



Sosyal Bilimler
EKEVAKADEMİ
dergisi

eISSN:2148-0710 - pISSN:1301-6229

Makalenin geliş tarihi:27.12.2023
1.Hakem Rapor Tarihi:05.02.2024
2.Hakem Rapor Tarihi: 05.02.2024
Yayına Kabul Tarihi:09.02.2024

DİJİTAL CİHAT VE DEAŞ ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Yusuf DOKUR* - Sayın DALKIRAN**

Öz

Bu çalışmada çağımızın en etkin iletişim araçlarından biri olan ve bununla birlikte insan yaşamının her alanında köklü değişikliklere neden olan internetin bireyin radikalleşmesinde oynadığı rol tespit edilmeye çalışılacaktır. DEAŞ gibi yerel bazlı kitlesel hareketler internetin sağladığı kolaylıklar sayesinde kendilerini küresel bir boyuta taşıyabilmişlerdir. Elinizdeki bu çalışmanın diğer bir amacı da yeni medya ortamını, bu yeni ortamın DEAŞ başta olmak üzere terör örgütlerine sunduğu fırsatları ve örgütlerin bu yeni mecraayı kullanma biçimlerini incelemeyi hedeflemektedir. Aynı zamanda DEAŞ örgütünün kullandığı dijital platformlar ve sosyal içerik üreten ağlar aracılığıyla nasıl eleman devşirdiğini ve onları nasıl kendi amaçları doğrultusunda kullandığını tespit etmek olacaktır. Çalışmanın öncelikli gayesi DEAŞ'ın yeni medya yapılanmasını ortaya koymak olduğu için örgütle ilgili, farklı çalışmaların konusu olabilecek diğer meselelere değinilmemektedir. Bu amaca ulaşmaya çalışırken sosyal ağlar ("Facebook", "Twitter", "Instagram") ve web sayfaları üzerinden incelemeler, analizler ve örnek olay anlatımları yapılacaktır. DEAŞ'ın dijital platformlarda yayınladığı "Dabiq", "Konstantiniyye" ve "Rumiyah" gibi dergiler örgütün kendini meşrulaştırma girişiminin bir sonucudur. Örgüt bu dergiler aracılığıyla İslam devleti, cihat ve hilafetten oluşan ideolojisinin propagandasını yapmıştır. Klasik medya araçlarıyla bu bahsettiklerimizin birçoğunu hayata geçirmeyecek olan örgüt, dijital medyanın sunmuş olduğu fırsatlar sayesinde daha kolay yollardan sempatanlarına ulaşma fırsatını yakalamıştır. Ayrıca örgüt dijital iletişim teknikleri sayesinde sahada yürütmüş olduğu mücadelesini yeni bir platforma taşımıştır. İnternetin etki alanı ve sunmuş olduğu ürün yelpazesi günden güne gelişmekte ve çeşitlenmektedir. Bu durum konunun teknik boyutlarının yanı sıra kültürel ve siyasi boyutları üzerinde de önemle durmayı zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda dijital medyanın beşerî ilişkiler açısından etkisinin ne olduğunun ortaya konulması, bugünün terör ilişkilerini anlamamıza katkı sunacağı gibi gelecekte de muhtemel olan terör yapılanmaları hususunda daha isabetli tahminler yaparak çözüm yolları ortaya koymamız noktasında işimizi kolaylaştıracaktır.

Anahtar Kelimeler: Cihat, Çevrim içi Cihat, DEAŞ, Propaganda.

A Study on the Example of Digital Jihad and DAESH

Abstract

In this study, we will try to determine the role played by the internet, which is one of the most effective communication tools of our age and causes radical changes in all areas of human life, in the radicalization of the individual. Locally based mass movements such as DAESH have been able to take themselves to a global dimension thanks to the conveniences provided by the internet. Another purpose of this study is to examine the new media environment, the opportunities this new environment offers to terrorist organizations, especially DAESH, and the ways in which organizations use this new medium. At the same time, it will be to determine how the DAESH organization recruits members through the digital platforms and social content producing networks

* Doktora Öğrencisi, Uşak Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, yusufdokur0676@outlook.com, <https://orcid.org/0000-0001-7286-8974>

** Prof. Dr., Uşak Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi, sayin.dalkiran@usak.edu.tr <https://orcid.org/0000-0002-6247-8187>

it uses and how it uses them for its own purposes. Since the primary purpose of the study is to reveal the new media structure of DAESH, other issues related to the organization that may be the subject of different studies are not touched upon. While trying to achieve this goal, investigations, analyzes and case narratives will be made through social networks ("Facebook", "Twitter", "Instagram") and web pages. Magazines such as "Dabiq", "Konstantiniyye" and "Rumiyah" published by DAESH on digital platforms are the result of the organization's attempt to legitimize itself. Through these magazines, the organization propagated its ideology consisting of the Islamic state, jihad and caliphate. The organization, which would not be able to implement many of the things we mentioned with classical media tools, has had the opportunity to reach its sympathizers in easier ways thanks to the opportunities offered by digital media. In addition, the organization has moved its struggle in the field to a new platform thanks to digital communication techniques. The domain of the Internet and the range of products it offers are developing and diversifying day by day. This situation makes it necessary to pay attention to the cultural and political dimensions of the issue as well as its technical dimensions. In this context, revealing the impact of digital media on human relations will contribute to our understanding of today's terrorist relations and will make our job easier in terms of finding solutions by making more accurate predictions about possible terrorist structures in the future.

Key Words: Jihad, Online Jihad, DAESH, Propaganda.

1. Giriş

McLuhan, (ö. 1980) bundan kırk yıl önce teknolojik ilerlemenin iletişim ve etkileşim formlarını toptan değiştireceğini varsayarak medyayı çağının ötesinde anlamlandırmış ve onu iletişimin merkezine koymuştur (McLuhan vd., 1967). O, ünlü “*Media is The Message*” deklarasyonuyla yalnızca içeriğin değil medyanın kendisinin de tüm yaşam formlarını dönüştürüp farklılaştıracağına dair bir bakış açısı ortaya koyarak medyanın gücüne dikkat çekmiştir. Ayrıca McLuhan, medya olgusunu geniş bir bakış açısıyla tanımlamıştır. Ona göre müzikten sinemaya, cep telefonundan bilgisayara, kıyafetten moda kadar insanın bedenini ve duyularını etkileyen her tür teknoloji kullanma biçimi medya olgusuna dâhil edilebilir (McLuhan & Zingrone, 1995). Manovich ise 2000’li yılların başında, teknolojik ilerlemedeki yönün değiştiğine dikkatleri çekerek sadece sanal yapıdan meydana gelen sistemlerin yerine fiziksel mekân ile bütünleşmiş ve artık bedeni dışlamayan yeni bir sistemin ve ortamın yükselişine işaret etmiştir (Manovich, 2001). Sayısal bilgi ile sarmalanmış bu yeni mekân olgusunu önce artırılmış mekân (augmented space) olarak tanımlayan Manovich, ilerleyen zamanda ise yeni medya olarak isimlendirmiştir (Yanık, 2016).

Dünyanın küçük bir kasabaya döndüğü çağımızda artık teknoloji ve onun bir ürünü olan internet evlerimizin en ücra köşelerinde hüküm sürmeye başlamıştır. Bu durumu fırsata çevirmek isteyen terör örgütleri teknolojik gelişmeler karşısında daima kendilerini güncellemeyi başarmışlar ve Facebook, Twitter, Instagram gibi insanların çokça kullandığı uygulamalarda pozisyon almışlar ve bu sayede propaganda yoluyla bireylerin yaşamlarını yönlendirmeye çalışmışlardır. Propaganda faaliyetlerinin bu denli çeşitlendiği ve hızla geliştiği günümüz dünyasında devletlerin terör örgütleri ile olan mücadelesi ise sadece savaş alanında kalmayıp siber âleme taşınmıştır. Bu çok boyutlu yeni dünya aracılığıyla terör örgütleri gelişmiş ülkelerin bile güvenliği açısından sorun teşkil eder hâle gelmiştir. Bunda sosyal medyanın günümüzde toplumların geniş kesimleri tarafından aktif olarak kullanılması ve denetim güçlüğü etkili rol oynamıştır. İnternetin sağlamış olduğu avantajlar internet kullanıcıları açısından bir özgürlük alanı oluştururken, terör örgütlerine yeni fırsatlar sunmuştur. Ancak devletler için ise istihbari açıdan bir dizi sorunlar meydana getirmiştir. Bu duruma yol açan en büyük nedenler arasında, terör örgütlerinin interneti bir propaganda aracı olmaktan daha öte amaçlar için kullanmış olmaları gerçeği vardır. Terör örgütleri internet sayesinde dünyanın çeşitli ülkelerinde bulunan sempatizanlarıyla çevrim içi ağlar vasıtasıyla iletişim kurmuşlar ve onları kendi saflarına

çekmeyi başarmışlardır. Aynı zamanda internet eliyle onlara uzaktan eğitim vermişler, yeri geldiği zaman da bir silah olarak çeşitli eylemlerinde kullanmışlardır.

Medyanın hızlı dönüşümü sonrası legal veya illegal her grup, ideolojisini anlatabileceği dijital alanlara sahip olmuş ve bu sayede birbirinden farklı ülkelerde yaşayan yüzlerce insana ulaşma fırsatını yakalamıştır. Medyanın bu kendine has etkisinden faydalanan örgütlerden biri de DEAŞ'tır. Bu doğrultuda, çalışmamızın ilk bölümünde, dijital medya üzerinden yapılan propaganda faaliyetlerinin terör ile olan bağının tespiti yapılacaktır. Çünkü yapısı itibarıyla sürekli gelişen ve değişen bir olgu olarak dijital medyanın sınırlarının mümkün olan en açık şekilde tespit edilmesi, etkilerinin doğru analiz edilmesi için şarttır. Daha sonra ise DEAŞ'ın yazılı, görsel ve sosyal medya yapılanması ve yeni medya araçları üzerinden yürütmüş olduğu "Dijital Cihat" faaliyetleri analiz edilmeye çalışılacaktır. Çünkü DEAŞ'ın da sıklıkla kullandığı Facebook, Twitter, YouTube gibi içerik paylaşımcı ağları milyonlarca insanı bir araya getirerek yeni bir kamusal alan oluştururken, muhalif seslerin de yükseldiği yeni ortamlar yaratmaktadır. Özellikle Orta Doğu'daki büyük değişimle birlikte yaşanan süreçte yeni medya devrimci bir medya gibi ileri sürülmektedir. Bu çalışmada yeni medya ortamı, bu yeni ortamın muhalif seslere örnek olan hareketlerinin başında gelen DEAŞ'a sunduğu katkı ve örgütün bu yeni mecraayı kullanma biçimleri, örgütlenme örnekleri ve aktivizm hareketleri örnek olaylar üzerinden incelenmektedir. Çalışmanın amacı DEAŞ'ın yeni medya araçları vasıtasıyla yürüttüğü "Dijital Cihat" faaliyetlerini ortaya koymak olduğu için örgütle ilgili, farklı çalışmaların konusu olabilecek diğer meselelere değinilmemektedir.

2. Yöntem

Bu çalışma sistematik derleme modeliyle hazırlanmıştır. Sistematik derleme modelinde, konuyla ilgili farklı bilgilerin taranması ve taranma sonucunda bir bütün hâline getirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmayla ilgili yayınlanmış materyaller sistemli ve tarafsız bir şekilde taranıp sentezlenerek bir bütün hâline getirilmiştir. Bir başka ifadeyle konunun daha iyi anlaşılması için veriler, belirli başlıklar altında tasnif edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2005).

2.1. Araştırma Etiği

Çalışmanın tüm aşamalarında bilimsel kurallar göz önünde bulundurularak etik kurallara uyulmuştur. Alıntılar kurallara uygun olarak yapılmıştır. Yararlanılan kaynaklar uygun yöntemlerle gösterilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Terör Propaganda İlişkisi

Tarihin ilk terör örgütlerinden Sicariiler ve Haşhaşiler daha fazla ses getirmesi için terör eylemlerini kalabalıklar önünde gerçekleştirmişler. Böylece korku ve dehşet kulaktan kulağa yayılarak uzak diyarlara kadar ulaşmıştır. Tarihte bu tür hadiseler yaşanırken günümüze gelindiğinde terör örgütleri eylemlerini kameralar önünde sanki bir film stüdyosu havasında gerçekleştirerek eylemlerini televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçları vasıtasıyla küresel bir boyuta taşımaktadırlar. Yeni medya araçları terör örgütleri için mesajlarını iletmenin yeni bir yolu hâline gelmiştir. Bu durum şiddet eylemlerinin içeriği ve yöntemi değişse de terör örgütlerinin mesaj iletme kaygılarının her zaman güncel olduğunu göstermesi açısından önemlidir (Salihi & Göksun, 2018).

DEAŞ başta olmak üzere dünyadaki tüm terör grupları için reklam hayati bir önem ifade etmektedir. Çünkü terör örgütlerinin varlığı bir nevi bu konudaki kabiliyetlerine bağlıdır. Terör örgütleri için propaganda kadar propaganda araçları da önemli bir role sahiptir. Bu sebeptendir ki terör örgütleri çağın gelişimine göre propaganda araçları yeteneklerini devamlı geliştirme çabası içinde olmuşlardır (Alkan, 2009). Bu araçlardan biri olan kitle iletişim araçları sayesinde propagandalarını

psikolojik bir harbe dönüştürmeyi başarabilmişlerdir (Erkan & Dilmaç, 2006). Örneğin internet marifetiyle sansasyonel eylemlerini en güçsüz oldukları dönemde bile geniş halk kitlelerine ulaştırmaları propaganda konusunda etkili bir seviyeye yükselmiş olduklarını göstermektedir (Acar, 2012). Bu sayede terör örgütüne hem kendisini motive etme hem de örgüt için gereken finans ve insan kaynağını sağlama imkânı sunmuştur. Bunda propagandanın gücü etkili olmuştur. Tüm bunlar göze önüne alındığında propaganda kavramının farklı çalışmalarda şu şekilde tanımladığını söyleyebiliriz:

Propaganda, kişi ya da grup olabilen hedefin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını etkileme ve yönlendirme amaçlı yapılan her türlü psikolojik etkili faaliyettir şeklinde tarif edilmektedir (Erkan & Dilmaç, 2006). Başka bir tanımda ise propaganda, “belli hedef grupların düşünce, inanç, tutum ve davranışlarını etkilemek maksadı güden haber bilgi ve özel dokümanların kitle iletişim araçları yardımı ile planlı ve devamlı olarak hedef seçilen toplum üzerine gönderilmesi işlemi” olarak tanımlanmıştır (Kumkale, 2007).

Propagandanın silahlı eyleme dönüşmüş şekli ilk zamanlarda terör örgütlerine seslerini duyurma imkânı sunmuş olsa da, uzun vadede toplumun tepkisine yol açmıştır (Kumkale, 2007). Terör örgütleri uzun vadede sürdürülebilir bir yöntem olmayan silahlı propaganda yerine yeni bir strateji geliştirmişlerdir. Böylece medya araçlarını âdeta bir silaha dönüştürmüşler ve bu medya araçları üzerinden yürütmüş oldukları mücadeleye de “Dijital Savaş” adını vermişlerdir. Bu kavram DEAŞ gibi kutsaldan beslenen örgütlerin literatüründe ise “Dijital Cihat” olarak anılmıştır. Bu çerçevede, gerçekleştirilen propagandalar yazılı ve sözlü iletişim araçları vasıtasıyla servis edilmekte ve böylece geniş halk kitlelerine ulaştırılarak terör örgütlerinin amacına hizmet etmektedir. Propagandanın ruhunda muhatabını gördüğüne değil senin ona göstermek istediğine inandırmak olduğu için, propagandayla gündeme taşınan bir konu arka planda meydana gelen diğer olayın konuşulmasını engelleyerek kişinin ya da örgütün iç yüzünü gizlemesine ve kendisini gerçek olduğundan farklı şekilde aktarmasını sağlayabilmektedir (Herman, 2000). Çünkü propagandanın amacı hedef kitleleri bilgilendirmekten ziyade onların dikkatini belirli olaylar, hedef unsurlar üzerine yoğunlaştırmaktır (Erkan & Dilmaç, 2006). Yine propagandanın en temel işlevlerinden bir tanesi de insanların kanaatlerini tüm imkânları kullanarak etkilemektir (Geçikli, 1999). Bu çerçeveden bakıldığında propaganda, bireyin özgür ve rasyonel seçim hakkını elinden alan, onu duygusal düşünmeye zorlayan eylemlerdir (Ker, 1998).

DEAŞ “*Dabiq*”, “*Rumiyah*”, “*Konstantiniyye*” el-Kaide “*Inspire*” örneğinde olduğu ve pek çok terör örgütü dijital ortamda dergiler çıkarmışlar ve bu alanda örgütlenmişlerdir. Teknolojinin ve internetin sunmuş olduğu imkânlardan yararlanan bu örgütler propagandanın sunmuş olduğu imkânlar sayesinde dünyanın birçok köşesinde her yaş ve cinsiyet grubundan pek çok insana ulaşarak onları saflarına çekmeye, ideolojilerine inanmaya ikna etmişlerdir. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde propagandanın vazgeçilmez aracı olan internetin radikalleşmeye, başka bir deyişle dijital cihada olan katkısı tartışılmaya çalışılacaktır.

3.2. Bir Propaganda Aracı Olarak İnternet ve Radikalleşme

İnternetin radikalleşmede oynadığı rol veya başka bir ifadeyle radikalleşme süreci ve internetin izole edilmiş bireyleri radikalleştirip radikalleşiremeyeceği bugün hâlâ gündemdeki yerini koruyan sıcak bir meseledir. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki, internet üzerinde radikalleşerek koyu bir sempatizana, eli kanlı bir teröriste veya cihatçıya dönüşen bireyler genelde yüksek oranda psikolojik rahatsızlık ve sosyal beceriksizlik sahibi olan kimselerdir. Ancak yapılan pek çok çalışma teröristlerin psikolojik olarak sağlam, yüksek tahsil görmüş (Ebu Bekir el-Bağdâdi), bazılarının ise yüksek tahsil ile birlikte statü ve refah sahibi (Usama bin Ladin) olduğunu gösterir olması, yukarıda söylediğimizi destekler mahiyettedir. Ancak ilk dönem terörizm çalışmalarında teröristlerin

çoğunlukla nihilist, intihara meyilli, psikopatolojik belirtiler gösteren ve sadece şiddetle güdülenmiş akıl hastaları oldukları iddiası hâkimdir. Ama mesela Crenshaw ve Moghaddam teröristlerin deli ya da hasta olmadıklarını, aksine politik bir amacı gerçekleştirmek için rasyonel kararlar alan kişiler olduklarını ortaya koymuştur. Yine bu ilk dönem çalışmalarda terörizmin yoksulluğun ve eğitimsizliğin bir sonucu olduğuna yönelik genellemeler olsa da hüküm giymiş şiddet yanlısı el-Kaide ya da günümüzde DEAŞ'ın eylemcileri ile yapılan röportajlarda onların yüksek tahsilli, orta sınıf kentli ailelerden geldiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle burada şu soruyu sormamız gerekmektedir; bireyler internet üzerinden aşırılıkçı ideolojiler tarafından yönlendirilen saldırılar neticesinde mi bir teröriste veya radikal bir cihatçıya dönüşüyor yoksa tecrit duygularına sahip ve içinde bulunmuş olduğu toplumla barışık yaşayamayan, horlanmış, ötekileştirilmiş psikolojik rahatsızlığa sahip ya da farklı bir politik ideolojiye mensup kişiler kendi duygularını ifade ve tatmin etmek için mi bu tür kanallara yöneliyor? Bu konuda yapılan araştırmalar teröristlerin çok azının internet vasıtasıyla bir teröriste dönüştüğünü göstermiştir. Başka bir ifadeyle, terör vakalarının büyük çoğunluğu sanaldan öte gerçek bir dünya deneyimi ve becerisi gerektirmektedir (Hussain & Saltman, 2014).

Yapılan araştırmalar ortaya koymuştur ki, çevrim içi materyaller ve internetteki sosyal ağlar radikalleşme sürecine etki etmekle birlikte radikalleşmenin temel nedeni değildir. Bu konuda yapılan saha çalışmalarında Selefi İslamcılar üzerinde camiler, hapisaneler, üniversiteler ve medya gibi dört temel sosyalleşme aracının ilk radikalleşme kıvılcımını yaktığı sonucuna varılmıştır. Çünkü bu mekânlar bireylerin radikalleşmesi noktasında, kendi fikirlerini yayabilecekleri bir alan sağlaması bakımından en önemli yerlerdir (Hussain & Saltman, 2014). Örneğin DEAŞ'ın ilk kurucusu sayabileceğimiz Ebu Musab ez-Zerkâvî'nin radikalleşerek şiddet yanlısı bir cihatçıya dönüşmesi, Filistin asıllı ve radikal Selefi fikirlere sahip hocası Ebu Muhammed el-Makdisi'nin cami derslerine katılmaya başladıktan sonra olmuştur. Yine aynı şekilde sözde İslam Devleti başkanı ve Halife Ebu Bekir el-Bağdâdî'nin bütün ününü ve karizmasını Amerikalıların kontrolü altında bulunan Bucca hapisanesine borçlu olması da verilebilecek diğer bir örnektir.

İnternet, geniş bir kitleye ulaşmak için hızlı ve etkili bir araç olduğundan, anonimlik, her zaman marjinalleştirilmiş görüşleri desteklemek isteyenleri veya heyecan yaşamak isteyenleri cezbetmiştir. Bu nedenle İslamcı radikal gruplar son çeyrek yüzyılda internetin nimetlerinden oldukça sık yararlanmışlardır. Çevrimiçi cihatçılığın tahlil edildiği Norveç Savunma Araştırma Kurumu (NDRE) tarafından yayınlanan bir rapora göre; çevrim içi cihadı yaymak amacıyla oluşturulan web sayfaları, sohbet odaları ve sosyal medya ağları yeni cihatçılık akımının ve yeni çevrim içi cihatçıların yetişmesi noktasında etkili bir rol oynamaktadır. Birçok radikal grup internet vasıtasıyla yeni elemanlar temin ederek saflarını sıkılaştırmayı başarmışlardır. Özellikle, terör örgütlerinin eleman temin etmesi noktasında sohbet odaları büyük rol oynuyor, sonucuna varılmıştır (Hanna, 2006).

Terörle mücadele uzmanı Marc Sageman'a göre internetin büyümesi, Küresel İslamcı akımın gelişen tehdidinin yapısını ve dinamiğini çarpıcı biçimde değiştirmiştir (Sageman, 2008, s. 109). Yine aynı şekilde Sageman'ın belirttiğine göre; internet veya çevrim içi aşırılık yanlısı içerik ve araçlar radikalleşme sürecini başlatmaktan ziyade kolaylaştıran bir süreç oluşturmaktadır. Sageman etkileşimli sohbet odalarının bir dönüşüm motoru olarak hareket edebileceği görüşünü savunmaktadır (Sageman, 2008). Bu odalarda birey eli silah tutan bir teröriste/cihatçıya veya intihar yeleği giymiş bir eylemciye dönüşebilmektedir. Dolayısıyla internet kullanımının radikalleşirmeyi hızlandırabileceği ve yoğunlaştırabileceği gibi bir sonuca varmak mümkün görünmektedir. 2009 yılında Uluslararası Radikalleşme Araştırmaları Merkezi (ICSR) tarafından "*Çevrim içi Radikalleşmeyle Mücadele: Eylem İçin Bir Strateji*" başlıklı raporda elde edilen sonuçları bu son sözlerimize örnek olarak verebiliriz (Stevens & Neumann, 2009).

DEAŞ terör örgütünün, dünyanın dört bir yanındaki, kendisine ölümüne bağlı fedaileri eliyle bazen güvenlik güçleri bazen de sivil insanların üzerine ciddi saldırılar gerçekleştirdiği yalnız kurt eylemleri bu bağlamda verilmesi gereken diğer bir örnektir. Çünkü yalnız kurt eylemlerinin başlaması, planlaması ve eylemin şekli noktasında internet vasıtasıyla örgüt mensuplarına ulaştırılan medya içeriği oldukça etkili olmuştur(Pantucci, 2011). Mesela 2014 yılından beri yalnız kurt eylemlerini teşvik eden DEAŞ eski sözcüsü Ebu Muhammed el-Adnanî cihada çağrısını dijital medya aracılığıyla yaparak örgüt üyelerine “kimseden izin almalarına gerek olmadığı ve en küçük saldırının bile kabul göreceği” mesajını vermiştir (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2017).

DEAŞ yalnız kurt motivasyonunu sahip olduğu dijital kaynaklar aracılığıyla da köpürterek işlemiştir. Örneğin DEAŞ’a ait olan “Rumiyah” dergisinin çeşitli sayılarında yer alan şu ifadeler bu son söylediğimize açık bir delil mahiyetindedir:

“Ey Türkiye’deki hilafet askerleri! Ey İslam diyarına hicret etmek isteyip mürtetlerin hicretlerine engel olduğu yiğitler! Türkiye tağutuna ve mürtet tabilerine saldırın! Onlarla savaşın ki, Allah onlara sizin ellerinizle azap etsin, onları rezil etsin, onlara karşı size yardım etsin, mü’min topluluğun gönüllerini ferahlatsın. Öncelikle küfrün önderlerine ve tağut başkanlarına saldırın! Polis, asker ve hâkimlere saldırın! Tağutların âlimlerine, Erdoğan’ın parti üyelerine, destekçilerine, yardımcılarına ve onunla dostluk kuran diğer partilerin üyelerine saldırın! Bu mürtetlere saldırırken de aynı zamanda Haçlı ülkelerinin vatandaşlarını bulduğunuz yerde öldürmeyi de ihmal etmeyin. Onları öyle öldürün ki; arkalarında kalanlara ibret olsunlar ve böylece sizler kardeşlerinizin intikamını almış olursunuz”(Rumiyah, 2017, s. 3-49).

“Dijital Çağda Radikalleşme” başlıklı 2013 RAND Europe tarafından radikalleşmiş olduğu tespit edilmiş olan on beş vaka üzerinde yapılan çalışma sonunda şu ilginç diyebileceğimiz beş hipoteze ulaşılmıştır;

1. İnternet, radikalleşmek için daha fazla fırsat yaratıyor.
2. İnternet bir yankı odası görevi görür.
3. İnternet radikalleşme sürecini hızlandırmaz aksine bu süreci kolaylaştırmaya yardımcı olur.
4. İnternet, fiziksel temas olmadan radikalleşmenin gerçekleşmesine izin vermez.
5. İnternet, kendi kendine radikalleşme fırsatlarını artırmaz (Behr, 2013).

İnternetin terörist gruplar arasında kullanımı hakkında kapsamlı araştırmalar yapan Gabriel Weimann, ise internetin araçsal kullanımı (siber terörizm) ile internetin iletişim amaçlı kullanımı arasında ayırım yapmış ve bu noktada teröristlerin interneti saldırı amaçlı kullanmaktan daha çok propaganda ve iletişim için kullandığını söylemiştir. İnternet, kolay erişimi, iletişimin anonimliği; potansiyel olarak büyük izleyici kitlesine, hızlı bilgi akışına ve ucuz gelişim imkânlarına sahip olması ile terör ağları için neden bu kadar uygun bir araç olduğunu göstermektedir. Ayrıca İnternetin metin, grafik, ses ve videoyu birleştiren bir multimedya ortamı sunması da terör gruplarının iştahını kabartan diğer bir husus olarak ortaya çıkmaktadır (Weimann, 2004).

Yukarıda yazdıklarımızdan hareketle diyebiliriz ki internet bireylerin radikalleşmesi noktasında ilk kıvılcımı belki yakmamakta, başka bir ifadeyle direkt olarak kişilerin radikalleşmesinin başladığı yer olmamakla birlikte bu potansiyele sahip, psikolojik rahatsızlığı olan ve toplumdan kendisini soyutlamış bireylerin ya da farklı politik ideolojiye sahip bireylerin işini oldukça kolaylaştırmaktadır. Bu durumu çok iyi bilen DEAŞ ve el-Kaide gibi örgütlerde yeni medya tekniklerinin aracılığıyla dünyanın pek çok bölgesinde taraftar toplamayı ve eylemler gerçekleştirmeyi başarmışlardır. İnternet evrensel bir etkileşim aracı olduğu için internet üzerinden yapılan cihadın da evrensel olması gerektiği vurgulanmıştır.

3.3. Küresel Cihat/çı ve İnternet

Türkiye’de Küresel cihadizmin kodlarını anlayabilmek için “İslamcılık” ve “Cihatçılık” kavramlarının tanımlanması gerekmektedir. İslamcılık: On dokuzuncu-yirminci yüzyıllarda, İslam’ı bir bütün olarak (inanç, ibadet, ahlak, felsefe, siyaset, hukuk, eğitim...) yeniden hayata hâkim kılmak ve akılcı bir metotla Müslümanları, İslam dünyasını Batı sömürsünden, kötü yöneticilerden, esaretten, taklitten, hurafelerden kurtarmak, medenileştirmek, birleştirmek ve kalkındırmak uğruna yapılan aktivist, modernist ve eklektik yönleri baskın siyasi, fikri ve ilmî çalışmaların, arayışların, teklif ve çözümlerin bütününe ihtiva eden bir hareket olarak ifade edilebilir (Kara, 2011). En genel ifadeyle İslamcılık: Emperyalist baskının bir sonucu olarak ortaya çıkan bir ideolojiler bütünüdür. Bununla birlikte, herhangi bir ideolojide olduğu gibi, “İslamcılık” fikir hareketinin de ılımlı ve aşırı uçlar vardır. İslamcılığın şiddet içeren bir alt kategorisi olarak kabul edilebilecek cihatçılık aşırı uçlar için verilebilecek örnek bir kategoridir. Cihatçılık ideoloji olarak cihadın çarpıtılmış halidir. Cihat; İslam adına içsel olan ve olabilme potansiyeli taşıyan mücadeleyi temsil eder. Amacı, diğerlerine karşı kör bir savaş değil, inancın korunmasıdır. İslam’ın cihat anlayışında yalnızca gerekliyse şiddet kullanılmasına müsaade vardır. İslamcılık gibi, (cihatçılıkta dini değil) siyasi amaçlara ulaşmak için siyasi ve askeri bir araç olarak cihadın manipüle edilmiş hâlidir (Kabbani, M. (2019). Bununla birlikte cihatçılık Müslümanlar (iyiler) ve gayrimüslimler (kötüler) gibi her şeyi iki kategoriye ayıran çok katı siyah-beyaz bir vizyona sahiptir ve bu ideolojinin temelinde “Mutlaka kötüler ile savaşılmalıdır.” anlayışı yatmaktadır.

Selefilik veya Selefi hareket, Sünni İslam’ın içindeki püriten bir harekettir. Selefi hareket, tüm kararlarını ve eylemlerini Kur’an ve sünnetin zahiri okunmasına dayandırır. Selefi cihatçılık üç temel kavram üzerine kurulmuştur: hakmiyyah, cahiliyyah ve global cihat. Hakmiyye; Allah’ın siyasi, iktisadi ve sosyal meseleler üzerindeki hâkimiyetine olan inançtır. Cahiliye; Müslüman toplumun İslam öncesi duruma döndürülmesi gerektiği fikridir ve böylece mevcut düzende radikal ve şiddetli bir değişiklik meşrulaştırılır. Son olarak, 1979’da Abdullah Azzam’ın fetva vermesiyle tanıtılan ve yeniden ifade edilen bir kavram olan küresel cihat vardır. Azzam, kâfirlere karşı iki tür cihadın ana hatlarını çizmiştir: saldırı cihadı ve savunma cihadı. Saldırı cihadı düşmanın saldırısı olmadan düşmanın topraklarına saldırmayı gerektirir. Savunma cihadı ise Müslüman bölgeleri ve halkları saldırılardan korumayı amaçlar (Kabbani, M. (2019).

1930'lara dayanan modern militan İslamcılık tarihi içinde küresel cihatçılık nispeten yeni bir olgudur. İslami siyasi aktivizm ve aşırılık dalgası Arap dünyasında bilgi devrimiyle aynı zamana denk gelerek 1990'ların ortalarında başladı. Bu aşırılığın unsurları bugün küresel cihatçılık olarak adlandırdığımız şeye evrildi. 1990'ların ortalarında, Usame bin Ladin’in ABD ve Batı’yı İslam dünyasının en büyük düşmanı olarak ilan etmesi ve takipçilerini doğal ve bölgesel sınırlar ne olursa olsun bu düşmanla savaşmaya teşvik etmesiyle ortaya çıktı. Böylece odakları yakın düşmandan (yerel küfür odakları veya kâfir rejimler) uzak düşmana (Batı) kaydı ve bu küresel cihadın destekçileri Batı’da olduğu kadar Batı’nın çıkarlarına da saldırılar düzenlemeye başladı. İlk zamanlarda el-Kaide örgütü küresel cihatçılığın yeryüzündeki temsilcisiydi ve Afganistan’daki eğitim kampları destekçilerine ideolojik bilgi verirken silahlı olarak da onları eğiterek birer cihatçıya dönüştürdü. 2001 yılında ABD önderliğindeki Afganistan işgali ile bu örgüt dağıldı ve kalıntıları, bugün genellikle el-Kaide’den ilham alan İslamcılık veya küresel cihatçı hareket olarak anılan ademimerkeziyetçi bir hareket halinde yeniden örgütlendi (Hegghammer, 2005). Sonuç olarak bu terim cihatçı liderlerinden başlayarak taban destekçilerine kadar “küresel cihat hareketinin” her bir takipçisini kapsar.

Bu çalışmamızda ele almaya gayret gösterdiğimiz temel sorunlardan biri küresel cihatçıların interneti nasıl kullandıkları ile ilgilidir. İnternette terörizmle ilgili literatür, çoğu zaman kısmen örtüşen çok sayıda terim ortaya koymaktadır. Sık kullanılan terimler siber terörizm, siber aşırıcılık, siber suç,

siber saldırı, sabotaj ve “hack” gibi terimler olsa da bunlardan bazıları gazetecilerin icatlarıdır. Ancak bazıları araştırmacılar tarafından da kullanılmaktadır. NATO tarafından kullanılan tanımlara göre, Bilgisayar Ağı Operasyonları (CNO) terimi, siber uzaydaki her türlü savaşı kapsar. Bilgisayar Ağı Savunması (CND), Bilgisayar Ağı Saldırısı (CNA) ve Bilgisayar Ağı Sömürüsünü (CNE) içerir. Burada belirtilen terimlerin çoğu, “hack”in çeşitlerini temsil eder. Bilgisayar güvenliğinde, bir bilgisayar korsanı, bilgisayar yazılımını ve donanımını oluşturarak ve değiştirerek bir sistemi sömürebilen veya yetkisiz erişim elde edebilen bir kişiyi belirler. Bununla birlikte, terimler farklı şiddet ve yıkım yoğunluklarının yanı sıra farklı ideolojik motivasyon düzeylerini de barındırır. Çevrim içi cihatçılık her zaman ideolojik olarak cihatçı düşünce tarafından güçlü bir şekilde motive edilmesine rağmen, şiddet içermeyen, düşük ölçekli bilgisayar korsanlığından yıkıcı, stratejik bilgi saldırılarına ve dijital materyaller vasıtasıyla yürütülen propagandaya kadar uzanan geniş bir yelpazeyi oluşturur (Hanna, 2006).

11 Eylül Saldırıları sonrası alan yazında popüler olan küresel cihat/çı terimi, küreselleşme politikaları ve dijital medyanın algı oluşturmadaki etkinliğiyle ilişkilidir. Küresel cihat yürüttüklerini söyleyen oluşumlar temelde klasik hiyerarşik ve bürokratik tarzda örgütlerden farklı yapılanmışlardır. Aynı zamanda onlar esnek, uluslararası ağa sahip ve teknolojik imkânlardan son derece yararlanabilen örgütler olarak tanımlanmışlardır (Yılmaz, 2006).

Globalleşmenin getirdiği tek-tipleştiricilik baskısına karşılık yerel değerlerini savunan bu tür radikal gruplar, dijital medyanın kullanımının yaygınlaşmasıyla eşzamanlı olarak propagandalarını bu mecra üzerinden sürdürme çabası içerisindeyler. Bu sayede küresel dünyanın teröristleri günümüzde hedeflerine daha pratik yoldan ulaşabilmekte, internetin vermiş olduğu avantaj ile insanları heyecanlandıran haber ve fikirleri geçmişe nazaran daha süratli ve geniş bir alana yayabilmektedirler. Hatta günümüzde küçük bir terörist grup bile internet, küresel ölçekli uydular ve mobil iletişim sistemleri vasıtasıyla komuta, kontrol, iletişim ve istihbarat imkânına sahip olmuşlardır. Bu durum bu tür örgütlerin tespit ve yok edilmesini klasik yapıya sahip örgütlere göre oldukça zorlaştırmıştır. Günümüzde etki alanlarını ve finansal ve teknik güçlerini günbegün arttıran bu örgütler ülkelerin güvenliğini tehdit eder hâle gelmişlerdir. Hülâsa dünyanın küreselleşme serüveni, küreselleşmenin egemen aktörlerine ve temsil ettiği birçok değere karşı olmasına rağmen, onun yöntem ve araçlarına uyum çabası içinde olan terör gruplarının varoluş mücadelesine tanıklık etmiştir (Karakaş, 2017).

Küresel cihat hareketi üzerine yıllardan beri yapılan araştırmalar göstermiştir ki, internet benzersiz bir bilgi kaynağı olarak kullanılmıştır. İnternet bugün küresel cihat/çı için vazgeçilmez bir önem taşımaktadır. Çünkü internet coğrafi olarak dağınık bir hareket içinde ideolojik uyumu sağlarken ağ inşası kolaylaştırır ve cihatçı ağın tüm seviyelerini internette bulmak mümkündür. Cihatçı web siteleri, doğası gereği çok farklıdır ve birbirlerinden nispeten bağımsız olarak çalışırlar. Bununla birlikte, birçok site, aynı materyali sıklıkla yeniden dağıtmaları ve dolaştırmaları anlamında birbirleriyle ilişkilidir. Bu durum, çok sayıda siteye rağmen, bu sitelerde her gün görünen yeni materyalin kapsamının her zaman çok büyük olmadığını gösterir. Cihatçı internetin en önemli işlevi: Bilgi sistemlerine yönelik yıkıcı siber saldırılar dâhil olmak üzere farklı amaçları yerine getirmesidir. Sempatizanları çevrim içi ağlar üzerinden yönlendirerek taraftar toplamak ve eylemler gerçekleştirmek şimdiye kadar cihatçıların interneti kullanmasının ana hedefi hâline dönüşmüştür.

Küresel cihat bağlamında internetin sunmuş olduğu faydalardan diğer bir tanesi de topluluklar yaratma ve özellikle terörist ağlar olmak üzere güçlü ağlar inşa etme olanağı sağlamış olmasıdır. Marc Sageman, 1990'larda iletişim teknolojisindeki devrimin küresel Selefi cihadın yükselişiyle aynı zamana denk geldiğini ve aslında küresel cihadı mümkün kılanın bu yeni teknoloji olduğunu (Sageman, 2008) söylemesi küresel cihat ile internet arasındaki bağı ortaya koymasından dikkat çekicidir. Sageman'a göre Selefi cihatçı örgütlerin interneti etkin ve verimli kullanmaya başlamasıyla

birlikte düşman algısı da değişmiştir. Ona göre: “*Sanal topluluk artık herhangi bir ulusa bağlı değildir; bu durum, özellikle milliyetçiliği reddeden ve küresel Selefi cihat önceliğini yakın düşman yerine uzak düşmana karşı savaşmayı teşvik eden efsanevi Selefi ümmetine tekabül eden bir durumdur*” (Sageman, 2008, s. 161). Bu son söylediğimize en güzel örnek el-Kaide ile DEAŞ arasındaki düşman tanımlamasında yatmaktadır. Nitekim Zerkavî’ye göre mücadele edilmesi gereken asıl düşman yakındaki düşman olup bundan dolayı öncelikle Orta Doğu’daki rejimlerle savaşılması gerekiyordu. Ancak el-Kaide lideri Bin Ladin’e göre İslami hareketin başarılı olabilmesi için öncelikle yerel güçleri parasal ve lojistik anlamda destekleyen uzak düşman ABD ile cihat edilmesi elzemdi (Erkmen, 2017).

Olivier Roy’a göre ise, internetin siyasi ve terörist eylemler için kullanımı tipik Batılı modellere dayanmaktadır ve İslamcı sitelerin çoğu kullanıcısı aslında Batı’da yaşayan Müslüman göçmenler, mühtediler veya öğrencilerdir. Dolayısıyla onların sanal ümmetleri eyleme geçme arzusundan ziyade bir kimlik arayışını temsil eder. Orta Doğu’nun dünyadaki düşük temsilinin nedenlerinden biri belki de en önemlisi birçok Arap ülkesinde bilgi sistemlerine erişim zorluğu ve sansür uygulanmasıdır (Seuil, 2002).

Deborah Touboul’un frankofon (Fransızca konuşanlar) cihatçıların kulanmış olduğu internet forumları üzerine yaptığı araştırma, katılımcıların bilgi paylaşımı ve topluluk oluşturma gibi iki ana amaçları olduğunu ortaya koymuştur. Touboul’a göre sanal bir topluluk, katılımcılara dinî, ahlaki, duygusal ve maddi destek sağlamaktadır. Ayrıca bu sanal topluluk içindeki sosyal dayanışmanın Avrupa’daki İslamcı sitelerde Arap dünyasından daha belirgin ve kuvvetli olduğu gözlemlenirken aynı zamanda Avrupa’da azınlık olma duygusunu yansıtmaya bakımından da önem arz etmektedir (Touboul, 2005).

Selefi cihatçı grupların önde gelen isimleri dâhil olmak üzere hemen hemen hepsi az ya da çok mesajlarını ulaştırabilmek için interneti aracı kılmışlardır. Örneğin: el-Kaide’nin eski liderliği, yani Usame bin Ladin ve önemli ideolojik etkiye sahip olan Eymen ez-Zevâhirî, yine yakın bir zamana kadar cihatçı âlemde etkili olan Ebu Bekir el-Bağdâdî ve onun sözcüsü Ebu Muhammed el-Adnânî, ses ve video dosyaları aracılığıyla iletişim kurmuşlar ve dünyanın dört bir yanındaki militanlarını yönlendirerek cihada davet etmişlerdir. Bu dosyalar genellikle el-Cezire gibi ulusal kanallarda veya örgüte ait yerel kanallarda ve aynı zamanda internette kendi kurmuş oldukları dijital platformlarda yayınlanmıştır. Müslüman din adamları, cihatla mücadelenin meşru yolları hakkında teolojik rehberlik yapmış, sık sık fetvalar vererek internette dinî bir edebiyat oluşturmuşlardır. Yine internet stratejik düşünürler tarafından ideolojik ve stratejik tavsiyelerin verildiği bir mecra olurken, internette cihadı yürütmenin en etkili yolları hakkında makaleler ve kitaplar yayımlanmıştır (Hanna, 2006).

Siber aşırılık yanlılarının en büyük hedeflerinden biri; Cihadın aktif ve pasif destekçilerini içeren radikal bir taban hareketi oluşturmaktır. Çevrim içi cihatçılar cihatçı durum hakkında kendilerini güncel tutmak için birçok internet forumunu kullanmaktadırlar. Bununla birlikte, bu kullanıcıların çoğunlukla klavye cihatçıları olduğu, terör operasyonlarına doğrudan karışmadığı, ancak bazılarının kısmen cihatçı çevrimiçi materyallere maruz kalarak radikalleştiği söylenilebilir (Hegghammer, 2005). Bu cümleden hareketle, internetteki makaleler, açıklamalar ve fotoğraflar gibi birçok terörist materyalin çeşitli web sitelerinde dolaştığını ve materyalin bu şekilde çoğaltılmasının muhtemelen cihatçı internetin kapsamını olduğundan daha büyük gösterdiğini söylemek mümkündür.

Çevrimiçi cihatçılığın belki de en önemli işlevi ideolojinin ve propagandanın yayılmasına hizmet etmesidir. Yukarıda görüldüğü gibi, Selefi cihatçı grupların önde gelen isimleri, radikal Müslüman din adamları ve stratejik düşünürler, destekçilerine siyasi, teolojik ve ideolojik yazılar sağlıyor, çağrılar yapıyor, militan gruplar ve ağ aktivistleri ise çeşitli web sitelerinde cihatçı

materyalleri servis ediyor. Bütün bu yoğun data saldırısına maruz kalan internet; siyasi, ideolojik ve teolojik literatürden fetvalar, hutbeler aracılığıyla saldırı yöntem ve tekniklerinden tutun da kafa kesme videolarına kadar her şeye kolay erişim sağlayan sanal bir cihatçı materyal kütüphanesi hâline dönüşüyor. Küresel İslami Medya Merkezi'nin genel emir yardımcısı Ahmed el-Vahid Billah'ın interneti, örgüt sempatzanlarının askeri ve ideolojik eğitimin yanı sıra moral eğitimi de aldığı bir “*El Kaide Cihat Araştırmaları Üniversitesi*” olarak tanımlaması da bu bağlamda dikkat çekici bir örnek oluşturuyor (Kavâlek, 2015).

İnternetin işlevselliği düşünüldüğünde onun bir üniversiteye benzetilmesi ilk bakışta garip karşılanmış olsa da meselenin üzerinde biraz yoğunlaşınca doğru olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü propaganda öncelikle cihat davasını meşrulaştırmak için yaygınlaştırılmakta ve hem içte hem de dışta bir kitleyi hedef almaktadır ve bununla amaçlanan ise teorik ve ideolojik bir zemin oluşturmak, cihatçıların moralini yüksek tutmak ve onları teşvik etmektir. Aynı zamanda dışarıdan bakıldığında propaganda, düşmanın moralini bozmayı amaçlayan psikolojik bir savaşın parçasıdır. İnternette propaganda ve ideolojinin yayılması, cihatçılar için ortak bir temel oluşturmakta ve bir tür tek yönlü iletişimi temsil etmektedir. İnternet üzerinden iletişim, özellikle dünyanın dört bir yanına dağılmış olan cihatçı taraftarlar için çok büyük önem taşımaktadır. Sempatzan arkadaşlarla kurulan iletişim bir gruba ve bir davaya ait olma duygusu vermektedir. Cihatçı internet sitelerinin ve özellikle İngilizce, Fransızca, Felemenkçe ve İsveççe gibi Arapça olmayan dillerdeki sohbet forumlarının popüler olmasının altında yatan nedenlerden bir tanesi işte bu duygudur (Hanna, 2006).

1990'larda cihatçıların eğitimi öncelikle Afganistan'daki kamplar başta olmak üzere Pakistan, Sudan, Endonezya, Güney Filipinler ve Çeçenya'da yapılıyordu. Ancak Afgan kampları 2001'de ABD liderliğindeki işgal güçleri tarafından yok edilince Afgan ve Arap kökenli cihatçılar başka bölgelere kaydırıldı. Afganistan ve Pakistan'daki yeni ve daha küçük eğitim tesislerine ek olarak Avrupa'da, Suriye-İrak sınırında ve Irak'ın iç bölgelerinde olası yeni eğitim kampları açıldı. Ancak bahsi geçen bu eğitim kamplarının tam olarak nerede bulunduğu dair güvenilir bilgilere ihtiyaç vardır. Fakat bunlardan daha önemlisi yeni medya teknolojileri vasıtasıyla siber uzayda kuruldu. Terör örgütleri tarafından yeni keşfedilen bu mecrada cihatçı eğitim kılavuzları (terör ansiklopedileri, kısa askeri talimat kılavuzları) sürekli geliştirildi ve bunlar yeni medya grupları ve forumları aracılığıyla terör sempatzanları arasında dağıtıldı. Örneğin terör sempatzanı bir kişi el yapımı patlayıcıların nasıl yapılacağını, zehirlerin nasıl üretileceğini, silahların nasıl kullanılacağını ve keşif operasyonlarının, gerilla savaşının, şehir savaşının, rehin almanın vb. nasıl yapılacağını internet üzerinde kolaylıkla öğrenebildi.

İnternet üzerinden yürütülen terör faaliyetlerinin başka bir kolu da “Hacktivizm” dir. Bilgisayar korsanlığı ve aktivizmin yansıması olan hacktivizm, yukarıda bahsi geçen temel hizmetleri kesintiye uğratmayan veya şiddete yol açmayan, bilgisayarlara yönelik siyasi güdümlü saldırılar olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla bu kavram siber terörizmle eş değer değildir. Hacktivizm, bizim bağlamımızda, cihatçı ideoloji tarafından motive edilen küçük ölçekli bilgisayar saldırılarını kapsar. Cihatçıların literatüründe bu faaliyete genellikle “elektronik cihat” denilmiş ve internet forumlarının üyeleri sıklıkla elektronik cihazlarına atıfta bulunarak katılımcı sayısını artırmaya çalışmıştır. Ekim 2004'te ılımlı İslami internet sitesi “*İslam Online*” da yayınlanan çevrim içi bir fetvada şöyle deniliyor olması da bu bağlamda dikkat çekicidir: “*Müslümanları yok etmeyi veya topraklarımızı işgal etmeyi amaçlayan herhangi bir siteyi hecklemenin bir zararı veya yasağı yoktur. Amerikan ve İsrail çıkarlarına hizmet eden bu şeytani siteleri hecklemek ve yok etmek için gerekli tüm yolları ve araçları kullanarak kendimizi savunmak meşru bir haktır*” (www.islamonline.net/livefatwa/english/oldresult.asp.).

Terörist saldırılar planlayan cihatçıların interneti keşif ve bilgi toplamak için kullanmaları muhtemeldir. Ancak, bu tür bilgilerin internet üzerinden aktarıldığını görmek nadiren olan bir durumdur. Bununla birlikte, yakın tarihli bir örnek dikkat çekicidir, bu örnek olayın kahramanı Batı dünyasına yönelik saldırıları teşvik eden Endonezyalı Cemaatül-İslamiyye grubuyla bağlantılı “*Ansar al-Muslimin*” adlı internet sitesidir. Site, ayrıntılı haritalar, saldırı yerleri ve kaçış yolları yayınlamış ve Batılıların araçlarında sıkışıp kalacağı öğle molasını geçirdikleri alanlara, üst geçitler ve trafiğin yoğun olduğu noktalara saldırılar önermiştir (Theage Independent Always, 2005). Buna benzer bir durumu DEAŞ tarafından dijital ortamda çıkartılan “*Rumiyah*”ta görmek mümkündür. DEAŞ bu dergi vasıtasıyla “*Yalnız Kurt*” adını verdiği operasyonları teşvik etmekle kalmamış aynı zamanda eylemcilerin kullanacağı eylem silahından, eylemin şekli, yeri ve zamanına kadar bilgilendirmeler yapmış ve onları yönlendirmiştir.

Bütün bu söylediklerimize ek olarak diyebiliriz ki, internet aynı zamanda Selefi cihatçılığın finansman aracı olmuştur. “*Ensar el-İslam*” medya şefi Ekim 2003'te “*el-Kaide'nin şiddet dolu tarihi yıllardır bir bağış toplama aracı olarak hizmet etti.*” (Peterson, 2003) diyerek internetin nasıl Selefi cihadı finansa ettiğini itiraf etmiştir. O zamanlar, internet kullanımı bugünkü kadar yaygın olmadığı gibi alt yapısı da gelişmiş değildi. Militan gruplar tarafından gerçekleştirilen saldırıların video kayıtları CD'lere kaydedilir ve bağışçılara gönderilirdi. Başarılı bir saldırıdan sonra finansman yağmur gibi her yerden gelirdi. Bizzat katılmaya cesaret edemeyen, ancak İslami yönetimin kurulması için destek gönderen zengin ülkelerden Kuveyt, Suudi Arabistan ve Katar'dan ve diğer ülkelerden insanlar (Peterson, 2003) milyon dolarları bu Selefi cihatçı gruplara göndermiştir. Propagandanın yayınlanması ve yayılması, sonuç olarak, cihatçı hareketin yeteneklerini ve gücünü göstermesine olanak sağlarken mali olarak da destek elde etmesini kolaylaştırmıştır.

Geçtiğimiz son on yılda internet, Selefi cihatçı hareket için giderek daha önemli bir hâle gelmiş ve çeşitli terörist faaliyetler için aktif olarak kullanılmıştır. Bu nedenle, internetin terörizmin doğası üzerinde belirli bir etkisinin olması ve bunun devam etmesi gelecekte de bizi meşgul edecek konulardandır. Ancak terörizmin ve özel olarak cihatçılığın gelişmesinin en önemli nedeni internetten daha ziyade küresel terörizmin artan yoğunluk düzeyiyle ilgilidir. New York'tan Londra ve Madrid üzerinden Bali'ye kadar dünya çapında meydana gelen birçok terörist saldırının, internetin kendisinin kullanımından kaynaklanmayan başka nedenleri vardır. Bununla birlikte, İnternet, terörizmi veya cihadı teşvik etmek için yeni imkânlar sunmuş ve böylece terörizmin çeşitlenmesini ve yoğunlaşmasını kolaylaştırmıştır. İnternet muhtemelen bazı terör yöntemlerinin etkisini de artırmış ve böylece diğerlerinden ziyade bu yöntemlerin kullanımını desteklemiştir. Örneğin tüm dünya 2004 baharında Irak'ta yabancılara (turistlere, diplomatlara) yönelik kaçırma dalgasına tanıklık etmiştir. Saldırganlar tarafından kaydedilen bu videoların yayılmasına izin veren ve bu tür terör eylemleri hakkında muazzam bir tanıtım platformu sağlayan internet olmasaydı, bu tür adam kaçırma eylemlerinde bu kadar önemli bir artış olmayacaktı. Rahatlıkla diyebiliriz ki, çevrim içi cihatçılık cihatçı hareket içinde yeni ve oldukça revaçta bir yöntem olarak literatürde yerini almıştır. Gelişmiş bant genişliği, artan işlevsellik ve hızla artan kullanıcı sayısı nedeniyle internet kitle iletişim araçları içinde bir dünya lideri hâline gelmiştir. Bu yüzden ki, önemi büyük olasılıkla gelecekte de artarak devam edecektir. Modern toplumun internetle olan sınavı henüz yeni başlamıştır.

Çalışmamızın buraya kadar olan bölümünde cihatçı örgütler dâhil olmak üzere bütün terör örgütlerinin propaganda yaparken ve eleman devşirirken internetin sunmuş olduğu ürün yelpazesinin genişliğinden nasıl istifade etmeye çalıştıklarını inceledik. Çalışmamızın bundan sonraki bölümünde ise DEAŞ terör örgütünün yeni medya stratejisini ve bu yeni medya üzerinde yürütmüş olduğu dijital cihat faaliyetlerini incelemeye çalışacağız.

3.4. Yeni Medya Stratejisi: Dijital Cihat ve DEAŞ

2000’li yılların başında Usame bin Ladin’in ses kayıtlarının el-Cezire televizyonunda yayınlanmasından bu yana geçen zaman içerisinde gelişen teknolojinin vermiş olduğu avantajı çok iyi kullanan terör örgütleri daha yeni ve komplike eylemler gerçekleştirmeyi başardılar. Terör örgütleri, yeni medyanın vermiş olduğu bu avantaj ile hedefleri doğrultusunda şiddet kullanmaktan sakınmayarak toplumda korku ve panik, kamuoyunda da infial yaratabilmek için var güçleriyle çalıştılar. Dünyanın son on yılına iz bırakan Selefi cihatçı terör örgütü DEAŞ’ da karmaşık medya stratejisi ve yürütmüş olduğu dijital savaşıyla dikkat çekmeyi başarabilmiş örgütlerden biri oldu. Tabii bu durumun ortaya çıkmasında ABD işgali ile Irak’ta başlayan yönetim boşluğu ve daha sonrasında Suriye’nin toplumsal bir iç savaşa sürüklenmesiyle derinleşen Orta Doğu’daki iktidar boşluğu etkili olmuştur. Meydanı boş bulan DEAŞ kendisine geniş bir coğrafyada hâkimiyet alanını oluşturmakla kalmayıp toplumsal rahatsızlıklardan beslenmiş, ideoloji ve eylemlerini etkili bir medya kullanımı ile uluslararası kamuoyuna duyurmuştur. DEAŞ hem kendi medya araçları hem de uluslararası medyada ses getiren eylemleri aracılığıyla dünya genelinde bir takipçi kitlesine sahip olmuştur.

Özenle kurgulanmış birtakım sembolik mesajlar içeren medyatik ürünlerin karmaşık bir strateji ile dolaşıma dâhil edilmesi DEAŞ’ın uluslararası kamuoyunun gündemine üst sıralardan giriş yapmasını sağlamıştır. DEAŞ’ın sahip olduğu medya araçları; haftalık bültenleri, farklı dillerde yayımlanan dergileri, haber ajansı, radyosu, video prodüksiyonları ve sosyal medya kanalları onun mevcut silahlı örgüt profiline devasa bir medya kuruluşu profilini de kazandırmıştır (Salihi & Göksun, 2018).

DEAŞ’ı diğer örgütlerden ayıran özelliği medyayı propaganda amacıyla kullanması değil, dijital medya devriminin sağladığı olanak ve yeteneklerini sahip olduğu ideolojiyle bir araya getirerek etki gücünü olağan üstü arttırmış olmasıdır. DEAŞ dijital medya devriminin sağladığı olanaklardan en güzel biçimde faydalanırken burada hâkim olan evrensel kültür normlarını en etkili şekilde kullanmayı başarmıştır. Bu noktada DEAŞ ile el-Kaide örgütü kıyaslandığında görülür ki, 2000’li yıllarda el-Kaide dönemin şartlarının imkân verdiği çerçevede internet forumlarından istifade ederek küresel iletişim ağına katılabiliyorken, DEAŞ etkin bir şekilde dijital medyanın dil, gündem ve trendlerini yakından takip ederek stratejisinin bir parçası hâline dönüştürmüştür. Siber uzay üzerindeki siber cihada dâhil olarak planlı ve programlı bir şekilde ideolojisini internet üzerinden evrenselleştiren örgütün başlıca gayesi, isteyen herkesin dâhil olabileceği, koordine ve uluslararası bir bilişim ekibiyle örgütün ideolojisini tüm dünyaya duyurmak olmuştur (Hoffman & Schweitzer, 2015). Örneğin kendisine “Siber Halifelik” (Cyber Caliphate) adını veren grup kurulduğu günden bu yana DEAŞ’ın siber saldırı timi gibi faaliyet göstermiştir. Mayıs 2015’te yayınladığı bir videoda siber savaş tehdidinde bulunan grup, videoda: *“Elhamdülillah hem karada hem de internette genişliyoruz. Mesajımız ABD ve Avrupa için: Elektronik savaş henüz başlamadı. Şu ana kadar gördükleriniz gelecekte yaşanacakların sadece başlangıcı.”*(Paganini, 2016) diyerek Avrupa’yı ve Amerika’yı tehdit etmiştir.

DEAŞ’ın dijital medyanın sunmuş olduğu imkânlardan yararlanma noktasındaki göreceli başarısı, hazırlanan reklam materyallerinin gelişigüzel değil de, tam aksine profesyonel, “Hollywood görsel stili” ne sahip bir tarzda hazırlanması sayesinde olmuştur. Örneğin ABD merkezli Terörizm Araştırma ve Analiz Konsorsiyumu (TRAC) ile İngiltere merkezli düşünce kuruluşu Quilliam’ın 2014 tarihinde yayınladığı bir raporda örgütün, tek bir video çekimi için en az 200 bin doları gözden çıkardığından bahsedilmektedir. Video son teknolojik ekipmanlar ile çoklu çekim tekniği kullanılarak 4-6 saatte bitirilebilmiş, bazı sahneler ise verilmek istenilen mesajın izleyiciye doğru olarak aktarılabilmesi ve beklenen etkiyi yaratması için tekrar tekrar çekilmiştir (Karakas, 2017). DEAŞ, Web 2,0 konusunda yetenekli bir kullanıcı olduğunu kanıtlamış ve sosyal medyayı basit bir araçtan, her şeyiyle bir silaha dönüştürerek örgüt adına küçümsenemeyecek bir başarıya imza atmıştır. Bu

durum kendilerini dijital bir savaşın tam ortasında bulan hilafet düşmanları için bir sürpriz olmuş ve hazırlıksız yakalanan İslam devleti karşıtları ilk dijital savaşın birinci bölümünü kaybetmişlerdir. DEAŞ, Batı'nın medya araçlarını ve tekniklerini onlara karşı kullanarak bu sosyal medya savaşını kazanan ilk İslamcı örgüt denilebilir. Bu durum kendinden sonrakilere örneklik teşkil etmesi bakımından da önem arz etmektedir.

DEAŞ'ın dijital medya stratejisi; zafer halifeliği, pastoral halifelik ve seferberlik olmak üzere üç madde altında inceleyebilir: Zafer halifeliği, örgütün olağanüstü derecede güçlü olmasına, durmadan yeni topraklar fethetmesine ve yüksek bir devinime sahip olmasına dayanmaktadır. Bu strateji DEAŞ'ın, meşruluğunun temelini oluşturan halifelik müessesini yeniden hayata geçirme ideolojisiyle birlikte düşünüldüğünde oldukça önemlidir. Pastoral halifelik stratejisi ise DEAŞ'ın askeri alanda kendisini etkin tanıtmaya gayretinin bir sonucudur. Örgüt bununla halifelik İslami bir ütopya olmadığı algısını yaratma gayreti içerisindedir. DEAŞ, şer'i düzeni hâkim kılabildiğini ve "vatandaşlarına" temel hizmetleri verebildiğini gösterme çabası içinde olmuştur. DEAŞ, halifelik günümüzde hâlâ geçerliliği olan bir devlet modeli olduğunu gösterebilseydi, hem cihatçı rakibi el-Kaide hem de bölgedeki diğer aktörlere karşı meşruiyetini kanıtlayabilecekti. Ancak DEAŞ, hâkim bir varlık olarak kimlik bilgilerini ispatlayamadığından dolayı ideolojisi daima sorgulanmıştır.

DEAŞ, mensuplarını harekete geçirme noktasında rakiplerine oranla daha önce eşine pek rastlanmamış bir başarıya sahiptir. Bu başarının arka planında profesyonelce kurgulanmış dijital medya hâkimiyeti yatmaktadır. Örgütün Hollywood tarzı çekmiş olduğu videolar sayesinde yabancı savaşçıları, batılı ülkelerde yaşayan göçmenleri sözde halifelikçe çektiği gibi Batılı ülkelerde yaşayan radikal Müslümanları DEAŞ adına eylem yapmaya ikna edebilmiştir. Keza 2011'den bu yana yaklaşık 30.000 yabancı savaşçı cihat gruplarına katılmak için Suriye ve Irak'a gelmişlerdir. Bu herhangi bir cihat hareketinin bugüne dek ulaştığı en kalabalık yabancı savaşçı sayısıdır (Ross, 2023). DEAŞ, sosyal medyanın gücünü kullanarak yaptığı propagandalar ile fedailerini ölümsüz birer kahramana dönüştürmüş ve Müslümanların rol modelleri olarak sunmayı başarmıştır (Weimann, 2004).

3.5. DEAŞ'ın Propagandasının Temel Dayanakları ve Hedefi

DEAŞ'ın dijital cihat anlayışının temelinde şu üç düşünce hâkimdir diyebiliriz: Birincisi askerî eksendir. İkincisi Müslümanların itikatlarını tahrif, değerlerini yok eden, psikolojik mağlubiyet ve teslim oluşun sebeplerini oluşturan şeytan medyaya savaş açmak. Öyle ki medyanın bombalarının ateşi ve şiddeti ümmetin üzerine uçaklardan atılan bombalardan daha zarar verici ve daha tehlikelidir. Bu nedenle Allah'ın kendilerine muvaffakiyet verdiği mücahitlerin, düşmanın varlığını askerî alanlar dışında da yok etmek için bu medya cephesinde mücadele etmeleri zorunludur. Allah Resulü şöyle buyurmuştur:

"Müşriklere karşı dillerinizle cihat edin" (Ahmed Muhammed b. Hanbel & Thk. Şuayip el-Arnaut, 2001, s. 456).

Allah Resulü başka bir hadisinde de şöyle buyuruyor:

"Mü'min, kılıcı ve diliyle cihat eder. Neşim elinde olana yemin olsun ki, sizlerin söylemiş olduğu (şiiirler) kâfirlere ok yağdırmak gibidir"(Ahmed Muhammed b. Hanbel & Thk. Şuayip el-Arnaut, 2001, s. 456).

Allah Resulü kendi çağında en etkili ve düşmana en ağır gelen medya yöntemini kullanıyordu ki, bu da şiiirdi. Bir defasında Ömer b. el-Hattâb şöyle dedi: *"Ey İbn-i Revaha! Allah Resulü'nün yanında ve Allah'ın kutsal toprağında şiiir mi söylüyorsun? Allah Resulü ona şöyle dedi: "Onu bırak ey Ömer! Zira o (söylediği şiiir) onlar üzerine ok yağdırılmasından daha hızlıdır (etkilidir). Allah Resulü, şairlerin meşhurlarından bir yıldızın İslam'a girmesine, askeri komutan Halid'in İslam'a*

girmesine sevindiği gibi sevinmiştir” (Rumiyah, 2017, s. 19). DEAŞ İslam tarihinden vermiş olduğu bu örnekleri Hz. Peygamberin hadisleriyle destekleyerek sözüne kuvvet katmakta ve kendi medya stratejisinin temelini Hz. Peygamberin sünnetine dayandığını göstermeye çalışmaktadır.

DEAŞ’a göre İslami medyanın amacı şu şekilde olmalıdır:

1-Müslümanların onurlarını ve akidelerini savunmak

2-Ümmetin gençlerinin özellikle de mücahitlerin azminin artırılması noktasında çalışmak.

3-Kâfirlerin ve mürtetlerin akidelerinin ve ahlaklarının bozukluğunun ortaya konması, uygarlıklarının çöpten, (pazarladıkları) mallarının da taklit olduğu hususunda ümmetin gözünün açtırılması, Müslümanlara karşı küstahlıktaki ısrarcı inatlarının dizginlenmesi ve içlerine korkunun yayılması.

4-Müslümanlar ile düşmanları arasında geçen savaşların hakikati hakkında doğru görüntünün aktarılması, zayi olması ya da kan tüccarları tarafından çalınması (ihtimali nedeniyle) korkusuyla İslam gençlerinin kahramanlıklarının hakikatinin belgelenmesi (Rumiyah, 2017).

Duhaime’ye göre ise DEAŞ’ın dijital terör stratejisi hakkında temelde şu üç başlıktan söz edilebilir:

1.Batıdan kaçan kişilerin istihdamı ve yalnız kurtları harekete geçirmek,

2. Dünyanın geri kalanı ile agresif şekilde çevrim içi iletişim kurmak ve genç insanları DEAŞ’ın ideolojisiyle büyüterek sanal dünyanın dışına taşıyabilmek,

3. Acımasız eylemlerle dünyanın dikkatini çekerek örgüte finansal açıdan kaynak oluşturmak (Christine, 2015).

DEAŞ, el-Kaide’nin örgütlenme tarzından yola çıkarak dünyayı bölgelere ayırmış ve bu alanlara göre farklı hedef kitleler belirlemiştir. Örgütün hedef kitlesindeki bu farklılık ve çeşitlilik propaganda mesajlarının temalarını da etkilemiştir. Winter’a göre, DEAŞ propagandasının teması sanıldığı gibi yalnızca vahşet olmayıp; altı ana temayı içermektedir. Bunlar; vahşet, merhamet, mağduriyet, savaş, aidiyet ve ütopyacılıktır. DEAŞ, şiddet ve vahşet temalı mesaj ve videolar aracılığıyla sempatanlarına intikam ve zafer hissini yaşatırken diğer taraftan da düşmanlarının yüreklerine korku salmayı hedeflemektedir. Bu yoğun şiddet içerikli reklam sayesinde bir anda tüm dünyada kendisinden bahsettirebilmektedir. Savaş temalı mesajlarda gücünü, operasyonel kabiliyetini ve savaşçıların cesaretini vurgulayan DEAŞ, bazı propaganda ürünlerinde ise üyelerinin aidiyetinin altını çizerek yeni üyeler kazanmayı hedeflemektedir (Winter, 2015). Mağduriyet temasını da kullanan DEAŞ, Sünni Müslümanların “Haçlılar” ve “Râfiziler” tarafından mağduriyete uğratıldıkları konusundan video ve dergilerinde sıklıkla söz etmektedir. Bu sayede kendisine bir meşruiyet alanı oluşturmayı ve ideolojisini geniş kitlelere yayarak sempatan sayısını artırmayı hedeflemiş ve bu konularda başarılı olmuştur. Merhamet temasıyla ise kendisine itaat eden ve eman dileyenlere karşı ise affedici olduğu mesajını vermiş, bölgedeki diğer grupların mensuplarına kucak açmıştır. Örgütün propagandasında, yeni üyeler kazanmak için sıklıkla başvurulan temalardan biri de vahiysel ütopyacılık olmuştur. Bununla DEAŞ bizzat kendisinin yeryüzünde İslam Şeriatı’nın hâkim olduğu vahiysel ideallerle idare edilen, kendi para birimi ve pasaportu bulunan, güçlü ve gerçek bir devlet olduğu mesajını vermiştir. Korku DEAŞ’ın propagandasında merkezî bir yer tutmaktadır. Sunduğu videolar, toplumsal korkunun kurumsallaştığı ve korku kültürünün yerelden başlayarak tüm dünyaya yayıldığı bir olguya dönüşmüştür (Ayhan & Çifçi, 2018).

DEAŞ’ın gerçekleştirdiği terör eylemleri dünyanın dikkatinin zorunlu olarak bu örgüte yoğunlaşmasını sağlamıştır. Örgüt için korku öyle genel bir kullanım alanına sahiptir ki tüm reklam ve diğer propaganda araçlarını şiddet üzerinden pazarlaması bunun göstergesidir. Monk’un (Monk, 2018) da ifade ettiği gibi bu korku varlıksal (ontolojik) bir korkudan öte eylemlerin araçsallıklarından

kaynaklı bir korkudur. Bu psikolojik bir savaştır ve temelde yandaşlarına Batı'dan sınırlı da olsa intikam alınabileceğini göstermektedir. Örgüt kendisinin hâkimiyetinde olmayan her bölgeyi “Dârü'l-harp” olarak kabul ettiği için bölgenin Müslüman olup olmadığını araştırmaksızın saldırıda bulunmuş ve militanları arasında mecburi bir kenetlenme oluşturmuştur. Bu da internet vasıtasıyla yaptığı propaganda çalışmaları sayesinde meydana gelmiştir (Ayhan & Çifçi, 2018).

Bütün bu yoğun uğraşların neticesinde DEAŞ kendini İslam tarihi ve esaslarından ilham alan, Allah tarafından kutsanmış Sünni direniş hareketi olarak göstermeyi büyük ölçüde başarabilmiştir. Özenle işlenmiş bu imajı kontrol edebilmek için, DEAŞ ez-Zerkâvî'nin kaba kurgusunu alıp onu profesyonelce üretilmiş propaganda ve dezenformasyon araçlarına dönüştürmüş ve bunu yaparken de modern çağın araçları olan Twitter, Facebook gibi sosyal ağları ve dijital yazılım uygulamalarını ustaca kullanarak bunlar üzerinden cihat hareketini sürdürmüştür (Weiss & Hassan, 2016).

3.6. DEAŞ'ın Çevrimiçi Cihadında Kullandığı Sosyal Medya Araçları

DEAŞ tarafından kullanılan sosyal medya içerikleri ve pazarlama stratejileri örgüte yeni militanlar temin etmek için yapıldığı kadar diğer örgütlerin bağlılığını ve katılımını da hedeflemiştir. DEAŞ'ın sosyal medyayı şiddet içerikli fotoğrafları servis etmek, potansiyel yeni militan adaylarını etkilemek ve yalnız kurt eylemlerine özendirmek için kullanmış olması dikkat çekmiştir. Ancak asıl ilginç olan bu faaliyetlerin karmaşık çevrim içi araçlar tarafından ilgi çektiğinin fark edilmesi olmuştur (Berger, 2014). Bu bölümde DEAŞ'ın dijital cihadına katkı sunmak için kullandığı YouTube, Facebook, Twitter ve Telegram gibi sosyal medya içerikleri hakkında bilgi vermeye çalışacağız.

3.6.1. X (Twitter)

Eski ismiyle Twitter yeni simiyle X ve Facebook, DEAŞ'ın dijital sosyal medya macerası içerisinde en sık kullandığı sosyal içerik üretici araçlarının başında gelmiştir. Ağ hesaplarının sürekli engellenmesine rağmen devamlı farklı hesaplar oluşturarak bu mecralardaki faaliyetini devam ettiren örgüt, dijital cihat bağlamındaki mesaj ve videolarını ilgili ağlar üzerindeki hesaplarında yayınlamış ya da birçok twitter ve facebook hesabını hackleyerek etki alanını genişletmeyi başarmıştır. 2015 Nisan'da Siber Halifelik adlı grubun TV5 Monde adlı kanalın facebook hesabını ele geçirerek kapak fotoğrafına “Je Suis Charlie” kampanyasına atıf yaparak, “Je suİS” (Ben İslam Devletiyim) yazmış (Samuel, 2015) ve siber cihadın devam edeceğini duyurarak bu alanda DEAŞ'ın ne kadar etkili olduğunu göstermiştir (Çakır, t.y.). Yine buna benzer bir şekilde ABD Merkez Kuvvetler Komutanlığına (CENTCOM) ait twitter ve YouTube hesapları heklenerek bu hesaplar üzerinden DEAŞ propagandası yapılmıştır.

Twitterın insanlarla iletişimi kolaylaştırmaya ve gündemi belirlemeye/takip etmeye yarayan “hashtag” uygulamaları vardır. Twitter ana sayfa da belirtilen “trendy topic”ler hashtag'lerle belirlenir. Hashtag'ler Twitter'ın geniş kitlelerin dikkatini bir konuya yönlendirmek ve kamuoyunu oluşturmak için kullandığı uygulamalardır (Bayraktutan vd., 2014). Bu uygulamalar DEAŞ'ın siber cihadına olanak sağlaması için örgüt militanları/gönüllüleri tarafından aktif olarak kullanılmıştır. Örneğin, 2014 yılının Haziran ayında Brezilya'da yapılmış olan Dünya Kupası için açılan hashtaglere bir dizi saldırı gerçekleştirilmiştir. “#Brazil2014, #ENG, #France ve #WC2014” hashtaglerine tıklayan insanlar, DEAŞ liderliğinde cihada davet eden bir videoyu karşılarında bulmuşlardır (Karaaş, 2017).

Trend hashtaglerin manipüle edilmesine yönelik siber korsanlık faaliyetlerini gerçekleştiren örgüt, bu metot sayesinde Twitter'da kendisiyle ilgisi olmayan konular üzerinden bile dünyanın dört bir yanına sesini duyurabilmeyi başarmıştır. Örneğin 25 Haziran 2014 tarihinde “Kedinin İslam Devleti” (Islamic State of Cat) isimli bir twitter hesabı üzerinden “Cihadın kedileri” (#catsofjihad) hashtagi ile başlatılan, elinde el bombası, silah veya dinamit bulunan sevimli kedi fotoğrafı paylaşımları, DEAŞ elemanları tarafından hızla kabul görmüştür (Martel, 2014). Bu resimler

marifetiyle insanların zihnindeki yavru kedi imgesi cihat materyalleri ile bağdaştırılarak ters yüz edilmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda fotoğrafların internet aracılığıyla dolaşımının sağlanması sayesinde örgüt propagandasını genişletme fırsatı yakalanmıştır.

3.6.2. Facebook

Facebook da Twitter gibi milyonlarca kullanıcısı olan ve en popüler sosyal ağlardan biri olması nedeniyle DEAŞ gibi radikal örgütlerin dikkatini çekmiştir. Ancak Facebook üzerinden oluşturulan hesapların sahiplerinin ve iletişim hâlinde buldukları kişilerin kimliklerinin tespitinin kolaylıkla yapılabilmesi ve Facebook'un yüz tanıma programı kullanıyor olması bazı İslamcı örgütlerin Facebook'a karşı ön yargılı yaklaşmasına sebep olmuştur.

ABD İç Güvenlik Bakanlığının hazırladığı bir raporda teröristlerin Facebook'u, silahların kullanımı, bomba yapım tarifleri, operasyonel ve taktik bilgilerin servis edilmesi gibi dört ana amaç çerçevesinde kullandığını tespit etmiştir. Ayrıca Facebook, radikal gruplar tarafından aşırı siteler ulaşma hususunda en kolay imkân sağlayan sosyal içerik üreticisi olarak görülmektedir. Bundan dolayıdır ki cihatçı örgütler Facebook'u genelde ideolojik mesaj vermek ve hedeflerine ulaşmayı kolaylaştıran bir bilgi hazinesi olarak kullanmışlardır. Örgütlere ait biri ofisiyel diğeri gayri resmî olmak üzere iki farklı türden hesabın bulunduğuna işaret eden Weimann, resmî hesapların çoğunlukla medya ve foruma sahip sponsor üyeler aracılığıyla oluşturulduğunu, gayri resmî hesapların ise sempatanlar tarafından örgütün reklamını yapmak gayesiyle oluşturulduğunu vurgulamıştır (Weimann, 2014).

DEAŞ'ın kullanmış olduğu facebook hesapları üzerinde araştırma yapmak, erişilen hesapların bir kısmının fake olması, gruplara üye olamayanlar ya da o kullanıcının arkadaş listesinde olmayanların paylaşımları görme yetkisinin olmayışı ve İngilizce dışında dillerde açılmış olan hesapların sistematik biçimde kapatılmaları gibi nedenlerle oldukça zordur. Ancak bu zorluğa rağmen yine de en popüler facebook hesapları tahlil edilebilmiştir. *Greenbirds Measuring Importance and Influence in Syrian ForeignFighter Networks* isimli araştırmanın neticesine göre örgütün en popüler facebook hesabı Shayk Ahmad Musa Jibril'e aittir. Jibril, DEAŞ sempatanlarının çok takip ettiği bir sosyal medya fenomeni olmasına rağmen örgütü destekleyip desteklemediğine yönelik net bir açıklama yapmamıştır. Bunun en büyük nedeni Jibril'in herhangi bir örgütün yanında olmaktan daha çok İslam cihadını destekliyor olmasıdır. Aynı araştırmanın diğer sonuçlarına göre ikinci sıradaki en meşhur diğeri bir hesap Wake Up Umma'dır. Bunlara ilaveten DEAŞ'ı desteklediği bilinen ve bu nedenle 11 Temmuz 2014 tarihinde tutuklanan Musa Cerantonio'nun hesabı gerek etkinliği bilindiği için gerekse yüksek beğeni alması nedeniyle diğeri bir popüler hesaptır. Ayrıca "Islamic State Scholar" ve "WakeUp Ummah The Return Part 2" isimli hesaplar da örgütün diğeri popüler hesaplarındadır (Keskinkaya, 2015).

DEAŞ, Facebook gibi sosyal medya ağlarını gözyaşı, kan ve acıyla dramatikleştirilmiş ve bu ağlar üzerinden mesajını tüm dünyaya pazarlamayı başarmıştır.

3.6.3. YouTube

Son on yılda birçok ücretsiz video paylaşım sitesi geliştirilmiş olsa da (Vimeo, Vevo, Dailymotion, Veoh ve Flickr) YouTube en çok izlenen video oynatıcısı olarak hâlâ ön plandaki yerini korumaktadır. Bu durumun farkında olan DEAŞ hazırlamış olduğu gazete, dergi ve broşür gibi yayınlar vasıtasıyla toplumda belli bir oranda etki yaratmış olsa da YouTube gibi büyük bir video oynatıcısı kanaldan hiç vazgeçmemiştir. Çünkü YouTube'da yayınladığı videolarla dikkat uyandırmayı ve uluslararası toplumu meşgul etmeyi başaramıştır. Aslında terör gruplarının

eylemlerini kayıt altına alarak servis etmesi 1990'lara kadar uzanan bir faaliyettir. Düşük çözünürlüklü kasetler aracılığıyla örgütler, dönemin imkânları dâhilinde propaganda faaliyetleri yapmışlardır. Günümüzde ise teknolojinin sağladığı imkânlardan çok daha iyi yararlanan örgütler hemen hemen tüm eylemlerini medyatik kanallar aracılığıyla yüksek çözünürlükte tüm dünya ya pazarlayabilmişlerdir.

Terör faaliyeti belli bir zaman ve yerde cereyan etmektedir. Bunun kayıt altına alınması eylemin etkisinin anlık olmaktan çıkararak zamana yayılmasına ve boyut değiştirmesine neden olmaktadır. Eylemin mesajının önceden planlanan formatta dolaşıma sokulması ve eylem üzerinden gerçekleşecek tartışmaların arzu edilen düzeyde olması bakımından önemlidir. DEAŞ yaptığı eylemleri kayıt altına almakla yetinmemiş bazı zamanlarda senaryosu önceden yazılmış ve oyuncularını belirlenmiş düzmece videolar da çekmiştir. Bu eylemlerde ışık, ses ve diğer teknik altyapı profesyonelce kurgulanmıştır. Uluslararası topluma yönelik hazırlanan bu videolar korku ve dehşetin kulaktan kulağa dolaşmasında ve terörün mesajının uzak diyarlara ulaştırılmasında oldukça etkili olmuştur. DEAŞ'ın reklam videoları kurgulanan senaryo, ses, ışık kalitesi gibi teknik özellikleri bakımından diğer terör gruplarının faaliyetlerinden oldukça farklılık arz etmiştir (Salihi & Göksun, 2018).

Video paylaşım sitelerinden sürekli olarak ölü ama ölümler çok mutlu görünen cihatçıların şiddet içerikli fotoğraflarını paylaşan örgütün en popüler videosu 2014 yılında paylaştığı "Salil el-Sawarim I" adlı videosu olmuştur. Yaklaşık bir saat süren bu video bir günde 56.998 farklı YouTube hesabı tarafından izlenmiştir. Yayın tarihinden itibaren ise Twitter'da 60 saat içerisinde 32,313 kez retweetlenmiş ve takip eden iki ay içerisinde ise 807,25 kez retweetlenmiştir (Jihadica, 2014). "Kılıçların Sesi" videosu da örgütün diğer bir meşhur videosudur. Bu video YouTube tarafından her defasında kaldırılmasına rağmen defalarca yeniden yüklenmiş ve "archive.org" ve "justpaste.it" gibi dosya paylaşım sitelerinde defalarca yayınlanmıştır. Ayrıca bu video DEAŞ militanları, fanatikleri ve bağımsız hayranlar tarafından Twitter ve Facebook'ta yoğun şekilde desteklendi. Bu sayede kitle kaynağını kullanarak izlenirliğini en üst düzeye çıkarırken, aynı şekilde düşmanların ve eleştirenlerin sesini bastırmakta da işe yaramıştır. Bunların dışında "Sınırın Yıkılışı", "Zulme Uğrayanlara Çağrı" ve "Tanrının Gözü Olarak Dronelar" gibi videolar örgütün diğer meşhur videolarından bazılarıdır. Ortaya çıkan bu tablo DEAŞ'ın internet vasıtası ile sosyal medyayı nasıl başarılı bir şekilde cihatçı bir platforma dönüştürdüğünün ispatı mahiyetindedir.

3.6.4. Mobil Uygulamalarda DEAŞ

Yeni medya araçlarının kullanımı noktasında oldukça aktif bir yapılanmaya giden DEAŞ, aynı başarıyı son on yılda büyük bir mesafe kat eden mobil uygulamalar mecrasında da göstermiştir. DEAŞ'ın bilişim faaliyetlerinden sorumlu birimi kendilerine özgü birçok yazılım geliştirerek yeni uygulamalara imza atmıştır. Bu uygulamalar aracılığıyla örgütün propagandasını yapmıştır. İnternetin dinamik ve özgürlükçü yapısı gereği devletler, şirketler ve istihbarat güçleri DEAŞ'ın bu mecralarda ilerleyişine mâni olma noktasında geç kalmışlardır.

DEAŞ'ın en popüler mobil uygulamalarının başında "müjdeleyici Şafak" (Fecr-ül Beşair) isimli uygulama gelmektedir. Android işlemcili telefonlara yönelik geliştirilen bu uygulama Twitter için tasarlanmıştır. Bu uygulamayı indiren kişi DEAŞ ile ilgili son haberleri okuyabilmekteydi. Bu uygulamanın diğer bir özelliği ise kullanıcı Twitter'ın anti-spam özelliğini devre dışı bırakarak örgüt ile ilgili her türlü haberi Twitter'daki diğer takipçileri ile sayfayı spamleyerek (birçok tweeti art arda atarak) paylaşmasını sağlayabiliyor olmasıydı. Örneğin bu uygulama aracılığıyla Haziran 2014'te Twitter'da "Bağdat" hashtagiyle arama yapan tüm kullanıcılar, örgütün "Geliyoruz Ey Bağdat" yazan ve Musul'daki ilerleyişine yönelik övgüler yağdıran tweetlerini sayfanın en başında görmüştür (Berger, 2014).

Telegram, DEAŞ takipçileri tarafından aktif bir şekilde kullanılan diğer bir mobil uygulamadır. Telegram üzerinde hızlı yapılan DEAŞ, 50'den fazla kanal ile on binden fazla kullanıcı edinmeyi başarmıştır. Aynı zamanda bu mobil uygulamanın sunmuş olduğu imkânlar aracılığıyla sempatanlarıyla gizli ve güvenli bir yöntemle haberleşme sağlamış, resim, video ya da mobil uygulamalarını paylaşarak onları dijital cihadına dâhil etmiştir. Ayrıca DEAŞ'ın esir kadın ticaretini bu uygulama üzerinden yürüttüğü de iddialar arasındadır. Telegram yönetiminin DEAŞ ile ilişkili kanallara herhangi bir yaptırım uygulamada oldukça geç kalmış olması oldukça dikkat çekicidir. Paris saldırısı sonrasında uygulamanın geliştiricisi olan Pavel Durov yaptığı açıklamada teknolojinin yanlış güçlerin elinde tehlikeli bir boyuta dönüşebileceğini belirtmiş olması da oldukça ilginçtir. Daha sonra Uygulama içerisinde DEAŞ propagandası yaptığı tespit edilen 78 kanal ise kapatılmıştır (Karakaş, 2017).

"*Amaq Agency*" adlı uygulama ise örgütün kendi içerisinde iletişim kurmak için kullandığı medya platformu niteliktedir. Adını DEAŞ'ın basın ofisi olarak bilinen "*Amaq News Agency*"den alan uygulama, takipçilerine örgütün "ilerleyişi" ve "yeni zaferlerini" Twitter'daki gibi aşağı inen bir "*News Feed*"te sunmuş, içerisinde yazı puntosunu değiştirme ve uygulamayı otomatik güncelleme gibi özellikleri mevcuttur (Reisinger, 2015).

DEAŞ'ın dikkat çeken çalışmalarından bir tanesi de "*Gayret Kütüphanesi*" (Library of Zeal) adlı ekip tarafından hazırlanan "*Huroof*" adlı mobil uygulaması denilebilir. Bir nevi örgütün tanıtım kanalı olan ve Arapça öğrenimini kolaylaştırmak amacıyla hazırlanan bu uygulama tamamen çocuklara yönelik tasarlanmıştır. Göz alıcı renkler kullanılarak dizayn edilmiş ve yer yer balonlarla süslenmiş uygulamada, bir taraftan Arap alfabesi öğretilirken, diğer taraftan da silah, tank, roketatar gibi cihadist materyaller çocuklara tanıtılmıştır (Farley, 2016).

DEAŞ'ın etkin bir şekilde faydalandığı bir diğer uygulama ise smart telefon ve bilgisayarlara yönelik tasarlanmış olan "*Zello*" dur. Bu uygulama aynı zamanda da kullanıcılarına kanal oluşturma sesli mesaj yayma gibi imkânlar da sunmaktadır. Bu uygulama aracılığıyla örgüt yanlısı bireyler telefonlarını telsize dönüştürerek aralarında haberleşmeyi de sağlamışlardır. Ayrıca DEAŞ'ı merak eden ya da katılmak isteyen kişiler için uygulama üzerinden vaaz yayınları gerçekleştirilmiştir. Sempatanlar bu uygulama üzerinden örgüt lideri el-Bağdâdî'ye biat dahi edebiliyorlardı (Weiss & Hassan, 2016).

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

1940'lı yılların en büyük buluşu sayılabilecek internet, toplumsal ilişki formlarımızdan, ülke yönetimine ve hatta uluslararası ilişkilere kadar pek çok alanı etkileyen bir güce sahiptir. İnternet çağının biri ürünü olan dijital medya sunduğu olanaklar ile legal olduğu kadar illegal yöntemler ile faaliyet gösteren pek çok terör örgütünün şöhret basamaklarını hızla tırmanmasında ve bir anda dünyanın gündeminde etkili olmasında önemli bir rol oynamıştır. Çünkü dijital medyanın sunmuş olduğu ürün yelpazesinin genişliği, propaganda açısından daha kolay avantajlar sunarken, terör örgütlerinin devlet denetiminin daha az olduğu, herkese çok daha rahat ulaşabilecekleri mecralarda sistemli bir şekilde faaliyet yürütmelerine fırsat sunmuştur. Yeni medya teknolojisinin sunmuş olduğu olanaklardan en üst düzeyde istifade eden örgütlerden biri de DEAŞ terör örgütüdür. DEAŞ, dijital platformlar aracılığıyla yürüttüğü etkili propaganda sayesinde yüze yakın ülkeden on binlerce kişiyi kendi saflarına katmış, bundan daha kalabalık bir kitlenin de örgütü tanınmasını sağlamıştır. Bunun yanında teknolojinin ve internetin önemini en iyi bir şekilde kavrayan örgüt sahada yürütmüş olduğu cihadını, video paylaşım siteleri üzerinden yaptığı videolar aracılığıyla yeni bir mecraya taşırken bu videolarını tüm dünyaya izletme imkânını da yakalamıştır. Ayrıca örgüt sosyal medyadaki

paylaşımları ile de dünyanın, gerçekleştirdiği eylemler hakkında haberdar olmasını sağlarken milyonlarca doları da kasasına indirmiştir.

DEAŞ'ın dijital platformlarda yayınladığı “*Dabiq*”, “*Konstantiniyye*” ve “*Rumiyah*” gibi dergiler örgütün kendini meşrulaştırma girişiminin bir sonucudur. Örgüt bu dergiler aracılığıyla İslam Devleti, cihat ve hilafetten oluşan ideolojisinin propagandasını yapmıştır. Klasik medya araçlarıyla bu saydıklarımızın hiçbirini hayata geçiremeyecek olan örgüt, dijital medyanın sunmuş olduğu ürün yelpazesinin ve imkânlarının genişliği sayesinde daha kolay yollardan sempatanlarına ulaşma fırsatı yakalamıştır.

DEAŞ, “*Facebook*”, “*Twitter*”, “*YouTube*”, “*Telegram*” gibi milyonlarca insanı bir araya getiren ve yeni bir kamusal alan sağlayan, sosyal paylaşım ağlarını da çok iyi kullanmayı bilmiştir. Bu uygulamalar aracılığıyla paylaştığı “*Kılıçların Sesi*”, “*Tanrının Gözü Olarak Dronelar*” gibi videoları, sayıları günde on binlere ulaşan kitleler tarafından izlenmiştir. Buna karşılık bu uygulamaların yöneticileri, belirlemiş oldukları yayın politikaları nedeniyle DEAŞ propagandası yapan hesapları kapatma konusunda isteksiz davranarak örgütün işini kolaylaştırmıştır. Zaman içerisinde DEAŞ konusunda takınılan bu tutum değişse de internetin yapısı gereği terörist gruplara sunmuş olduğu sınırsız imkânlar devam etmektedir. Konunun teknik boyutlarının yanı sıra kültürel ve siyasi boyutları üzerinde de önemle durulmalıdır. Bu bağlamda dijital medyanın beşerî ilişkiler açısından etkisinin ne olduğunun ortaya konulması bugünün terör ilişkilerini anlamamıza katkı sunacağı gibi gelecekte de muhtemel olan terör yapılanmaları hususunda daha isabetli tahminler yaparak çözüm yolları ortaya koymamız noktasında işimizi kolaylaştıracaktır. Burada şöyle bir soru akla gelebilir: Devletler niçin dijital mecralarda şiddet ve terör içerikli yayın yapan internet sitelerini veya sosyal ağları yasaklamıyor? Bu soruya verebileceğimiz cevap şu olabilir: Muhtemelen güvenlik birimleri bu kanalları, dergileri, hesapları takip ediyor ve gerekli tedbirleri almaya çalışıyor. Yani neden bunlara erişim yasağı-engeli getirilmiyor diye akla gelebilir fakat devlet birimleri, açık olması gizli olmasından yeğdir düşüncesiyle serbest bırakıyor olabilir. Tabii bu durum avantajı kadar risk de içeriyor olabilir.

5. Kaynakça

- Acar, Ü. (2012). *A'dan Z'ye Terörizm*. Kripto.
- Ahmed Muhammed b. Hanbel, Thk. Şuayip el-Arnaut, Âdil Mürşid (2001). *Müsnedü'l-İmâm Ahmed b. Hanbel C. 2*. Müessesetü'r-Risâle.
- Alkan, N. (2009). *Söz bitmeden terörle mücadelede önleme stratejileri* (3. baskı). Usak.
- Ayhan, B., & Çifçi, M. E. (2018). IŞID, Propaganda ve İslamofobi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 17-32.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., vd. (2014). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya ve Türkiye'de 2011 genel seçimlerinde Twitter kullanımı. *Bilig* (68), 59-96.
- Behr, I. (2013). Von et al 'Radicalisation in the digital era: The use of the Internet in 15 cases of terrorism and extremism'. *Rand Europe*, 4-74. <https://doi.org/10.7249/RR453>
- Berger, J. M. (2014). How ISIS Games Twitter. The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> adresinden 18.06.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Christine, D. (2015). The Twitter terrorist: The Islamic state & the age of the digital terrorist & digital terrorist financing. <http://www.duhaimelaw.com/wp-content/uploads/2015/05/White-Paper.pdf> adresinden 19.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

- Çakır, A. (2023). IŞİD'den şimdi de siber-cihat. Amerika'nın sesi. <https://www.voaturkce.com/a/isis-den-simdi-de-siber-cihat/2712685.html> adresinden 12.08.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Erkan, M., & Dilmaç, S. (2006). *Devlet Güvenliği, terörizm ve istihbarat*. EGM İDB.
- Erkmen, S. (2017). *IŞİD'in 3 yılı: Örgüt şu an hangi noktada?* <http://t24.com.tr/haber/isisin-3-yili-orgut-su-an-hanginoktada> adresinden 09.07.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Farley, H. (2016). *ISIS launch app for children "to teach cubs of the Caliphate"*. <https://www.christiantoday.com/article/isis.launch.app.for.children.to.teach.cubs.of.the.caliphate/85932.htm> adresinden 18.05.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Geçikli, F. (1999). Geçmişten günümüze propaganda kavramı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (9). <https://doi.org/10.17064/iüifhd.25289>
- Hanna, R. (2006). *Jihadism online—A study of how al-Qaida and radical Islamist groups use the Internet for terrorist purposes*. <https://www.investigativeproject.org/documents/testimony/48.pdf> adresinden 05.08.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Hegghammer, T. (2005). Irak-Konflikten radikal İslamistisk ideologi. *Internasjonal Politikk*, 63(4), 351-370. <https://doi.org/10.18261/ISSN1891-1757-2005-04-02>
- Herman, E. S. (2000). The propaganda model: A retrospective. *Journalism Studies*, 1(1), 101-112.
- Hoffman, A., & Schweitzer, Y. (2015). Cyber jihad in the service of the Islamic State. *Strategic Assessment*, 18(1), 71-81.
- Hussain, G., & Saltman, E., Marie. (2014). Jihad trending: A comprehensive analysis of online extremism and how to counter it. *Quilliam*. <https://preventviolentextremism.info/sites/default/files/Jihad%20Trending-%20A%20Comprehensive%20Analysis%20of%20Online%20Extremism%20and%20How%20to> adresinden 12.06.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Jihadica. (2014). Is this the most successful release of a jihadist video ever. <https://www.jihadica.com/is-this-the-most-successful-release-of-a-jihadist-video-ever/> adresinden 21.01.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Kabbani, M. (2019). Jihad: A misunderstood concept from Islam. <https://www.semanticscholar.org/paper/Jihad%3A-A-Misunderstood-Concept-from-Islam-Kabbani/24821aa004e3f41bcbee45708b1987d09d8362b1> adresinden 14.01.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Kara, İ. (2011). *Türkiye'de İslamcılık düşüncesi* (C. 1-2). Dergâh.
- Karakaş, C. K. (2017). DAESH Propagandasında yeni medya kullanımı. *Marmara İletişim Dergisi*, 28, 33-46. <https://doi.org/10.17829/midr.20172333774>
- Kavalek, T. (2015). From al-Qaeda in Iraq to Islamic state: The Story of insurgency in Iraq and Syria in 2003-2015. *Alternatives: Turkish Journal of International Relations*, 14(1), 1-32.
- Ker, M. (1998). Halkla ilişkiler ve propaganda ilişkisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 8. <https://doi.org/10.17064/iüifhd.28829>
- Keskinkaya, E. (2015). Irak ve Şam İslam devleti'nin yeni medya kullanımı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kumkale, T. T. (2007). *Psikolojik savaş*. Pegasus.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press. https://dss-edit.com/plu/Manovich-Lev_The_Language_of_the_New_Media.pdf adresinden 07.08.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Martel, F. (2014). *ISIS now selling jihad with Twitter account full of adorable kittens*. <https://www.breitbart.com/national-security/2014/06/26/isis-now-selling-jihad-with-twitter-account-full-of-adorable-kittens/> adresinden 07.08.2023 tarihinde erişilmiştir.

- McLuhan, M., Fiore, Q., & Agel, J. (1967). *The medium is the massage: An inventory of effects*. Bantam Books.
- McLuhan, M., & Zingrone, E. (1995). *The essential mcluhan*. Anansi.
- Monk, D. B. (2018). 'Who's Afraid of ISIS?' Security doxa and the doxa of insecurity. *Critical Studies on Security*, 6(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/21624887.2018.1448168>
- Paganini, P. (2016). ISIS Cyber Capabilities. <https://resources.infosecinstitute.com/topic/isis-cyber-capabilities/> adresinden 15.01.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Pantucci, R. (2011). Wolves: Preliminary analysis of lone Islamist terrorism. https://icsr.info/wp-content/uploads/2011/04/1302002992ICSRPaper_ATypologyofLoneWolves_Pantucci.pdf adresinden 07.02.2024 tarihinde erişilmiştir.
- Peterson, S. (2003). The rise and fall of Ansar al-Islam. *Christian Science Monitor*. <https://www.csmonitor.com/2003/1016/p12s01-woiq.html> adresinden 14.01.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Reisinger, D. (2015). ISIS has a new weapon: A smartphone app. *Fortune*. <https://fortune.com/2015/12/10/isis-smartphone-app/> adresinden 06.02.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Ross, D. G. (2016). Radicalization in The U.S. and the rise of terrorism. *The U.S. Government Publishing Office*, 114-163. <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-114hhrg26122/html/CHRG-114hhrg26122.htm>
- Rumiyah (2017). Issue 3. <https://archive.org/details/books?tab=collection&query=Rumiyah.+%281438a%29.+3>. adresinden 05.04.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Rumiyah (2017). Issue 5. <https://archive.org/details/books?tab=collection&query=Rumiyah.+%281438a%29.+5>. adresinden 04.06.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Sageman, M. (2008). *Leader cihat: Terror networks in the twenty-first century*. University of Pennsylvania.
- Salihi, E., & Göksun, Y. (2018). *Deaş'ın medya stratejisi*. Setta.
- Samuel, H. (2015). Isil hackers seize control of France's TV5Monde network in "unprecedented" attack. <https://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/11525016/Isil-hackers-seize-control-of-Frances-TV5Monde-network-in-unprecedented-attack.html> adresinden 21.01.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Seuil, E. (2002). L'Islam mondialisé, Olivier Roy, Scie. <https://www.seuil.com/ouvrage/l-islam-mondialise-olivier-roy/9.782.020.676.090> adresinden 14.01.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Stevens, T., & Neumann, P. (2009). Countering online radicalisation: A strategy for action. ICSR. <https://icsr.info/wp-content/uploads/2010/03/ICSR-Report-The-Challenge-of-Online-Radicalisation-A-Strategy-for-Action.pdf> adresinden 07.02.2024 tarihinde erişilmiştir.
- T.C. İçişleri Bakanlığı. (2017). Türkiye'nin DEAŞ ile mücadelesi. <https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/strateji/deneme/YAYINLAR/%C4%B0%C3%87ER%C4%B0K/deas%20en.pdf> adresinden 05.02. 2023 tarihinde erişilmiştir.
- Theage Independent Always (2005). Website's blueprint for terror. <https://www.theage.com.au/world/websites-blueprint-for-terror-20051123-ge1aoy.html#. Accessed%206%20December%202005> adresinden 14.01.2023 tarihinde erişilmiştir.

- Touboul, D. (2005). Francophone Internet forums shed light on concerns and issues of islamists. http://www.eprism.org/images/PRISM_no_6_vol_3_-_Islamic_sites_in_French.pdf adresinden 03.02.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Weimann, G. (2004). *Terror on the Internet: The new arena, the new challenges*. Paper for the International Studies Association Convention.
- Weimann, G. (2014). New Terrorism and new media. *Wilson Center*. https://www.cve-kenya.org/media/library/Weimann_2014_New_Terrorism_and_New_Media.pdf adresinden 07.02.2024 tarihinde erişilmiştir.
- Weiss, M. & Hassan, H. (2016). *ISIS: Inside the army of terror*. Regan Arts.
- Winter, C. (2015). The virtual 'caliphate': Understanding Islamic state's propaganda strategy. *Quilliam Foundation*. <https://core.ac.uk/download/pdf/30671634.pdf> adresinden 04.08.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Yanık, A. (2016). Yeni medya nedir ne değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45). <https://doi.org/10.17719/jisr.20164520666>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin.
- Yılmaz, S. (2006). *21. yüzyılda güvenlik ve istihbarat*. Alfa.