üzerinden küresel değer zincirleri ve bunların gelişmekte olan ülkelere etkisi ve son olarak da fikri ve sınai hakların mülkiyeti açısından davaya konu olmuş ulusal ve uluslararası önemli olay ve durumlar değerlendirilmektedir.

Özenli bir çalışmanın ürünü olarak ortaya çıkardığımız bu eser, çağrı sürecinden bölüm özetlerinin kabulüne; bölüm tam metinlerinin gönderimi ve hakem değerlendirme süreçlerinden editöryal işlem, dizgi ve baskı süreçlerine kadar titizlikle, akademik ilke ve etik değerlere uygun biçimde, uluslararası niteliğe, normlara uyarlı ve bilimsel ilkeler gözetilerek hazırlanmıştır. Katkısı olan tüm yazarlarımıza, hakem ve yayın kurulu üyelerimize, baskı ve yayında emeği geçen yayınevi çalışanlarına ve İzmir Akademi Derneğine teşekkür ederiz. Kitabımızın tüm araştırmacılara, akademiye, bilime ve herşeyden önemlisi geleceğin sahibi olan gençlerimize ve öğrencilerimize katkı sunmasını dileriz.

Dr. Çağdaş Cengiz
(Uluslararası İlişkiler ve AB Alanı)

Dr. Ömer Aydın
(Teknoloji Alanı)

İçindekiler

Bölüm Yazarları	iii
Hakem ve Bilim Komitesi	vii
Ön Söz	ix

1. Kısım - Yükselen Teknolojiler

1. Bölüm - Küresel Politik Rekabetin Teknolojik İzleri:	
Endüstri 4.0'dan Karanlık Fabrikalara	1
Karanlık Fabrikaların Teknik Yapısı.....	2
Karanlık Üretim Modelinde Emek ve Enerji Faktörü	4
Karanlık Fabrikaların Piyasaya Etkisi	7
Karanlık Fabrikaların Uluslararası Güç Dengelerine Etkisi	9
Sonuç	13
Kaynakça.....	14
2. Bölüm - Endüstri 4.0'ın Uluslararası İlişkilere Etkisi	17
Uluslararası Siyaset.....	20
Uluslararası Hukuk.....	24
Uluslararası Ticaret.....	27
Sonuç	34
Kaynakça.....	35
3. Bölüm - 5. Nesil Mobil İletişim Teknolojisi ve Uluslararası Yansımaları	41
Kablosuz İletişim Teknolojileri	44
Bluetooth	44
WiFi.....	45
3G.....	46

4G.....	47
5G.....	47
5G'nin Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Etkileri.....	49
5G'ye Uluslararası Tepkiler.....	55
Huawei ve Çin-Amerika Gerginliği.....	60
Sonuç.....	61
Kaynakça.....	63

4. Bölüm - Uluslararası Parasal İlişkiler ve Kur Savaşları Bağlamında Kripto Para Birimlerinin Geleceği.....	67
Kripto Para Birimlerinin Ortaya Çıkışı.....	67
Paranın İşlevleri Boyutuyla Kripto Paralar.....	71
Kur Savaşları ve Kripto Para Birimleri.....	75
Kur Savaşları.....	76
Kur Savaşları, Kripto Paralar ve Küresel Para Sistemi.....	82
Sonuç.....	94
Kaynakça.....	96

2. Kısım - Teknoloji ve Yenilik Politikaları

1. Bölüm - Teknoloji ve Yenilik Politikaları: Uluslararası Rekabet Açısından 2010 Sonrası Avrupa Birliği'nin Performansına Genel Bir Bakış.....	101
Bilim, Teknoloji ve Yenilik Politikaları: Neo-Klasik Kuram'a Karşı Evrimci Kuram.....	105
İktisadi Getiri Hiyerarşileri, Tekno-Ekonomik Paradigmalar ve "Kapitalist Tipte Zenginlik": Tarihsel Deneyime Genel Bir Bakış.....	110
Yüksek Teknoloji İçeren İktisadi Faaliyet Alanlarında Küresel Görünüm ve Avrupa Birliği.....	122
Sonuç.....	134
Kaynakça.....	138

2. Bölüm - İklim Krizi ile Mücadelede Teknolojik Yeniliğin Rolü: Almanya Örneği.....	143
İklim Krizi'nin Kavramsal Çerçevesi.....	145
İklim Krizinin Nedenleri: Sanayileşme, Teknolojik Gelişme ve Büyümenin Rolü.....	146
İklim Kriziyle Mücadelenin Kısa Tarihi.....	154
İklim Kriziyle Mücadelede Teknoloji: Almanya Örneği.....	161
Sonuç.....	169
Kaynakça.....	171

3. Bölüm - Küreselleşme ve Teknoloji: Modern Dünyanın İlişki Eksenini	177
Kavramsal Çerçeve.....	178
Küreselleşmenin Tarihi ve Tanımı.....	178
Küreselleşme-Teknoloji İlişkisi.....	180
Küreselleşme 4.0.....	183
Teknoloji ve Yeni Bir İlişki Eksenini.....	186
Sonuç.....	191
Kaynakça.....	194

3. Kısım - Siber Güvenlik ve Savaş

1. Bölüm - Teknoloji ve Savaş	201
Yapay Zekâ ve Savunma Teknolojileri.....	203
Yapay Zekânın Askerî Alandaki Uygulamaları.....	205
Ülkelerin Yapay Zekâ Alanında Savunma Projeleri.....	209
Biyo-Teknolojinin Askerî Alanda Kullanılması.....	211
Nöro-Geliştirmenin Askerî Uygulamaları.....	213
Akıllı Savaş.....	214
Akıllı Savaş ve Yapay Zekâ.....	217
Ölümçül Otonom Sistemler.....	219
Sürü Drone'ları.....	220
Yer Robotları.....	221
Sonuç.....	221
Kaynakça.....	222

2. Bölüm - Siber Güvenlik Kapsamında Kritik Enerji Altyapılarının Durumu ve Uluslararası Sistemdeki Uygulamaları.....

2. Bölüm - Siber Güvenlik Kapsamında Kritik Enerji Altyapılarının Durumu ve Uluslararası Sistemdeki Uygulamaları	225
Kritik Altyapıların Önemi.....	228
Kritik Enerji Altyapısının Önemi.....	229
Kritik Altyapılar ve Dünya.....	230
Kritik Altyapılar ve Türkiye.....	232
Kritik Enerji Altyapısı Sistemleri.....	234
Kritik Enerji Altyapılarına Yapılan Saldırıları.....	235
Kritik Altyapıların Korunması.....	237
Kritik Enerji Altyapılarının Korunması.....	240
Sonuç.....	242
Kaynakça.....	244

4. Kısım - Sosyal Medya

1. Bölüm - Uluslararası İlişkilerde Sosyal Medyanın Etkisi	249
Bir Sosyal Bilimler Disiplini Olarak Uluslararası İlişkiler.....	252
İletişim Kavramı ve İletişim Biçimleri.....	255
Tarihsel Bakış Açısıyla Medyanın Teknolojik Dönüşümü.....	257
Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	260
Uluslararası İlişkilerde Sosyal Medyanın Rolü.....	264
Sosyal İnşacılık Teorisi.....	265
Karşılıklı Bağımlılık Teorisi.....	268
Arap Baharı.....	269
Cambridge Analytica (CA) Skandalı.....	270
Beyaz Rusya'da Seçimler ve Sonrası.....	271
Sonuç.....	271
Kaynakça.....	273
2. Bölüm - Çin'de Sosyal Medya	277
Çin'de İnternetin ve Sosyal Medyanın Gelişimi.....	278
WECHAT.....	281
YOUKU.....	282
TIKTOK.....	283
Sosyal Medyadaki Sansür.....	284
Sonuç.....	287
Kaynakça.....	288
3. Bölüm - Uluslararası İlişkilerde Sosyal Medya Analitiği	291
Örnek Araştırma Konuları.....	292
Metot ve Araçlar.....	294
Sosyal Medyadan Veri Toplama.....	294
Veri Ön İşleme.....	299
Duygu Analizi.....	300
İçerik Analizi ve Konu Modelleme.....	302
İlişkilendirme Analizi.....	304
Sosyal Ağ Analizi.....	305
Sonuç.....	306
Kaynakça.....	307

5. Kısım - Bilişim, Bilgi Toplumu ve Küresel Boyutlar

1. Bölüm - Yazılım Sektörü ve Uluslararasılaşma, Politika Önerileri	311
Yazılım Sektörünün Genel Yapısı	313
Dünyada Yazılım Sektörü.....	315
Yazılım İhracatı: Stratejiler, Engeller, Başarı Faktörleri.....	319
Yazılım İhracatındaki İç ve Dış Engeller	320
Yazılım İhracatında Stratejiler	321
Yazılım Sektöründe Başarı Faktörleri	323
Sektördeki Görünmeyen Engeller ve Dikkat Edilecek Hususlar	325
Sonuç	329
Kaynakça.....	331
2. Bölüm - Yeni Ekonomide Küresel Değer Zincirlerinin Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Değerlendirilmesi.....	335
Bilgi Toplumu ve Yeni Ekonomi.....	336
Yeni Ekonomiyi Ortaya Çıkaran Etmenler.....	340
Yeni Ekonominin Özellikleri.....	341
Yeni Ekonominin Temel Unsurları	341
Küreselleşme ve Küresel Değer Zincirleri.....	350
Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Küresel Değer Zincirindeki Yeri.....	353
Veri Seti ve Yöntem.....	353
Ampirik Bulgular	356
Sonuç	358
Kaynakça.....	359
3. Bölüm - Teknolojik ve Ekonomik Sürdürülebilirlik İçin Fikri ve Sınai Haklar: Uluslararası Davaların Değerlendirilmesi.....	363
Fikri Mülkiyet Hakları ve Önemi.....	366
Kanunlara Gereksinim Duyulma Nedeni	369
Ekonomi, Teknolojik Gelişme ve İnovasyon Yönünden Önemi.....	372
Örnek Hukuki Olaylar Çerçevesinde Değerlendirme.....	376
Yazarlar Birliğinin Google'a Açtığı Dava, ABD.....	376
iCraveTV Vakası, Kanada	378
Sonuç	378
Kaynakça.....	381



4. ■ Kısım

**Sosyal
Medya**

Çin’de Sosyal Medya

İlhan Aras

*No Facebook. No Twitter. No YouTube.
(Chiu, Ip ve Silverman, 2012)*

2021’de hızlı bir şekilde popüler hâle gelen sosyal medya uygulaması Clubhouse, katılanların ses kayıtlarının tutulmaması ve Çinli kullanıcıların devlet gözetimi altında olmadan bu uygulamayı kullanabilmesi nedeniyle Çin’de de yoğun bir talep görmüştür. Uygurların durumundan, Hong Kong ve Tayvan’daki gelişmelere kadar sansür altındaki birçok konu Clubhouse’da tartışılabilmiştir. Çin dışında geliştirilen uygulamalar Çin’de yaygınlaşmadan önce yasaklanırken, Clubhouse kısa bir zaman kullanılabilmiştir. Uygulamanın yasaklandığına dair resmî bir açıklama gelmeden Çin’in sosyal medya sitesi olan ve devlet kontrolünde olan Weibo’da *#ClubhouseYasaklandı* etiketiyle paylaşımlar yapılmış kısa bir zaman sonra bu etiket de sansürlenmiştir (BBC Türkçe, 2021). Söz konusu bu gelişme Çin’de sosyal medyanın geçmişten günümüze gelişimini genel olarak gösterir nitelikte olmuştur.

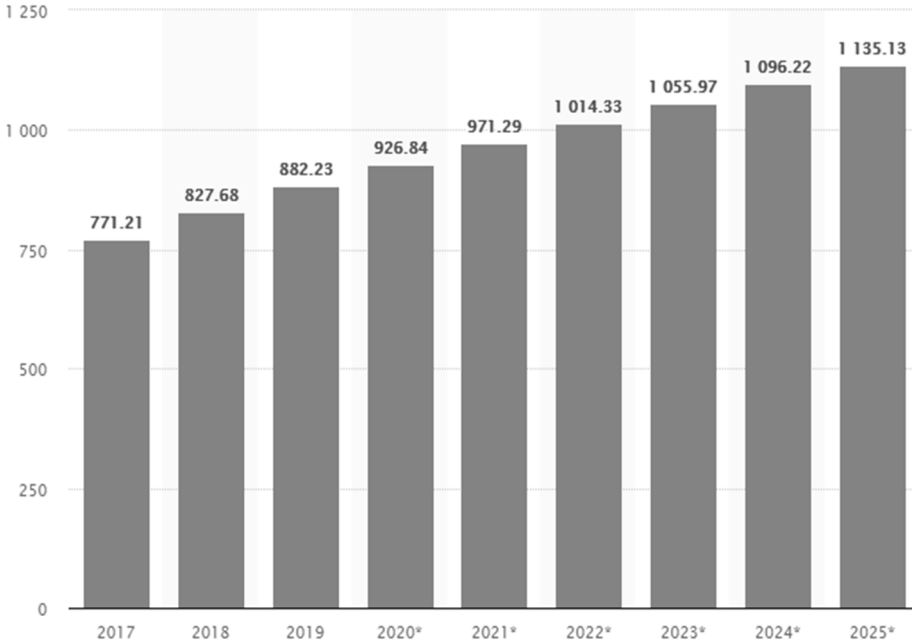
Çin, nüfusunun da etkisiyle internet kullanım oranı itibariyle çok hızlı bir yükseliş göstermiştir. Haziran 2020 itibariyle, Çin’de 940 milyon internet ve 932 milyon mobil internet kullanıcısı bulunmaktadır. Ayrıca bu kullanıcıların 749 milyonu online alışveriş yapmakta, 931 milyon kullanıcı anlık mesajlaşmayı tercih etmektedir (CNNIC, 2020: 1-2). Bu ve benzeri sayılar Çin’de internetin gelişimini göstermek bakımından önemlidir. Öyle ki, sosyal medya ABD’de doğup gelişmiş olmasına rağmen artık dünyanın en büyük sosyal ağ pazarı Çin olmuştur (Rustad, Liu ve Konig, 2015: 649).

Sosyal medya artık tartışılmaz bir şekilde insanların günlük hayatından siyasi tartışmalara, küresel gelişmelerin takip edildiği bir kaynak olmaktan bütün dünyanın konuştuğu olayların yayılma yeri olmaya kadar önem kazanmıştır. Arap Baharı gelişmelerinde özellikle dikkatleri üzerine çeken sosyal medya, ülkelerin siyasetini ve uluslararası politikayı şekillendiren bir güç hâline gelmiştir. Çalışmada Çin’de sosyal medyanın gelişimi örnekler üzerinden anlatılacak, sosyal medya üzerindeki sansür ve Çin’in kendi sosyal medyasını yaratma süreci ele alınacaktır.

Çin’de İnternetin ve Sosyal Medyanın Gelişimi

İnternet üzerindeki yoğun devlet kontrolü hızlı ekonomik büyüme, büyüyen bir orta sınıf ve teknik kaynak imkanlarıyla da birleştiğinde Çin’de internetin gelişimi hızlı bir şekilde olmuştur (Benney ve Rangaswamy, 2015: 298). İnternetin gelişimi beraberinde sosyal medyanın gelişimini de yaratmıştır. Tablo 1’den bu gelişimi ve gelecekteki duruma ilişkin tahminleri görmek mümkündür. 2017’den 2025’e kadar yaklaşık 400 milyonluk bir artışın öngörülmesi, Çin için bu konunun önemini koruyacağını göstermektedir. Yıllık ortalama 40-50.000 kullanıcı sayısı artışı ve bu artışın süreklilik göstermesi dikkate değerdir.

Tablo 1. 2017-2025 Döneminde Çin’deki Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı (milyon)



Kaynak: (Statista, 2020)

Aşağıdaki Tablo 2'den de görüldüğü gibi, 24.03.2021 itibarıyla en fazla ziyaret edilen ilk 20 internet sitesine bakıldığında ABD ve Çin arasında önemli bir denge ve aynı zamanda rekabet olduğu görülmektedir. Çin nüfusu ve kendi uygulamalarını ülke içinde daha fazla teşvik etmesiyle üst sıralara çıkmaktadır. Bu durum, belirtilen internet sitelerinin en fazla hangi ülkelerden ziyaret edildiğine bakıldığında da görülebilir. Örneğin, Yahoo.com'un ABD'den ziyaret edilme oranı %34,1 olurken, Sohu.com'un Çin'den ziyaret edilme oranı %95,5 olmuştur (Alexa, 2021).

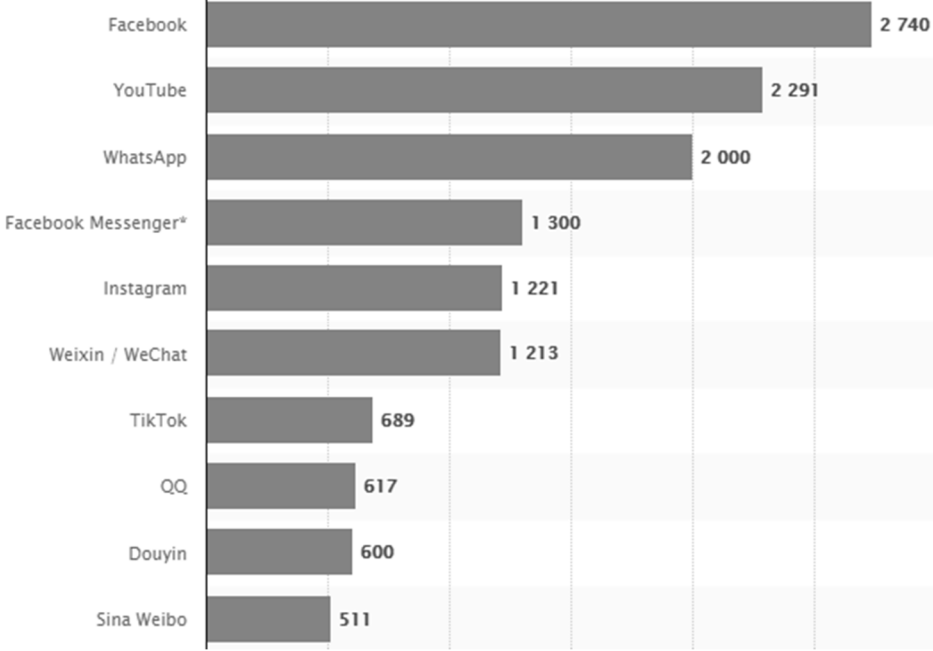
Tablo 2. İnternet Siteleri Sıralaması

1	Google.com	ABD	11	Yahoo.com	ABD
2	Youtube.com	ABD	12	Amazon.com	ABD
3	Tmall.com	Çin	13	Wikipedia.org	ABD
4	Baidu.com	Çin	14	Zoom.us	ABD
5	Qq.com	Çin	15	Weibo.com	Çin
6	Sohu.com	Çin	16	Sina.com.cn	Çin
7	Facebook.com	ABD	17	Xinhuanet.com	Çin
8	Taobao.com	Çin	18	Live.com	ABD
9	360.cn	Çin	19	Reddit.com	Çin
10	Jd.com	Çin	20	Microsoft.com	ABD

Kaynak: (Alexa, 2021); Bilgilerden hareketle yazar tarafından oluşturulmuştur.

He ve Pedraza-Jiménez (2015: 207), çok uluslu pazarlamacıların ve piyasadaki aktörlerin Çin'deki sosyal medya karşısında bazı zorluklarından bahsetmiştir. Öncelikle, bu aktörlerin Çin'in kendine özgü yeni bir sosyal medya ekosistemi olduğundan dolayı Çin'de Batı'da yaygın olan sosyal medya platformlarından farklı bir şekilde davranmaları gerekmektedir. Sina Weibo, Tencent QQ, Renren, Kaixin, Youku gibi Çin platformları üzerinde durulmalıdır. Batı'daki sosyal medya kullanıcılarına yönelik yaklaşımlar yerine Çinli internet kullanıcılarının alışkanlıklarını ve davranışlarını anlamaları gerekmektedir. Çin'de sosyal medya uygulamaları karmaşık ve parçalı bir yapıya sahip olduğundan, örneğin Twitter'ın yerini alan Weibo'nun Sina Weibo, Tencent Weibo, Sohu Weibo şeklinde farklı içeriklerini kullanan hedef kitleler için hangisinin uygun olacağına karar vermeleri gerekmektedir. Aynı isim altındaki farklı içeriklerin herkese değil belli hedef kitlelere yönelmesine dikkat edilmelidir.

Tablo 3'te dünya çapındaki sosyal medya uygulamalarının aktif kullanıcı sayısına göre bir sıralaması yapılmıştır. Görüldüğü gibi, WeChat ve TikTok Çin kökenli sosyal medyada en önde gelen uygulamalar olmuştur.

Tablo 3. Ocak 2021 İtibariyle En Popüler Sosyal Medya Uygulamaları (milyon)

Kaynak: (Statista, 2021)

İstikbal'e (2020: 90) göre, Çin kendi sosyal medya uygulamalarını teşvik ederek şu amaçlara ulaşmaya çalıştığını belirtmiştir:

- Çincenin yaygınlaştırılması,
- Bilgi ve veri güvenliğinin sağlanması,
- Kolay, erişilebilir ve yerli sosyal medya uygulamalarının oluşturulması,
- Ekonomik katma değer in yurt içinde değerlendirilmesi,
- Vatandaşların özel yaşamlarının koruma altına alınması ve denetlenebilmesi,
- Çin aleyhine olan muhalif faaliyetlerin önüne geçilmesi,
- Vatandaşların Çin yönetiminin kontrol ettiği ölçüde bilgilere ulaşması,
- Yurt dışından erişilebilecek kanalların engellenmesi. Çin yönetimi bunu bilgi kirliliğine neden olabilecek iletişim kanallarının önüne geçilmesi olarak değerlendirmektedir,

- Batı kökenli sosyal medya uygulamalarının yasaklanması ve onların yerine kullanılacak alternatifler oluşturulması ve desteklenmesi,
- Komünist parti yönetimine karşı gelişebilecek olan muhalif eylem ve bilgilerin önüne geçilmesidir.

Bu amaçların temelde muhalif seslerin susturulması, vatandaşlarının belli düzeyde kontrol edilebilmesi ve Çin'de geliştirilecek uygulamalar sayesinde yaratılan ekonomik değer in ülke içinde kalmasının sağlanması gibi bazı ortak noktaları olduğunu belirtmek mümkündür.

Çin'de internet kullanıcılarından politik konularla ilgilenmeyenler için yurtdışındaki internet sitelerine girmeye gerek kalmadan müzik, ticaret, haber vb. hizmetleri alabilmesini sağlanırken; daha politik görüşlere sahip olanlar için tepkilerini ifade edebilecekleri bir imkan sağlamaktadır. Çin yönetimi de bu sayede izin verdiği kadar serbestlikle toplumda en fazla tepki çeken devlet politikalarının hangisinin olduğunu daha kolay öğrenebilmekte ve gerekli adımları atabilmektedir (Oktay, 2019: 477).

WECHAT

2011'de kurulan WeChat (微信, w ē i x i n), Çin'in Whatsapp'ı olarak bilinmektedir. WeChat'de günlük 45 milyar mesaj gönderilmekte, kullanıcılar tarafından günlük 1,1 milyar ödeme işlemi yapılmakta, kullanıcılar günde ortalama 66 dakikalarını bu uygulamada geçirmektedir. WeChat, tek başına Çin'deki mobil internet trafiğinin %34'ünü oluşturmuş böylece dünyanın en popüler 5. sosyal uygulaması olmuştur (KAWO, 2020: 39).

WeChat, Whatsapp'tan farklı olarak sadece mesajlaşma amacıyla kullanılmakta ayrıca alışveriş yapmaktan taksi çağırmaya kadar farklı özelliklerle de kullanılmaktadır (Yılmaz, 2019). WeChat; Facebook, WhatsApp, Skype, Facetime gibi uygulamaların işlevlerini kendinde birleştiren bir "süper uygulama" olmuştur. 2012 sonrası dönemde ise birçok hizmeti içerisinde barındıran bir uygulama hâline gelmeye başlamıştır (Su ve Xiao, 2020: 1-2). WeChat sayesinde eve temizlikçi çağırmaktan su faturasını ödemeye, para transferinden hastanelerden randevu almaya kadar birçok alanda kullanılabilmesi bu uygulamanın yaygınlaşmasını da sağlamıştır (Kalamın, Kaya, Kaya, 2018: 112). Ticari işlemleri kolaylaştıran ve güvenli bir ödeme imkanı sunan WeChat, diğer uygulamalardan farklı bir noktada durmaktadır. 25'ten fazla ülkede ödeme aracı olarak kullanılması, ABD'nin ekonomik yaptırımları karşısında Çin merkezli ödemelerde kolaylık sağlamaktadır. Visa, MasterCard ve JCB

uygulamaları üzerinden Çin bankalarına ulaşma imkanı sağlayan WeChat ile ödemelerini yapanların sayısı 800 milyonu aşmıştır (İstikbal, 2020: 90-91).

WeChat, “yeni bir hayat tarzı” olarak neredeyse her telefonda yüklü olması nedeniyle insanların günlük hayatlarında büyük bir etkiye sahip olmaktadır. Olağan bir günde WeChat kullanan herkes sabah uyandığında arkadaşlarının WeChat’deki güncellemelerini kontrol eder, işe giderken WeChat üzerinden gündemi takip eder ve birkaç WeChat oyunu oynar. Daha sonra WeChat ödemesini kullanarak kahvaltısının ücretini öder ve çalışmaya başladığında işiyle ilgili WeChat grup bilgileriyle de ilgilenir. İşine ara verdiğinde WeChat’de arkadaşlarının güncellemelerini kontrol edip kısa mesajlarını cevaplar. İş sonrası eve döndüğünde aile üyelerine iyi geceler diler (WeChat, 2015; Tu, 2016: 344). Bu nedenle, WeChat’in günlük hayatın olağan bir parçası hâline gelmesi diğerlerinden farklı bir uygulama olduğunu göstermektedir.

WeChat’in Çin devlet yönetimi tarafından desteklenmesinde uygulamayı kullananların sınırlı iletişime yönlendirilmeleri etken olmuştur. Çin’de sınırsız iletişime imkan tanıyacak teknolojiler, sansür ve denetimi olumsuz etkileyeceği için Çin yönetimi bu teknolojilere karşı dikkatli olmaktadır. Çin Komünist Partisi (ÇKP) karşıtı faaliyetlerle ilgili olanlar ve bu faaliyetleri yürüten aktivistlerin isimleri gibi hassas bilgilerin tespit edilmesi için WeChat konuşmaları izlenmektedir (Harwit, 2017: 321).

YOUKU

2005’te Victor Koo tarafından kurulan YouKu (优酷), diğer video paylaşım siteleri olan iQIYI ve Tencent video ile rakabet etmektedir. Web sitesine ilişkin incelemede siteye girişlerin %95 civarında Çin’den olması YouKu’nun küresel bir özelliğe sahip olmaktan uzak olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, Çin vatandaşları için geliştirildiğinden dolayı küresel olarak yayılması baştan itibaren hedeflenmeyen bir girişim olmuştur. Böylece, dünya çapında kullanılan bir uygulama olduğunu belirtmek mümkün değildir (Erol ve İstikbal, 2020: 44-46).

YouTube’un Çin versiyonu olarak anılan ve piyasaya sürülmesinin ardından yerel bir video platformu olarak kısa bir sürede tanınan YouKu için önemli bir değişim Alibaba tarafından satın alınması olmuştur. Böylece artık e-ticaret için kullanılmaya başlanmış ve online video pazarının Çin’de gelişmesinde önemli bir katkı sağlanmıştır. YouKu, online video platformundan daha fazla bir işlev görmektedir. Ticaret, sinema ve pazarlamanın alanlarının da gelişmesine katkı sağlanmıştır. Alibaba desteğiyle film izleme özelliğine sahip olan YouKu, YouTube ve Netflix’in sağladığı imkanları tek bir uygulama hâline getirmiştir. Buna karşın, henüz beklenen ilerleme-yi tam olarak sağlayamamıştır (Erol ve İstikbal, 2020: 23-24).

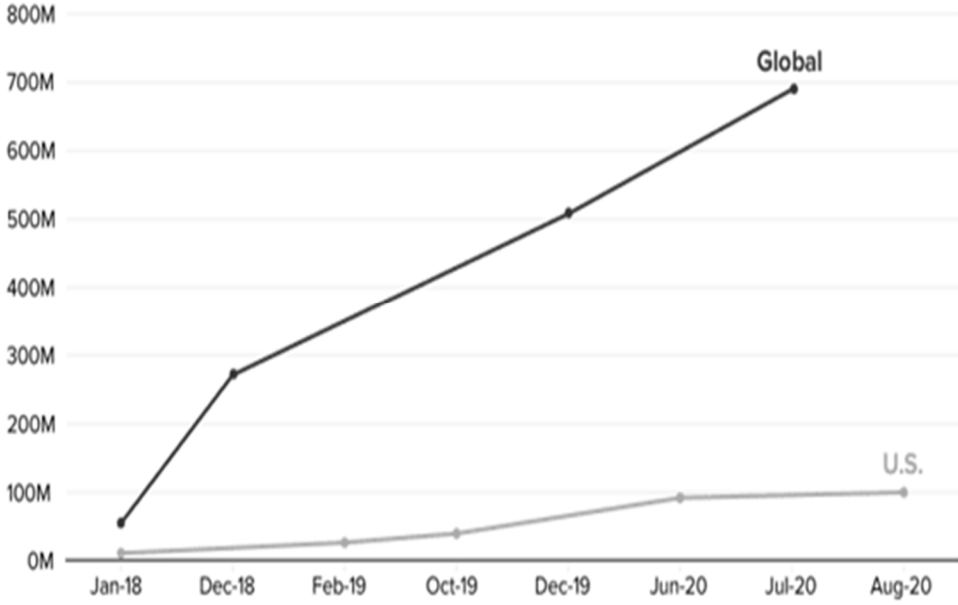
TIKTOK

2014'te Alex Zhu ve Lulu Yang tarafından Music.ly adıyla kurulan ve ilk zamanlarında dudak senkronizasyonu olarak başlayan uygulama, 2017 yılında Pekin merkezli ByteDance tarafından 1 milyar dolara satın alınmıştır. Music.ly'yi kendine benzer uygulaması TikTok (抖音, dōuyīn) ile birleştirilip kısa videolar yapmak için yeni bir uygulama olarak başlatılmıştır. Birleşmenin ardından üç yılda 155 ülke ve 75 farklı dilde 500 milyonu aşkın kullanıcıya ulaşmıştır. 2019 yılında kullanıcılarının %41'inin 16-24 yaş aralığında olması hedef kitlesini göstermesi açısından da önemlidir (Grajales, 2020). Kullanıcıları tarafından filtrelerin kullanılabilirliği ve güncel müzik parçalarının kısa süreli video klipler oluşturmasına ve paylaşmasına izin veren TikTok, 2017'de tanıtıldıktan kısa bir süre sonra çok hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Uygulamanın temel olarak 18 yaş altı kitleyi hedeflemesi ve 13-24 yaş arası gençlerin tercihlerini ve alışkanlıklarını dikkate alacak şekilde tasarlanması sayesinde özellikle Z kuşağı tarafından çok yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Erol ve İstikbal, 2020: 51-53).

TikTok'u Çin'in diğer uygulamalarından ayıran önemli bir farklılık dil özelliğinin olmamasıdır. 15 saniyelik videolarla yaygınlaşan bu uygulamanın çok az çeviri gerektirmesi kullanımını yaygınlaştıran bir özellik olmuştur. TikTok, sansür mekanizması ve ABD kökenli sosyal medya sitelerinin engellendiği Çin piyasasından küresel alanda rekabet edebilen bir uygulamanın ortaya çıkabileceğini göstermesi nedeniyle de önemlidir (Fannin, 2019).

Bütün dünyada yaklaşık 2 milyar defa indirilen TikTok'un 2020 itibarıyla ABD'de günlük yaklaşık olarak 50 milyon aktif kullanıcısı olmuştur. Bu sayı 2018 yılının başından beri %800 civarında artış göstermiştir (Sherman, 2020). Ayrıca aşağıdaki Şekil 1'de, TikTok'un kullanıcı sayısındaki artışın aylık değişimi genel ve ABD özelinde gösterilmiştir.

TikTok'un Çin'in küresel uygulama piyasasındaki artan etkisini gösteren en popüler uygulama olması, özellikle ABD genç kuşağı arasında hızla yayılması ve ABD'li kullanıcılarının bilgilerini toplayarak Çin yönetimine aktardığı korkuları ABD yönetiminin TikTok ile mücadele etmesiyle sonuçlanmıştır. ABD'nin bu korkusunu besleyen önemli gelişmelerden biri, Çin'de kabul edilen kanunla Çinli şirketlerin ulusal güvenlik nedenleriyle yönetimle işbirliği yapması yükümlülüğünün getirilmesidir. 2019 sonlarında Trump yönetiminin TikTok karşıtı politikası ABD-Çin arasındaki ticaret savaşının da bir unsuru olmuştur. Ayrıca belirtmek gerekir ki sosyal medya uygulamaları üzerinden bir mücadele ilk defa olması nedeniyle dikkat çekmiştir (Segev, 2020).



Şekil 1. TikTok'un Kullanıcı Değişimi

Kaynak: (TikTok; Sherman, 2020)

Sosyal Medyadaki Sansür

Çin'in internete yönelik tutumu bir yandan internet kullanıcılarının erişebildiği bilgileri kontrol etme isteği diğer yandan internetin Çin'in kalkınması için çok önemli bir araç olması şeklinde gerçekleşmiştir (Yong, 2012: 19-20). Çin'de internet üzerindeki sansür çok farklı seviyelerde gerçekleşebilmektedir. İnternet sitelerini engellemekten “hassas kelimeler” içeren paylaşımları izlemeye kadar farklı yollar denenebilmektedir. Ayrıca Çin'deki internet kullanıcıları da takip edildiklerini bilmeleri nedeniyle kendi sansürlerini yaratmaktadır (Fischer-Schreiber, 2012: 11).

Çin gibi ülkeler, yabancı menşeiyle özellikle de batı ülkeleri kökenli internet sitelerini engellemek için çok fazla kaynak harcamaktadır. Ancak Çin'de uygulanan sansürün etkili olmasının tek nedeni olarak rejimin hassas bilgilere erişilmesini zorlaştırması gösterilemez. Ayrıca vatandaşların da bu tür bilgileri talep etmeyecekleri bir ortamdan yana olmaları bu sansürün gelişmesinde etkili olmuştur (Chen ve Yang, 2018: 2). Yong (2012: 48), Çin yönetiminin engelleme politikasından dolayı internet kullanıcılarının Twitter ve Facebook gibi büyük sosyal medya ağlarına erişememesine ilave olarak çoğu kullanıcının bu medya uygulamalarının farkında olmadığını da belirtmiştir.

Çin yönetimi ülkenin değerlerini korumaktan çıkarlarını savunmaya, halkı denetim altında tutmaktan yönetime karşı aykırı sesleri engellemeye kadar birçok nedenle internet ve sosyal medya üzerinde engeller koymaktadır. Çin, siber güvenlik kanunu ve anayasasından hareketle bu engelleri oluşturmuştur. Çin yönetiminin belirttiği yasaklara uymayan uygulamalar ve internet siteleri kapatılmış veya bunlara çeşitli yaptırımlar uygulanmıştır. Çin'in sansür ve yasak uygulamasında, yabancı kökenli platformların yönetimlerinin veya sunucularının başka ülkelerde olması önemli bir neden olarak gösterilmektedir. Çin'in uyguladığı sansür sonucunda sosyal medyanın kullanımı azalmamış aksine bu durum farklı uygulamaların gelişmesini de sağlamıştır. Dünya çapında en fazla kullanılan sosyal medya ve internet sitelerinin yerine kendi sosyal medya platformlarını kuran Çin'de bu uygulamaların ve sitelerin kullanımını yoğun bir şekilde devam ettirmektedir (Kalaman, Kaya, Kaya, 2018: 103-109).

Çin'de, 1989 Tiananmen olaylarının 20. yılının iki gün öncesinde Twitter ile birlikte Hotmail ve Yahoo'nun online fotoğraf paylaşım servisleri yasaklanmıştır. Video paylaşım sitesi olan YouTube da Mart 2009'da Tibetli grupların gösterilerine karşı Çin'in bu protestolarda yaptığı baskıların görüntülerinin yayılmasının ardından engellenmiştir (ABC News, 2009).

Facebook'un Doğu Asya'daki genişleme çabası en zorlu sürecini Çin'de yaşamıştır. Diğer Asya ülkelerinde çok hızlı bir şekilde büyürken Çin'de bu büyüme gerçekleşmemiştir. Bunun temel nedeni de Çin'in uyguladığı siyasi sansür olmuştur (Sharma, 2009). Çin Komünist Partisi tarafının yayınına göre, Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ndeki isyanlarda Facebook'un kullanılması Facebook'un Çin'de yasaklanmasıyla sonuçlanmıştır (Friedmann, 2012: 1). Facebook yöneticisi Zuckerman her ne kadar Çin'de yer almak için girişimlerde bulunsa da bu girişimler karşılıksız kalmıştır. Çin'in son derece karmaşık olduğunu belirten Zuckerman, farklı ülkelerin farklı değerleri olduğunu örneğin Almanya'da Nazizm ile ilgili içeriklerin engellenmesi gibi, Çin'e de bu tekliflerle yaklaşmış ancak Çin'in sansürü değişmemiştir (Kincaid, 2010).

Çin'deki internetin bir başka ülkeyle mukayese edildiğinde çok daha fazla devlet kontrolü altında olduğu görülmektedir. Bu nedenle, Çin'de internet parti devletinin yönetiminde ve kontrolü altında gelişme göstermiştir. Facebook, Twitter, Youtube gibi Batı kökenli sosyal medya hizmetlerinin birçoğunu yasaklayıp, Çince hizmet veren kendi uygulamalarını geliştirmesi internet üzerinde daha kolay bir şekilde sansür uygulanmasını sağlamıştır. Ayrıca, uygulanan sansürün partiden önce hizmet sağlayıcılar tarafından yapılması da sansürü yaygınlaştırmaktadır. Örneğin, devlet yönetimindeki liderlerin isimleri veya Çin siyasetinde hassas konular olarak kabul edilen meseleler "hassas kelimeler" olarak kullanıldığında, bu mesajlar silinerek

sansürlenmektedir. Polisin de devleti eleştiren bilgileri internet aracılığıyla yayanları sürekli gözaltına alması veya tutuklaması sansür sürecini yaygın bir durum hâline getirmektedir (Benney ve Rangaswamy, 2015: 297, 302).

Çin’de internet ve sosyal medya üzerindeki sansür sadece yabancı kökenli sitelerde değil, Çin’in kendi sosyal medya siteleri üzerinde de görülmektedir. Örneğin, 2017’de WeChat ve Weibo gibi şirketlere, kullanıcılarının müstehcen paylaşımlar yapması, Çin’in ulusal güvenliğini ve sosyal düzenini tehdit eden söylemleri nedeniyle soruşturma açıldığı belirtilmiştir. Söz konusu denetimlerde sosyal paylaşım platformlarında hesap açmak isteyen kullanıcıların gerçek kimlik bilgileri ile kaydolmaları onay almaları gerekmesi de sansürü kolaylaştırıcı bir unsur olmuştur (Durul, 2017).

Friedmann’a (2012: 13) göre Çin, sosyal medyasını halkını kontrol etmek için bir araç olarak kullanmaktadır. Sansürün haricinde propaganda yapmak, ÇKP’nin siyasi bütünlüğünü sürdürmek, kamuoyunu takip etmek, yabancı kültürel etkilere karşı durmak da Çin için sosyal medyanın amaçları arasındadır. Çin yönetimi yabancı sosyal medya uygulamalarını engelleyerek, rekabetten uzak olan ülke içindeki uygulamaların da gelişmesini sağlamaktadır.

Çin’in diplomat ve hükümet görevlileri için vatandaşlarına yönelik sosyal medya sansürünü 2020 yılında Twitter ve Facebook gibi uygulamalar için kaldırması böylece diplomat ve hükümet görevlilerinin bu uygulamaları kullanabilmeleri dikkat çekici bir gelişme olmuştur. Dışişleri Bakanlığı bu izin Çin dışındaki insanlarla çok daha iyi iletişim kurulmasını ve Çin’in politikalarının daha iyi tanıtılmasını amaçladığını belirtmiştir (NTV, 2020). Bu gelişmeyi Çin’deki sansür uygulaması açısından bir ilerleme olarak değerlendirmek mümkün olsa da Çin’in kendi içindeki sansürün daha fazla gündem olması bu engellerin Çin halkı için kaldırılmasının daha önemli olduğunu göstermektedir.

Erol ve İstikbal (2020: 28-29), Çin’in yabancı sosyal medya uygulamalarını engellemesinin ve kendi uygulamalarını geliştirmesinin olumsuz bazı sonuçları olduğundan bahsetmiştir. Buna göre insanların yasak olan uygulamaları kullanamamalarının kişisel özgürlüklerini sınırlandırması, Çin yönetiminin kontrolünde olan uygulamalarla her paylaşımı denetlemesinin özel hayatın gizliliğini ihlal etmesi, batılı sosyal medya uygulamalarına erişilememesinden dolayı küresel bilgiye erişimin kısıtlanması, bu engeller nedeniyle Çin’in sadece kendi sosyal medya çeşitliliğine sahip olması ve vatandaşlarına bunları sunabilmesi gibi sorunlar tartışılmaktadır. Ayrıca vatandaşları üzerinde denetimle baskı kurulması, farklı görüşlerin sosyal medya aracılığıyla yayılamamasından dolayı fikir hürriyetinin engellenmesi, insanların kişisel verilerinin ÇKP kontrolünde olduğu eleştirileri ve başta ABD olmak üzere

Çin'in sosyal medya uygulamalarının istihbarat faaliyetleri çerçevesinde riskli olarak görülmesi nedeniyle Çin, küresel pazarda kendi sosyal medya uygulamalarına yeterli talep de görememektedir.

Çin'de Covid-19 ile ilgili mesajlara uygulanan sansür de gündem olmuştur. İnternet kullanıcıları da yasaklanan ifadeler yerine şifreler kullanarak bu sansürü aşmaya çalışmıştır. Uluslararası Af Örgütü, Çinli sosyal medya kullanıcılarının “kodlanmış kelimeler” ve VPN kullanarak Covid-19 hakkında konuştuklarını belirtmiştir. Çinli kullanıcılar tarafından “zf” ile “hükümet”, “jc” ile “polis” kelimesi kastedilirken, panda görüntüleri “Yurtiçi Güvenlik Bürosu”, “dar boğazlı şişe” ile Başkan Xi Jinping’i, ÇKP İletişim Departmanı için 1984 romanındaki “Hakikat Bakanlığı” ifadeleri kullanılmıştır (Koyuncu, 2020).

ÇKP için ülke içerisinde bilgi güvenliğini ve ülke içerisindeki gündemin dünyaya yayılmamasını sağlamak dikkat edilmesi gereken bir durumdur. Diğer taraftan ÇKP'nin toplumla iletişiminin güçlü olması için yabancı etkisinin olmadığı bir sosyal medyanın oluşturulması da gerekli görülmüştür. Çin Devlet Başkanı Xi Jinping, “mobil platformlar önceliktir” diyerek propaganda şeflerinden “Weibo, WeChat, elektronik gazete bültenleri, internet gazeteleri ve diğer yeni medyayı” geliştirmek için ciddi çaba gösterilmesini istemiştir (Erol ve İstikbal, 2020: 17; Zheng, 2019).

Sonuç

İnternet ve sosyal medya günümüzde küresel politikada daha fazla bahsedilen konular hâline gelmiştir. Kimi zamanlar liderlerin açıklamaları veya devletler arası ilişkilerin durumunu öğrenmek için kullanılan sosyal medya uygulamaları kimi zaman da ticaret savaşlarının bir konusu hâline gelmektedir. Mevcut durumda ABD kökenli bir sosyal medya dünyasının baskın gücü görülmektedir. Bu çerçevede Çin'i diğer ülkelerden farklı kılan özelliği, ABD kökenli sosyal medya uygulamalarının Çin'de kullanılmasını yasaklayıp, kendi uygulamalarının çoğunu ülke içerisinde yaygınlaştırırken bazı uygulamalarını da dünyaya rahatça yayılabilmesi olmuştur. TikTok, Çin'in bütün dünyaya yaydığı ve en fazla ilgi gören uygulaması olurken, Çin kökenli diğer uygulamalar ABD kökenli uygulamaların Çin'deki alternatifleri olarak Çin devletinin toplum üzerindeki kontrolünü artırmak için de iyi araçlar olmuştur.

Çin'deki sosyal medya uygulamaları çok farklı özelliklere sahip olmuştur. Uygulamalara bakıldığında Çince ekranın karşıladığı YouKu'dan günlük hayatın bir parçası hâline gelen WeChat'e ve tüm dünyaya yayılmayı başaran TikTok'a kadar amacı ve niteliği değişen özellikler dikkat çekicidir.

Uluslararası İlişkiler tarihi küresel güçlerin nükleer, istihbarat, uzay vb. mücadeleleriyle şekillenirken zamanın ruhuna uygun olarak artık sosyal medya uygulamaları da ABD-Çin örneğinde görüldüğü gibi rekabetin yeni konusu olabilmektedir. Çin'in YouTube'u Çin'in Twitter'ı şeklinde başlayan Çin'deki sosyal medya uygulamaları TikTok örneğinden de görülebileceği gibi, artık Çin'in ABD kökenli sosyal medya uygulamalarına benzetilemeyen bir gücün doğabileceğini de göstermiştir. Ayrıca WeChat gibi uygulamaların klasik bir sosyal medya anlayışının çok ötesinde içeriği ve kullanıma sahip olması Çin'de bu alandaki gelişimi göstermektedir.

Kaynakça

- ABC News, (2009), China blocks Twitter before Tiananmen anniversary, 2.6.2009, <https://www.abc.net.au/news/2009-06-02/china-blocks-twitter-before-tiananmen-anniversary/1701668>
- Alexa, (2021), The top 500 sites on the web, <https://www.alexa.com/topsites>
- BBC Türkçe (2021), Clubhouse Çin'de yasaklandı, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55987750>
- Benney, J. D. ve Rangaswamy, N. (2015). Social media: China and India compared. In R. Jeffrey, & R. Sen (Eds.), *Media at Work in China and India: Discovering and Dissecting* (pp. 295 - 325). SAGE Publications Ltd.
- Chen, Y. ve Yang, David Y. (2018), The Impact of Media Censorship: Evidence from a Field Experiment in China, https://web.stanford.edu/~dyang1/pdfs/1984braveneworld_draft.pdf
- Chiu, Cindy, Chris Ip ve Ari Silverman (2012), Understanding social media in China, <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/understanding-social-media-in-china>
- CNNIC (2020), Statistical Report on Internet Development in China, <https://www.cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/202012/P020201201530023411644.pdf>
- Durul, T. (2017), Çin'de sosyal medya devlerine soruşturma, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/cinde-sosyal-medya-devlerine-sorusturma/882066>
- Erol, M. ve İstikbal, D. (2020), *Alternatif Sosyal Medya Arayışları Çin, Rusya ve Japonya*, SETA Yayınları, İstanbul.
- Fannin, R. (2019) The Strategy Behind TikTok's Global Rise, <https://hbr.org/2019/09/the-strategy-behind-tiktoks-global-rise>
- Fischer-Schreiber, I. (2012), Social Media in China, <http://www.swissnexchina.org>
- Friedmann, D. (2012), Rise and demise of U.S. social media in China A touchstone of WTO and BIT regulations, Paper presented at Conference in Maastricht, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2956800

- Grajales, A. (2020), I accidentally went viral on TikTok. I learned we failed our youngest generation, <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/tiktok-viral-social-media-millennials-centennials-internet/>
- Harwit, E. (2017) WeChat: social and political development of China's dominant messaging app, *Chinese Journal of Communication*, Vol. 10, No: 3, 312-327.
- He, X.ve Pedraza-Jiménez, R. (2015), Chinese social media strategies: Communication key features from a business perspective, *El Profesional de la información*, 24 (2), 200-209.
- İstikbal, D. (2020), Çin'in Sosyal Medya Stratejisi, *Kriter*, Yıl 4, Sayı 45, 89-91.
- Kalaman, S., Kaya, E. ve Kaya Ü. (2018). Çin Halk Cumhuriyeti'nde Yeni Medya Uygulamaları: Nitel Bir Araştırma, *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 9 (32), 101-122
- KAWO (2020), The Ultimate Introduction to Social Media in China, <https://assets.kawo.com/KAWO-Ultimate-Intro-to-China-Social-Marketing-v1.pdf>
- Kincaid, J. (2010) Mark Zuckerberg on Facebook's Strategy for China (And His Wardrobe), <https://techcrunch.com/2010/10/16/mark-zuckerberg-on-facebooks-strategy-for-china-and-his-wardrobe/> 17.10.2010.
- Koyuncu, H. (2020), Çinliler sosyal medyadaki 'koronavirüs sansürünü' aşmak için şifreli kelimeler geliştirdi, <https://tr.euronews.com/2020/03/10/cinliler-sosyal-medyadaki-koronavirus-sansurunu-asmak-icin-sifreli-kelimeler-gelistirdi>
- NTV (2020), Çin'de halka yasak olan sosyal medya, diplomatların kullanımına açıldı, <https://www.ntv.com.tr/dunya/cinde-halka-yasak-olan-sosyal-medya-diplomatlarin-kullanimina-acildi,IAL-mOzrdU-ySjvnk79S4w>
- Oktay, F. (2019) *Çin Ekonomi ve Politika: Yeni Büyük Güç ve Değişen Dünya Dengeleri*, 3. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rustad, Michael L., Liu, W. ve Koenig, T. H. (2015), Destined To Collide? Social Media Contracts In The U.S. And China, *University of Pennsylvania Journal of International Law*, Vol. 37, No. 2, 647-739.
- Segev, H. (2020) The Ban on TikTok: The US Struggle against China Spreads to Apps, *Institute for National Security Studies*, No. 1372. www.jstor.org/stable/resrep27765.
- Sharma, H. (2009), Facebook's journey into the East, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8256997.stm>
- Sherman, A. (2020), TikTok reveals detailed user numbers for the first time, <https://www.cnbc.com/2020/08/24/tiktok-reveals-us-global-user-growth-numbers-for-first-time.html>
- Statista (2020) Number of social network users in China from 2017 to 2019 with a forecast until 2025, <https://www.statista.com/statistics/277586/number-of-social-network-users-in-china/>
- Statista (2021), Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

- Su, Y. ve Xiao, X. (2020) From WeChat to “We set”: exploring the intermedia agenda-setting effects across WeChat public accounts, party newspaper and metropolitan newspapers in China, *Chinese Journal of Communication*, DOI: 10.1080/17544750.2020.1839777
- Tu, F. (2016). WeChat and civil society in China. *Communication and the Public*, 1 (3), 343–350.
- WeChat, (2015), New Data Revealed – What Does it Mean to Live the WeChat Lifestyle?, <https://blog.wechat.com/2015/11/03/new-data-revealed-what-is-the-wechat-lifestyle/>
- Yılmaz, E. (2019), YouTube’a karşı YouKu, <https://cinhaber.net/teknoloji/youtubea-karsi-youku-h2274.html>
- Yong, H. (2012), Mapping Digital Media: China, A report by the Open Society Foundations, <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/mapping-digital-media-china>
- Zheng, W. (2019), How official Chinese propaganda is adapting to the social media age as disaffection spreads among millennials, <https://www.scmp.com/news/china/politics/article/2185300/how-official-chinese-propaganda-adapting-social-media-age>