



DAEŞ Propagandasında Yeni Medya Kullanımı

The Use of New Media in DAESH Propaganda

Ceyhun Kaan KARAKAŞ*

Öz

Küreselleşmenin sistem içerisindeki egemenliği kısıtlı toplumlar üzerindeki olumsuz etkileri ve bunun getirdiği tepkiler, 21. yüzyılın en önemli sorunlarından biri durumundadır. Bu tepkilerin, geleneksel medya aygıtlarına göre etki alanı daha geniş ve denetimi daha zor olan yeni medya aygıtları üzerinden iletilmesi ise; soruna yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu çalışma, küreselleşmenin imkanlarından aktif olarak faydalanan DAEŞ'in propaganda amacıyla yeni medyayı kullanım yöntemlerini ve propagandasını gerçekleştirdiği yeni medya mecralarını ortaya koyma amacını taşımaktadır. Çalışma içerisinde DAEŞ'in kısa süre içerisinde kazandığı güç ve etki alanı ile yeni medya kullanımı arasındaki ilişki gösterilmeye çalışılmış, iletişimin küreselleşmesini sağlamakta olan yeni medya aygıtlarının bir terör örgütü tarafından kullanılmasının yol açabileceği sonuçlar, DAEŞ bağlamında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: DAEŞ (İslam Devleti), Yeni Medya, Küresel Terör.

Abstract

The adverse effects of globalization on societies with limited sovereignty in the system and the reactions to this condition are two of the most critical problems of the 21st century. The fact that these reactions are delivered through new media devices which have a wider impact area and therefore harder to control than conventional media devices has introduced a new dimension to the problem. This study aims to reveal the methods regarding the ways in which DAESH, which benefits from the opportunities of globalization, uses new media for propaganda purposes. The study aims to show the relationship between the use of new media and the influence gained by DAESH within a short period. The results of the use of new media devices by a terrorist organization that contributes to the globalization of communication have been evaluated in the context of DAESH.

Keywords: DAESH (Islamic State), New Media, Global Terror.

* Yüksek Lisans öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, ceyhunkarakas@gmail.com

Giriş

Birçok farklı düşünce olmakla birlikte olumsuz bir perspektiften bakıldığı takdirde *küreselleşme*; uluslararası sermayenin ekonomik, kültürel ve ideolojik egemenliğini kurması ve geliştirmesi (Sezgin, 2005, s. 10), kâr peşinde koşan mega şirketlerin, totaliter kurumların tiranlığı (Chomsky, 1996), küresel bir asimilasyon yönelimi (Ritzer, 1998, s. 235) vb. biçimlerde tanımlanabilmektedir. 70'li yıllar ile önem kazanan ve Sovyet Rusya'nın yıkılması sonrası tüm dünyada aktif bir uygulama alanı bulan küreselleşme politikaları, Batı toplumu olsun olmasın herkesin giyim tarzlarından iletişim becerilerine, fikrîsel altyapısından haber alma yöntemlerine kadar birçok konuda önemli değişimlere yol açmıştır. Özellikle 21. yüzyılda internetin kişisel kullanımının yaygınlaşması ile daha da hızlanan bu değişim sonrası yerel ve uluslararası kavram ve kurallar yeni sistemin kodlarına göre revize edilmiştir. Bu politikaların zorunlu bir sonucu olarak, Baumann'ın deyişiyle "yeni dünya düzensizliği"nin (Baumann, 1999, s. 69) sistem içerisindeki egemenliği kısıtlı toplumlarda doğurduğu tepkiler gün geçtikçe artmış ve küresel sistemin başat değerlerine karşı çıkış gittikçe sert fikir ve yöntemleri içerisinde barındırma eğilimi göstermiştir.

Castells'in "Ağ Toplumu" olarak adlandırdığı (Castells, 1996) yeni toplum örgütlenmesinin şekillenmesine katkı sağlayan pek çok öge vardır. Özellikle bilişim teknolojilerinin gelişmesi ile ortaya çıkan *yeni medya*, bu değişimde önemli bir aktör durumundadır. İletişim araçlarının analog cihazlardan dijital cihazlara dönüşmesi ile literatüre giren yeni medya kavramını "yeni hizmetler sunan ya da var olanı geliştiren mikro elektronik, bilgisayar ve telekomünikasyon uygulamaları" (Williams, Rice & Rogers, 1994, s. 4), "iletim linkleri ile metin, veri, görüntü ve/veya ses gibi içeriklerin yüklenmiş olduğu farklı aygıtlara monte edilebilen yapay belleklerin bir birleşimi" (Van Dijk, 1999, s. 7) vb. şekillerde tanımlamak mümkündür.

Yeni medyanın en önemli özelliği sesin, verinin, metnin ve görüntünün tek bir alt yapı üzerinden aktarılabilmesine, saklanabilmesine, toplanabilmesine ve işleme tabi tutulabilmesine imkân tanıyan sayısallaşma gerçeğidir (McQuail, 2005, s. 137). Sayısallaşma temel olarak iletişim içeriğinin, yani görüntü, ses ya da yazının bilgisayarların anlayacağı verilere dönüştürülmesi, ikili (0,1) sayı sistemi halinde kodlanması anlamına gelmektedir. Sayısallaşmanın yeni medyaya sunduğu en büyük avantaj ise sayısallaşmış enformasyonun elektriksel değerler şeklinde ifade edilmesi dolayısıyla elektronik cihazlar tarafından kullanılabilmesi, birbirine dönüştürülebilmesi ve kolayca bir ortamdan diğer bir ortama aktarılabilir olmasıdır (Atabek, 2001, s. 37). Yeni medyanın merkeziyetçi olmayan yapısı, etkileşimin iki yönlü sağlanabilmesi, kullanıcının içeriği etkilemedeki rolünün fazlalığı, kapsama alanının küreselliği vb. özellikler de yeni medyayı geleneksel medya araçlarından ayıran özelliklerin başlıcalarıdır. Bu özelliklerden bilhassa kullanıcının içeriği etkilemesi olgusu Web 2.0'la beraber gelişen oldukça önemli bir yeniliktir. "Yazar ve okur arasındaki sınırın belirsizleştiği bu durumda artık *yazarsıokurla* karşı karşıya kalmaktayız." (Binark, 2014, s. 18). Ayrıca yeni medya ve yeni medya aygıtlarının bireysel özgürlük kavramına içkin bir noktada tanımlanma çabası, aygıtlar üzerinde denetim kurmak, otorite tahsis etmek amacıyla olan devlet/kuruluşların da çeşitli engellerle karşılaşmalarına ve muhalif kesimlerin seslerini daha kolay ve güçlü şekilde duyurabilmelerine sebebiyet vermektedir. Son on yılda sosyal medya ve akıllı telefonlardaki mobil uygulamaların da denkleme dâhil olması ile

her türlü düşünce, tepki, eylemin gerçekleştirilmesi ve yayılması, eskiye nazaran çok daha basit hale gelmiştir.

Siber âlem, ağların dünyası veya internet yapısı gereği merkezi olmayan, paylaşım ve etkileşim üzerinden yaratılan ve gelişen, coğrafi sınırları, bizi ayıran ve belirleyen koşulları ve hatta gerçek dünyanın bize dayattığı sınırlamaları belirli bir ölçüde azaltan ve özgülleştiren yeni bir alan olarak düşünülebilir. (Telli Aydemir & Çelebioğlu, 2012, s. 153).

Bu bağlamda, 11 Eylül Saldırıları sonrası literatürde öne çıkan *küresel terör* kavramı, küreselleşme politikaları ve yeni medyanın bahsedilen özellikleri ile oldukça ilintilidir. Küresel terör örgütü ismi verilen oluşumlar temelde klasik hiyerarşik ve bürokratik tarzda örgütler yerine ağ örgüt yapısını tercih eden, esnek, uluslararası ağa sahip ve teknolojik imkânları sonuna kadar kullanabilen örgütler olarak tanımlanabilmektedir (Yılmaz, 2006, s. 505). Küreselleşmenin tektipleştirici baskısına karşı yerel değerlerini savunan radikal gruplar, yeni medyanın ortaya çıkışı ve kullanımının yaygınlaşması ile gün geçtikçe çalışmalarını bu mecra üzerinden gerçekleştirme eğilimindedirler. Günümüzün küresel dünyasında teröristler hedeflerine daha kolay ulaşabilmekte, terörizme başvuran insanları alevlendiren haber ve fikirler geçmişe göre daha hızlı ve geniş bir alana yayılmaktadır (Pillar, 2001, s. 34). İnternet, küresel ölçekli uydular ve mobil iletişim sistemleri sayesinde bugün küçük bir terörist grup, – büyük devletler hariç – çoğu ülkeden daha fazla komuta, kontrol, iletişim ve istihbarat imkânına sahip durumdadır (Reeve, 2001, s. 360). Klasik yapıya sahip örgütlere göre tespiti ve yok edilmesi çok daha zor olan küresel terör örgütleri, günümüz yüzyılı itibarıyla etki ve güçlerini günbegün arttırma eğilimindedir. Kısaca dünyanın küreselleşme serüveni, küreselleşmenin egemen aktörlerine ve temsil ettiği birçok değere karşı olmasına rağmen, küresel yöntem ve araçlara entegrasyon çabası gösteren terör örgütlerinin ortaya çıkışına sahne olmuştur.

Suriye İç Savaşı'nın ileriki safhalarında ortaya çıkan ve bu makalenin tartışma konusu olan DAEŞ², şüphesiz ki günümüzde küresel terör kavramını en iyi karşılayan örgüt konumundadır. Teknolojiyi kullanma şeklinden eylem biçimlerine, propaganda yöntemlerinden yayınlarında kullandığı incelikli dile kadar DAEŞ'in, küreselleşen dünya düzeninin egemen ilkelerini benimsememekle birlikte, günümüz küresel dünyasında bir yer kazanma çabası içerisinde olduğu görülmektedir.

The Soufan Group'un Haziran 2014'te yayınladığı ve sonrasında düzenli aralıklar ile güncellediği "Suriye'deki Yabancı Savaşçılar" raporu, DAEŞ destekçileri konusunda ayrıntılı bir analiz sunmaktadır. Rapora göre, en az 86 ülkeden 27 ila 31 bin insan, büyük çoğunluğu DAEŞ olmak üzere bölgedeki şiddet yanlısı radikal gruplara katılmak için Suriye ve Irak'a gitmiştir. Aynı

2 Eski adı Irak Şam İslam Devleti (ad-Dawlah al-İslâmiyah fi al-'Irâq wa-al-Shâm) olan örgüt, Haziran 2014'te hilafet ilanının ardından adını İslam Devleti (ad-Dawlah al-İslâmiyah) olarak değiştirmiştir. DAEŞ ise örgütün adının Arapça okunuşunun Latin harfleri ile yazılışı anlamına gelmektedir. Özellikle Paris saldırıları sonrasında, örgütün İslam'la arasında olduğunu iddia ettiği bağı zayıflatmak/inkar etmek amacıyla örgüt, uluslararası mecrada DAESH olarak anılmaya başlamıştır. İlgili çalışmanın içerisinde de bu gelişmelere paralel olarak DAEŞ adı tercih edilecektir.

rapor içerisinde atıfta bulunulan ABD istihbaratının Eylül 2015 tarihli belgesine göre ise Suriye’de 100 farklı ülkeden 30 binden fazla savaşçı bulunmaktadır.

Raporda yer alan ayrıntılar da DAEŞ’in propaganda konusundaki küresel ölçekteki başarısını açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Zira örgüte katılan kişi sayısı Batı Avrupa için Haziran 2014’te 2 bin 500 civarındayken, alınan tüm önlemlere rağmen sayının bir sene sonra (Kasım 2015) 5 bini geçtiği belirtilmektedir. Üstelik Müslüman nüfusun fazla olduğu bazı Orta Doğu-Kuzey Afrika ülkelerinin açıkladığı rakamların şaibeli olma ihtimali ve Suriye’ye giden insan sayısının sağlıklı belirlenememesi gibi bir durum göz önünden bulundurulduğunda gerçek rakamların bahsedilenlerden çok daha fazla olabileceği yorumu yapılabilir. DAEŞ’in propaganda gücünü gösteren bir diğer çarpıcı bilgi ise Norveç’in 6 bin nüfusa sahip Lisleby adlı küçük bir köyünde yaşayan sekiz kişinin dahi DAEŞ’e katılmak için ülkelerini terk etmiş olduğu gerçeğidir (The Soufan Group, 2015, ss. 4-11).

Küresel terör örgütlerinin yeni medya ile ilişkisi hakkında yapılan çalışmalar, yeni medyanın da zaman içerisindeki gelişimine paralel olarak artmaktadır. Fakat yeni medyanın dinamizmi, konu hakkında yapılan bilimsel çalışmaların da aynı hızda yenilenmesi ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Türkiye’de ise küresel terör ile yeni medya ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar PKK ve DAEŞ üzerine yoğunlaşmıştır. Örneğin Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde hazırlanan bir yüksek lisans tezi olan “Terör Örgütlerinin Bir Propaganda Aracı Olarak İnterneti Kullanması: Örnek Olay PKK Terör Örgütü” (Işık, 2009) konunun PKK bağlamında bir analizini sunmaktadır. 2015 sonrası ise konu daha çok DAEŞ bağlamında ele alınmaya başlanmıştır. “Küreselleşme ve Terör: El Kaide ve Işid Örnekleri” (Delişmek, 2015), “Küresel Terör Işid ve Sonrası” (Yılmaz, 2014) gibi çalışmalar daha çok DAEŞ’in küreselleşme ve sonuçları ile ilişkisini analiz etmeye yönelirken, “Işid Propagandasında Yeni Medya Kullanımı” (Keskinkaya, 2015), “Işid Terör Örgütünün İletişim ve Propaganda Teknikleri” (Şenol, Erdem & Erdem, 2016), “Terör Örgütlerinin Transmedya Kullanımı: Işid Örneği” (Seyfi & Güven, 2015), “Terörün Propagandası: DAES Terör Örgütü ve Konstantiniyye” (Korkmaz, 2016) çalışmalarında ise konu, DAES’in yeni medya aygıtlarını iletişim ve propaganda amacıyla teknik ve söylemsel olarak ne şekilde kullandığının analizidir. Bu çalışmada da, DAES’in yeni medya kullanımını ile ilgili verileri tarama yöntemiyle toplanmış ve bu veriler üzerinden betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir. İlgili tarama DAES’in Hilafeti ilan etmesi sonrasında çıkan haber, kitap, tez, analiz raporları vb. dokümanları kapsamaktadır. Kaynaklar aracılığıyla DAES’in yeni medya örgütlenmesi, yeni medya içerisinde kullandığı mecralar, yöntemler ve bunların DAES’in güç ve etki alanını arttırmasındaki etkisi değerlendirilmiştir. Sonuç itibarıyla ilgili çalışma, yeni medya aygıtları üzerinde halen etkinliği devam eden DAES’in, propagandasını dayandırdığı bu aygıtları kullanım biçimlerini ve aktif olduğu yeni medya mecralarını inceleme, ayrıca günümüz dünyasında iletişimin küreselleşmesinin yol açabileceği bazı handikaplara dikkat çekme amacını taşımaktadır.

Çoğu terör örgütünün ekseriyetle bulunduğu coğrafya ve yerel halk üzerinde etkisi olduğu düşünüldüğünde, kıta fark etmeksizin dünyanın dört bir yanından on binlerce insanı safına katmayı başaran DAES’in bu açıdan benzerlerini aşan becerisi, küresel terör bağlamında

propaganda yöntemleri ve araçlarının günümüzde özellikle de DAEŞ özelinde incelenmesini zorunlu kılmaktadır.

Sosyal Medyada DAEŞ

Cihat yanlısı örgütlerin siber uzayı kullanımı yeni bir olgu olmasa da bu durum, DAEŞ ile birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. DAEŞ, Suriye ve Irak'ta etkin olmaya başladığından bu yana, internetin ve özellikle de sosyal medyanın insanlara ulaşma gücünün ve diğer özelliklerinin en az benzeri örgütler kadar farkına varmış gözükmektedir. Siber uzay üzerindeki *siber cihada* katılarak sistematik bir şekilde terörünü internet üzerinde küreselleştiren örgütün bu noktadaki temel amacı, isteyen herkesin katılabileceği, koordine ve uluslararası bir bilişim ekibi kurarak DAEŞ propagandasını tüm dünyaya ulaştırabilmektir (Hoffman & Schweitzer, 2015, ss. 72-79). Örneğin kendisine “Siber Halifelik” (Cyber Caliphate) ismini veren grup kurulduğu günden beri DAEŞ'in siber saldırı timi olarak bilinmektedir. Mayıs 2015'te siber savaş tehdidinde bulunduğu bir video yayınlayan grup, videoda Avrupa ve ABD'ye: “Elhamdülillah hem karada hem de internette genişliyoruz. Mesajımız ABD ve Avrupa için: Elektronik savaş henüz başlamadı. Şu ana kadar gördükleriniz gelecekte yaşanacakların sadece başlangıcı.” şeklinde seslenmiştir (Paganini, 2015).

DAEŞ üyeleri, Youtube başta olmak üzere sosyal medya içerisindeki video paylaşım siteleri aracılığıyla anlık olarak milyonlarca kişiye yüzlerce propaganda videosu sunabilmektedir. Bu videolardaki tema, bazen çatışma esnasında çekilmiş kısa bir görüntü, bazen vahşi bir infaz anı, bazen de DAEŞ şehirlerindeki günlük yaşamdan kesitler olabilir. İlgili yayınlardan uygunsuz görüntü içerenlerin olabildiğince hızlı bir şekilde siteden silinmesine rağmen, sosyal medyanın dinamik yapısı dolayısıyla videolar kaldırılmadan önceki birkaç saat içerisinde bile yüz binlerce kişiye ulaşabilmekte ya da silinen videolar tekrar tekrar yüklenerek internetteki varlığını sürdürebilmektedir. Daha da önemlisi, özellikle günlük hayat rutinlerinden bahseden video, yazı veya röportajların bu mecralarda yayınlanmasının önünde neredeyse hiçbir engel bulunmamasıdır. Örneğin, çoğunlukla bölgedeki insanların günlük yaşamı ile halk röportajlarını içeren “Mujatweets” adlı kısa video serisinin bazı bölümlerine Youtube'dan kısa bir arama sonucunda erişilebilir. Youtube kadar büyük ve denetim mekanizması hızlı olmayan ya da çeşitli sebepler nedeniyle şiddet içerikli, sansasyonel videoları yayınlama misyonu güden sitelerde ise bu durum daha da kontrol edilemez bir hâl almaktadır. Google'da yapılacak kısa bir araştırma ile DAEŞ'in birçoğu kan donduracak derecede vahşi olan propaganda videolarının önünüze serilmesi mümkündür.

Örgütün yayınladığı videoların neredeyse tamamı kendi kurdukları çeşitli yayın organlarının imzasını taşımaktadır. Özellikle örgütün medya aygıtı olarak kabul edilen Al Hayat Media adlı kurumun yayınladığı, Mujatweets'in de içerisinde bulunduğu DAEŞ'in propaganda görüntülerinin büyük bölümünde videolar, başı ve aralarına koyulan geçişler ya da videonun sağ üst köşesinde gözüken logosu ile izleyiciye tanıtılmakta, çekimler belirli bir kompozisyon üzerinden kurgulanmakta, çeşitli çekim oyunları ve ışıklandırma teknikleri aktif bir şekilde uygulanmakta ve efektler aracılığıyla zenginleştirilmektedir. DAEŞ'in endüstri standartlarını

yakalama konusundaki bu çabası ve görece başarısı, materyallerin gelişigüzel değil de, tam aksine profesyonel, “Hollywood görsel stili”ne sahip bir biçimde hazırlandığını ispatlamaktadır (Dauber & Robinson, 2015). Örneğin ABD merkezli Terörizm Araştırma ve Analiz Konsorsiyumu (TRAC) ile İngiltere merkezli düşünce kuruluşu Quilliam’ın DAEŞ’in 2014 tarihinde yayınladığı bir video üzerinde yaptığı araştırmaya göre örgüt, tek bir videonun çekimi için en az 200 bin dolar harcamıştır. Video içerisindeki çekimler son teknoloji ekipmanlar ile çoklu çekim tekniği kullanılarak 4-6 saatte gerçekleştirilmiş, bazı sahneler ise istenilen etkinin izleyiciye ulaştırılabilmesi için tekrar tekrar çekilmiştir (Hall, 2014).

Twitter ve Facebook, DAEŞ’in yeni medya içerisinde en çok tercih ettiği sosyal medya araçlarıdır. Propaganda hesapları kimi zaman kapatılmasına rağmen sürekli yeni hesaplar açarak bu mecralardaki faaliyetini sürdüren örgüt, *siber cihat* kapsamında duyuru ve videolarını ilgili sitelerdeki hesaplarında yayınlamakta ya da birçok Twitter ve Facebook hesabını ele geçirek etki alanını genişletmektedir. 2015 Nisan’da TV5 Monde adlı kanalın Facebook hesabı ele geçirilerek kapak fotoğrafına “Je Suis Charlie” kampanyasına gönderme yapılarak, “Je suİS” (Ben İslam Devletiyim) yazılması (Samuel, 2015) ve *siber cihadın* devam edeceğinin duyurulması (Çakır, 2015) ya da ABD Merkez Kuvvetler Komutanlığı’na (CENTCOM) ait Twitter ve YouTube hesapları ele geçirilerek bu hesaplar üzerinden DAEŞ propagandası gerçekleştirilmesi (Ackerman, 2015), Siber Halifelik adlı grubun sosyal medyadaki etkinliklerinden sadece birkaçıdır.

Twitter’ın insanlarla iletişimi kolaylaştırmaya ve gündemi belirlemeye/takip etmeye yarayan hashtag³ uygulaması da DAEŞ’in siber cihadına destek veren kişiler tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Örneğin, 2014 yılının Haziran ayında Brezilya’da yapılacak olan Dünya Kupası için açılan hashtaglere bir dizi saldırı düzenlenmiştir. #Brazil2014, #ENG, #France ve #WC2014 hashtaglerine tıklayan kişiler, DAEŞ önderliğinde cihada davet eden bir video ile karşılaşmıştır (Milmo, 2014). Trend hashtaglerin manipüle edilmesi ile propaganda çalışmaları gerçekleştiren ekip, bu yöntem aracılığıyla Twitter’da kendisiyle alakası olmayan konular üzerinden bile dünyanın dört bir yanına sesini duyurabilmeyi başarabilmektedir. Ekibin Twitter hashtagleri ile yaptığı en ilginç propaganda denemelerinden biri ise internet terminolojisinde meme⁴ olarak adlandırılan fotoğraflar hazırlanarak gerçekleştirilmiştir. 25 Haziran 2014 tarihinde “Kedinin İslam Devleti” (Islamic State of Cat) adlı bir Twitter hesabı üzerinden “cihadın kedileri” (#catsofjihad) hashtagi ile başlatılan, elinde el bombası, silah veya dinamit bulunan sevimli kedi fotoğrafı paylaşımları, DAEŞ sempatanları tarafından hızla benimsenmiştir (Martel, 2014). Bu fotoğraflar aracılığıyla insanların gözündeki yavru kedi imgesi cihat materyalleri ile birleştirilerek tersyüz edilmeye çalışılmış, aynı zamanda fotoğrafların yayılması sayesinde örgüt propagandasını genişletme

3 Hashtag’ler belirli bir konu ile ilgili gönderilen tweetleri tanımlar. Gönderilen tweette ‘#[kullanılan/kullanmak istenen hashtag]’ şeklinde bir etiketleme bulunur. Bu etikete sahip tweetler, bu etiketteki tweetleri arayan diğer kullanıcılar tarafından okunabilir kılınmaktadır. Twitter anasayfada belirtilen ‘trendy topic’ler hashtag’lerle belirlenir. Hashtag’ler Twitter’ın toplumsal olarak dikkat çekmek, kamuoyunu belli bir konuya yönlendirmek için kullanılmasına olanak tanıyan uygulamalardır (Bayraktutan vd., 2013, s. 21).

4 Çoğunlukla 4chan, Futaba gibi büyük forum sitelerinde ortaya çıkan, internet ortamında mizah amacıyla kullanılan, belirli bir konu ile ilintili resim/söz/kavram/alıntı veya cümle.

imkânı bulmuştur. Sonucunda kedi yavrusu gibi insanların tatlı ve masum olarak gördüğü hayvanlar ile silahların beraber bulunduğu birçok fotoğrafın ortaya çıktığı bu akım, DAEŞ'in hem propaganda tekniklerine hem de günümüz internet jargonuna hâkimiyetini bir kez daha gözler önüne sermiştir.

James Foley'in⁵ infazının DAEŞ tarafından gerçekleştirilmesi ve infaz videosunun sosyal medyada büyük ses getirmesi, Twitter'ın örgüt hesaplarına karşı tutumu konusunda bir kırılma noktası olmuştur. Gelen tepkilerin ardından Twitter, DAEŞ ile alakası olduğunu düşündüğü hesaplara karşı tavrını oldukça sertleştirmiştir. Birçok hesap askıya alınmış ve bu politika uzun bir süre kararlılıkla devam ettirilmiştir. DAEŞ'i destekleyen 20 bin Twitter hesabı üzerinde betimsel analiz yöntemi ile çalışma gerçekleştiren J.M. Berger ve J. Morgan'a (2015) göre, DAEŞ ilk etapta site içerisindeki takipçi ağını koruma konusunda başarılı olsa da zaman içerisinde propaganda gücünü önemli bir oranda kaybetmiştir. 2014 başında örgüt propagandası yapan 80 bin takipçili hesapların varlığına rağmen, 2014 sonbaharında bu amacı güden 50 bin üstü takipçiye sahip olan herhangi bir hesabın kalmaması DAEŞ üyelerinin kapatılmalar sonrasında eskisi kadar büyük bir iletişim ağı kuramadıklarını göstermiştir (s. 41). Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin Türkçe konuşan DAEŞ destekçileri arasında gerçekleştirdiği Twitter sosyal ağ analizi de konu hakkında Türkiye'de yapılan önemli araştırmalardan birisidir. J.M. Berger ve J. Morgan'ın çalışmasını çıkış noktası olarak belirleyen ve sonuçlarını ilgili çalışma ile karşılaştırarak yayınlayan Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin çalışmasındaki en önemli bulgulardan biri, Twitter'daki mesaj dağıtımında %16'lık bir üst dilimin oldukça etkili olduğu gerçeğidir. Araştırmaya göre %16'lık azınlık grup toplam tweet sayısının %89'unu atmaktadır; yani bu hesaplar engellendiği taktirde mesaj akışının %90'ını kesmek mümkün olmaktadır (Yalçınkaya vd., 2016, ss. 9-21). Twitter'ın resmi açıklamasına göre James Foley'in infazı sonrası bir yılı biraz aşkın bir süre içerisinde toplamda 360.000 terör içerikli hesap kapatılmıştır ("An update on our efforts to combat violent extremism", 2016). Yine de Twitter'da hâlâ propagandaya devam eden binlerce hesap bulunmakta, etkileşimi tamamen önlemek neredeyse imkânsız gözükmektedir.

DAEŞ'in sosyal medyadaki etki alanı yalnızca yukarıda bahsedilen belli başlı mecralar ile sınırlı değildir. Örneğin 2014 yılında Mariusz Zurawek adlı bir Polonyalı'nın kurduğu sosyal paylaşım sitesi kısa süre içerisinde popülerleşmiştir. Zurawek, sitesinin duyduğu ilgiden ilk etapta memnun olsa da, kullanıcıların büyük bölümünün Arapça konuşuyor ve DAEŞ propagandası sayılabilecek materyalleri sitede paylaşıyor olduğu gerçeğini fark ettiğinde büyük bir şok geçirmiştir. DAEŞ üyeleri tarafından keşfedildiği ve kullanıldığı anlaşılan site ise kısa süre içerisinde bu postlardan arındırılmıştır. Zurawek yaşanan olay sonrası yaptığı açıklamada; "İnternette herkes kimliğini saklayabiliyor. Twitter, Facebook, Youtube gibi büyük sitelerin bile IŞİD'le başı belada ve koyulan içeriğin hepsini kaldıramadılar. İnternetin mimarisi sorunlu" diyerek sorunun çözümsüzlüğüne dair kendince bir yorumda bulunmuştur ("Işid'in Sosyal Medyadaki Yeni Mekanları", 2015).

5 ABD'li gazeteci. AFP haber ajansı ve GlobalPost için Suriye'deki iç savaşı takip ederken 2012 yılının Kasım ayında militanlarca kaçırıldı. 19 Ağustos 2014'te ise DAEŞ tarafından infaz edildiği bir video İnternet'te yayınlandı (Carter, 2014).

Çalışma şekli çoğunlukla site veya sosyal medya hesabı ele geçirerek, bu hesaplarda DAEŞ propagandasını yaymak olsa da Siber Halifelik adlı grup, alışılmışın dışında oldukça cüretkâr bazı saldırı denemelerine de girişebilmektedir. Örneğin Ekim 2015'te ABD'deki enerji dağıtım şirketlerinin sistemlerine yapılan siber saldırı, ülkenin bir bölümünün elektriksiz bırakılması amacıyla gerçekleştirilmiş, fakat başarılı olamamıştır. İlgili teşebbüs FBI sözcüsü tarafından; "Güçlü bir girişim, ama neyse ki düşük kabiliyet." şeklinde yorumlanmıştır (Pagliery, 2015).

Özellikle 11 Eylül sonrası hızlandırılan internet üzerindeki kontrolü arttırma çalışmaları çoğu zaman gizli olarak sürdürülmekte, ortaya çıktığı zaman ise bireysel özgürlüklerin savunusu noktasında büyük eleştirilerle karşılaşmaktadır. Karar alıcılar ise kendilerini, bu denetim ve sınırlamaları kendi ülke ve dünya halklarının güvenliği için yaptıklarını söyleyerek savunmaktadır. DAEŞ de bu tartışmalar ve denetim mekanizması kurulması çabasına yakinen ilgi gösteriyor gibi gözükmemektedir. Zira justpaste.it adlı bir sitede Ağustos 2014'te ve aynı ay içerisinde "Halife Geri Döndü" başlığıyla wordpress.com içerisinde yayınlanan bir makalede, Batılı güçler "genç Müslümanları internet üzerinden hapse tıkmak isteyen kâfir istihbarat örgütleri" olarak tanımlanmış ve bu istihbarat örgütlerine yakalanmamak için kullanılabilir programlar tanıtılmıştır. DAEŞ'in işaret/logolarını taşımasa da kullandığı dil sebebiyle DAEŞ üyeleri tarafından yazıldığı tahmin edilen makalede Tor Browser'dan Ghost VPN'e, TAILS'den Cryptocat⁶ kadar birçok programın nasıl ve ne amaçla kullanılabileceği ayrıntılı olarak anlatılmakta ve DAEŞ lehine paylaşım yapacak kişilerin anonim kalması gerektiği hususu yazı içerisinde tekrar tekrar belirtilmektedir (Bartlett & Krasdomski-Jones, 2015, ss. 8-12).

Mobil Uygulamalarda DAEŞ

İnternet üzerinde oldukça aktif ve ses getiren bir örgütlenmeye sahip olan DAEŞ'in, özellikle son yıllarda büyük gelişim gösteren mobil uygulama mecrasında da varlığı söz konusudur. DAEŞ üyesi yazılımcılar birçok uygulama geliştirmekte, bu uygulamalar ise çeşitli yöntemler aracılığıyla insanlara iletilmektedir. İnternetin dinamik ve özgürlükçü yapısı, devletler, şirketler ve istihbarat güçlerini etkileşimi engelleme konusunda çoğunlukla çaresiz bırakmaktadır.

DAEŞ'in en bilinen mobil uygulamalarından biri "Müjdeleyici Şafak" (Fecr-ül Beşair) adını taşımaktadır. Android işlemcili telefonlar düşünülerek Twitter için tasarlanan bu uygulama, yükleyen kişiye hem DAEŞ ile ilgili son haberleri sunmakta hem de Twitter'ın anti-spam özelliğini devre dışı bırakıp bu haberleri kişinin Twitter'daki diğer takipçileri ile sayfayı spamleyerek (birçok

6 Tor, açılımı "The Onion Routing" olan kullanıcılarının gerçek kimliklerini gizleyerek iletişim imkanı sunan bir yazılım projesidir.

Ghost VPN, kişisel verilerinizi ve kimliğinizi gizleyerek İnternet üzerinde anonim olarak sörf yapabileceğiniz, aynı zamanda program yardımıyla İnternet üzerinde uygulanan herhangi bir kısıtlamaya veya yasaklamaya takılmadan istediğiniz tüm web sitelerine sınırsız erişim elde edeceğinize bir VPN (sanal özel ağ) programıdır.

Tails veya açık adıyla The Amnesic Incognito Live System (Türkçesi: Unutkan Gizli Kimlikli Canlı Sistem) güvenlik odaklı, bağlantıları Tor Browser aracılığıyla gerçekleştiren bir programdır.

Cryptocat ise İnternet tarayıcıları içerisinde odalar kurup anonim bir şekilde mesajlaşma imkanı sağlayan bir programdır.

tweeti art arda atarak) paylaşmasına imkân tanımaktadır. Örneğin bu uygulama sayesinde Haziran 2014'te Twitter'da "Bağdat" hashtagıyla arama yapan tüm kullanıcılar, DAEŞ'in "Geliyoruz Ey Bağdat" yazan ve Musul'daki ilerleyişine dair güzellmeler yapan tweetlerini sayfanın en başında görmüştür (Berger, 2014).

Jamie Foley'in infazı sonrası Twitter başta olmak üzere sosyal medya sitelerinde DAEŞ sempatisini hesaplara karşı uygulanan sert politika, örgütün haberlerini sempatisanlarına ulaştırmak amacıyla kendi mobil uygulamasını üretmesine de ön ayak olmuştur. Ghost Security Group'un,⁷ DAEŞ üyelerinin kullandığı bir mobil uygulama kanalında keşfettiği "Amaq Agency" adlı bu uygulama, örgütün kendi haberleşme ve sosyal medya platformu sayılabilecek niteliktedir. İsmi ve içeriğinin büyük bölümünü örgütün haber ajansı olarak kabul edilen Amaq News Agency'den alan uygulama, kullanıcılarına DAEŞ'in "ilerleyişi" ve "yeni zaferlerini" Twitter'daki gibi aşağı inen bir "News Feed"te sunmakta, içerisinde yazı büyüklüğünü değiştirme ve uygulamayı otomatik güncelleme gibi özellikler dahi bulundurmaktadır (Reisinger, 2015).

DAEŞ'in en ilginç çalışmaları arasında, kendini örgütün tanıtım kanalı olarak adlandıran "Gayret Kütüphanesi" (Library of Zeal) adlı ekip tarafından yayınlanan "Huroof" adlı mobil uygulaması da bulunmaktadır. Arapça öğrenimini kolaylaştırma amacı güden bu uygulama tamamen çocuklar için tasarlanmıştır. Sıcak renkler kullanılarak dizayn edilmiş ve yer yer balonlarla süslü uygulamada, bir yandan Arap alfabesi öğretilmekte, diğer yandan da silah, tank, roketatar gibi cihadist materyaller çocuklara tanıtılmaktadır (Farley, 2016).

DAEŞ'in kendi geliştirmedeği ancak kullanıcılarına anonim iletişim imkânı sunmasıyla bilinen Telegram da DAEŞ takipçileri tarafından aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Telegram içerisinde hızla örgütlenen ve 50'den fazla kanal ile on binden fazla kullanıcı edinen örgüt, mobil uygulama sayesinde takipçileriyle gizli ve güvenli bir şekilde iletişim kurabilmekte, resim, video ya da mobil uygulamalarını paylaşabilmekte, son gelişmelerden üyelerini haberdar edebilmekte (Cuthbertson, 2015) ve hatta esir kadın ticareti yapabilmektedir (Hinnant, Alleruzzo & Szlanko, 2016). Telegram yönetiminin DAEŞ ile ilişkili kanallara uzun süre herhangi bir yaptırım uygulamamasına rağmen, Paris saldırısı sonrasında uygulamanın geliştiricisi olan Pavel Durov bir açıklamada bulunmuş ve teknolojinin yanlış güçlerin elinde tehlikeli olabileceğini belirtmiştir. Uygulama içerisinde DAEŞ propagandası yaptığı saptanan 78 kanal ise kapatılmıştır (Bell, 2015).

Örgütün aktif olarak kullandığı bir diğer mobil uygulama ise akıllı telefon ve bilgisayarlar için hazırlanan, kullanıcılarına kanal oluşturarak sesli mesaj yayma imkânı tanıyan Zello'dur. Bu uygulama sayesinde DAEŞ yanlısı kişiler telefonlarını telsize dönüştürerek birbirleriyle iletişim kurabilmekte, ayrıca DAEŞ'i merak eden ya da katılmak isteyen kişiler için uygulama üzerinden vaaz yayınları gerçekleştirilmektedir (Weiss & Hassan, 2016, s. 215).

⁷ Ghost Security Group kendisini, İnternet'in bir silah olarak kullanıldığı günümüz dünyasında, dijital aşırılıklarla mücadele eden anonim terörle mücadele örgütü olarak tanımlanmaktadır (Ghost Security Group Web Page, 2016).

Dijital Yayınlarda DAEŞ

DAEŞ'in ideolojisini yaymak ve üyelerine seslenebilmek amacıyla yazılı yayınlara da oldukça önem verdiğini söylemek mümkündür. Fakat dergi ve benzeri materyaller – geleneksel tedarik ağının dünya çapında legal kabul edilmeyen bir örgüte sunduğu zorluklar dolayısıyla – DAEŞ'in hâkim olduğu coğrafya dışındaki yerlerde büyük oranda internet üzerinden takip edilmekte ve destekçilere ulaştırılmaktadır.

Al Hayat Media Center tarafından hazırlanan dergilerden en önemlisi “Dabiq” ismini taşımaktadır. İlk sayısı 2014'ün Temmuz ayında yayınlanan ve “Hilafetin Dönüşü” (Return of the Khilafah) adlı başlıkla yayın hayatına başlayan Dabiq'ın iki sene içerisinde İngilizce'nin de dahil olduğu birçok dilde tam 15 sayısı yayınlanmıştır (“The Islamic State's (ISIS, ISIL) Magazine”, 2014). Gündem ile alakalı yazı dizileri, Twitter'da propaganda yapılabilecek hashtag önerileri, ayın DAEŞ videoları, İslamî teamüller hakkında yazılan makaleler, esir alınan kişilerin pazarlanarak satışa çıkartıldığı sayfalar... Tamamı dergi içerisinde, konu ile alakalı kaliteli fotoğraflar ve anlaşılır, akıcı bir dil ile yer almaktadır.

Dabiq haricinde, Fransızlar için özel olarak hazırlanan “Dar-Al Islam” ve Türkler için özel olarak hazırlanan “Konstantiniyye” dergileri de Al Hayat Media Center'ın DAEŞ propagandası amacı güden yayınlarındandır (Yeşiltaş, vd., 2016, s. 20). Konstantiniyye dergisinin ilk sayısı Haziran 2015'te “Konstantiniyye'nin Fethi” adlı başlıkla yayınlanmış, önsözünde ise

Rabbimizden bize bu konuda muvaffakiyetler vermesini diliyoruz. Ve bu güne kadar İslam Devleti'ne km'lerce alanı savaş ve silahla bahşeden Rabbimizden derginin adını verdiğimiz Kostantiniyye'yi savaşız ve kansız bize kapılarını açmasını diliyoruz. Ya Rabbi Resulullah'ın bahsetmiş olduğu İstanbul'un fethini bize nasip et. (“Konstantiniyye'nin Fethi”, 2015, s.3)

denilerek, DAEŞ'in Türkiye'yi fethetme isteği açıkça ortaya konmuştur.

DAEŞ'in Konstantiniyye dergisi içerisindeki dili hakkında Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin yaptığı çalışma oldukça önemlidir. İlgili çalışmaya göre; örgütün Türkiye için çıkardığı Konstantiniyye dergisinin ilk 7 sayısında kâfir kelimesi ortalama 60,42 kez, küfür kelimesi ortalama 51,71 kez, savaş kelimesi ise ortalama 110,42 kez kullanılmaktayken; barış kelimesi ortalama 2, müzakere kelimesi ortalama 0,57, hoşgörü kelimesi ise ortalama 0,14 kez kullanılmıştır (Korkmaz, 2016, s. 16).

Al Hayat Media Center'ın yeni dergisi “Rumiyah”ın (Roma) ilk sayısı ise Eylül 2016'da yayınlanmıştır (McKernan, 2016). Dabiq gibi güçlü bir DAEŞ propagandası amacı güden ve ilk sayısı 7 farklı dilde (İngilizce, Türkçe, Fransızca, Almanca, Peştunca, Rusça ve Uygurca) yayınlanan derginin alışlagelmiş tehditler dışındaki sert üslubunun da son zamanlarda güç kaybeden örgütün uyuyan hücrelerini uyandırma amacı taşıdığı düşünülmektedir.

Bu dergiler dışında DAEŞ'in 2014 yılında Hilafet ilanından sonra tek sayı olarak yayınladığı Islamic State Report ve üç sayı olarak yayınladığı Islamic State News adlı iki dergisi daha olmuştur. Sayfa sayısı diğer yayınlarına göre daha az olan (6-10 sayfa) Islamic State News derginin içerdiği

konular da örgütün diğer yayınları ile paralellik göstermektedir. Islamic State Report dergisi ise yalnızca İslam devletini kurdukları Haziran ayına özgü bir yayın olması sebebiyle devlet olma iddialarının vurgulandığı ve ayrıntılandırıldığı bir kaynak olma özelliğini taşımaktadır (Çetinkaya, 2015, s. 102).

DAEŞ'in Al Hayat Media Center aracılığıyla yürüttüğü aktif iletişim stratejisinin ürünü olan bu dergilerin endüstri standartlarını yakalamış bir tasarım ve içerik kalitesine sahip olması (her sayıda seçilen bir ana konu ve makalelerin ekseriyetle bu konu etrafında şekillendirilmesi, yazıların günlük bir dil ve konuya uygun dini referanslar ile anlaşılır bir şekilde yazımı, kullanılan fotoğrafların kalitesi vb.) arkasındaki ekibin ne kadar profesyonel olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Sonuç

DAEŞ, yeni medya aygıtlarının özelliklerini kullanarak yaptığı propaganda ile yüze yakın ülkeden on binlerce kişiyi safına katmış, çok daha fazlasının ise kendisini tanımasını sağlamıştır. Video paylaşım siteleri üzerinden yaptığı videolar ile mücadelesini dünyaya izletmiş, sosyal medya üzerinden yaptığı paylaşımlar ile dünyayı bilgilendirmiş, mobil uygulamaları ile sempatanlarına hizmet sunmuş, yayınladığı dergiler ile ise düşüncesini tanıtmaya ve meşurlaştırma çabasına girişmiştir. Eski medya araçları ile bunların neredeyse hiçbirini gerçekleştiremeyecek olan örgüt, günümüz iletişim teknolojileri ile çok daha kolay propaganda yapma imkânına ulaşmıştır. Bu durumun en önemli sebebi ise internetin bireysel özgürlük ile beraber tanımlandığı gerçeği gibi gözükmektedir. Zira yazıda ayrıntılı olarak bahsettiğimiz üzere Twitter, Youtube, Telegram gibi uygulamalar, belirli bir noktaya kadar ifade özgürlüğü, gizlilik vb. tutumlar ile DAEŞ propagandası yapan hesapları kapatma konusunda isteksiz tavır göstermişlerdir. Zaman içerisinde DAEŞ bağlamında yeni medyada takınılan tutum değişse de internetin temsil ettikleri konusundaki düşünce değişmemiştir.

İnternetin insan hayatında aktif olarak kullanılması mevzusu henüz oldukça yeni sayılabilecek bir konudur. Yirmi yıldan kısa bir sürede gerçekleşen bu değişim birçok sorunu da beraberinde getirmiştir. Eğlence sektörü, medya araçları, kişisel gizlilik vb. çoğu alan, bir yandan internetin olanaklarından yararlanırken diğer yandan da yeni düzenin yarattığı sıkıntılar ile baş etmeye çalışmaktadır. Telif yasaları değişmekte, gizlilik kavramı yeniden tanımlanmakta, kısaca dünya; ulusal ve uluslararası düzeyde bu hızlı değişime ayak uydurmaya çalışmaktadır. Terör örgütü olarak tanımlanan toplulukların bu aygıtları kullanımı ve bunun yaratacağı sonuçlar literatüre küresel terör bağlamında girse de DAEŞ, öncesinde yeterince irdelenememiş gibi gözükmekte, bunun sonuçları da hâlihazırdaki örnekte gün yüzüne çıkmaktadır. Bu araştırmanın DAEŞ sonrası yeni siyasi/dini ya da konjonktürel örgütlerin gelecekte yeni medya üzerinde yaratabilecekleri etkilerin daha derinlikli incelenmesi ve internetin dinamik, mekânsız yapısının analizini tartışmaya açmak ümidi ile yazıldığını söylemek mümkündür. Ortaya çıktığından beri yaşantımıza çok hızlı bir şekilde sirayet eden yeni medya aygıtlarını ve etkilerini daha iyi anlamak, özümsemek ve olumsuz yönleri açısından bir çözüm yolu bulabilmek için bu tarz çalışmaların literatür içerisinde daha fazla ve özellikle iletişimin küreselleşmesinin dinamik yapısını da yakalayabilmek adına daha sık yer alması gerekmektedir.

Kaynaklar

- Ackerman, S. (2015). US Central Command Twitter account hacked to read I love you ISIS. *The Guardian*. 10.10.2016 tarihinde <https://www.theguardian.com/us-news/2015/jan/12/us-central-command-twitter-account-hacked-isis-cyber-attack> adresinden edinilmiştir.
- Atabek, Ü. (2001). *İletişim ve teknoloji*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Barlett, J., & Krasdomski-Jones, A. (2015). Online anonymity: Islamic State and surveillance. *Demos.co.uk*. 24.01.2017 tarihinde http://www.demos.co.uk/files/Islamic_State_and_Encryption.pdf adresinden edinilmiştir.
- Baumann, Z. (1999). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları*. A. Yılmaz (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayraktutan, G., Binark M., Telli Aydemir A., Çomu T., Doğu B., & İslamoğlu G. (2013). *Sosyal medya ortamlarının siyasal iletişim uygulamaları açısından incelenmesi: Türkiye'de 2011 Genel Seçimleri'nde Facebook ve Twitter'ın siyasal partiler ve liderler tarafından kullanılması*. Ankara: TÜBİTAK. Proje No: 111k263.
- Bell, K. (2015). Messaging app Telegram blocks 78 "ISIS related" channels. *Mashable*. 02.08.2016 tarihinde <http://mashable.com/2015/11/18/telegram-blocks-isis-channels/#fBZ3us3qOqOX> adresinden edinilmiştir.
- Berger, J. M. (2014). How ISIS games Twitter. *The Atlantic*. 11.07.2016 tarihinde http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/?_ga=1.234954305.137107012.1395394742, adresinden edinilmiştir.
- Binark, M. (2014). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Carter, Chelsea J. (2014). Video shows ISIS beheading U.S. journalists James Foley. *CNN.com*. 09.04.2017 tarihinde <http://edition.cnn.com/2014/08/19/world/meast/isis-james-foley/> adresinden edinilmiştir.
- Castells, M. (1996). *The rise of network society*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chomsky, N. (1996). *Media and globalization: An interview with Noam Chomsky*. P. Sainath (Röp.). 02.09.2016 tarihinde <http://www.corpwatch.org/article.php?id=1809> adresinden edinilmiştir.
- Cuthbertson, A. (2015). ISIS Telegram channel doubles followers to 9.000 in less than 1 week. *IBTimes.co.uk*. 13.10.2016 tarihinde <http://www.ibtimes.co.uk/isis-telegram-channel-doubles-followers-9000-less-1-week-1523665> adresinden edinilmiştir.
- Çakır, A. (2015). İşid'den şimdi de siber-cihat. 11.09.2017 tarihinde <https://www.amerikaninresi.com/a/isis-den-simdi-de-siber-cihat/2712685.html> adresinden edinilmiştir.
- Delişmek, E. (2015). *Küreselleşme ve terör El Kaide ve İşid örnekleri*. 15.04.2017 tarihinde https://www.academia.edu/28198329/K%C3%9CRESELLE%C5%9EME_VE_TER%C3%96R_EL-KA%C4%B0DE_ve_I%C5%9E%C4%B0D_%C3%96RNEKLER%C4%B0, adresinden edinilmiştir.
- Farley, H. (2016). ISIS launch app for children 'to teach cubs of the Caliphate'. *Christiantoday.com*. 13.10.2016 tarihinde <https://www.christiantoday.com/article/isis.launch.app.for.children.to.teach.cubs.of.the.caliphate/85932.htm> adresinden edinilmiştir.
- Ghost Security Group Web Sitesi. (2016). 02.08.2016 tarihinde <https://ghostsecuritygroup.com> adresinden edinilmiştir.
- Hall, J. (2014). ISIS mass beheading video took up to six hours to film and cost \$200.000: Forensic analysis of Syrian soldier murders reveals clues that could help nail Jihadi John. *Dailymail.co.uk*. 10.12.2016 tarihinde <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2865745/Has-EXACT-location-infamous-ISIS-beheading-video-pinpointed-Forensic-analysis-filmed-Syrian-soldier-murders-breaks-filmed-long-took-cost-make.html> adresinden edinilmiştir.

- Hinnant, L., Alleruzzo, M., & Szlanko, B. (2016). Islamic State tightens grip on captives held as sex slaves. *AP News.com*. 13.10.2016 tarihinde <http://bigstory.ap.org/article/bc71decfae2f4fee8196a20515b4c5fc/islamic-state-tightens-grip-captives-held-sex-slaves> adresinden edinilmiştir.
- Hoffman, A., & Schweitzer, Y. (2015). Cyber jihad in the service of the Islamic State (ISIS). *Strategic Assessment*, 18(1), 71-81.
- İşid'in sosyal medyadaki yeni mekanları. (2015, 14 Mart). *BBC.com*. 14.07.2016 tarihinde http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/03/150313_isid_sosyal_medya, adresinden edinilmiştir.
- İşık, M. (2009). *Terör örgütlerinin bir propaganda aracı olarak interneti kullanması: Örnek olay PKK terör örgütü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Keskinkaya, E. (2015). *Irak ve Şam İslam Devleti'nin yeni medya kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.
- Konstantiniyye'nin Fethi. (2015). *Konstantiniyye*. 17.10.2016 tarihinde archive.org/details/Konstantiniyye1_isglobe adresinden edinilmiştir.
- Korkmaz, S. C. (2016). *Terörün Propagandası: DAEŞ Terör Örgütü ve Konstantiniyye Dergisi*. Ankara: ORSAM.
- Martel, F. (2014). ISIS now selling jihad with account full of adorable kittens. *Breitbart.com*. 14.07.2016 tarihinde <http://www.breitbart.com/national-security/2014/06/26/isis-now-selling-jihad-with-twitter-account-full-of-adorable-kittens/> adresinden edinilmiştir.
- McKernan, B. (2016). Isis' new magazine Rumiya shows the terror group is 'struggling to adjust to losses'. *Independent.co.uk*. 25.01.2017 tarihinde <http://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/isis-propaganda-terror-group-losses-syria-iraq-a7228286.html> adresinden edinilmiştir.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory*. London: Stage Publications.
- Milmo, C. (2014). Isis hijacks World Cup hashtags for propaganda. *Independent.ie*. 14.07.2016 tarihinde <http://www.independent.ie/world-news/middle-east/isis-hijacks-world-cup-hashtags-for-propaganda-30375342.html> adresinden edinilmiştir.
- Morgan, J., & Berger, J. M. (2015). *The ISIS Twitter census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter*. Washington: Brookings Institution.
- Paganini, P. (2015). ISIS – Cyber Caliphate hackers are threatening electronic war. *Securityaffairs.co*. 14.07.2017 tarihinde <http://securityaffairs.co/wordpress/36883/cyber-crime/cyber-caliphate-electronic-war.html> adresinden edinilmiştir.
- Pagliery, J. (2015). ISIS is attacking the U.S. energy grid (and failing). *CNN.com*. 04.10.2016 tarihinde <http://money.cnn.com/2015/10/15/technology/isis-energy-grid/> adresinden edinilmiştir.
- Pillar, P. (2001). *Terrorism and U.S. foreign policy*. Washington: Brookings Institution Press.
- Reeve, S. (2001). *Yeni Çakal'lar: Remzi Yusuf, Usame Bin Ladin ve terörizmin geleceği*. G. Koca (Çev.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Reisinger, D. (2015). ISIS has a new weapon: A smartphone app. *Fortune.com*. 02.08.2016 tarihinde <http://fortune.com/2015/12/10/isis-smartphone-app/> adresinden edinilmiştir.
- Ritzer, G. (1998). *Toplumun Mcdonaldlaştırılması*. Ş. S. Kaya (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Samuel, H. (2015). ISIL hacker seize control of France's TV5 Monde network in 'unprecedented' attack. *Telegraph.co.uk*. 14.07.2016 tarihinde <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/france/11525016/Isil-hackers-seize-control-of-France-TV5Monde-network-in-unprecedented-attack.html> adresinden edinilmiştir.

- Seyfi, M., & Güven, D. (2015, Ekim). *Terör örgütlerinin transmedya kullanımı: Işid örneği*. Uluslararası Yeni Medya – Yeni Yaklaşımlar Konferansı, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Sezgin, S. (2005). Küreselleşmenin medya ve toplum üzerindeki etkileri (*bölüm 1*). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 9-12.
- Şenol, D., Erdem, S., & Erdem, E. (2016, Mayıs). *Işid terör örgütünün iletişim ve propaganda teknikleri*. II. Uluslararası Ortadoğu Sempozyumu: Ortadoğu'da Devlet, Devlet-Dışı Aktörler ve Demokrasi, Kırıkkale Üniversitesi. Kırıkkale: Kodamer.
- Telli Aydemir, A. & Çelebioğlu, H. (2012). Yeni medya arayüzünde örgütsüzleşme, iktidar ve dönüşen direniş kültürü. Z. T. A. Süalp & B. Çelik (Haz.). *Devrim yahut vasat: Üretim, deneyim ve teknoloji* içinde (ss. 124-156). Ankara: Bağlam Yayıncılık.
- The Islamic State's (ISIS, ISIL) Magazine. (2014). *Clarionproject.org*. 17.10.2016 tarihinde <http://www.clarionproject.org/news/islamic-state-isis-isil-propaganda-magazine-dabiq> adresinden edinilmiştir.
- The Soufan Group. (2015). *Foreign fighters, an updated assessment of the flow of foreign fighters into Syria and Iraq*. New York.
- Twitter Resmi Web Sitesi. (2016). 18.08.2016 tarihinde <https://blog.twitter.com/2016/an-update-on-our-efforts-to-combat-violent-extremism> adresinden edinilmiştir.
- Van Dijk, J. (1999). *The network society: Social aspects of new media*. London: Sage Publications.
- Weiss, M., & Hassan, H. (2016). *Işid: Terör ordusunun içyüzü*. E. A. Kayhan (Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Williams, F., Rice, R. E., & Rogers, E. M. (1994). *Research methods and the new media*. New York: Free Press.
- Yalçınkaya, H., Özyer, T., Çelik B., & Kardaş, Ş. (2016). *Türkçe konuşan DAESH destekçileri üzerinde twitter sosyal ağ analizi*. Ankara: ORSAM.
- Yeşiltaş, M., Özdemir, Ö. B., Öncel, R., Öztürk, B., & Düz, S. (2016). *Sınırdaki düşman: Türkiye'nin DAİŞ ile mücadelesi*. İstanbul: SETA.
- Yılmaz, S. (2006). *21. yüzyılda güvenlik ve istihbarat*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Yılmaz, S. (2014). *Küresel terör; Işid ve sonrası*. 15.04.2017 tarihinde <http://www.21yyte.org/tr/arastirma/terorizm-ve-terorizmle-mucadele/2014/06/25/7670/kuresel-teror-isisid-ve-sonrasi> adresinden edinilmiştir.