

**AÇIK KAYNAK İSTİHBARATINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜNÜN
ANALİZİ**

Elif TİRYAKİ*

Received Date (Başvuru Tarihi): 20/07/2020

Barış ÖZDAL**

Accepted Date (Kabul Tarihi): 26/08/2020

Published Date (Yayın Tarihi): 15/12/2020

ÖZ

Günümüzde bireylerin dışında devlet kurumları, ticari şirketler, sivil toplum kuruluşları, terör örgütleri gibi birçok aktör, açık kaynak bilgisi yönünden çok zengin olan sosyal medya platformlarından kendi amaçları doğrultusunda istifade etmektedirler. Her geçen gün gelişen ve büyüyen internet ağlarının ortaya çıkarttığı devasa bilgi havuzlarıysa kişiler, gruplar, örgütler, devletler hakkında detaylı bilgi toplanmasının önünü açmıştır. Sosyal medyadan elde edilen istihbarat sayesinde ticari kazanç güdümü olan kuruluşlar da müşterilerinin beklentileri ve ihtiyaçları doğrultusunda kendilerini geliştirmektedir. Devletler ise uluslararası sistemdeki diğer aktörler hakkında bilgi sahibi olmak, propaganda faaliyetlerini önlemek, suç motivasyonlarını ve suçlu profillerini ortaya çıkartmak, toplum refahını tehdit edebilecek eylemleri önceden tespit edip önlemek veya gerçekleştirilmiş bir suç faaliyeti sonrasında ipuçları elde ederek varsa diğer bağlantılara ulaşmak gibi birçok amaç için sosyal medya üzerinden istihbarat faaliyetlerini sürdürmektedir. İstihbarat birimleri içinse sosyal medyada açık şekilde bulunan verileri toplayıp istihbarat bilgisi elde etmek önemli bir araç haline gelmektedir. Ancak sosyal medyada propaganda amaçlı ve gerçeği yansıtmayan bilgilerin de bulunduğu göz ardı edilmemelidir. Buna bağlı olarak rafine bir istihbarat bilgisi için gerekli olan teknolojiler geliştirilmeli ve eğitilmiş kişiler yetiştirilmelidir. Bu bağlamda çalışmasının amacı açık kaynak istihbaratında sosyal medyadan elde edilen büyük verilerin güvenlik, sağlık, teknoloji, ekonomi, ticaret gibi farklı alanlarda ortaya çıkartabileceği potansiyel faydaları analiz etmektir.

Anahtar Kelimeler

İstihbarat,
Açık Kaynaklar,
Açık Kaynak İstihbaratı,
Sosyal Medya,
Sosyal Medya Analizi

THE ANALYSIS OF THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN OPEN SOURCE INTELLIGENCE

ABSTRACT

All the present time, expect for individuals, many formations such as staff institutions commercial companies, non-governmental organizations and terrorist organizations make use of social media platforms, which are very rich about many information, for their own sake. An enormous information pools found out by developing and growing internet networks with each passing day paved the way for the collection of detailed information about persons, groups, organizations, states. By means of intelligence obtained from social media, organizations. Which are motivated by commercial earnings improves themselves in line with the expectations and needs of their customers. On the other hand, states maintain their intelligence activities over social media in order to achieve several purposes such as; having information about competing states preventing activates of propaganda, deducing motivations of guilt and profiles of criminals, identifying and preventing actions in advance that may threaten public welfare, or to obtain clues after a criminal activity and to reach any other connections if exists. For intelligence unit, obtaining intelligence by collecting the data which one easily accessible in social media has become an important tool; yet, it should not be ignored that there are same information which are not real and some information whose aim is propaganda in social media. Accordingly, the technologies that are necessary for refined intelligence information should be developed and educated people should be trained. In this context, the purpose of this dissertation study is to analyze the potential benefits of big data obtained from social media in open source intelligence in different areas such as security, health, technology, economy, and trade.

Keywords

Intelligence,
Open Source,
Open Source Intelligence,
Social Media,
Social Media Analysis

Citation: Tiryaki, E. & Özdal, B. (2020), Açık Kaynak İstihbaratında Sosyal Medyanın Rolünün Analizi, ARHUSS, (2020), 3(2):267-296.

* Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, İstihbarat Çalışmaları A.B.D., Yüksek Lisans Öğrencisi, e-posta: eliftrykii@gmail.com. ORCID: 0000-0002-1535-2004

** Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi & Diplomasi Araştırmaları Derneği (DARD) Başkanı, e-posta: barisozdal@gmail.com. ORCID: 0000-0001-5460-6655

GİRİŞ¹

Tarih boyunca değişim ve gelişim gösteren “istihbarat” olgusu, endüstriyel ve politik devrimlerle insanlığın modernleşmesine paralel olarak gelişmiştir. Zira tarihsel süreçte ilk çağlardan 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar yoğun olarak insan istihbaratı yöntemiyle üretilen istihbarat, teknolojinin gelişmesiyle yeni yöntem ve kaynaklardan yararlanmaya başlamıştır. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra akademik alanda bir bilim dalı olarak kabul edilen istihbarat sonrasındaki süreçte de gelişimini sürdürmeye devam etmiştir (Ünal & Yarman, 2015:151). 21. yüzyıldaysa kurum ve devletler için diğer dönemlerde olmadığı kadar kritik öneme sahip olmuştur (Dupont, 2003:15). Bu bağlamda bilgi çağı olarak nitelendirilen içinde bulunduğumuz yüzyılın kuşkusuz en önemli teknolojik gelişmeleri kitle iletişim ağının sürdürülmesini sağlayan cep telefonları, bilgisayar ve internet gibi araçlar olurken, eskiden ulaşılması zor olan her türlü enformasyon, veri veya bilgiye kısa sürede ulaşılması mümkün hale gelmiştir (Ünal & Yarman, 2015: 140).

Özellikle internetin kullanımının yaygınlaşması ve kullanıcıların sosyal medya platformları ile tanışması büyük miktardaki açık kaynak verisinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Zira sosyal medya araçlarının ve diğer web tabanlı sitelerin her geçen gün çoğalmasıyla kullanıcılar tarafından oluşturulan bilgiler de artmaktadır. Sosyal medyanın sağladığı en önemli avantajlar arasında bilginin esnek ve maliyetsiz bir şekilde, coğrafi sınır tanımaksızın geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlaması da sayılabilir. Bu noktada sosyal medya uygulamalarının bilginin ilk kaynağını gizleyebilecek şekilde kripto yazılımlar kullanılmasına olanak sağlaması da bu mecranın etkinliğini pekiştirmektedir (Darıcılı, 2019:136). Bu kapsamda günümüzde artık açık kaynak bilgisine daha çok yerde ve daha hızlı ulaşmak mümkün hale gelmiştir. Ayrıca geçmişte açık kaynak bilgisi toplamak için uzun ve zahmetli bir süreçte radyo-televizyon yayınları, gazeteler, dergiler, bildiriler, broşürler, kitaplar incelenmekteyken bugün bilgi teknolojilerinin getirdiği kolaylıkla yukarıda ismen sayılan birçok açık kaynağa internet ve sosyal medya üzerinden ucuz ve hızlıca ulaşılmasını sağlamıştır.

¹ Bu çalışma büyük ölçüde 25 Haziran 2020 tarihinde Millî Savunma Üniversitesi Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü İstihbarat Çalışmaları Anabilim Dalı İstihbarat Programı’nda başarı ile savunulan “*Açık Kaynak İstihbaratında Sosyal Medya Kullanımının Analizi*” başlıklı yüksek lisans tezinin analiz kısmından üretilmiştir.

21. yüzyılda teknolojinin ilerlemesiyle birlikte tanımlanabilen tehdit unsurları da farklılaşmış ve artış göstermiştir. Amerikan Merkezi Haber Alma Teşkilatı (Central Intelligence Agency -CIA) eski başkanı olan James Woolly'nin de aktardığı gibi Soğuk Savaş Dönemi'nde Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin yapabilecekleri konusunda rahatlıkla öngörülebilirken, yeni global sistem kendi içinde irili ufaklı çok sayıda tehdit barındırdığı için öngörülebilir olmak neredeyse imkansız hale gelmiştir (Arı, 2013:174). Bu bağlamda içinde bulunduğumuz yüzyılda uluslararası sistemdeki aktörlerin sadece askeri kapasitesi değil sosyal, kültürel, demografik, sağlık, teknoloji, toplum yapısı gibi parametreler de istihbaratın araştırma konusu alanına girmiştir. Zira internetin insan hayatına dâhil olması ve ardından sosyal medya araçlarının ortaya çıkması, istihbarat çalışması yapılacak alanlarda açık kaynak bilgisi toplamayı kolaylaştırmıştır. Kullanıcılar haber, video, resim, düz yazı metni gibi birçok veri paylaşımında bulunurlarken, sosyal medyanın ücretsiz oluşu ve hızla yayılma kapasitesi sebebiyle sadece sıradan kişiler paylaşımlar yapmamaktadır. Diğer bir ifade ile belirtsek sosyal medya propaganda yapılabilecek, terör örgütlerine sempatican devşirilebilecek, istihbarat servislerine açık kaynak istihbaratı (Open Source Intelligence/OSINT) sağlayabilecek bir ortam da sunmaktadır. Bilindiği üzere açık kaynaklı veri madenciliği, yapay zekâ, karmaşık ağları çözebilen gelişmiş algoritmalar (derin makine öğrenimi) büyük veriler (big data) üzerinde uygulanarak, birçok istihbarat bilgisine ulaşılması mümkündür.

Bu kapsamda sosyal medya platformlarından toplanan açık kaynak verileri ile salgın hastalıklar, kişilerin ruh sağlıkları, olaylara verilen tepkiler, terör saldırıları ve hatta doğal afetler hakkında tahminde bulunulabilmek mümkündür. Ayrıca gelişmiş devletler, kolluk kuvvetleri ve istihbarat kuruluşları vasıtasıyla tüm dünyadaki sosyal medya kullanıcılarını izleyerek ve verileri güvenlik çerçevesinde analiz ederek olayları, toplumsal gelişmeleri ve oluşabilecek fikir akımlarını önceden tahmin edebilmektedirler. Bu bağlamda açık kaynak istihbaratında sosyal medyadan elde edilen büyük verinin analizi, önleyici tedbirler alınması ve gerekli stratejiler üretilmesi için önem taşımaktadır.

1.İSTİHBARAT KAVRAMI VE YAPISI

Türkçe de sözlük anlamı “haber alma” olan istihbarat, İngilizce ve Fransızca da “akıl, zekâ, bilgi” anlamına gelen “intelligence” kelimesi ile ifade edilmektedir. Ancak istihbarat terminolojisinde haber, sadece işlenmemiş bilgiyi ifade ederken, istihbarat ise

belirlenen ihtiyaçlara karşılık olarak çeşitli kaynaklardan toplanan bilgi, haber ve dokümanların işlenmesi sonucu ortaya çıkan üründür (Milli İstihbarat Teşkilatı, 2018). İngilizce ve Fransızcada malumatın değerlendirilmesi baz alınarak vurgu haberin toplanmasına değil toplanan bilgilerin “akıllıca” birleştirilmesine yapılmıştır Türkçede ise toplumsal kültür olarak malumatın derlenmesine daha fazla ağırlık verildiğinden istihbarat kelimesi “akıl, zekâ yerine haber alma” yani istihbar kelimesiyle özdeşleştirilmiştir (Özdağ, İstihbarat Teorisi, 2014:19).

Kültürel farklılıklar sebebiyle istihbaratın anlamı toplumlar arasında değişiklik gösterse de tüm canlıların içgüdüsel olarak merak etme, kendisinde ve çevresinde olup biten her şeye karşı bilgilenme ihtiyacı değişmemektedir. Zira bir faaliyet olarak belirli bilgileri elde etmek için yapılan araştırma ve çalışmalar günlük hayatta rutin olarak gerçekleştirilen işleri de içinde barındırmaktadır. Günlük yaşantıdan örnek verilecek olursa alışverişe çıkmadan önce eksikleri tespit etmek veya ilk defa gidilen bir ülke / bölge hakkında bilgi sahibi olmak basit bir istihbarat çalışmasıdır.

Fakat istihbarat bilim olarak ele alındığında daha karmaşık ve basit olmayan yöntemlerle karşılaşılmaktadır. Çünkü istihbarat kavramının tanımında dahi bir ortak kabul yoktur ve her toplumun, araştırmacı veya kurumun kendine özgü tanımlamalarıyla karşılaşmak mümkündür. Avcıların avlarını yakalamak için iz sürmesiyle başladığı öne sürülen istihbarat; İngiliz gazeteci Charles Wighton tarafından dünyanın bilinen en eski ikinci mesleği olarak tanımlanırken, stratejik istihbaratın kurucularından sayılan Sherman Kent ise istihbaratı başarılı bir eylemin temelini oluşturmak için gerekli olan en doğru bilgiyle en doğru cevaba ulaşma çabası olarak görmüştür (Kent, 2003:IX). Abram Shulsky’in tanımlamasına göre ise istihbarat; her tür politik, ekonomik, askeri ve sosyal olayları anlamayı ve gelişmeleri öngörmeyi amaçlayan evrensel bir sosyal bilimdir (Herman, 1999:116). Tanımlar farklılaşsa da insanlık tarihi ile başlayan ve günümüze kadar varlığını sürdüren istihbaratın önemi ve faydası yadsınamayacak ölçüdedir. Başlangıçta gözleme dayanan istihbarat, sonraları ayrıntılı keşfe dönüşmüş ve her geçen gün önemini arttırarak bugünkü haline ulaşmıştır (Tekin, 2019). Ancak bahsedilen gelişim ve evrimin günümüzde sonlandığından bahsedilemez çünkü çeşitlenen tehdit algısına ve gelişen teknolojilere paralel olarak istihbarat da kendini yenilemektedir.

Daha geniş bir ifade ile belirtirsek tarihin ilk dönemlerinde istihbarat daha çok beslenme ve güvenlik alanında malumatın toplanması ve değerlendirmesi olarak

anlaşılmıştır. Orta ve Yeni Çağ'da devletlerin ilişkileri günümüzdeki kadar karmaşık olmadığı için savaş sürecinde toplanan bilgi genelde güvenlik için yeterli olmuştur. Rönesans Dönemi'nde ise istihbaratın çeşitlendiğini, profesyonelleştiğini, diplomasi ve ekonomi alanlarında da kullanıldığı bilinmektedir. 17. yüzyıl boyunca istihbarat askeri alanlarda kullanılırken 18. yüzyıl sonu, 19. yüzyılın başında, Napoléon Savaşları boyunca istihbarat tam zamanlı bir faaliyet haline gelmeye başlamıştır. Bilindiği üzere Napoléon'un hareketli karargâhında kurumsal bir yapıya dayanan "İstatistik Bürosu / Bureau des statistiques" adını taşıyan bir kurum da bulunmaktadır (Luvaas, 2008:40-54). 19. yüzyılın ikinci yarısında telgrafın, telefonun, demiryollarının, zırhlıların, büyük tahrip gücü olan silahların kullanılmaya başlaması ile ordular daha uzun mesafeleri daha hızlı kat etmiştir. Bu tür gelişmelere karşı koyabilmek için artık istihbarat sadece savaş sırasında değil savaştan önce de toplanmaya başlanmıştır. Bu durum da istihbaratın kurumsallaşmasını hızlandırmıştır (Özdağ, İstihbarat Teorisi, 2014:47-48)

Eski çağlardan 1. Dünya Savaşı'na kadar istihbarat ağırlıklı olarak insani istihbarata dayanmıştır. Bu süreçte kullanılan yöntemler ise tarih boyunca süregelen rüşvet alma / verme, şantaj, baştan çıkartma gibi faaliyetlerin devamı niteliğinde olmuştur. Bu durumsa savaşta gerekli olan istihbaratın bu gün anladığımız anlamda sağlanamamış olduğunu göstermektedir. Söz konusu durumun nedeni istihbaratın daha çok gazeteler, kitaplar, raporlar, seyahat notları gibi kaynakları temel almasıdır (Köni, 2002:150-166). Diğer bir sebep olarak da savaşın toplumsal, ekonomik, moral faktörlerinin etkili olduğu girift bir yapıya sahip olmasından dolayı sadece askeri istihbaratın yeterli olmamasıdır (Herman, 1999:21).

Tarihsel olarak bakıldığında istihbarat, 2. Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde kurumsal anlamda olgunlaşmış ve en hızlı gelişme sürecine girerek bir bilim dalı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır (Özdağ, İstihbarat Teorisi, 2014:49). Soğuk Savaş sürecindeyse her türlü konuda istihbarat bilgisi toplanılmasının gerekliliği anlaşılmalı ve buna bağlı olarak istihbarat servisleri iç / dış politikaların belirlenmesinde önemli bir rol olmaya başlamıştır (Pehlivanlı, 1998). Diğer bir deyişle Soğuk Savaş Dönemi'nde Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin teknolojiye yaptığı yatırımlar sayesinde istihbarat büyük ölçüde gelişmiş, iki blok arasında ideolojik ve teknolojik gelişmeler kapsamında 21. yüzyıla girerken istihbarat üç temel değişimden geçmiştir (Rathmell, 2002:87-104).

“Bilgi teknolojisindeki gelişmeler yaşanmıştır. Kitle iletişimini sağlayan internet, cep telefonu, bilgisayar gibi araçlar yaygınlaşmıştır.

Bilgi teknolojisinden kaynaklanan ürünlerin günlük yaşama girmesi sonucunda istihbarat merkezi niteliğini yitirmiştir.

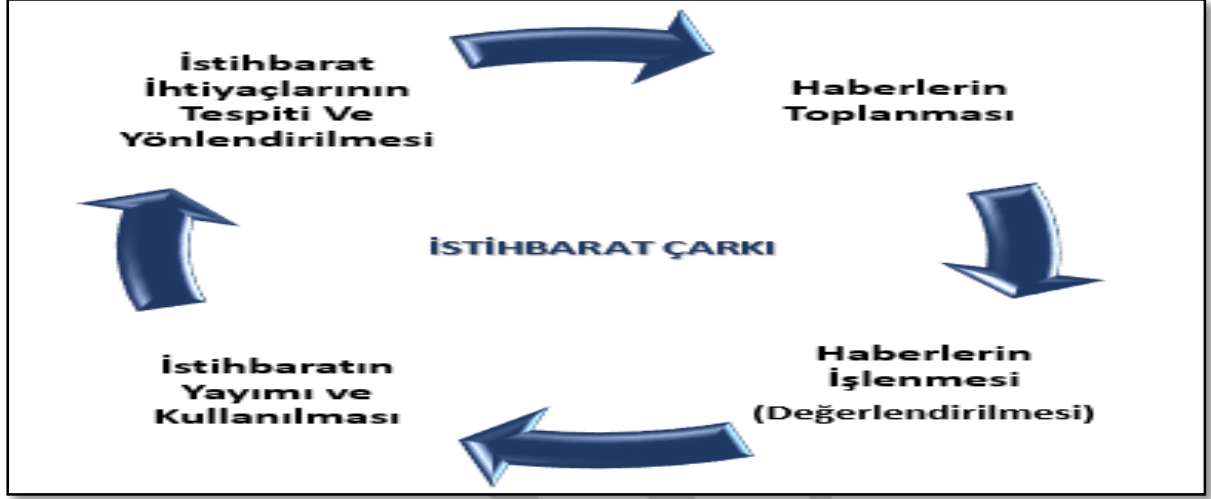
Soğuk Savaş sürecinde yaşanan iki kutuplu uluslararası sistemde ağırlıklı olarak askeri istihbarata yönelim olurken, Soğuk Savaş’tan sonra coğrafi alanın genişlemesi ile birlikte askeri istihbarattan yavaşta olsa bir kayma yaşanmıştır.”

Aktardığımız bilgilerden de anlaşıldığı üzere 21. yüzyıla girerken enformasyon tekniklerinde yapılan sıçrama bilginin nicelik olarak artması ve dağılmasıyla sonuçlanmıştır. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra akademik çevrelerde meslek olmasının yanı sıra bir bilim olarak da kabul edilen istihbarat, içinde bulunduğumuz yüzyıldaysa başarı elde etmek isteyen devlet ve kurumlar için kritik bir öneme sahip olmuştur (Dupont, 2003:15).

Geçmişten günümüze kadar kendini dönemlerin teknolojik gelişmelerine paralel olarak sürekli yenileyen ve geliştiren istihbarat; diplomasi, propaganda, psikolojik savaş, askeri güç, ekonomi, örtülü operasyonlar, teknolojik gelişmeler gibi birçok durumun yönünü tayin etmektedir. İstihbarat bu kapsamda, rakip ülkelerin / kişilerin / kuruluşların / birliklerin niyetlerini ve bu niyetleri gerçekleştirebilmek için var olan güçlerini ve karşı hamle planları karşısında alabilecekleri muhtemel önlemlerin tahmin edilmesinde yardımcı olmaktadır.

Günümüzdeyse askeri, ekonomik, teknolojik başarı kazanmak için istihbarat bilimini profesyonelce kullanmak gerekmektedir. Bu kapsamda hedef veya hedef olması muhtemel kişi, grup, örgüt veya devletlerin imkân ve kabiliyetlerini ortaya çıkartmak ve muhtemel hedeflerini önceden tespit etmek için istihbarata başvurulmaktadır. Geleceği tahmin etmek, tehdit oluşturabilecek durumlar hakkında önceden bilgi sahibi olmak, olayların arkasını görebilmek ancak sağlıklı bir istihbarat üretimi ile mümkün olabilmektedir. İstihbarat üretiminin amaçlarından biri doğru tahminlerle doğru sonuçlara ulaşmak olsa da istihbaratın doğası gereği dinamizm içinde olması ve sisteme giren yeni verilerle sürekli yeniden değerlendirilmeye muhtaç yapısından dolayı her zaman geleceğe yönelik doğru analizler üretmek mümkün olmamaktadır. Ancak geleceğe yönelik genel bir çerçeve çizerek, alternatif senaryolar üreterek mutlak belirsizliği ortadan kaldırmak mümkündür (Acar, 2011:103). Sağlıklı bir istihbarat üretimi ve

yanıltıcı bilginin en aza düşürülebilmesiyle bilgilerin belirli bir sistematik içerisinde işlenmesine bağlıdır. Elde edilen ham bilgi; tasnif, kıymetlendirme, yorum ve yayım aşamalarından geçirilerek işlendikten sonra istihbarat talebinde bulunan ilgili yerlere hızla ulaştırılmaktadır. Elde edilen bilgi sürekli değerlendirilmekte, gözden geçirilmekte ve yeni istihbarat ihtiyaçlarının ortaya çıkması ile bu döngü kesintisiz bir süreç haline almaktadır. Bu süreç aşağıdaki gibi bir çarka benzetilerek açıklanabilir.



Şekil 1: İstihbarat Çarkı

“İstihbarat Oluşumu”, Milli İstihbarat Teşkilatı, <http://www.mit.gov.tr/isth-olusum.html> (e.t. 04.10.2018).

Aktardığımız tanımlardan da anlaşıldığı üzere istihbarat, haber alma teknolojilerinden, psikolojiye, siyasetten ekonomiye, matematikten meteorolojiye, savaşlardan barışın sürdürülebilir olmasına kadar çok geniş bir yelpazeyi kapsayan interdisipliner bir bilim ve meslektir. Soğuk Savaş sonrası uluslararası sistemdeyse devletleri tehdit eden unsurlar son derece çeşitlendiği için devletlerde bu tehditlere karşı koyabilmek amacıyla tehditlerin planlama aşamalarını öğrenmeye, yapılabilecek hamlelerin tespitine ihtiyaç duymaktadır. Zira istihbarat üretmek sadece tehdit olarak görülen unsurlara karşı değil tehdit oluşturmayan rakiplere ve hatta müttefiklere, barışçıl olsa dahi istikrarsız komşulara karşı da yapılabilmektedir (Lowenthal, 1999:1-10). Bununla günümüz itibarıyla küreselleşen uluslararası sistemde sert güç (hard power) kullanımının imkânları oldukça daraldığı için istihbarat, caydırıcı rolü gereği milli gücün en etkin unsurlarından biri haline gelmiştir.

2.AÇIK KAYNAK İSTİHBARATI

İstihbarat üretiminde açık kaynakların kullanımı yeni bir olgu değildir. Birçok devlette istihbarat servisleri akademisyenlerle çalışarak, iş seyahatinde olanları ve turistleri sorgulayarak, yerli ve yabancı basın ile yayınları inceleyerek elde edilen bilgileri her zaman kullanmıştır. Kamuya açık hazırlanan kitaplar, süreli yayınlar, reklamlar, kataloglar ve broşürler açık kaynak istihbaratı için analize tabi tutulmaktadır. Bunlara ek olarak radyo, televizyon yayınları ve internet de veri kaynakları olarak gösterilmektedir (Friedman, 2005). Fakat açık kaynaklara ulaşımın kolay olması herkesin açık kaynak istihbaratı yapacağı anlamını taşımamaktadır. Çünkü bilgilerin doğru metotlarla taranması, manipülasyon, dezenformasyon, propaganda gibi konularda uzman kişilerin açık kaynak verilerini ele alıp incelemesi konunun analizi açısından önemlidir (Ateş, 2013:17). Bu bağlamda “açık kaynak bilgisi” ve “açık kaynak istihbaratı” arasındaki farka dikkat edilmelidir. Açık kaynak bilgisi herkesin yasal olarak elde edebileceği kamuya açık bilgileri ifade ederken; açık kaynak istihbaratı ise halka açık olan bu verilerin istihbarat ihtiyaçları doğrultusunda işlenerek kullanılmasıdır (Benes, 2013:22-37) Diğer bir ifadeyle açık kaynaklardan elde edilen bilgi istihbarata dönüştürülmez ise açık kaynak istihbaratından söz edilememektedir.

Zira açık kaynaklardan elde edilen bilgiler sadece tamamlayıcı olduğu için istihbarat çevrelerinde söz konusu bilgilere daha az değerli gözüyle bakılmaktadır (Pallaris, 2008:1). Oysa açık kaynağın birçok üstün yönü mevcuttur. Maliyet açısından bakıldığında oldukça ucuzdur, kolaylıkla ulaşılabilir ve kaynak açısından çok zengindir. Ancak bu kaynaklar avantaj olabileceği gibi yanlış veya yanıltma amaçlı bilgilerin de sisteme kolaylıkla girmesinden dolayı, doğru ile yanlış biribirinden ayırmak zorlaşacağı için dezavantajlı bir durum ortaya çıkabilmektedir. Özellikle internetin yaygınlaşmaya başlaması ve sosyal paylaşım sitelerinin artmasına paralel olarak açık kaynaklardan istihbarat toplama yöntemi oldukça önemli bir konuma yükselmiştir. Zira her gün milyonlarca kişinin milyonlarca bilgiyi ağ sitelerine yüklemesi bir bilgi yığını meydana getirmiştir. Bu sebepten ötürü günümüzde istihbarat servisleri ve kolluk kuvvetleri faaliyetlerini bir taraftan da sosyal paylaşım sitelerinden yararlanarak yürütmektedir (Bal & Erkeç, 2013:179-218). Lakin günümüz itibarıyla asıl olan HUMINT'tir, açık istihbarat ise bu kapsamda tamamlayıcıdır.

Tarihsel açıdan bakıldığında Soğuk Savaş sırasında istihbarat servisleri sınırlı sayıda devlet merkezli sorunlarla meşgulken, güvenlikle ilgili konular Soğuk Savaş'ın ardından oldukça genişlemiş ve istihbarat servislerinin incelemesi gereken olgular (terörizm, kitle imha silahları, organize suç, devlet içi çatışmalar, enerji güvenliği ve yasa dışı göç vb) çoğaltmıştır. Özellikle 11 Eylül 2001 Terör Saldırıları bilgi talebini arttırırken, açık kaynak istihbaratının da değerini arttırmıştır ve faydasının giderek daha fazla takdir edilmesini sağlamıştır (Pallaris, 2008:1-2). Bilindiği üzere 11 Eylül 2001 Terör Saldırılarından hemen sonra inceleme yapmak için yetkili kılınan Komisyon, istihbarat zafiyetinin ortaya çıkmasının nedenini başta Human Intelligence (HUMINT / İnsan İstihbaratı) olmak üzere birçok eksikliğin yanı sıra açık kaynakların iyi değerlendirilememesi ve dahası görmezden gelinmesine de bağlamıştır (9/11 Commission Report, 2001). Açık kaynağın önemini arttıran bu tarihi olayın ardından da pek çok sivil kuruluş açık kaynaklardan elde ettiği bilgilerle istihbarat değeri bulunan bilgiler sunmaya başlamıştır (Bal & Erkeç, 2013:186).

Açık kaynak istihbaratının çeşitlenmesindeki en büyük nedenlerden bir diğeriye internet ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması olmuştur. Web sitelerinin, portalların, blogların çoğalması şimdiye kadar ulaşılamamış bir bilgi dünyası ortaya çıkarmıştır. Gelmiş geçmiş en büyük kütüphane olarak kabul edilen "Google" başta olmak üzere; sosyal medyanın yaygınlaşması önemli bir bilgi sirkülasyonunu, transferini ve üretimini sağlamıştır. Örneğin "Google Earth" on yıldan daha kısa süre içinde çoğu hükümette mevcut olandan daha fazla mekânsal istihbarat sağlamıştır (Pallaris, 2008:1-2). Bu kapsamda araçlar için geliştirilen yön bulma cihazları da önemli bir açık kaynak haline gelmiştir. Öte yandan "blog" ve "mikroblog" gibi vasıtalarla bilginin kişisel olarak yorumlanması ve resmedilmesi gerçekleşmeye başlamıştır.

Aktardığımız bilgilerden anlaşılacağı üzere açık kaynak istihbaratı, günümüzde istihbarat için önemli bir konuma sahiptir ve bilişsel zorlukların üstesinden gelme, belirsizliği azaltarak doğruluk oranını arttırma, alternatif yorumları inceleme gibi birçok faydası vardır. Fakat bilgi havuzlarında bulunan açık kaynak bilgileri sıkı çalışma ve iyi düşünülmüş esnek bir mekanizma ile toplanmalı, sıralanmalı ve değerlendirilmelidir. Aksi takdirde elde edilebilecek fırsatlar kaçırılabilir ve daha da kötüsü tehdit olgusu ile karşı karşıya kalınabilir. Açık kaynaklardaki bilgilerin çoğunun istihbarat değeri olmayabilir. Ancak "hiçbir bilgi değersiz değildir" algısından hareketle bilgiler doğru

şekilde ele alınıp işlenirse gerçeğin şekillenmesine yardımcı olur ve rekabet avantajı kazandırır (Benes, 2013:22-37).

2.1. Açık Kaynak Bilgisi ve Toplama Alanları

Açık kaynak bilgisi, kaynağı tarafından gizlenmeyen ya da gizlenmek istenilse dahi gizlenemeyen bilgileri içermektedir. Bu kapsamda açık kaynak bilgisi; kamuya açık olan dergiler, gazeteler, kitaplar, ansiklopediler, broşürler, akademik tezler, televizyon, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçlarından kolaylıkla elde edilebilmektedir. Fakat elde edilen bilgiler, istihbarat haline getirilmeye muhtaç olduğu için toplanan verilerden istihbarat bilgisi elde edilmek isteniyorsa verilerin işlenip anlamlandırılmaları gerekmektedir.

Bir bilginin açık kaynak bilgisi olduğu söylenmesi için aşağıda sıralanan maddelerden en az birkaç tanesinin varlığı aranmalıdır (Tekek, 2016) :

“Elde edilmesi sırasında hissedilir bir karşı koyma olmamalıdır.

Bilgi, elde etmek isteyen herkes tarafından ulaşılabilir olmalıdır.

Bilginin saklanması, korunması söz konusu olmamalıdır.

Bilgi, bedelsiz veya çok az bir bedel karşılığında ulaşılabilir olmalıdır.

Bilgi, basılı olabileceği gibi bir kokteyl, resepsiyon veya yemekte açıkça konuşulardan da derlenebilmektedir.

Bilgi, gizli veya çok gizli gibi gizlilik derecesi klasmanına sokulmamalıdır.”

İnternet hayatımıza dâhil olmadan önce açık kaynak bilgisi gazeteler, dergiler, kartpostallar, haritalar gibi belgelerden elde edilmiştir. Günümüzde ise açık kaynağın odağını bilişim teknolojisi oluşturmaktadır. İnternet sayesinde önemli değerlendirmeler yapmaya yardımcı olan birçok açık kaynak bilgisine kolaylıkla sahip olmak mümkündür. Mesela terör örgütünün kampına giderek röportaj yapmış ve bunu internet üzerinden yayınlamış olan bir gazetecinin çektiği resimler ve mülakat metinleri sayesinde kampın konumu, kullanılan silahlar ve türleri, terör örgütü mensuplarının fiziki ve moral gücü, örgütün kısa, orta ve uzun vadede niyetlerini anlamak mümkün olabilmektedir. Bir başka örnek olarak halkın resmi açıklamalara, basın yayın organlarının haber ve araştırmalarına yaptığı yorumlar, geliştirdiği davranış biçimleri, gösterdiği tepkiler oldukça önemlidir. Rakip olan devletlerin istihbarat servislerinin bu doneler ışığında birbirlerine

dezenformasyon çalışmaları yapması da muhtemeldir (Acar, 2011:215). Ancak burada unutulmaması gereken hasım aktörlerin güçlerini kasıtlı olarak üstün ve gelişmiş gösterebilecekleridir. Böyle durumların önüne geçip doğru bilgiye ulaşmak için teyit ve tekzip HUMINT çalışmalarıyla yapılmalıdır.

Açık kaynak bilgisi toplamak bir uzmanlık, beceri gerektirmezken toplanılan malumatların istihbarat bilgisine dönüştürülebilmesi için uzman kişiler, gerekli araç gereç ve teknolojilerden yararlanılması gerekmektedir. Açık kaynak bilgisinin bulabileceğimiz alanların bazıları ise aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Best & Cumming, 2007:6) :

“Medya Verileri (gazete, dergi, televizyon, radyo gibi iletişim araçları.)

Kamuoyu Verileri (bütçeler, demografik istatistikler, projeler ve anket çalışmaları, coğrafi yapı, gelenek göreneklerle ilgili bilgiler, vb.)

Toplantı Verileri (sempozyum, konferans, kongre, panel, vb.)

Akademik ve Mesleki Veriler (akademik bildiriler, tezler, makaleler, vb.)

Ticari Veriler (ticari işletme bilgileri, patentler, çalışma belgeleri, vb.)

Web Verileri (bloglar, sosyal medya uygulamaları, oyun siteleri, araştırma siteleri, haber siteleri, wikiler, internet yayınları, vb.)

Arşiv bilgileri, çalışma kâğıtları, biyografiler, gezi raporları, çalışma kâğıtları, tartışma ortamlarından elde edilen bilgiler, vb.”

Vurgulanması gereken bir diğer konu da bilgi tamamen açık kaynaklardan elde edilse de istihbarat raporlarına girmiş bulunan bilgi ve haberler açık bilgi olmaktan çıkarak gizli bilgi konumuna girmektedirler. Zira bu bilgiler istihbarat servislerinin arşivine girdikten sonra kullanımı da istihbarat servisinin belirlediği şekilde gerçekleşmektedir (Acar, 2011:216).

2.2. Açık İstihbarat ve Medya İlişkisi

Açık kaynak istihbaratı, geleneksel medya olarak adlandırılan gazete, dergi, sinema, radyo gibi araçlardan yararlandığı gibi yeni medya olan dijital iletişim ağlarından da yararlanmaktadır. Geleneksel ve yeni medyanın sunduğu açık kaynak bilgileri sayesinde toplumların zihinsel yapısı, yaşam tarzı, yönelişi ve olaylar karşısındaki tutumu

anlaşılabilir. Ayrıca devletlerin askeri, siyasi, sosyal, ekonomik durumları hakkında çıkarımlar oluşturulabilmektedir.

Açık kaynaklar, istihbarat servislerine yorum gücünün gelişmesini sağlamanın yanında istihbarat servislerini gerçek bilgiye de ulaştırabilmektedir. Günümüzde birçok açık kaynak bilgisine internet tarayıcıları sayesinde kolaylıkla ulaşılabilsede açık kaynak bilgisi elde etmek için gazeteler, dergiler, akademik yayınlar, ticari belgeler gibi birçok kanaldan da yararlanılmaktadır. Bu durumu destekler nitelikte olan aşağıdaki tarihsel örnekler sosyal medya platformları geliştirilmeden önce meydana gelmiştir.

Şubat 1979'da Foreign Broadcast Information Service (FBIS) analizcileri Çin medyasını ve gazetelerinde çıkan haberleri takip ederek Pekin'in Vietnam'a karşı kullandığı dili hareket noktası olarak belirlemiştir. Pekin'in böyle bir dil üslubu kullandığı zaman askeri güce başvurduğunun altını çizmiş ve Çin'in Vietnam'a savaş ilan edeceğini belirtmiştir. Nitekim 17 Şubat 1979'da savaş başlamıştır (Studeman, 1993:13).

1995'te üç gün içinde Burundi'deki olaylarla ilgili istihbarat raporu hazırlamak için eski deniz kuvvetleri istihbarat analizcisi Robert Steele ve CIA çalışmalarına başlamıştır. Steele, sadece açık kaynakları kullanarak üç gün içinde CIA'in tespit ettiği her şeyi içeren bir raporu CIA'den önce bitirmiştir (Özdağ, Açık Kaynak İstihbaratı, 2013:148).

ABD'nin eski Cezayir Büyükelçisi L. Craig Johustone, Cezayir'de gerçekleşen Arap Ligi Konferansı'na Yaser Arafat'ın katılıp katılmayacağına dair bir bilgiye Washington'un da Cezayir'deki ABD Büyük Elçiliği'nin de ulaşamadığını kaydetmiştir. Toplantının yapılacağı gün CNN, Yaser Arafat'ın toplantı salonuna girişini canlı olarak yayınladığı sırada Büyükelçi kendisini arayan Dışişleri Bakanı'nın sekreterine Yaser Arafat'ın kesinlikle katılacağını bildirmiştir. Ertesi gün Büyükelçi Dışişleri Bakanlığı tarafından aranmış ve bu doğru istihbarat için teşekkür edilmiştir (Friedman, 2005:1).

Versailles (Versay) Anlaşması ile birçok kısıtlamalar getirilen Alman Ordusu, tarafsız bir ülke olan İsveç'in Bofors şirketi ile ticari bir anlaşma yapmıştır. Almanlar bu sayede diğer Avrupa ordularının silahlanma politikalarını yakından takip edebilmiş ve gelecekteki savaşları nasıl kazanacakları üzerinde çalışmıştır (Davis, 2002:32).

Yukarıda genel ve soyut olarak aktardığımız örneklere rağmen açık kaynakların da sınırlılıkları vardır. Zira ani saldırılar, nükleer silahlanma, rüşvet ve şantaj gibi bazı konularda açık kaynaklardan yeterince bilgi bulunamayacağı açıktır ve ancak üstün

yetenekli uzmanlar sayesinde küçük ipuçları da olsa doğru bilgiye yaklaşmak mümkün olabilmektedir. Örneğin, bir devlet başka bir devlete ani bir saldırı hazırlığı içine girmişse ve bunu ne kadar gizli tutarsa tutsun, saldırı planlayan devletin gerek yönetici sınıfı gerekse halkı psikolojik hazırlık süreci içinde olacaktır. Bu kapsamda dikkatli bir analizcinin basın taramaları veya doğrudan temaslar sayesinde durumun farkına varabilmesi muhtemeldir (Davis, 2002:149-150).

3. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, zaman ve mekân sınırlaması olmadan kişilerin ilgi alanlarını, yaşam tarzlarını, kültürlerini, aktivitelerini, bilgilerini denetime maruz kalmadan -veya sınırlı bir denetim çerçevesinde- mesaj, video ya da görüntülü mesaj paylaşabildikleri web tabanlı platformlardır. İnsanların hayatına internetin girmesi ve akabinde sosyal medya platformlarının oluşturulması yeni bir iletişim dilini de meydana getirmiştir. Bahse konu bu dil, toplumların her tabakasına işleyerek genç ve yaşlı neslin rahatlıkla kullanabildiği bir alan oluşturmuştur. Bu bağlamda sosyal medyanın küresel bir dil oluşturduğunu söylemek yanlış olmaz çünkü dünya üzerinde herhangi bir yerden paylaşılan bir içerik dünyadaki diğer insanlar tarafından kolaylıkla ulaşılabilir hale gelmiştir.

“Dijital sosyalleşme” olarak adlandırılan bu yeni süreçte kişiler sadece kendilerinin ulaşabildiği değil artık internet yelpazesinin ulaşabildiği kadar geniş bir alanda faaliyet göstermektedir. İnsanlar kolayca arkadaş edinebilmekte, yeni yerler tanımakta, bir konu hakkında bilgilenmekte veya hobilerini ve yeteneklerini tanıtabilmektedir. Kişiler bireysel içerikler üretip bunları anında paylaşabilme, farklı kişilerle etkileşime girme ve hatta dünya üzerinde farklı grupları etkileyebilme özgürlüğüne ve gücüne sahip olmuşlardır. Aşağıdaki şekilde de görüldüğü gibi en temelde katılım, açıklık ve bağlantılı olma sarmallarından oluşan sosyal medya, karşılıklı iletişim ve ortaklığın teknolojik bir sonucudur (Eraslan, 2018:4).



Şekil 2: Sosyal Medya Kavramının Bileşenleri

Levent Eraslan, Sosyal Medya ve Algı Yönetimi, Ankara: Anı Yayıncılık, 2018, s. 4'den uyarlanmıştır.

Sosyal medyayı anlamının iyi bir yolu da gerçekleştirilen eylemlerin insan olmanın temel özellikleriyle alakalı olmasıdır. Düşünceleri paylaşmak, işbirliği yapmak ve sanat yaratmak, ticaretle uğraşmak, düşünmek ve tartışmalar gerçekleştirmek, dost, arkadaş bulmak zaten insanların üzerine medeniyet kurduğu eylemlerdir ve kuşkusuz sosyal medya insanı kendi gibi olma fırsatı verdiği için bu denli hızlı yayılma göstermiştir (Mayfield, 2008). Sosyal medya alanında aktif olarak çalışan Michael Fruchter, sosyal medyayı 5C ile tanımlamaktadır: Sohbet, iletişim (Conversation), yorumlamak (Commenting), topluluk (Community), uyum, işbirliği (Collaboration), katkı (Contribution). Bu kavramları tek tek açıklamak gerekirse (Fruchter, 2009) :

“Sohbet ve İletişim: Sosyal medyanın temelini karşılıklı iletişim oluşturmaktadır. Burada bahsedilen geleneksel medyadaki gibi tek yönlü değil iki yönlü iletişimi ifade eden sosyal ağlara katılmanız, yönlendirmeleriniz ve gerektiği zamanlarda da tepki vermeniz gibi aktivitelerle gerçekleşmektedir.

Yorum Yapma: Yapılan paylaşımlar hakkında kişiler fikirlerini karşı tarafla paylaşmalıdır, aksi takdirde arkada gizlenen gölgeden bir farkları olmayacaktır. Yapılan yorumlar düşünülerek ve akıllıca yapıldığı takdirde hem sosyal medyanın hem de kişinin çevresinin gelişimine katkı sağlamaktadır.

Topluluk: Gerçek hayattaki gibi sohbet ve yorumlama sonucu belirli alanlar çevresinde oluşan topluluklar sosyal medyanın “sosyal” kısmını oluşturmaktadır.

Uyum ve İşbirliği: Sosyal medyanın gelişimini sağlayan önemli araçlardan biri de uyum ve işbirliğidir. Yukarıdaki maddede bahsi geçen sosyal topluluklar kişiler arası uyum ve işbirliğinden doğmaktadır. İşbirliği geri bildirim ve fikirler ile yaratıcılığı teşvik etmektedir.

Katkı: Hayatın diğer alanlarında da olduğu gibi sosyal medyada da verilen katkı oranında yer alınmakta ve karşılık bulunmaktadır.”

Yukarıdaki sayılan özelliklerin yanı sıra sosyal medyanın mevcut özelliklerine “açıklık”, “bağlantılı olmak”, “anımsalılık”, “multimedya”, “zincirleme iletişim” ve “aşırı enformasyon” gibi maddeleri de eklemek mümkündür (Aydın, 2015:78-92). Ancak sosyal medya iletişimleri ve araçları her geçen gün kendini yenileyebildiği için sayılan özelliklerle sınırlı kalmayacağı açıktır.

Günümüz itibarıyla bakıldığında sosyal medya; sosyolojik, psikolojik, ekonomik, politik, eğitim, bilim ve daha birçok alanda görünürlüğünü hissettirmektedir. Bu etki alanı; kamu yetkililerinden iş insanlarına sıradan vatandaşlardan akademisyenlere kadar herkesin günlük hayatında sosyal medyadan az veya çok bahsetmesine neden olacak şekilde yaşamlarımıza entegre olmuştur. Kişiler bu hızlı dijital zeminde yalnızca yazılı mesaj değil, resim, video, görsel enstrümanlardan oluşan içerikleri sadece belirli kişilerin değil milyonlarca kişinin ulaşabileceği şekilde paylaşabilmektedir. Sosyal medyanın etkisi o kadar kuvvetlidir ki kişiler bir anda ortak payda altında grup bile olabilmektedir (Eraslan, 2018:23).

Sosyal medya platformlarına duyulan ilgi neticesinde benzer özelliklerinin yanında farklı enstrümanları da içinde barındıran sosyal medya çeşitleriyle karşılaşmak mümkündür ancak hepsi aynı yoğunlukta kullanılmamaktadır. Zira kullanıcıların yaşam tarzlarına, ihtiyaçlarına, hayata bakış açlarına ve zamanın getirilerine göre kullanım yoğunlukları değişebilmektedir. Bazı sosyal medya uygulamalarının kullanımı dünya genelinde kabul görmüşken bazıları ise belirli bir coğrafya içinde kalmıştır. Dünya genelinde ve Türkiye’de yoğun olarak kullanılan sosyal medya platformları ise aşağıdaki tabloda verilmiştir (Mangold & Faulds, 2009:357-365).

Tablo 1: Sosyal Medya Platformları Örnekleri

1- Sosyal Paylaşım Siteleri MySpace, Facebook, Faceparty
2- Yaratıcılık İçeren Paylaşım Siteleri Video Paylaşım Siteleri(YouTube) Fotoğraf Paylaşım Siteleri(Flickr) Müzik Paylaşım Siteleri(Jamendo.com) Yardım İçeren İçerik Paylaşımı(Piczo.com) Genel Fikri Mülkiyet Paylaşım Siteleri(Creative Commons)
3-Kullanıcı Sponsorlu Bloglar Resmi Olmayan AppleWeblog, Cnet.com
4-Şirket Destekli Web Siteleri/Bloglar Apple.com,P&G's Vocalpoint
5- Şirketler Tarafından Desteklenen Yardım Siteleri Dove's Campaing for Real Beauty, click2quit
6-Sadece Davet İle Üye Kabul Eden Sosyal Ağlar ASmallWorld.net
7-İş Ağı Siteleri LinkedIn
8-Paylaşımçı Web Siteleri Wikipedia
9-Sanal Dünyalar Second Life
10- Ticaret Toplulukları eBay, Amazon.com, Craig's List, iStockphoto, Threadless.com

11- Oynatıcı Yayın Abonelikleri(Podcasts) For Immediate Release: The Hobson and Holtz Report
12-Haber Paylaşım Siteleri Current TV
13-Eğitim Materyalleri Paylaşım Ağlar MIT OpenCourseWare, MERLOT
14-Açık Kaynak Yazılım Toplulukları Mozilla's spreadfirefox.com, Linux.org
15-Sosyal Etiketleme Siteleri Digg, del.icio.us, Newsvine, Mixx it, Reddit

Glynn Mangold, David J. Faulds, "Social Media: The New Hybrid Element Of The Promotion Mix", Business Horizons, Vol. 52, No.4, 2009'dan uyarlanmıştır.

Yukarıda sıralanmış olan sosyal ağlar vasıtasıyla fotoğraflardan videolara eğitimden haber paylaşımlarına kadar birçok bilgiye ulaşılmaktadır. Dijital dünyada erişim kısıtlamalarının nadiren olması nedeniyle sosyal medya platformları açık kaynak verisi yönünden zengin bir kapasiteye sahiptir. Bundan dolayı veri toplamak ve ölçüm yapmak sosyal medya sayesinde daha kolay bir hale gelmiştir. Sosyal paylaşım siteleri üzerinden oluşturulan ölçüm araçları sayesinde sonuçlar elde edilebilmekte ve farklı stratejilerin de geliştirilmesinin önü açılabilir. Kısa bir süre içerisinde çok fazla kişiye ulaşabilme özelliğine sahip olan sosyal medya; yönelimler, tüketici davranışları, pazar araştırmaları, akademik çalışmalar için veri toplama zemini haline gelmiştir (Eraslan, 2018:31).

Aktardığımız bilgilerden de anlaşılacağı üzere sosyal medya günümüzde eğlence boyutunun dışında bilgi üretim ve işlenmesine zemin hazırlayıp neredeyse sınırsız bir bilgi havuzunu kullanıma sunduğu için insanların hayatında vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Fakat sosyal medya platformları sunduğu hizmetlerin çeşitliliği ile müşterisinin arzını karşıladığı müddetçe kullanılmakta ve aksi takdirde kullanıcı kaybederek yaygın kullanımları ortadan kalkmaktadır. Bu sebeple gelişen durumlara, toplum ihtiyaçlarına,

dünya şartlarına paralel olarak yenilenen ve yenilenmeye açık olan sosyal ağlar sürekliliğini devam ettirebilmektedir.

İstihbarat bilgisi üretilirken sosyal medyadan elde edilen verilerin önemli olmasının sebebi günümüzde sosyal medyanın ekonomik, politik, sosyolojik, psikolojik gibi birçok alanda görünürlüğünü sürdürmesinin yanı sıra toplumun her kesiminden bireylerin hayatlarına entegre olmayı başarmasıdır. Aynı zamanda kolay ulaşılabilir olması, kitleleri hareketlendirme yeteneği, esnek, ucuz ve hızlı yapısı sebebiyle istihbarat verisi toplama araçları arasında yerini almıştır.

3.1. Sosyal Medyanın Öğeleri

Günümüzde internet kullanımının temel amaçlarından birini sosyal medya kullanımı oluşturmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram, Skype, e-posta gibi sosyal ağlar her gün milyonlarca kişi tarafından kullanılmaktadır. Sosyal medyanın hem içerik hem biçim olarak çok çeşitli varyasyonları vardır. Kullanıcılar, yapılan bilgi paylaşımları ve etkileşimleri dâhilinde kendilerine yakın buldukları, faydalı veya eğlenceli gördükleri platformlara doğru yönelmektedirler. Sosyal medya artık kişilere sundukları imkânlar neticesinde kullanıcıları tarafından neredeyse vazgeçilmez duruma gelmiştir. Ayrıca günümüzde kişiler sosyal medya platformlarından herhangi biriyle yetinmeyip birkaç tane sosyal medya uygulamasına sahip olma eğilimi göstermektedirler. Sosyal medya araçları kuşkusuz insanların hayatını kolaylaştırmakta, eğlenceli vakit geçirmelerini sağlamakta, birçok konuda bilgilenme fırsatı sunmaktadır. Bu kapsamda sosyal medya; markalar, kurumlar, satış odaklı şirketlerin tanıtımı ve pazarlama için de artık sıklıkla başvurulan mecralar haline gelmiştir. Aktarılan bu bilgiler dâhilinde sosyal medya öğeleri genel hatları ile şöyle tanımlanabilir.

Sosyal Ağlar: Sosyal ağlara katılan kişiler, şahsi profillerini oluşturarak hem yakın çevreleriyle hem de dünyanın her hangi bir yerinde bulunan kişilerle iletişim kurarak kendi bilgilerini, deneyimlerini kısaca oluşturdukları içerikleri paylaşabilmektedirler. Zira sosyal ağlarda iletişim süreçleri gruplar veya topluluklar aracılığıyla sağlanmaktadır. Kullanıcılar arasındaki iletişim ise anlık mesaj gönderimi ya da e-mail yoluyla gerçekleşmektedir. Birçok sosyal ağ; yemek, spor, din, giyim, seyahat, teknoloji gibi çeşitli alanlarda hem lokal hem de küresel olarak yer almaktadır (Eraslan, 2018:20). En çok kullanılan sosyal ağlar örnek olarak Facebook, Bebo, Pinterest, LinkedIn, Myspace gösterilebilir.

Bloglar ve Mikrobloglar: Bloglar günümüzün modern günlükleridir. Blog sahiplerinin kişisel ilgi alanları çerçevesinde çeşitli konular hakkında gözlemlerini, fikirlerini belirttiği ve diğer internet kullanıcılarının da yorum ekleyebildikleri sürekli güncellenen web sitelerine blog denmektedir. Bilgisayar kullanmayı bilen ve internete girebilen herkes blog oluşturabilmektedir çünkü yüksek maliyet ve teknolojik bilgi gerektiren araçlar değildir. Bir blog; text, hypertext ve linkler içerir ve karşılıklı konuşma formunda metin, video, ses ve bunların kombinasyonu olan iletişim kurmaya yarayan her türlü materyalleri kullanmaktadır (Karcıoğlu & Kurt, 2009:3).

Mikro bloglar ise dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen bir olayı veya kullanıcıların içinde buldukları anı, birkaç cümle ile en hızlı şekilde duyurmaya yarayan sosyal medya öğeleridir. Az sayıda cümlelerle güncellenmeleri, mobil araçlar ve cep telefonunda kullanılabilmesi hızlı bir şekilde yaygınlaşmasını sağlamıştır. En popüler mikro blog olarak Twitter ve Tumblr gösterilmektedir (Mayfield, 2008:27).

Sosyal İmleme: İnternet kullanıcılarının beğendiği sayfaları unutmamak ve daha sonra tekrar ziyaret etmek mantığıyla işaretlediği ve listelediği platformlardır. İşleyiş yapısı düşünüldüğünde kullanıcıların beğendikleri internet sayfalarını ve sitelerini başka kullanıcılarla paylaşılmasına olanak sağlanmaktadır ve kullanıcılar içerikleri oylayarak, yorumlayarak takip edebilmektedir. Bu sayede kişilerin, internette bulunan milyonlarca içerik arasından ilgisini çekebilecek resimler, yazılar, videolar ön plana çıkmaktadır. En popüler olan imleme siteleri Delicious ve StumbleUpon olarak gösterilmektedir. Sosyal imleme araçları sayesinde kullanıcılar zaman kazanmakta ve etkin olarak imledikleri sayfaları takip edebilmektedir (Eraslan, 2018:20).

Forumlar: Forumlar kullanıcıları belirli konu başlıkları ve içerikler dâhilinde çevrimiçi tartışma olanağı sunan, otomobil veya müzik gibi spesifik konular hakkında bilgi almak, yeni gelişmelerden haberdar olmak, diğer kişilerin öneri, düşünce ve tecrübelerinden yararlanmak için oluşturulan sanal ortamlardır. Forumlar genellikle bir yönetici tarafından yönetilmektedir ve yönetici forum için uygun olmayan yayınları, spam olan postları kaldırmakla görevlidir. Blog ve forum arasındaki en büyük farklılık ise bloglar belirli bir kişiye aitken forumlarda böyle bir durum söz konusu değildir (Mayfield, 2008:23).

Video ve Fotoğraf Paylaşım Platformları: Video paylaşım siteleri, kullanıcıların kişisel bir profil oluşturduğu ve çeşitli içeriklerde videolar paylaştığı, beğendikleri

videoları da kendi web sayfalarına yapıştırabildikleri internet ortamlarıdır. Günümüzde birçok video paylaşım sitesi olmasına rağmen dünyanın en büyük video paylaşım sitesi Youtube'dur (Mayfield, 2008:24). Fotoğraf paylaşım sitelerinde ise kullanıcılar kendilerine özel profillerinde istedikleri kişilerin göreceği şekilde paylaşım yapabilmekte ve bu içeriklere yorumlar da ekleyebilmektedir. Günümüzde en ünlü fotoğraf paylaşım siteleri Instagram ve Flickr'dir.

Sanal Ansiklopediler (Wikiler): Belirli konularda bilgi sahibi olanların gönüllü olarak bilgilerini aktardığı veya bilgilerin düzenlenmesine, değiştirilmesine yardımcı olduğu tarayıcı tabanlı web siteleridir. Yani bir kullanıcı tarafından oluşturulan sayfaların başka kullanıcılar tarafından değiştirilmesine imkân sağlayan sanal ansiklopedilerdir. Wikiler tüm kullanıcılara açık olabileceği gibi sadece üyelere açık olacak şekilde de geliştirilebilir (Safko & Brake, 2009:181). Wikia, WikiHow, Wikinews, Wikipedia en çok bilinen sanal ansiklopediler arasında sıralanabilir (Mayfield, 2008:20):

Sanal Dünyalar: Sanal dünya; gerçek dünyayı veya fantezi bir tür ortamı yansıtacak şekilde inşa edilmiş, genellikle üç boyutlu olan çevrimiçi ortamlardır. Kullanıcılar yeni şeyleri keşfedebilmekte ve etkileşime girebilmektedir. Kullanıcıyı temsil eden model veya görsel olan bir avatar aracılığıyla diğer kullanıcılar birbirleriyle iletişim kurabilmektedir (Miletsky, 2010:200). Sanal dünyaların bazıları oyun oynamaya yönelik kurulmuşken bazıları da kullanıcıların birbirleriyle sosyalleşebileceği (SecondLife veya eMeez gibi) alan oluşturmak amacıyla kurulmuştur (Miletsky, 2010:201). Yani sanal dünyalar, kişilerin oyun oynayarak veya birbirleriyle etkileşimde bulunarak keyifli zaman geçirdiği bilgisayar tabanlı ortam veya dünya benzetimleridir (Brown, 2010:47).

Sosyal medyada birçok bilgi kullanıcıların parmağının ucunda ancak bilim insanlarının yüz gönüllü ile yaptığı ve Journal of the Royal Society Interface'de yayınladığı inceleme oldukça şaşırtıcıdır. Sosyal medyanın, insanların karmaşık sorulara cevap vermesini kolaylaştırırken; konsantrasyonu, mantıklı düşünmeyi ve akıl yürütmeyi sınırlayacağı ileri sürülmüştür (Is Social Networking Making Us Stupid, 2014).

Son yıllarda yapılan bazı çalışmalar ve makaleler sosyal ağ kurmanın faydalarını tartışmak yerine narsistik eğilimleri ortaya çıkartan sosyal medya uygulamalarına atıfta bulunmaktadır (Reeve, 2013). Çalışmalarda bu konuya yoğunlaşılması normaldir çünkü insanlar artık fotoğraf çekmek için gezip, bir şeyler almakta, beğenilmek için beğeni tuşuna tıklamaktadır. Bu durum tatminsizliklerle beraber narsisizmi tetiklemektedir.

Yukarıda aktardığımız bilgilerden de anlaşıldığı üzere internet erişiminin, bilgisayarların ve akıllı telefonların olduğu her ortamda sosyal medya faaliyetleri yapmak mümkündür. Bu durum olumlu olmakla birlikte olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Zira çalışma ortamlarındaki kişiler işleriyle ilgilenmek yerine zamanlarını sosyal medya ağlarında aktif olarak geçirebilmekte, bunun dışında sanal olarak değil gerçek olarak bulunulan sosyal ortamlarda sürekli telefonlardan sosyal ağlar kontrol etmek kişilerin arkadaşlarıyla ve çevresiyle ilişkilerini aksatabilmektedir (Lin, 2012).

3.2. Sosyal Medyanın İstihbarat Döngüsündeki Rolü

İstihbarat döngüsü; istihbarat ihtiyaçlarının tespiti ve toplama çalışmalarının yönlendirilmesi, haberlerin toplanması, haberlerin işlenmesi, istihbaratın yayımı ve kullanılması şeklindeki sıraya göre süreklilik arz eden bir çarka benzetilmektedir (Milli İstihbarat Teşkilatı, 2019). Sosyal medya ise günümüzde istihbarat çarkının her aşamasında etkilidir ve kullanılmaktadır. İlk aşama olan istihbarat ihtiyaçlarının tespiti ve toplama çalışmalarının yönlendirilmesi için karar destek ve istihbarat ihtiyaçları sosyal medyanın potansiyeli açısından incelenmektedir. Hangi bilgilere ihtiyaç olduğu, bu bilgileri kimler tutabilir veya hangi sosyal medya hesaplarından paylaşılması muhtemeldir gibi çeşitli sorular ışığında gereksinimlere göre sosyal medya platformları seçilmektedir. Belirlenen istihbarat ihtiyacına göre çeşitli sosyal medya platformlarını hangi yaş grubunun, hangi kesimin, hangi amaca yönelik kullandığı analiz edilerek amaca hizmet edecek sosyal medya platformlarına veri toplama çalışmaları yönlendirilmektedir (Jackson, 2014). Örneğin Youtube ve Facebook'u daha çok alt ve orta alt kesim kullanırken Pinterest, LinkedIn, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçlarını genellikle orta üst ve üst sosyal sınıfların kullanmaktadır. Ancak bu bilgilere ek olarak kişilerin ihtiyaçları, sosyal çevreleri, eğitim düzeyleri, ilgileri gibi faktörlerin kullanıcıların tercih edeceği sosyal medya platformunu etkilediği göz ardı edilmemelidir (Eraslan, 2018:34).

İkinci aşama olan haberlerin toplanma aşamasında ise veriler toplanırken sosyal medya sayesinde geniş bir ağ kullanımı sağlanmaktadır. Bir taraftan hedefe doğrudan ve dolaylı olarak nasıl ulaşılacağı belirlenmekteyken diğer taraftan gerçek zamanlı akışı gösterebilen sosyal medya izleme yöntem ve araçları kullanılmaktadır (Jackson, 2014).

Üçüncü aşama olan haberlerin işlenmesinde ise sosyal medyadan gelen bilgileri işlemek için geleneksel yöntemlerin ötesine geçilerek doğrulama ve onaylama gibi yeni yöntemler kullanılmaktadır. Yapay zekâya sahip teknolojiler, geliştirilmiş raporlama

araçları tercih edilmektedir. Yapılan analizin güçlenmesi için toplanan haberler arasında belirli sosyal medya verilerine odaklanma yöntemleri kullanılmaktadır. Bu bir nevi haberin işlenmesindeki ilk aşamayı oluşturan benzer bilgilerin bir araya getirildiği tasnifleme aşamasıdır. Haberlin işlenmesindeki ikinci aşama olan haberlin güvenilirliğinin saptanmasını ihtiva edense kıymetlendirme aşamasıdır. Toplanan bilgilerin güvenilir olduğunu anlamak için farklı sosyal medya platformları taranmaktadır. Toplanan bilgilerin güvenilirliği kaynağın güvenilirliğiyle yakından ilişkili olduğu için sosyal medya üzerinden kaynağın kimliği doğrulanabilir mi? Sosyal medyada tutarlı bir kimliğe sahip mi? Kimleri takip edip ne tür paylaşımlarda bulunulmakta? gibi birçok soruya cevap bulunabilmektedir. Haber işlemenin üçüncü aşaması olan yorumlamayı yapmak için sosyal medya içeriklerini analiz edebilecek analitik yeteneklere ihtiyaç vardır (Jackson, 2014).

Dördüncü aşama olan istihbaratın yayımı ve kullanımında istihbarat niteliğini taşıyan raporlar ilgili kurumlara ulaştırılmaktadır (Milli İstihbarat Teşkilatı, 2019). Ancak sürekli gözden geçirme değerlendirme devam etmektedir ve bu konuda da sosyal medya platformları öngörüyü kolaylaştırmaktadır.

Aktarılan bilgilerden de anlaşıldığı üzere açık veya gizli sosyal ağlardan toplanan açık bilgiler istihbarat bilgisi üretmek için önemlidir. İstihbarat üretiminin her aşamasında etkili olabilen sosyal medya verileri sayesinde elde edilen noktalar birleştirilerek korelasyon kurulabilir ve derin analiz programları yardımıyla gereksiz ve içeriği değiştirilmiş bilgiler ayrıştırılarak sağlıklı istihbarat bilgisi üretilmesi sağlanabilir.

4. AÇIK KAYNAK BİLGİSİNİN TOPLANMASINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Daha öncede belirttiğimiz üzere insanlar çevreleriyle iletişim kurmak, bilgilenmek, eğlenceli zaman geçirmek, yeni insanlarla ve ortamlarla temas halinde olmak veya takipçilerine seslenmek gibi çok çeşitli sebeplerden dolayı sosyal medyayı kullanma yoluna gitmektedirler. Sosyal medyayı kullanmak profesyonellik gerektirmediği için bilgisayar ve akıllı telefon kullanmayı bilen her kesimden insan rahatlıkla bu araçları kullanabilmektedir. Her geçen gün gelişen ve yeni formlarıyla karşımıza çıkan sosyal medya dünya genelinde hızla yaygınlaşmakta ve kullanımı çeşitlenmektedir. Geleneksel yöntemlerle toplanması çok zor olan kullanıcıların ses, görüntü, video, metin gibi farklı formatlarda paylaştıkları milyonlarca veri, sosyal medya sayesinde hızlı, kolay ve düşük maliyetle ulaşılabilir hale gelmiştir. Sosyal ağlar, haber siteleri, çevrimiçi sözlükler,

forumlar, bloglar, sanal topluluklar ve oyunlar insanların sürekli kullandığı, etkileşim halinde olduğu sosyal medya araçları olması sebebiyle büyük veri havuzları ortaya çıkmıştır.

Sosyal ağlarda günlük yaşantılardan, sıradan içerikler paylaşılabilceği gibi örgütler, siyasetçiler, ünlü kişiler, kurum ve kuruluşlar sosyal medyayı çok amaçlı bir araç olarak kullanabilmektedir. Sosyal medya platformları bilgi ve düşünce paylaşımının yanı sıra devletlerin veya örgütlerin propaganda yapmak için kullandığı bir araç haline de dönüşebilmektedir. Bu sebeplerle sosyal medya platformları açık kaynak bilgisi toplamak için oldukça elverişli ortamlardır.

Bilgi teknolojilerindeki gelişme günümüzde insan hayatının bir parçası olan ve açık kaynak bilgisi bakımından oldukça zengin olan sosyal medyayı ortaya çıkartmıştır. Sosyal medya ile ulaşılabilen açık kaynak bilgileri gelişmiş ülkelerdeki kamu kurumlarının ilgisini çekmektedir. Sosyal medyanın istihbarat alanına verdiği önemi fark eden bazı devletler bu amaç doğrultusunda stratejik birimler kurmuştur. Söz konusu devletlerin başında ABD gelmekle birlikte İngiltere, Kanada (Toronto Polis Teşkilatı/TPS), Almanya (Bundesnachrichtendienst/BND), Hollanda (International Centre For Counter-Terrorism/ICCT), Fransa (Direction Centrale du Renseignement Intérieur/DCRI) da sosyal paylaşım ağlarındaki kullanıcılardan elde edilen verilerin hızlı ve ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmesi için büyük boyutlarda teknik modernizasyon planlanmaktadır (Eraslan, 2018:43).

Toplanılan bu açık kaynak bilgilerinin analizi ve anlamlandırılması, kurumların hizmet verdikleri toplumu ve ihtiyaçları daha iyi anlamak ve kaliteli hizmet sunmak için yapılmaktadır. Halk sağlığı uzmanları sosyal medyayı tarayıp analiz ederek salgın hastalıkları önceden tahmin edebilmektedir. ABD'de psikologlar, gençlerin Facebook üzerinden paylaştıkları içeriklerden yola çıkarak umutsuzluk, değersizlik, depresyon gibi hislerin anlaşılabilceği ve buna yönelik erken uyarı sisteminin geliştirilebileceğini belirtmişlerdir (Hoffman, 2012). Louisiana Üniversitesi'nde yapılan bir çalışmaya göre Twitter mesajları incelenerek gelecekteki grip olma olasılıkları yüksek doğrulukla tahmin edilmiştir. Yine ABD Jeoloji Araştırmaları Kurumu (United States Geological Survey/USGS) sismik olayları tam olarak anlayabilmek için sarsıntılarının olduğu bölgelerden atılan tweetleri incelemektedir (Lund, 2012:3). Aktarılan örneklerde de görüldüğü gibi terör saldırıları, halk olayları, doğal afetler, salgın hastalıklar gibi birçok

alanda erken öngörü ve müdahale için sosyal medyadan elde edilen veriler oldukça kıymetlidir. Açık kaynaklı veri madenciliği, yapay zekâ, karmaşık ağları çözebilen gelişmiş algoritmalar (derin makine öğrenimi) büyük veriler üzerinde uygulanarak birçok istihbarat değerindeki bilgilere ulaşılması mümkündür.

Sosyal medya araçlarından toplanan açık kaynak bilgilerinin istihbarat üretiminde kullanılmasına yönelik örnek olarak “Facebook - Cambridge Analytica” olayı verilebilir. Genel hatlarıyla özetlersek Cambridge Üniversitesi Profesörü Aleksandr Kogan 2014 yılında ABD seçmenleri hakkında psikolojik profil çıkartmak amacıyla bir anket uygulaması geliştirmiştir ve bu uygulama kullanıcıların Facebook bilgilerine erişim izni istemiştir. Uygulama, katılanların ve bu kişilerin arkadaşlarının bilgilerine de erişerek toplamda 50 milyon kişilik kullanıcı bilgisine ulaşmıştır (Budak, 2018). Akabinde bu bilgiler, seçimler için stratejik iletişim kapsamında veri madenciliği ve analizi yapan İngiltere menşeli siyasi bir danışma şirketi olan Cambridge Analytica’ya satılmıştır (Kömürcü, 2018). D. Trump’ın 2016 Başkanlık Seçimi kampanyası için çalışan Cambridge Analytica, ABD seçmenlerini; üniversite mezunu, orta gelirli, kamuda çalışanlar, boşanmış olanlar gibi belirli gruplara ayırmış ve her bir profile özel olarak Facebook’ta gösterilmek üzere propaganda hissiyatı vermeyen özel içerikli gösterimler hazırlamıştır. Mesela işi olmayanların olduğu gruba D. Trump’ın ekonomik vaatlerinin yer aldığı içerikler gönderilmiştir.

Bir diğer örnek olarak Ağustos 2011’de İngiltere’de yaşanan bir olayı ele almak da aydınlatıcı olacaktır. Genel hatlarıyla özetlersek İngiltere polisi 4 Ağustos 2011 tarihinde Tottenham’da Mark Duggan adlı kişiyi vurup ölmesine sebep olmuştur. Olaydan iki gün sonra polis, sosyal medya sitelerinden ve halktan olaya karşı tepkilerin baş gösterdiği haberini almıştır ancak bu bilgiler teyide muhtaç olduğundan ve istihbarat olarak değerlendirilmediği için Tottenham Polisi ortaya çıkacak isyanları öngörememiştir (The Rules of Engagement: A Review of the August 2011 Disorders, 2011). Sonuç olarak önlemler alınmadığı için Tottenham isyanları önce Londra’ya sonra da tüm İngiltere’ye yayılmıştır (Lewis, 2011). 7 Ağustostan itibaren potansiyel yayılma hakkında açık kaynak bilgisi mevcuttur ve polis bu materyalleri mümkün olan en iyi şekilde izlemeye başlamış ve yağmacıların saldırılarına karşı potansiyel hedefleri belirlemiştir. Örneğin, sosyal medyada “yağmalanacak olan Oxford Circus mağazalarıyla tanışın ve bedava şeyler alalım.” paylaşımını gördükten sonra belirli sayıda kuvvetini bu bölgeye yönlendirmiş ve

henüz toplanma aşamasında olan 50-60 genci dağıtmıştır (The Rules of Engagement, 2011:31). Ancak genele bakıldığında kolluk kuvvetlerinin sosyal medya vasıtasıyla istihbarat bilgisi üretmek için yetersiz ve hazırlıksız olmasından dolayı olaylara dair öngöründe bulunulamamış ve sonuç olarak olayların büyümesinin önüne geçilememiştir. Kolluk kuvvetlerinin sosyal medyayı izlemek konusunda farklı yaklaşımları mevcuttur. Kimisi kişisel cihazlarından bilgileri tarayarak, kimisi istihbarat birimlerindeki açık kaynakları izleyerek, kimisi de basın bürolarından sosyal medyayı takip etmiştir. Sosyal medya konusunda hazırlıksız olan kolluk kuvvetleri, halk tarafından olaylar ve saldırganlarla ilgili gönderilen mesajları analiz etmekte zorluk yaşamıştır (The Rules of Engagement, 2011:31).

Verilen örneklerden de anlaşıldığı üzere sosyal medya platformlarından elde edilen açık kaynak bilgileriyle seçimlerin yönünü değiştirmeye yönelik stratejiler geliştirilebilmekte, kamuoyunun tepkileri ve olaylara yaklaşımı analiz edilebilmektedir. Diğer bir deyişle sosyal medyalardan elde edilen açık kaynak verileri gereksinimler doğrultusunda farklı program ve algoritmalar kullanılarak istihbarat, güvenlik, akademi, ticaret, siyaset gibi çok farklı amaçlara hizmet etmesi için analiz edilebilmektedir. Buradaki hedef ise faydalı bilgiler ortaya çıkartılarak ihtiyaca yönelik değer yaratabilmektir (Akın & Gürsoy Şimşek, 2018:799). Birçok konuda geleceğe yönelik tahminlerde bulunabilmenin yanı sıra geriye dönük araştırma yapmak için de sosyal medya elverişli bir ortam oluşturmaktadır.

Sosyal medyadan elde edilen açık kaynak bilgileriyle gerçekleştirilen faaliyetler göz önünde bulundurulduğunda sosyal medyanın gücü göz ardı edilemeyecek seviyededir. Gerek sosyal medya sitelerinin sahipleriyle yapılan anlaşmalarla gerek kendi teknik ve yöntemleriyle devletler sosyal medyadan elde ettikleri bilgilerden istihbarat çalışmaları yapmaktadır. Sosyal medya verileri üzerinde çalışılarak kitlelerin hareketleri önceden tespit edilmekte, olası tehlikeler bertaraf edilmekte veya olası şüpheli kişiler takip altına alınmaktadır. Bu durumda toplumun ve devletin güvenliği için sosyal medya üzerinden toplanan açık kaynak verileri üzerinden istihbarat çalışmaları yapmak kaçınılmaz olmaktadır (Savaş & Topaloğlu, 2015:4).

Son olarak vurgulanması gereken husus açık kaynak istihbaratında sosyal medyadan elde edilen verilerle istihbarat üretiminin gelişmeye devam ettiğidir. Ancak bu süreçte açık kaynak istihbaratından, yapay zekâ ve makine öğrenmesinden faydalanması

gerekmektedir. Aynı zamanda büyük verilerin analizi için de büyük kaynaklara, insan zekâsına, özel analistlere ve dil bilimcilere ihtiyaç vardır (Şamlıoğlu, 2018)

SONUÇ

İnsanlığın sosyal medya dönemi içinde olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Sosyal medyanın her yerden düşük maliyetle hızlı bir şekilde ulaşılabilir olması, geniş kitlelere hitap edebilme gücü, esnek yapısı ve bilginin çıkış noktasını gizleyebilen kripto yazılımların kullanılabilmesi bu platformların etkinliğini ve görünürlüğünü her geçen gün arttırmaktadır. Bu artış mevcut durumda oldukça fazla olan veriyi daha da arttırmaktadır. Sosyal medya verileriye çalışmamızda vurguladığımız üzere doğru şekilde analiz edilip harekete geçirecek istihbarat bilgisine dönüştüğü zaman faydalıdır. Sosyal medyanın ortaya çıkarttığı büyük veri setlerini eksiksiz ve doğru şekilde analiz etmek için hem bugün hem gelecekte insan zekâsını gerektiren işleri yapmak için bilgisayar programlarında algoritmalar kullanan yapay zekâ teknolojisine ihtiyaç vardır. Özellikle 21. yüzyılda çeşitlenen tehditler karşısında gerek kurumlardaki teknoloji kullanımı gerekse personellerin eğitimi yönünden bu tehditlere karşı koyabilecek şekilde istihbarat bilgisi elde etme yöntemlerinin geliştirmesi gerekmektedir. Bu bağlamda sosyal medya araçlarından toplanabilen açık kaynak verileri üzerinden istihbarat üretebilecek teknolojileri kullanmak önemli olacaktır.

Sosyal medya araçlarının artması, dergi, kitap, broşür, bildiri gibi birçok açık kaynağın artık internet üzerinden de ulaşılabilir olması açık kaynak istihbaratını daha dikkat edilmesi gereken bir konu haline getirmiştir. İnternet üzerinden açık veri taraması yapıldığında maliyeti ucuzdur, verilere ulaşım kolay ve hızlıdır bunlara ek olarak kaynak çeşitliliği de fazladır. Ancak internet yoluyla ulaşılan bu kaynaklar avantaj sağlayabileceği gibi yanıltma amaçlı bilgilerin de sisteme kolaylıkla girmesinden dolayı doğru ile yanlış birbirinden ayırmak zorlaşmakta ve bu nedenle dezavantajlı bir durum da ortaya çıkabilmektedir. Diğer bir deyişle açık kaynaklara ulaşımın kolay olması herkesin açık kaynak istihbaratı yapacağı anlamını taşımamaktadır. Çünkü bilgilerin doğru metotlarla taranması, manipülasyon, dezenformasyon, propaganda gibi konularda uzman kişilerin açık istihbaratı ele alıp incelemesi konunun analizi açısından önemlidir.

Kamu yetkilileri, iş adamları, sıradan vatandaşlar, terör örgütleri sempatizanları ve üyeleri olmak üzere toplumların hemen hemen her kesiminden sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcıların tek bir sosyal medya aracı olmadığı ve bu

platformlarda uzun süreler harcadıkları düşünülürse sosyolojik, psikolojik, ekonomik, politik, eğitim, bilim, güvenlik ve daha birçok alanda çok çeşitli ve büyük oranda bilgiler ortaya çıkmaktadır. Büyük orandaki bu verilerden maksimum fayda sağlamak için doğru analiz yöntemlerine başvurulmalıdır. Ortaya çıkan veriler doğru şekilde analiz edildiği zaman belirlenen amaca yönelik olarak farklı stratejilerin geliştirilmesinin önü açılmaktadır.

Bu bağlamda açık kaynaklardan toplanan veriler doğru yöntem ve stratejilerle analiz edildiğinde şirketler müşterilerine daha hızlı cevap verebilmekte, paylaşımlar taranarak sağlık sorunları erkenden tespit edilebilmekte, küresel işsizlik ve gıda güvensizliğiyle mücadele edilebilmekte, olası şüpheli kişiler takip altına alınabilmekte, krizlere göre yanıt verilebilmekte, önceden tespit ve müdahale ile olası tehditler bertaraf edilip olayların kontrolden çıkması engellenerek toplum güvenliği sağlanabilmektedir. Ayrıca sosyal medya istihbaratı yaklaşımı ile belirlenen bir grup içindeki öfke durumu ölçülebileceği gibi grup içi tartışmaları canlandıran temel kaygıların neler olduğu da anlaşılabilir.

Sosyal medya üzerinden istihbarat üretmek için veri toplanırken dikkat edilmesi gereken bir diğer konu da toplumun hassasiyetleridir. Sosyal medya üzerinden yapılan bu çalışmaların toplumun ve devletin güvenliği için olduğu benimsenmelidir. Verilerin bilgi güvenliği standartlarına göre toplanması gerekmektedir. Aksi takdirde toplumda temel hak ve hürriyetlerinin ihlal edildiği ve izlendiği düşüncesiyle huzursuzluk baş gösterecektir. Bu sebeple sosyal medya verilerini analiz edip kullanan ister şirketler ister kolluk kuvvetleri isterse de istihbarat personelleri olsun toplumun endişeleri ciddiye alınmalı ve kişilerin kendilerini güvende hissetmeleri sağlanmalıdır. Yeni çıkan teknolojilerin veya yöntemlerin yasal zemine oturması her ne kadar zaman alsa da halkın rızası, anlayışı ve ortaklığı olmadan başarı ve devamlılık sağlaması mümkün değildir. Günümüzde sosyal medya istihbaratının uygulanması konusunda yasallık şartları belirlenmemiştir. Ancak verimli çalışmalar üretmek ve yeni metotlar geliştirmek için güçlü bir hukuksal mevzuat oluşturulması gerekmektedir

KAYNAKÇA

- Acar, Ü. (2011). *İstihbarat*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Akın, B., & Gürsoy Şimşek, U. T. (2018). Sosyal Medya Analitiği İle Değer Yaratma: Duygu Analizi İle Geleceğe Yönelim. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 797-811.
- Arı, T. (2013). *Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika* (10 b.). Bursa: MKM Yayınları.
- Ateş, H. (2013). *Türk İstihbarat Sisteminin Sorunsalları*. Ankara: Detay Yayınları.
- Aydın, A. F. (2015). Kurumsal İtibar Açısından Sosyal Medyaya İlişkin Bir Değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 78-92. Mart 3, 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/273909556_KURUMSAL_ITIBAR_ACISINDAN_SOSYAL_MEDYAYA_ILISKIN_BIR_DEGERLENDIRME_An_Evaluation_Related_to_Social_Media_In_Terms_of_Corporate_Reputation adresinden alındı.
- Bal, A., & Erkeç, E. (2013). İstihbarat Analizinde Karşılaşılan Sorunlar. S. Yılmaz içinde, *İstihbarat Bilimi* (s. 179-218). Ankara: Kripto Yayınları.
- Benes, L. (2013). OSINT, New Technologies, Education: Expanding Opportunities and Threats. A New Paradigm. *Journal of Strategic Security*, 6(3), 22-37. Aralık 11, 2018 tarihinde <https://www.jstor.org/stable/pdf/26485053.pdf?refreqid=excelsior%3A953b85afd3582f90446150241d635417> adresinden alındı.
- Best, R. A., & Cumming, A. (2007, December 5). *Open Source Intelligence (OSINT): Issues for Congress*. Temmuz 9, 2019 tarihinde FAS.org: <https://fas.org/sgp/crs/intel/RL34270.pdf> adresinden alındı.
- Brown, E. (2010). *Working The Crowd: Social Media Marketing for Business*. Swindon: British Informatics Society Limited.
- Budak, B. (2018). *Bilmeniz Gerekenler: Cambridge Analytica Hikayesi, Facebook ve Büyük Veri*. Kasım 6, 2019 tarihinde Webrazzi: <https://webrazzi.com/2018/03/22/cambridge-analytica-hikayesi-facebook-ve-buyuk-veri/> adresinden alındı.
- Darıklı, A. B. (2019). Analysis of Manipulation of The Russian Federation in The 2016 Presidential Elections of The United States of America Within The Scope of Intelligence Techniques. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 8(1), 136.
- Davis, J. W. (2002, February). *Application of OSINT*. Ocak 29, 2019 tarihinde NATO Open Source Intelligence Reader: <http://arnoreuser.com/wp-content/papercite-data/pdf/steele2002b.pdf> adresinden alındı.
- Dupont, A. (2003). Intelligence for the Twenty-First Century. *Intelligence and National Security*, 18(4), 15-39. Mayıs 20, 2020 tarihinde <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02684520310001688862> adresinden alındı
- Eraslan, L. (2018). *Sosyal Medya ve Algı Yönetimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Friedman, R. S. (2005, Kasım 11). *Open Source Intelligence*. Aralık 11, 2018 tarihinde Siyah Gri Beyaz: <https://www.siyahgribeyaz.com/2005/11/open-source-intelligence.html> adresinden alındı
- Fruchter, M. (2009, January 13). *What Social Media Is and What Social Media Is Not*. Mart 3, 2019 tarihinde Louisgray: <https://blog.louisgray.com/search?q=social+media> adresinden alındı.
- Herman, M. (1999). *Intelligence Power in Peace and War*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Hoffman, J. (2012). *Trying to Find a Cry of Desperation Amidst the Facebook Drama*. Ocak 28, 2019 tarihinde The New York Times: https://www.nytimes.com/2012/02/24/us/facebook-posts-can-offer-clues-of-depression.html?_r=3 adresinden alındı.
- Is Social Networking Making Us Stupid*. (2014, February 6). Nisan 2, 2019 tarihinde PHYS: <https://phys.org/news/2014-02-social-networking-stupid.html> adresinden alındı
- Jackson, A. (2014, June 12). *Rethinking the Intelligence Cycle Using Social Media*. Nisan 20, 2019 tarihinde <https://www.slideshare.net/8of12/jackson-social-media-for-competitive-intelligence-final> adresinden alındı.
- Karcioğlu, F., & Kurt, E. (2009). Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 1-17.
- Kent, S. (2003). *Stratejik İstihbarat*. (B. Y. Özbek, & N. Şüküroğlu Arıca, Çev.) Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları.
- Kömürcü, M. C. (2018). *Cambridge Analytica nedir? Cambridge Analytica ve Facebook veri skandalı nedir?* Kasım 6, 2019 tarihinde Milliyet: <http://www.milliyet.com.tr/cambridge-analytica-nedir--cambridge-analytica-ve-facebook-veri-skandalı-nedir--molatik-7467/> adresinden alındı
- Köni, H. (2002). Birinci Dünya Savaşı Öncesinde İstihbarat ve Günümüze Etkileri. *Avrasya Dosyası*, 8(2), 150-166.
- Lewis, P. (2011). *Tottenham Riots: A Peaceful Protest, Then Suddenly All Hell Broke Loose*. Nisan 20, 2019 tarihinde The Guardian: <https://www.theguardian.com/uk/2011/aug/07/tottenham-riots-peaceful-protest> adresinden alındı.
- Lin, H. L. (2012, September 4). *How Your Cell Phone Hurts Your Relationships*. Nisan 2, 2019 tarihinde Scientific American: <https://www.scientificamerican.com/article/how-your-cell-phone-hurts-your-relationships/> adresinden alındı.
- Lowenthal, M. (1999). Teaching Intelligence: The Intellectual Challenges. *Joint Military Intelligence College Conference on Teaching Intelligence Studies at Colleges and Universities* (s. 1-10). Washington, D.C.: Joint Military Intelligence College. Eylül 20, 2019 tarihinde Joint Military Intelligence College, 1999 adresinden alındı.
- Lund, B. (2012). Social Media Technology. *IQT Quarterly*, 3(3), 2-4. Nisan 21, 2019 tarihinde , https://www.iqt.org/wp-content/uploads/2013/08/Using_Social_Media.pdf adresinden alındı
- Luvaas, J. (2008). Napoleon's use of intelligence: The Jena campaign of 1805. *Intelligence and National Security*, 40-50. Kasım 11, 2019 tarihinde <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02684528808431958> adresinden alındı.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. (2009). Social Media: The New Hybrid Element Of The Promotion Mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
- Mayfield, A. (2008). *What Is Social Media*. Mart 3, 2019 tarihinde https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden alındı.
- Miletsky, J. I. (2010). *Principles Of Internet Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Milli İstihbarat Teşkilatı. (tarih yok). *İstihbarat Oluşumu*. Ekim 4, 2018 tarihinde Milli İstihbarat Teşkilatı: <http://www.mit.gov.tr/isth-olusum.html> adresinden alındı.
- Özdağ, Ü. (2013). Açık Kaynak İstihbaratı. S. Yılmaz içinde, *İstihbarat Bilimi* (s. 143). Ankara: Kripto Yayınları.
- Özdağ, Ü. (2014). *İstihbarat Teorisi* (8 b.). Ankara: Kripto Yayınları.

- Pallaris, C. (2008, April). Open Source Intelligence: A Strategic Enabler of National Security. *CSS Analyses in Security Policy*, 3(32), 1-3. Ocak 3, 2019 tarihinde <http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/CSS-Analyses-32.pdf> adresinden alındı.
- Pehlivanlı, H. (1998, Mart). İstihbarat Raporlarında Hatay Meselesi. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, XIV(40), 159-205. Ocak 1, 2019 tarihinde <https://www.atam.gov.tr/wp-content/uploads/Hamit-PEHL%4%b0VANLI-Atat%3%bcrk-D%3%b6nemi-Milli-Emniyet-Hizmetleri-Te%5%9fki%3%a2t%4%b1-%c4%b0stihbarat-Raporlar%4%b1nda-Hatay-Meselesi.pdf> adresinden alındı.
- Rathmell, A. (2002). Towards Postmodern Intelligence. *Intelligence and National Security*, 17(3), 87-104.
- Reeve, E. (2013, May 9). *Every Every Every Generation Has Been the Me Me Me Generation*. Nisan 2, 2019 tarihinde The Atlantic: <https://www.theatlantic.com/national/archive/2013/05/me-generation-time/315151/> adresinden alındı.
- Safko, L., & Brake, D. (2009). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, And Strategies For Business Success*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Savaş, S., & Topaloğlu, N. (2015). Sosyal Medya Verileri Üzerinden Siber İstihbarat Faaliyetleri. VIII. Uluslararası Bilgi Güvenliği Ve Kriptoloji Konferansı, (s. 1-7). Ankara.
- Studeman, W. O. (SPRING/SUMMER 1993). Teaching the Giant to Dance: Contradictions and Opportunities in Open Source Information within the Intelligence Community. *American Intelligence Journal*, 14(2/3), 11-18. Haziran 12, 2019 tarihinde http://www.oss.net/dynamaster/file_archive/090716/f571532e0af491b3ae9f870fe9f454f0/AIJ%2092%20011-018%20Studeman.pdf adresinden alındı.
- Şamlıoğlu, H. (2018). *Siber Tehdit İstihbaratının En Güçlü Silahı SOCMINT*. Nisan 21, 2019 tarihinde BGA Security: <https://www.bgasecurity.com/makale/siber-tehdit-istihbaratinin-en-guclu-silahi-socmint/> adresinden alındı.
- Tekek, M. (2016, Mart 11). *Açık Kaynak İstihbaratı (Open Source Intelligence) ve Düşünce Kuruluşları*. Aralık 18, 2018 tarihinde Hidropolitik Akademi: <https://www.hidropolitikakademi.org/tr/article/11752/acik-kaynak-istihbarati-open-source-intelligence-ve-dusunce-kuruluslari> adresinden alındı.
- Tekin, Y. (tarih yok). *İstihbarat Notları (İstihbaratın Kısa Tarihçesi)*. Ağustos 20, 2019 tarihinde <https://yilmaztekin.pro/2019/06/09/istihbarat-notlari-istihbaratin-kisa-tarihcesi/> adresinden alındı.
- The Rules of Engagement: A Review of the August 2011 Disorders*. (2011). Nisan 20, 2019 tarihinde Her Majesty's Inspectorate of Constabulary: <https://www.justiceinspectores.gov.uk/hmicfrs/media/a-review-of-the-august-2011-disorders-20111220.pdf> adresinden alındı.
- Ünal, A. N., & Yarman, S. B. (2015). *Stratejik Karar Verme Boyutunda Bilgi Toplama / İşleme Amaçlı Karar Destek Sistemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- 9/11 Commission Report*. (2001). Ocak 3, 2019 tarihinde <https://www.9-11commission.gov/report/> adresinden alındı.