



Küresel Terörizm Kapsamında Terör Örgütlerinin Yeni Propaganda Alanı Sosyal Medya Platformları

The New Propaganda Area Of Social Media Platforms Of Terror Organizations Within The Scope Of Global Terrorism

Nilüfer ÖNEN*

Başvuru Tarihi: 15.05.2021

Kabul Tarihi: 14.06.2021

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Özet

Tarihsel süreçte çeşitli formatlarda ortaya çıkan terörizm, uluslararası alanda temel güvenlik meselesi haline gelmiştir. Dünya Ticaret Merkezine ve Pentagon'a yapılan 11 Eylül saldırıları, terör eylemlerine yeni bir boyut kazandırmış ve terörün büyük zararlar verebileceğini göstermiştir. Terör örgütleri, küreselleşmenin imkanları sayesinde daha kolay ve düşük bütçelerle, büyük tahribatlara yol açmaktadır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak iletişim teknolojisindeki gelişmeler, terör örgütlerinin daha kolay ve hızlı bir şekilde organize olmasını sağlamaktadır. Devletler gibi devlet dışı aktörler de belirli bir kitlenin dikkatini çekmek için propaganda faaliyetleri yürütmektedirler. Küreselleşmenin etkilerinden yararlanan terör örgütleri de propaganda yapmak için yeni iletişim araçlarını kullanmakta ve sosyal medya platformlarında etkin olmaktadır. Sosyal medyanın gelişmesi, propaganda açısından daha kolay bir yol olarak görülmüş ve örgütler, devlet denetiminin daha az olduğu, herkese çok daha rahat ulaşabilecekleri bu mecraayı sistemli bir şekilde kullanmaya başlamışlardır. Bu çalışmada ilk olarak küresel terörizm ve propaganda kavramları açıklanacak daha sonra sosyal medyanın terör propagandasında kullanılmasının üzerinde durulacaktır. Bu çerçevede terör örgütlerinin, propaganda amacı ile sosyal medyayı aktif olarak kullanmaları örnek verilerek değerlendirilecektir. Hedef kitleye ulaşmanın daha kolay olduğu sosyal medya platformları, örgütlerin en sık kullandıkları uygulamalar üzerinden ele alınacaktır. Çalışmanın son bölümünde de yeni medya platformlarının, terör örgütleri tarafından kullanılmasının etkileri ve bu etkilerin yarattığı sonuçlar değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Terörizm, Terör Örgütleri, Propaganda, Terörist Propaganda, Sosyal Medya

Abstract

Terrorism that has appeared in different formats over historical process has become the main security matter over the international field. The September 11 attack that was done to The World Trade Center and Pentagon has given a new dimension to terrorist actions and has shown that terror can give great damages. With the

* İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler ve Terörizm Araştırmaları Yüksek Lisans Öğrencisi, niluferonen@stu.aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4876-0247

means of globalism, terrorist organizations are causing great destruction easily and on a tight budget. The developments in communication technology, which is a result of globalism, help terror organizations to organize more easily and faster. Non-state actors just like state actors make propoganda to gain the attention of a particular mass. Terrorist organizations that take advantage of globalism use the new communication instruments and are active on social media platforms. The development of social media is seen as an easier way of propaganda and organizations have started to use this platform systematically as it has less state supervision and they can reach everybody much more easily. In this study, global terrorism and propaganda terminology will be explained first and then will be dwelled on the use of social media on terror propaganda. In this context, terrorist organizations' active use of social media as a means of propaganda will be evaluated with examples. The social media platforms that are easier to access to the target group will be evaluated over the most frequently used applications. In the last part of the study, the effects and the results of the use of the new media platforms by terror organizations will be evaluated.

Key Words: Terrorism, Terrorist Organisations, Propaganda, Terrorist Propaganda, Social Media

Giriş

Terörizm sorunu uluslararası ilişkilerin ve güvenliğin önemli konularından biridir. Terörizm, sivil ve masum ayrımı gözetmeksizin beklenmedik zamanda gerçekleştirdiği eylemler ile diğer şiddet türlerinden ayrılmaktadır. Terörizm yıllarca değişik gruplar tarafından halkı yıldırma için kullanılmış ve bu gruplar her yüzyıla ayak uydurabilmişlerdir. Devletler, terör eylemlerinin uluslararası alanda görülmesi ile birlikte öncelikle iç hukuklarında daha sonra uluslararası hukukta çeşitli çözümler aramışlardır. Fakat bu çözüm arayışları bir devletin terörist olarak nitelendirdiğini diğer bir devletin müttefik ya da özgürlük savaşçısı olarak görmesi nedeni ile başarısız kalmıştır. Her devlette yönetimden memnun kalmayan bir kesim vardır. Bu kesim bazı taleplerini elde etmek için mücadeleye girmekte ve çeşitli eylemlerde bulunmaktadır. Uluslararası hukukta ortak bir tanım olmamasından yararlanan bu eylemcilerin nasıl nitelendirileceği sorunsalı yaşanmaya devam etmektedir. Terör günümüzde büyük korku kaynaklarından biridir. Devletler için tehdit olan terörizm, ortak mücadele edilmesi gereken silahlı bir propaganda alanıdır. Fakat dünyayı etkileyen her terör eyleminin ardından uluslararası işbirliği söylemleri eyleme dönüşmemektedir. Terörün en önemli amacı propagandaya dayalı beyin yıkayarak terörist olma sürecini başlatmaktır. Toplumsal çatışmaların özünü kavrayabilmek ve ardındaki gerçekleri değerlendirebilmek için propagandanın siyasal süreçlerde ve terör örgütlerindeki yerini iyi anlamak gerekmektedir. Propaganda bireylerin güdülerine ve sosyal ihtiyaçlarına göre şekillenir. Başarılı bir propaganda tüm duyguları kullanarak, hedeflediği kitlenin dikkatini çekmektedir. Propagandanın amacı propagandayı yapan tarafa fayda sağlamaktır. İhtiyaçların arttığı ve beklentilerin farklılaştığı 21. yy 'da ikna çalışmaları bu beklentilere ulaşabilecek düzeyde tasarlanmaktadır. Günümüz terör örgütlerinin eleman teminindeki en büyük unsur yaptıkları propagandadır. Bu sayede illegal örgütler bireyleri motive ederek istenen yöne çekebilmektedirler. Küreselleşme ile iletişimin daha kolay olması, terörist propaganda yöntemlerini de değiştirmiş ve özellikle gençlerin fazla vakit geçirdiği sosyal medya etkili bir propaganda aracına dönüştürmüştür. Medya aracılığı ile yapılan propaganda, alıcı olan bireylerin güçsüzlüğünden yararlanmakta ve onları manipüle etmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; terör örgütlerinin sosyal medya platformlarını ne ölçüde kullandığıdır. Çalışmada terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerini bu mecralardan nasıl yürüttükleri araştırılmış ve veri toplamak amacıyla kayıtlı basım araçları ve ses kayıtlarından oluşan haberlerden faydalanılmıştır. Bu kapsamda makalenin birinci ve ikinci bölümünde terörizm ve propaganda kavramı açıklanarak küreselleşmenin terör örgütleri üstündeki etkilerinden söz edilecektir. Son iki bölümde ise terör örgütlerinin propaganda faaliyetleri ve yöntemlerine değinilerek sosyal medya aracılığı ile yaptığı propaganda örneklerle ele alınacaktır.

Kavramsal Açından Terörizm

Terörizm; sebepleri, amacı ve tarihsel süreci ile uluslararası güvenlik bağlamında ele alınması gereken küresel bir sorundur. Terör tanımını, her ülke, her kurum ve kuruluş farklı yapmaktadır. Kurumlar terör tanımını, kendi disiplinler arası perspektiften yaparken, devletler; düşman, ya da düşman olmayan olarak tanımlamaktadır. Sözlük anlamı; yıldırma, tedhiş etme olarak latince "terrere" sözcüğünden gelen terör, terörizmden farklı bir kavramdır (Helvacıköylü, 2007). Herhangi bir şiddet eyleminde terör kavramından bahsedilirken, rastgele bir araya gelen grupların şiddet eylemi terörizm olarak nitelendirilemez. Siyasal bir

amaçla, devamlılığı olan, sistemli bir terör yöntemi kullanan örgütlü stratejiler, terörizm olarak ifade edilmektedir. O halde, bir şiddetin terörizm sayılabilmesi için bir ideoloji taşıması gerekmektedir (Karakaya, 2019: 142). Cronin, diğer şiddet türlerinden ayrılan terörizmin özelliklerini dört grupta ele almıştır. Ona göre; terörizm, siyasal bir olgudur, devlet dışı tabiatı vardır, sivil ve masum ayrımı yapmamaktadır, eylemleri beklenmedik anda gerçekleşmektedir (Karakaya, 2019: 139). Terörizmin uluslararası alanda önemli bir güvenlik sorunu haline gelmesi ile birlikte devletler ilk olarak kendi hukuklarında bir tanım yapmış, daha sonra daha sonra uluslararası bir tanım arayışına girilmiştir. Hem ulusal hem de uluslararası literatürde terörizmin tanımı üzerinde bir uzlaşımın olmamasının nedenlerinden biri, terörizmin durağan olmayan, kendini her dönem farklılaştırdığı yapısı, diğeri ise bir devlet için terör örgütü olarak kabul edilen grubun diğeri devlet için özgürlük savaşçısı veya müttefik kabul edilmesidir (Wikan, 2018).

Terörizm ilk olarak antik zamanlarda Zealotların, Romalılara karşı dini törenlerde, kalabalık yerlerde yapılan saldırılarda, suikastlarda, ambarların ve suyollarına zarar vererek gerçekleştirilen eylemlerinde görülmüştür. 7. ve 17. yüzyıllar arası Hindistan'da tanrıça Kali'ye kurban etmek için seçtikleri yerli halkı öldüren Thug Örgütü, 1090 ve 1275 yılları arasında dini karakterli bir yapısı olan Hasan Sabbah'ın liderliğini yaptığı Hashaşin Örgütü, 1789 Fransız İhtilali ile devrim karşıtı olan kitleyi sindirmek için uygulanan kurallar da terörizm olarak anılmaktadır (Şen ve Özyuvar, 2015: 26-42). David Rapoport ise terörizmin tarihçesini 1880 ve 1920 yılları Anarşist, 1920 ve 1960 yılları anti kolonyal, 1960 ve 1980 yılları arası yeni sol, son olarak 1979 İran Devrimi ile başlayan ve 2025'e kadar süreceğini öngören dini motifli terör dalgası olarak dört dalgaya ayırmıştır. Terörizmin birinci dalgası, düşünürlerin terör için doktrinlerinden (Devrim Kitabı) ve iletişim alanındaki gelişmelerle birlikte Rusya'da görülmüştür. Birinci dalga terörizmin özellikleri toplumun üst düzey yöneticilerine uygulanan suikastlardır. Eylemler kırsaldan kentlere inmiş ve eyleme katılanlar kendilerini terörist olarak adlandırmışlardır. Bu dönemde terörizm finansmanı banka soygunları ile sağlanmıştır. Öne çıkan terör gruplarına, Makedonya Devrimci Örgütü ve Genç Bosnalılar örnek gösterilebilir. İkinci terör dalgası Birinci Dünya Savaşı sonrası self determinasyon hakkı ile emperyalist ülkelerin çoğunda ortaya çıkmıştır. Bu dönemdeki terör hareketlerinin karakteristik özelliği polis saldırıları ve vur kaç taktikleridir. Finansal kaynak, banka soygunları değil diasporadan gelen yardımlardır. Terörist kavramı artık olumsuz bir çağrışım yapmış ve devletler var olan düzeni şiddet eylemleri ile yıkmak isteyenleri terörist olarak nitelendirmeye başlamıştır. IRA, EOKA gibi gruplar bu dönemin terörist örgütleri arasında yer almaktadır. Terörün üçüncü dalgası ABD'nin Vietnamda'ki yenilgisi ile cesaretlenen gruplarla başlamıştır. Milliyetçilik ve radikalizmin birleştiği bu dönemde ASALA, ETA dikkat çeken terör örgütlerindedir. Eylemlerin şehirlerde devam etmesi ile Marighella'nın, 'Şehir Gerillasının El Kitabı' dönemin önemli bir eseri olarak ortaya çıkmıştır. Dönemin eylemleri uçak kaçırma, elçilik baskınları ve rehin alma, finansal kaynak ise alınan rehinelere için fidye istemektir. 1975'te Uganda'da kaçırılan uçak, 1973 yılında FKÖ'nün Suudi Arabistan elçiliğine gerçekleştirdiği saldırı, 1972 yılında düzenlenen Münih Olimpiyatları katliamı, dönemin öne çıkan terör eylemleridir. Son olarak 1979'da başlayan ve günümüzde de devam eden dini motifli dördüncü dalga, İran İslam Devrimi, SSCB'nin Afganistan işgali ve Mekke'deki Kâbe baskını ile meydana gelmiştir. Bu dönemde El-Kaide, dini motivasyonla tüm Müslümanlar için ortak bir şeriat kanununun olduğu bir devlet kurma amacıyla önem kazanmıştır. Eylem türü olarak intihar saldırıları görülmeye başlanmıştır. Dünyanın dört bir tarafından örgüte eleman toplamak, terörizmin küreselleşmesine doğru giden adımlardan biri olmuştur (Karakaya, 2019: 147-151). Dünya güç dengesindeki değişimin hem nedeni hem de sonucu olarak görülen küreselleşme, küresel terörizmi, diğeri bir ifade ile uluslararası bir nitelik taşıyan küresel ölçekli terörizmi hareketlendiren başlıca faktörlerden biridir. Küreselleşme, terörizmin temel prensiplerini değiştirmemiş fakat sunduğu geniş alanlar ve fırsatlar terörizmin yıkıcı gücünü daha etkili kılmıştır (Bozkurt ve Kanat, 2007: 109). Martin Shaw, küreselleşmenin beraberinde getirdiği küresel terör için; kendine has kültürü olanların tüm dünyaya bunu kabul ettirmeye çalıştıkları değerlendirmesini yapmıştır. Ona göre söz konusu koşullara şiddetle karşı çıkan bu gruplar, küresel bir hareket halindedirler (Shaw, 2000: 7). Hoffman'a göre ise şiddet terörizmin özünde küreselleşme ile ortaya çıkan değil hep var olan genel kabul görmüş bir unsurdur. Küreselleşme şiddetin alanını genişletmiş ve daha fazla can kaybına neden olmuştur (Hoffman, 1998: 25). 11 Eylül saldırıları ile birlikte El Kaide ilk küresel terör örgütü olmuş ve terörizm bir evrime uğramıştır. Bu saldırılarla terör örgütlerinin küreselleşme ile birlikte ulaştıkları güç ve kapasitenin arttığı görülmüştür. Saldırıların sınırı ortadan kalkmış ve terör örgütleri sadece kendi coğrafyalarından değil diğeri bölgelerden de militan devşirmiştir (Demir, 2019: 37; Karakaya, 2019: 147-148). Bu saldırı ile bir ülkenin süper güç dahi olsa teröre maruz kalabileceği ve tek

başına mücadele edemeyeceği ortaya çıkmıştır. Yeni terörizm ile sınırlar anlamını kaybetmiş ve teröristler daha çok sivilleri hedef almıştır (Bural, 2020: 22-23).

Görüldüğü üzere, günümüzün en önemli güvenlik sorunu olan terörizm, tarihin hewqr döneminde etkili olmuştur. Terörizm, belirli bir siyasal hedef için bir toplumu ürküterek, bir hükümeti veya uluslararası bir organizasyonu hasara uğratmayı hedefleyen şiddettir. 11 Eylül saldırılarından sonra, ABD'nin küresel teröre savaş açtığını söylemesi, teröre yeni bir nitelik kazandırmış ve uluslar ötesi boyutu tartışılmaya başlanmıştır. Küreselleşme ile birlikte etkisi daha geniş alana yayılan terörizm, bu etkiyi iletişim ve ulaşım alanındaki gelişmeleri kullanarak elde etmiştir.

Terörizmin Amacı ve Örgütlere Katılım

Terörizmin amacını anlayabilmek için öncelikle nedenlerini kavramak gerekmektedir. Terörizm, sınırlı siyasi katılım ve baskı altındaki halkın şiddete başvurusu gibi siyasi nedenlerle, eşitsiz gelir dağılımı, işsizlik gibi ekonomik nedenlerle, toplumun kabul gören değerleri ile uyuşmayan ve dayatılan kültüre direnmek gibi sosyo-kültürel nedenlerle ortaya çıkabilmektedir. Bunların yanında saygınlık arayışında olan, güvensizlik duygularını saldırganlık ile çözmeye çalışan, yaşadığı yerden memnuniyetsizlik gibi kişisel ruh hali de terörist davranışları etkilemekte ve terörizmin psikolojik nedenleri olarak görülmektedir (Karakaya, 2019: 142-143). Bazı temel nedenler farklı koşullarda bir araya gelebilir ve terörizmin oluşmasına ortam sağlayabilmektedir. Örneğin, küreselleşme ile birlikte bazı toplumlarda fakirlik artmakta ve yönetim zayıflayabilmektedir. Zayıflayan bu yönetimler yeni terör gruplarının ortaya çıkışına ortam hazırlamaktadır. Terör örgütü liderlerinin de kendilerini ekonomik sıkıntı çekenlerin temsilcisi olarak göstermeleri ve onlar için daha iyi bir gelecek vaat etmeleri terörizmin taban bulmasını kolaylaştıran bir faktör olmaktadır. Terörizmin kendisini de gelir aracı olarak gören yoksul kesimin bu tür gruplara katılması ekonomik unsurlar içerisinde değerlendirilebilir (Karakaya, 2019: 142). Kişiler, geçmişten getirdikleri sorunlar, saygı görme arzusu ve kitle psikolojisi ile amaçlarına ulaşmak için legal olmayan yollara başvurabilmektedirler. Bu amaçlar doğrultusunda, içinde doğdukları büyük grupların yanında, dini tarikatlar, gerilla hareketleri, terör örgütleri gibi ikinci türde büyük gruplara üye olabilmektedirler. Bireyler, bu tür örgütlere üye olduktan sonra kendi kimliği altında değil büyük grup kimliğinin egemenliği altında faaliyete geçmektedirler. Terör örgütü üyeleri artık eski inançlarını, ahlaki tutum ve davranışlarını kalıcı olarak kaybetmektedirler. Vamık Volkan, David Koresh adında bir tarikat liderinin ve Usama Bin Ladin'in hayatlarını incelemiş, bu kişilerin çocuklukta travmaları ve aşağılanmalarının yeni bir örgütün lideri olma isteklerinde önemli bir rol oynadığını sonucuna ulaşmıştır (Suistola ve Volkan, 2017: 56). Özsayıgılarını korumak ya da bulmak için bir kalıba ihtiyaç duyan insanlar bu tür gruplara üye olmaktadır. Terörist gruplar, suçluluk ve utanç duygusunun olmadığı oluşumlardır ve bu oluşumlar baskı altında yetişen kişiler için cazip gelebilmektedir. Bir toplumun nüfus ve kültür yapısı ile ilgili uyuşmazlıklar, terörün sosyo – kültürel nedenlerini oluşturmaktadır. Demografik yapı, şehirleşme, eğitim eksikliği ciddi sorunları beraberinde getirmektedir. Şehirleşme ile birlikte göç eden genç nüfus artışı, işsizlik ve kültürel uyuşmazlığın ortaya çıkmasına neden olmakta ve bunun sonucunda asi bir nüfusun oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Kültürel anlamda sıkışmışlık duygusu hisseden baskı altındaki genç nüfus, kişisel hak ve özgürlüklerinin kısıtlı olmasından, ahlak anlayışındaki yozlaşmadan, kendilerine dayatılan kültürden hoşnut olmayıp direnmekte ve terörist faaliyetlerin etkisine açık hale gelmektedir. Siyasi sistemlerin genel özellikleri de terörizmin nedeni olarak görülebilir. Bir yönetimin politikası; adaletsizlik, eşitsizlik ve sınırlı siyasi katılımdan oluşmakta ise bundan etkilenen insanların sesi daha yüksek çıkmaya başlamaktadır. Terör örgütleri bu durumdan yararlanmakta ve siyasal bir aktör olarak ortaya çıkmaktadır. Bir hükümetin otorite kurmaktaki başarısızlığı, iktidarın çağın gerektirdiklerine uyum sağlayamaması, devlet organları arasındaki uyuşmazlık ya da hükümet otoritesinin bazı gruplar tarafından kendi çıkarları doğrultusunda kullanılması terörizme başvurulmasını kolaylaştıran faktörlerdir (Türkiye Barolar Birliği, 2006). Bu bağlamda terörizmin temel amacı, bir anlaşmazlığa ve adanılan davaya herkesin dikkatini toplamaktır. Toplumun ve yönetimlerin dikkatini kendi davalarına çekmenin bir yolu da şiddet kullanarak korku yaratmaktır. Terörizm, yarattığı korku ile toplumun direnme gücünü kırarak siyasi düzenin arkasındaki halk desteğini zayıflatmayı ve yönetimi zor duruma düşürmeyi amaçlamaktadır. Yapılan eylemler ile kendi canını sadece kendisinin koruyabileceği psikolojisini insanlara dayatan terör, devlet ile halk arasındaki güven sorununun oluşmasını amaçlamaktadır. Terör sadece toplumun belli bir kesimini ve yönetimi korkutmak için şiddet uygulamamaktadır. Kendi taraflarına ve mütteliklerine de neler yapabileceğini göstererek mesaj vermektedir. Kendi üyelerine, etkilemek istedikleri kitleye yönelik

verilen bu mesajlar baş eğdirmek ve itaat ettirmek amacı taşımaktadır. Terörizmin başka güçler tarafından kendi çıkarları için kullanıldığı bir uluslararası sistemin de mevcut olduğu göz önüne alındığında terörün amacı farklılık göstermektedir. Bu gibi durumlarda terör eylemleri, bir kazanım elde etmek için hedef alınan ülkede, istenilen ortamın oluşmasını sağlamak amacı ile kullanılmaktadır. Bir devletin bir terör örgütünü kullanarak kargaşa ortamı yaratması hem daha ucuz hem devletler arası ilişkileri zedelemekten uzak hem de ahlaki ve hukuki yaptırımdan yoksundur. Bu nedenle oluşan kargaşa ortamının devamını sağlamak için terörün kullanılması, stratejik bir öneme sahip olan ülkelerde söz sahibi olmak isteyen bir takım güçlerin çıkarlarına yardım etmektedir. Böylelikle terör ile bu ülkelerin istikrarsızlaştırılması hedeflenmektedir (Gürel, 2008: 38-49). Terörizmin bir diğer amacı ise terörist faaliyetler ile öfke, hayal kırıklığı ve güvensizlik oluşturarak hükümetleri yasadışı yanıt vermeye zorlamaktır. Hükümetler hukuk dışı bir karşılık vermese de örgütlerin yaptığı propaganda, güvenlik güçlerinin terör karşıtı uygulamalarını (Kazan, 2016: 117).

Terörizmin amaçlarına karşılık olarak devletin sorunları çözmek adına uygulamaya koyduğu politika ve stratejiler bireylerin örgütlere katılımını engelleyememektedir. Çünkü her bir bireyin örgüte katılım amacı ve bireysel özellikleri farklılık göstermektedir. Yukarıda değindiğimiz terörün psikolojik nedenleri aynı zamanda bireylerin terör örgütlerine neden katıldığını da göstermektedir. Bunların yanında bireyin, ailevi sorunları (zorla evlendirilme, aile otoritesinden kurtulma isteği vb), akraba ya da arkadaş etkileri, devam eden yargı süreci ya da kişinin aranması, etnik milliyetçilik, işsizlik, takdir toplama isteği, ahlaki değerler nedeni ile bastırılan duyguları dışa vurma isteği, örgütlere katılmalarına neden olmaktadır. Kişilerin kendi isteği ile örgüte katılımının yanında terör örgütlerinin de eleman kazanmak için zorlama ve kaçırılma ile kırsal halk üzerindeki baskı uygulaması da bu bireylerin örgüte zorla üye olmalarına sebep olmaktadır (Yenen, 2016: 164-165).

Özetle terörizm bazı durumlarda propaganda yaparak hedef gruplar üzerinde korku yaratmakta ve davalarına dikkat çekmek istemekte bazı durumlarda ise bir başka devletin çıkarları için araç haline gelmektedir. Terörizm, siyasi değişim adına uygulanan şiddet yöntemlerinden faydalanmakta ve hedef kitle üzerinde oluşacak güvensizlik gibi psikolojik etkileri planlamaktadır. Örgütler, ulusal ve uluslararası kamuoyunun üzerinde güç sahibi olmak için terörist eylemlere başvurmakta ve kamuoyunun dikkatini çekmek istemektedirler.

Propaganda ve Propaganda Türleri

Propaganda kavramı, Otuz Yıl Savaşlarının ardından Protestanlık mezhebinin, papanın nüfuzunu etkisiz hale getirmeye başlaması ile Papa 15. Gregory tarafından, Katolik inancını yaymak için görevlendirilen Congregatio de Propaganda Fide (İnanıcı Yayma Meclisi) birimden gelmektedir (Çetin, 2014: 246-247). Kelime anlamı yaymak, türetmek olan propagandanın özelliğine, biçimine, oluşum süreçlerine ve etkilerine göre ayrı ayrı tanımları yapılabilir. Fakat genel kapsamda propaganda, insan davranışlarını etkilemek, yönlendirmek ve güdülemek için iletişim, kültür, eğitim alanlarında yapılan faaliyetlerdir. 20. yy 'da Liberalizm, Komünizm ve Nazizm gibi ideolojilerin geniş halk kitleleri tarafından benimsenmesinde propaganda faaliyetleri etkili olmuş ve 21. yy 'da bu faaliyetler artış göstermiştir (Maurice, 1972: 71). Günümüzde kitle gösterileri ve saldırgan eylemlerin yerini, bireysel bağımlılıkları ve farklılıkları kullanan, uygun seçilmiş kelimeler ile yapılan propagandalar almıştır. Bireyleri etkileyen propaganda dilinin, kitle psikolojisi ile olan ilişkisi incelendiğinde propagandanın, sistemli, planlı ve zorlama olmaksızın kitlelerin davranışlarını değiştirdiği görülmektedir. DeFleur'a göre; propagandanın işleyişi, ikna edici mesajlarla bireyin iç psikolojik yapısını değiştirmek ve bu değişim sonrasında istenen davranışların yerine getirilmesine yöneliktir. Propaganda belirli bir kültürel özellik, gelenek üzerinden yapılır. Toplumlara en çok etkileyen mitler aynı anda etkileşime geçer ve kitle iletişim araçları ile çok kısa zamanda farklı mekânlara yayılır. Aynı mekânda aynı duyguları paylaşan kişiler bir kitle oluşturur. Amaç kamuoyunu belirli bir düşünce etrafında toplamak olduğundan, her zeka ve yaşa hitap edebilmesi için dilin çok yalın ve anlaşılır olması gerekmektedir. Propaganda metinleri çok az açıklayıcı ve eleştiriye kapalıdır bu nedenle olgular netlik taşımamaktadır. Propagandacı, seçtiği gerçeğin bir parçasını vererek çarpıtma yoluna gitmektedir. Seçilen o parça, propagandacının ilave düşünceleriyle büyütülüp, abartılır ve toplumsal bellekte yer edinmesi sağlanmaktadır. Propaganda, tüm araçları bütünüyle ve uyumlu bir şekilde kullanılmaktadır. Bireye ulaşabilecek tüm iletişim türü kadar propaganda tekniği bulunmaktadır. Bu durum bireylerin propagandadan kaçmasını güçleştirmektedir. Propagandanın en çok kullanılan teknikleri; ad takmak, genelleme yapmak,

simgeler kullanmak, tanıklık, halktan biri imajı, kâğıt derme ve herkes yapıyor düşüncesidir (Ateş, 2000: 121-124). Propagandacı karalamak istediği gruba veya kişiye kötü bir isim takar ve öyle seslenmeye başlamaktadır. Zamanla, hedef kitle bu isme alışır ve isim her söylendiğinde gerçek anlamı değil o kişi akıllara gelmeye başlar. Bir diğer yöntem olarak gösterişli ve kimsenin itiraz edemeyeceği ahlak, vatan, iş güvencesi gibi genellemeler yaparak veya bayrak gibi simgeler kullanarak kendi düşüncelerini bu kavramların içine gizleyebilmektedir. Tanıklık, toplumda saygı gören birine, herhangi bir düşünce ya da kişinin, iyi veya kötü olduğunu söyletmektir. Bu yöntem genelde toplum tarafından tanınan ünlü bireyler ile yapılarak, onların hedef kitlesinin daha kolay etkilenmesini amaçlamaktadır. Halktan biri yönteminde, konuşmacının halktan biri olması ile hedef kitleye mesajın kendilerinden birinin verdiği imajı yaratılmak istenmektedir. Bu yöntemde halktan biriymiş gibi davranan kişi topluma 'sizi anlıyorum çünkü sizden biriyim mesajını' vererek istenilen olgunun halk tarafından çok sorgulanmadan kabul edilmesini sağlamaktadır. Kitleleri bir düşüncenin en iyi ya da en kötü olduğuna inandırmak için olumlu ifadelerin ön plana çıkarıldığı bir diğer teknik ise kâğıt derme tekniğidir (Erkiş ve Summak, 2014: 302-303). Kağıt derme tekniğinde olumsuz düşünceler gizli tutularak olumlu olgular tartışılmakta ve gözler önüne serilmektedir. Bu şekilde propaganda yapılan olgunun, sürekli olumlu eleştiriler ve düşünceler aldığı imajı verilmektedir. Son propaganda yöntemi herkes yapıyor taktiğidir. Bu yöntem ile bir şeyi, herkesin propaganda sahibi gibi yaptığı mesajı verilmek istenmektedir (Özer, 2019: 24-25). Bireylerin duygusal yönlerine vurgu yapan propagandanın her çeşidinde amaç, bireylerin bir düşünce sisteminin gereklerini yerine getirmelerini sağlamaktır. Bu kapsamda propaganda kaynaklarına göre, sahasına göre, konusuna göre ve kullanılmasına göre olmak üzere dört başlık altında toplanmaktadır (Çakı ve Karaca, 2018: 75).

Kaynakları bakımından propaganda çeşitleri, beyaz propaganda, gri propaganda ve kara propaganda olarak üçe ayrılmaktadır. Beyaz propaganda, en etkili ve en kalıcı bilgileri karşı tarafa tek yönlü bir şekilde sunarken propagandanın kaynağı resmidir. Beyaz propagandanın en önemli ve ana malzemesi haberlerdir. Beyaz propaganda hedef kitlenin büyük kısmının kabul edeceği kültürel ve sosyal değerler ile yapılmaktadır. Bu bağlamda beyaz propaganda insanları korku politikası ile değil şeffaf faaliyetler ile ikna etmeyi hedeflemektedir. Günümüzde yapılan kamu spotları beyaz propaganda örneğidir (Çakı ve Karaca, 2018: 80). Kaynağı resmi olarak belli olmayan, gerçek ile yalan kaynağın birbirine karıştığı propaganda faaliyetlerine gri propaganda denir. Bu propaganda çeşidinde ilk kaynak, bir zaman sonra unutulabilir ve bilgi bulanıklığı oluşabilmektedir. Gri propagandanın içerisindeki belirsiz kavramlar usta bir şekilde kullanılarak insanların merakı uyandırılmaktadır. Bu propagandanın doğruluğu kanıtlanamadığı gibi kesinliği de kanıtlanamamaktadır. Olaylara ekleme yapılarak daha ses getiren bir formata sokulmaktadır (Bayraktar ve Özgen, 2014: 3). 2. Dünya Savaşı sonrasında Churchill'in, Stalin için yaptığı demir perde konuşması gri propaganda örneğidir ve bu süreçle komünizm fikrinin tehlikesi 1990'lara kadar bu propaganda yöntemi ile kitlelere aşılanmış, Sovyet Rusya'nın çöküşünde etkili olmuştur (Avcı, 2018: 82). Resmi olarak gizli bir kaynağa dayalı karşı tarafı kötülemek ve aşağılamak amacı ile yapılan propaganda çeşidine de kara propaganda denmektedir. Burada, halk bilgiyi kendi kaynağından aldığını sanarken düşman unsurların kaynağından alınan propagandadan etkilenmektedir. Kara propagandada gerçekleri değiştirmek ve kamu düzenini etkilemek için yalan, fesat, sahtecilik gibi her türlü yöntem kullanılmaktadır (SMU Department of Physics, t.y.). Tarihteki en büyük kara propaganda örneği; Nazi Almanya'sı Propaganda Bakanı Joseph Goebbels'in propaganda çalışmalarıdır. Goebbels'in, İngilizleri Berlin'i bombalamalarının gereksiz olduğuna çünkü orada yaşamın olmadığına inandırmaya çalışması, Rusları yanıltmak içinse sarhoş bir muhabir ağzından Almanya lehine yanlışlıkla bilgi kaçırılmış gibi davranılması birer kara propaganda örneğidir. Güncel bir kara propaganda örneği de 2016 yılında yapılan ABD başkanlık seçimleri öncesinde, Hilary Clinton'ın fotoğrafının basılı olduğu bir afişe, mesajla oy verilebileceği yazılmış ve dağıtılmıştır. Seçmenler, kaynağı belirsiz bu bilgi ile sandıklara gitmeden oy kullanabileceklerine ikna edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak kara propaganda, yanlış bilgilendirmeyi kullanarak halkın güven duygusunu kırmakta ve destek verdiği kişi ya da düşünceleri itibarsızlaştırmaktadır (Ateş, 2000: 119; SMU, t.y.). Sahası bakımından propagandalar ele alındığında iç ve dış propaganda olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İç propaganda daha çok siyasi partilerin iktidar mücadelesinde kamuoyunu etkilemek için yaratılan slogan ve logolar ile yapılmaktadır. Ülkelerin kendi içerisinde kullanılan afiş, reklam, fotoğraf, animasyon film gibi unsurlar iç propagandanın sıklıkla kullanıldığı yerlerdir. Özellikle savaş ya da kriz dönemlerinde halkın psikolojik olarak etkilenmemesi ve moralini yüksek tutmak için iç propagandaya başvurulmaktadır (Avcı, 2018: 90-91). Ülkeyi güçlü ve iyi nitelikli göstermek için sürekli

olarak yapılan tanıtımlar ise o ülkenin dış propagandasını oluşturmaktadır. Diğer propagandalar, istenilen amaç gerçekleştirildiğinde bitirilmekte fakat dış propaganda ülkenin uluslararası konumundaki yerini yükseltmek için devamlılık arz etmektedir (Bektaş, 2013: 160). Konusu bakımından propaganda; siyasal, askeri, kültürel ve ekonomik propaganda olarak dörde ayrılmaktadır. Siyasal propaganda; yönetenlerin, yönetilenleri etkilemek için kullandığı araçlardır. Hedef kitlenin politik görüşünü değiştirmeleri için baskı ve zorlama olmadan, açık bir şekilde yapılan propaganda türüdür. Askeri propaganda; kendi halkına, dost devletlere, düşman devletlere ve tarafsız devletlere yapılmak üzere dörde ayrılmaktadır. Sık görüneni, düşman ülkelerin halkına yapılan psikolojik savaştır. Kültürel propaganda ise kendi kültürlerini diğer kültürlerdeki bireylere aşılama için yapılan çalışmalardır. Türkiye'deki Robert Koleji, tüm dünyada faaliyet gösteren Goethe Enstitüsü, kültürel propaganda araçlarındandır. Bireysel ya da kurumsal olarak devlete maddi yarar sağlayan tüm faaliyetler de ekonomik propaganda olarak nitelendirilmektedir. Stratejik ve taktik propaganda, takviye amaçlı propaganda ve karşı propaganda çeşitleri de kullanışı bakımından propaganda çeşitleri arasındadır (Avcı, 2018: 95-97; Erkiş ve Summak, 2014: 300-302)

Yukarıda çeşitlerine değinilen propaganda, teknik ve yöntem bütünlüğüne dayanan bir stratejidir. Belirli bir kitleye liderlik etmek isteyen liderler veya gruplar, kendilerine destek bulmak amacı ile çeşitli yöntemler geliştirmiş bunun sonucunda propaganda faaliyetleri tarihsel süreç içerisinde yaygınlaşmıştır. Hedef kitleyi etkilemek için kullanılan tüm propagandaların amacı, bu kitleyi istenilen düşünceye yöneltmektir. Bir ideolojide amaca ulaşmanın kriterlerinden biri de başarılı bir propagandadır.

Terörist Propaganda ve Yöntemleri

Dönemin ihtiyaçlarına göre şekillenen propaganda çeşitleri devletler, liderler ve politikacılar tarafından kullanılmıştır. Fakat küreselleşme ile birlikte terör, uluslararası bir konuma gelmiş ve teröristler de hükümetler gibi propaganda yapmaya başlamıştır. Terör örgütleri dikkat çekmek ve saygınlık kazanmak adına yaptıkları eylemleri kamuoyuna ve hükümet yetkililerine iletme istemektedirler. Halk üzerinde korku ve endişe yaratmak için devamlı gündemde kalarak propaganda yapmakta ve hedeflerini paylaşmaktadırlar (Kartal, 2014: 58). Teröristler, dünya görüşlerini, dini veya siyasal bir ideoloji olarak göstermek için propagandayı kullanmaktadırlar. Terör örgütleri propagandayı, eylemlerini meşru göstererek kendilerine yeni üye ve destekçi çekmek amacı ile yapmaktadırlar. Terör örgütlerinin propaganda faaliyetleri, 1915 yılında gösterime giren "Bir Ulusun Doğuşu" filminde kendini göstermeye başlamıştır. Film, Ku Klux Klan örgütünü bir kahraman olarak göstermiş, çok sayıda elamanın örgüte katılmasını sağlamıştır (Kazan, 2012: 119). 1960'lı yıllardan günümüze kadar, modern terörizmin gelişimi terörist propagandanın gelişimi ile paralellik göstermektedir. Terörist propagandanın gelişimi medya, toplum ve terör örgütü arasındaki ilişkiye bağlıdır. Teröristler, radikal eylemlerini duyurmak ve imajlarını yükseltmek istemektedirler. Böylelikle eylemlerin propagandasının daha etkili bir şekilde yapılması amaçlanmaktadır. Örneğin, Filistin Halk Kurtuluş Cephesi'nin 1968 ve 1976 yılları arasında kaçırdığı uçaklarla, eylem propagandası başarılı olmuş ve bu haberlerin basında yer alması ile uluslararası toplumun ilgisi Ortadoğu'ya çekilmiştir. Propagandanın başarılı olabilmesi için terör örgütleri genelde sembolik olan değerleri seçmektedirler. Bunun nedeni; "Düşmanı kalbinden vurabiliriz." ve "Biz her yerdeyiz." mesajını vermektir. Böylelikle eylem gerçekleştirildiğinde grubun bilinirliği artmakta ve merak uyandırmaya başlamaktadır. Dünya Ticaret Merkezi saldırıları da bu düşünce ile gerçekleştirilmiş ve o tarihten sonra bu örgütler her kesim tarafından konuşulmuştur. Bu tür propaganda faaliyetlerini sadece örgütler değil tek tabanca olan teröristler de kullanabilmektedir. Charlie Hebdo dergisine yapılan saldırı ve 2016'da IŞİD bağlantılı Sultanahmet saldırısı, 2005 yılında Londra'nın iki katli otobüslerine yapılan saldırılar propaganda değeri yüksek olan eylemlerdir.

Terörist propagandayı bulunduğu çevre ve ideoloji de biçimlendirmektedir. Marksist teröristler propagandalarını solcu metinlere göre, cihatçılar ise İslam'ın kutsal metinlerine göre oluşturmuşlardır. Böylelikle bu kişiler kendi ideolojilerini pazarlamak için çalışan birer propagandacı haline gelmektedirler. Bir terör propagandasının, yapılabilmesi için örgüt üyeleri propagandanın dayanaklarını oluşturan metinlerdeki konulara hâkim olmakta ve verilecek mesajı iletebilmek için medyayı kullanmaktadır. Örneğin; Usama Bin Ladin, giydiği kıyafetler dâhil olmak üzere bu kuralları karşılayan bir terör örgütü lideridir. Çektiği videolarda bazı zamanlar gerilla kıyafetleri giymekte, bazı zamanlarda da cüppe ile sarık giyerek, hem asker hem İslam âlimi mesajı vererek propaganda yürütmüştür. Ladin, başlarda terörle mücadele kapsamında örgütünü korumak için El Cezire ile bağlantı kurarak karşı propaganda yapmıştır. Bir diğer

küresel terör örgütü IŞİD ise propagandayı başarılı bir şekilde yürüten ve dünyanın birçok bölgesinden eleman toplayan bir örgüttür. Dünya üzerinde çok az kişinin konuştuğu dillerde dahi propaganda yaparak cihatçı videolar çekmekte ve yayınlamaktadır. Böylelikle daha geniş bir kesime ulaşabilmekte ve örgütünü tanıtabilmektedir. IŞİD'in, propagandalarında kullandığı materyallerde liderler çok nadir gösterilmektedir. Bunun nedeni, Müslüman tebaada Hz. Muhammed'in görselinin olmaması ve tasvir edilmemesidir. Lider kendini Hz. Muhammed ile bağdaştırmakta ve hedef kitle üzerinde etkili olmayı amaçlamaktadır. Hedef kitlesi, genellikle İslam hakkında bilgileri sınırlı olan, Batı ülkelerindeki üçüncü kuşak Müslümanlardır. Anita Peresin, 2015 yılında örgüte katılan kadınlar üzerinde bir araştırma yapmış ve Avrupa'dan örgüte katılan kadınların, halifelğe destek vermek için yapılan çağrılarını dini bir görev olduğunu inanarak katıldıklarını ifade etmiştir (Volkan ve Suistola, 2017: 91-99). IŞİD'in otuz binden fazla yabancı militanın olması, kendisini propagandalarda başarılı bir şekilde sunmasına bağlıdır. Yapılan propagandalarda gösterilen yaşam tarzı, Batı'nın popülist söylemlerinin aksine daha iyi ve özgür bir toplumda yaşamak ve inşa etmek için militan olmayı özendirilmektedir (Şenol ve Erdem, 2016: 194). Batı'da artan İslamofobi ile ibadetlerinde zorlanan bireyler, bu tür propagandalara inanmaktadırlar. Durumu özetlemek gerekirse, Batı'da gerçekleşen cihatçı saldırılar ile İslamofobi artmış, İslamofobi nedeniyle de örgütlere katılım çoğalmış ve bu durum bir kısır döngü haline gelmiştir.

Terör örgütlerinin gelişen teknoloji ile birlikte dünya çapında yaptığı propagandalar, suç teşkil etmekte ve devletlerin yasalarında yer almaktadır. Terör propagandası, ülkemizde 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu (TMK) kapsamında silahlı ve silahsız örgütlerin propaganda suçu ve 5237 sayılı TCK 220/8 maddesinde adı suç örgütü propagandası suçu olarak düzenlenmiştir. TMK'na göre propaganda suçu; serbest, hareketli bir suç olmakta ve sözle, görselle, yüz yüze iletişim yoluyla, kitle iletişim araçları ile yapılabilmektedir. Örgüt adına atılan slogan, açılan pankart, toplantı ve gösteri yürüyüşleri, kitap, gazete ve internet yoluyla yapılan propagandalar örgütün cebir, şiddet ve tehditlerini övecek şekilde yapılırsa suç kapsamına girmektedir (Okuducu, 2019; Terörle Mücadele Kanunu, 1991).Yapılan bu propaganda, yer ve zaman dikkate alındığında sınırlı bir etkiye sahip ise suç teşkil etmemektedir. Örneğin bir duruşma salonunda terör liderinin ismini söyleyip slogan atan biri propaganda kapsamında suç işlemiş sayılmamaktadır. Çünkü slogan sadece salondakilere ulaşmış ve etkisi kısıtlı olmuştur. Bir propagandanın suç sayılabilmesi için bunların yanında muhatap kitleyi harekete geçirebilme potansiyeli, kamu düzenini bozacak açık ve yakın tehlike teşkil etmesi gerekmektedir. TMK'nun 7/3 maddesine göre terör örgütünün propagandası için yapılan gösteri yürüyüşlerinde kimliklerini gizlemek amacı ile yüz kapatma, her türlü şiddete başvurma (Molotof, yakıcı madde vb.) bedeli, hapis cezasıdır. Kişi bu maddeleri bulursa dahi propaganda suçu kapsamında ceza verilmektedir. Eğer bu suçlar vakıf, siyasi parti, eğitim kuruluşları, lokal gibi yerlerde yapılırsa 7/4 maddesine göre ceza iki katına çıkarılmaktadır. Örgüt propagandası yapma suçu basın yolu ile yapılırsa fail hakkında hükmedilen ceza 1/2 oranında arttırılmakta, örgüt üyesi olmasa bile örgütün propaganda broşürlerini ve afişlerini basanlar da hapis cezası ile cezalandırılmaktadır(barandogan.av.tr/, 05.05.2020). Avrupa hukuk sisteminde de terörist propagandasının, yasal düzenlemelerle cezalandırılması öngörülmektedir. Avrupa'da terör propagandasının cezalandırıldığı ülkeler; Danimarka, Fransa, Bulgaristan, İspanya, Macaristan ve Birleşik Krallık'tır. Örneğin bu eylem Bulgaristan'da ceza kanununun cumhuriyete karşı suçlar bölümünde yer almakta ve altı yıla kadar hapis cezası istemi bulunmaktadır. İspanya'da terörü yüceltecek tüm fiiller ceza yasasında düzenlenmiştir. ABD Yüksek Mahkemesinin, Holder Humanitarian Law kararı, terör söylemi ile ifade özgürlüğünü karşılaştırmakta, terör faaliyetlerine her türlü desteği propaganda olarak nitelendirip cezalandırmaktadır (Karaaslan, 2014: 12-13). Görüldüğü üzere birçok ülke, terör suçunun işlenmesinden ziyade propagandasının dahi yapılmasını terör suçu olarak kabul etmekte ve cezalandırmaktadır.

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda, terör örgütleri kamuoyunun dikkatini çekmek ve devlet yetkilileri tarafından meşruluk elde etmek için propaganda yöntemini kullanmaktadırlar. Bu nedenle en çok başvurdukları mecra medyadır. Örgütler, medya vasıtası ile kendilerini ifade etmekte ve taleplerini iletmektedirler. Terör örgütleri medyayı daha fazla destekçi toplamak ve uluslararası bilinirliklerini arttırmak için kullanırken örgüt içi haberleşmek amacı ile de kullanmaktadırlar. Medya, tüm bu haberleri yaparken terör örgütünün ismini fazla kullanırsa istemeden de olsa örgütün propagandası yapılmış olmaktadır.

Terör Örgütlerinin Propaganda Aracı Sosyal Medya

Toplumsal etkileşimin sınırsız bir şekilde gerçekleşmesine olanak sağlayan teknolojinin yayılması ile sosyal dinamiklerde önemli ölçüde değişiklik yaşanmıştır. Web 2.0 teknolojisinin gelişmesi ile kullanıcıların daha aktif olduğu bir web ortaya çıkmıştır. Kullanıcılar, bu web ile bilgi ve düşüncelerini daha kolay paylaşabilmekte ve yaymaktadır. Bu yeni ortam sosyal medya olarak adlandırılmış hızlı iletişimin öncüsü olmuştur (Tuncer vd., 2013: 3). Terör örgütleri de bu teknolojiden yararlanmaya başlamışlar ve örgütü daha geniş kitlelere tanıtmaya fırsatı bulmuşlardır. 2012 yılında, 148 ülkenin sosyal medya veri tabanında yapılan bir araştırmaya göre; sosyal medya ile terörizm arasında pozitif olan bir ilişki mevcuttur. Çalışma, terör örgütlerinin sosyal medyadaki her girdiden yarar sağlamalarını, bu pozitif ilişkinin oluşmasında etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Asongu vd., 2019: 17). Terörist propagandada, temel amaçların yerine getirilebilmesi için bilgilendirmek ve korkutmak alanında çaba harcanması gerektirmektedir. Bilgi yayma yoluyla yapılan propaganda, terör örgütlerinin başarılı olduğu bir alandır. Örgütler insan toplamak için videolar, fotoğraflar ve interneti kullanarak propagandalarını şekillendirmektedirler. Kitle iletişim araçlarının artması ve sosyal medya platformlarının kullanımının yayılması ile dijital dünya, propagandanın bir parçası haline gelmiştir. Terör örgütlerinin içerisinde bulunan uzmanlar, bilgi tedarik zincirini bozabilecek ve sosyal medyadaki varlıklarını engellemeyi amaçlayan eylemleri önlemek için ağ kurmuş ve interneti verimli bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır. Terör örgütleri teknolojinin gelişmesi ile gerçekleştirdikleri ses getiren eylemlerini daha geniş kitlelerle paylaşmış ve eleman kazanmak için sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanmışlardır. Özellikle gençlerin aktif olarak bulunduğu Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal medya araçları kullanılarak eleman toplama atmosferleri yaratılmaktadır. Sosyal medya, küresel terör örgütleri için kendilerine özgü kitleleri harekete geçiren bir propaganda alanı yaratmaktadır. Sosyal medyanın erişilebilirliği kolay olduğu için herkesin rahatlıkla katılım yaptığı bir mecradır. Kullanıcılar burada kendi alanlarına göre bağlantı kurup olaylara tepki vermektedirler (Aslan, 2005: 10-11). Terör örgütleri elemanları açısından sosyal medyanın sıklıkla kullanılmasının başlıca nedenleri, İletişim gizliliği, kanallara kolay erişim, hükümet kontrolünün daha az olması, dünya genelinde yaygın olması, web kullanımının daha ucuz olması olarak sıralanmaktadır (Weiman, 2004: 3). Terör örgütlerinin sosyal medyayı kullanmalarındaki sebeplerden biri de gönderilen mesajların telefonlardan gönderilenlere göre daha güvenli ve erişilemez olmasıdır. Böylelikle örgüt içinde haberleşmek için de sosyal medya kullanılabilir (Özkaya, 2017: 52). Terör örgütleri, Youtube başta olmak üzere sosyal medya platformlarına yüzlerce kişiye ulaşabilecek materyaller atmaktadır. İlgili yayınlardaki uygunsuz görüntüler platform tarafından silinse de video kaldırılana dek yüz binlerce kişiye ulaşmış olmaktadır. Sosyal medyanın dinamik yapısı nedeniyle, platformlarda yapılacak kısa bir araştırmada terör örgütlerinin onlarca propaganda videoları ya da duyuruları kullanıcının önüne gelmektedir (Karakas, 2017: 37). Akademisyen ve aynı zamanda ABD Dış İlişkiler Konseyi'nde terör araştırmaları görevlisi Farah Pandith'e göre, son yıllarda çocuklarda görülen nefret söylemlerinin ve aşırı sağcı gençlerin tasarladığı planların artmasındaki sebep, sosyal medyadan öğretilen nefret dili ve terör örgütlerinin paylaşımlarıdır. Bu paylaşımların, Batı'daki üçüncü kuşak göçmenlerin radikalleşmesinde etkili olduğunu belirten Pandith, terör örgütlerinin dünyanın dört bir yanından gençleri cezpt etmek için bu platformlardan yararlandığını ifade etmektedir. Terör örgütlerinin sosyal medyayı etkin olarak kullanması, çevrimiçi propagandanın kolaylığı gençleri aşırılığa özendirir. Bur durum teröristlerin ideolojisinden ilham alan tek tabancaların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Haberlerin çoğunu sosyal medyadan alan Z kuşağı, sosyal medyadaki paylaşımlardan büyük ölçüde etkilenmektedir. Terör örgütlerinin de her yaşa uygun oluşturdukları materyalleri bu platformlarda dolaşıma koyması gençlerin aidiyet oluşumunda etkili olmaktadır (nbcnews.com, 08.05.2021).

Yukarıda değinildiği üzere, teröristlerin interneti kullanma amacı, örgüte eleman ve bağış toplamak için propaganda yapmaktır. Yapacağı eylemleri internet üzerinden planlayarak ağ oluşturmaktadırlar. Peter Bush'a göre, sosyal medyayı kullanan örgütlerin hedefleri farklı gruplara ulaşmaktır. Fakat bunun öncesinde paylaşılan mesajların fazlalığı ve sıklığıyla kendi militanlarına güç gösterisi yapılmaktadır. Örgüt içinde militanların morallerini yüksek tutmak için başarı mesajlarına duyulan ihtiyaç bu platformlardan sağlanmaktadır. Yayınlanan materyallerle sadece kendi militanlarına değil militanlaştırılması gereken ve örgüt karşıtı gruplara da mesaj vermektedir. Örneğin IŞİD'in aynı ideolojiyi paylaşmalarına rağmen farklı siyasi uygulamaları olan El Kaide militanlarını kötülemek için yayınladığı propaganda mesajları sosyal medya aracılığı ile geniş kesime ulaşmaktadır. Bunun yanında Batı devletlerini de kışkırtarak onların karşılık vermesini hedefleyen mesajlar da yayınlayan örgütler bu görevde gösterileri için yeni medyayı etkili bir şekilde

değerlendirmektedirler. Örgütlerin medya stratejileri militanlarının yeni nesil olması ve yeni medya anlayışı ile büyüdükleri göz önüne alınarak hazırlanmaktadır. Terör örgütleri propagandanın gücünün farkında olarak sosyal medyayı, ideolojilerini yaymak için kullanmaktadırlar. Terör örgütleri sosyal medyadan yaptıkları propagandalar ile kendi coğrafyasının yanı sıra diğer toplumlardaki kendilerine yakın görüşte olan bazı grupları kendi saflarına çekmek istemektedirler. Bu durum sosyal dengeleri bozarak toplum düzenini yıkmaya çalışmaktadır (DW Türkçe, 2015). Farklı etnik kökenli ve ideoloji taşıyan insanların bulunduğu sosyal medyada, terör örgütlerinin kullandığı dilin farklılıklarının yanında üslup da önemlidir. Bu farklılıkları dikkatli kullanarak bir taraftan kendine eleman kazandırmak için merak uyandıran mesajlar vermekte, bir taraftan da ötekileştirici bir dil kullanarak hem karşı tarafı hedef göstermekte hem de kendi bünyesindeki biz duygusunu güçlendirmektedir. Böylelikle örgütler, sosyal medyayı kullanarak farklı kültürden, farklı inançtan ve farklı sınıftan çok sayıda genci bünyesine katmaktadır. Örneğin IŞİD'e katılan yabancı savaşçıların yaş aralığına bakıldığında sosyal medyada geniş bir kullanıcı kitlesini oluşturan 18-25 yaş arası gençlerin olduğu görülmektedir (Korkmaz, t.y.). Sosyal medyanın önemini kavrayan ve etkin bir şekilde kullanan örgütlerin başında küresel terör örgütü IŞİD gelmektedir. BM raporuna göre yabancı militanların örgüte katılımında sosyal medya büyük etki yaratmaktadır (BM raporu, 2014). Son yıllarda binlerce IŞİD destekçisi olduğu tespit edilen sosyal medya hesabı kapatılmıştır. Hesapların sayısına bakıldığında terör örgütünün bu mecraayı ne kadar etkin kullandığı görülmektedir. Sosyal medyanın insanlara ulaşma gücünü etkin bir şekilde kullanan örgütün temel amacı, isteyen herkesin örgüte katılabileceği izlenimi verecek olan bir bilişim ekibi kurarak IŞİD propagandasını dünyaya duyurmaktır (Hoffman ve Schweitzer, 2015: 72-75). Örgüt, devletlerin uyguladığı sansür ve kısıtlamalara maruz kalmadan Youtube, Twitter, Facebook gibi sosyal medya kanallarını kullanarak gerçekleştirdiği eylemleri buralarda rahatlıkla paylaşmaktadır. Dönem dönem popüler olan sosyal medya platformlarına yönelen IŞİD, 2017 yılından itibaren Instagram ve Snapchat uygulamalarını sıklıkla kullanmaktadır. Cihat propagandası yapan örgüt üyeleri, uygulamalardaki 'Hikayeler' bölümünü kullanarak paylaşım yapmaktadırlar. Günlük hayat akışı ile ilgili paylaşımlarda da bulunan örgüt militanları, propagandalarını iyi işleyen bir devlet imajı yaratarak gerçekleştirmektedirler (BBC News Türkçe, 2017). Siber Halifelik adını verdiği internet korsanlarından oluşan bir grup da sosyal medya üzerinden bazı hesapları ele geçirerek etki alanını genişletmektedir. Örneğin, 2015 Nisan ayında TV5 Monde kanalının resmi Facebook hesabını ele geçiren örgüt kapak fotoğrafına 'Je Suis Charlie' kampanyasına karşılık 'Je suis' (İslam devletiyim) yazılmıştır (Karakaş, 2017: 38). ABD Merkez Kuvvetler Komutanlığı'nın Twitter ve Youtube hesaplarını da ele geçiren grup, bu hesaplar üzerinden de IŞİD propagandası gerçekleştirmiştir (Çakır, 2015). IŞİD, hazırladığı materyallerini kendilerine ait 'server'lerde tutmamakta, bunun yerine ücretsiz olarak sunulan Google Drive, Yandex ve Dailymotion gibi depolama hizmetlerinden faydalanarak dosyalarını bu platformlara yüklemektedir. Burada depolanan materyallerini de Facebook, Viber, WhatsApp, Instagram gibi sosyal paylaşım platformlarında dolaşıma sokmaktadır (Göksun ve Salihi, 2018: 75). Örgüt, sosyal medya ile yaptığı propagandalar sayesinde daha geniş bir kitleye ulaşabilmiş, yabancı savaşçıları ve göçmenleri bünyesine çekmiştir (Özkaya, 2017: 50). IŞİD'in propagandası yukarıda da belirtildiği üzere tüm Müslümanları hilafet altında birleştirmek ve devlet yapısı oluşturmak üzerine yapılandırılmıştır. Bu nedenle propaganda yaparken başta kendisinin olmak üzere siyasi, dini ve sosyal hedeflerinin yenilmez olduğunu tekrar tekrar vurgulamaktadır. Örgüt, her vilayete rapor hazırlayan sosyal medyalara, örgütün haberlerini veren ajanslar kurmuştur. Twitter, örgütün her dilde propaganda yaptığı, Facebook ise daha çok aşırı radikal mesajlar, bomba yapımı ve silah temizliği gibi bilgilerin paylaşıldığı alanlardır. Youtube ise vahşet görüntülerini ya da militanların sloganlarını haklı gösterecek şekilde yaymak için kullanılmaktadır. Batı toplumunda yaşayan üçüncü kuşak bir genç kişisel sebeplerinden ya da psikolojik durumundan dolayı Youtube'dan izlediği bu görüntülerden rahatsız olmamakta ve onları haklı görmeye başlamaktadır. Bu sempaticilik, çevresinde, okulunda, iş yerinde ona yakınlık kuran bir örgüt elemanı tarafından sohbetler ile başlamaktadır. İyi bir gözlem sonucu kişinin zaafı öğrenildiğinde bu videoların izlenmesi ve sosyal medya hesaplarının takip edilmesi tavsiye edilmekte ve sempaticilik çoğu zaman örgüte katılım ile sonuçlanmaktadır. IŞİD'in sosyal ağları kullanımı ile ilgili araştırma yapan Berger ve Morgan, Twitter'daki örgüt destekçisi hesapları tespit etmeye çalışmış ve izledikleri taktikleri belirlemişlerdir. Buna göre IŞİD, Twitter'da spam mesajları engelleyen algoritmaları devre dışı bırakarak örgüt destekçilerinin istediği mesajı paylaşmasını sağlamaktadır. Örgüt bu taktikle popüler hashtagleri kullanarak geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bunun yanında mesajlaşma programı olan Telegram uygulamasını da aktif kullanarak yayınlanan dergilerini, videolarını, üstlendiği terör eylemlerini bu uygulamada yaptığı paylaşımlar ile dolaşıma sokmaktadır (Göksun ve Salihi, 2018: 77). Örgütün bu

uygulama ile yaptığı propagandalardan biri internet ortamında mizah amacıyla kullanılan bir fotoğraf aracılığı ile olmuştur. 25 Haziran 2014 tarihinde ‘Cihadın Kedileri’ etiketi ile başlatılan kedi fotoğrafı paylaşımları sempatizanlar tarafından hızla yayılmıştır. Elinde silah ya da bomba bulunan kedi fotoğrafları ile insanların gözündeki kedi imgesi cihat materyalleri ile birleştirilmek istenmiş ve bu propaganda kısa sürede binlerce kişiye ulaşmıştır (Martel, 2014). Terör örgütlerinin sosyal medya propagandası, son yıllarda dizi ve filmlere de konu olmuş ve bu yapımlarda, gençlerin nasıl kandırıldığı işlenmiştir. 2020 yılında yayınlanan ‘Kalifat’ adlı dizi Avrupa’daki üçüncü kuşak Müslümanların sosyal medya aracılığı ile terör örgütünün propagandasına inanarak örgüte katılmasını anlatan yapımlardandır (Hopewel, 2020). Bir diğer terör örgütü El Kaide de önceden kaydedilmiş görüntüleri, fotoğrafları ve duyuruları internet aracılığı ile yaymakta ve kampları arasında iletişimi sağlamaktadır. Sosyal medya platformları ile militan toplayan El Kaide aynı zamanda buradaki paylaşımları ile IŞİD aleyhine de propaganda yapmaktadır (Weiman, 2004: 5).

Sosyal medya propagandasına sadece IŞİD ve El Kaide gibi küresel örgütler başvurmamaktadır. Bunlardan PKK’nın Suriye’deki kolu YPG de sosyal medyayı kullanarak IŞİD’le mücadele eden bir imaj çizmekte ve bu propagandası ile çok fazla destek toplamaktadır. Ana akımın işlevsiz kaldığı yerlerde sosyal medya kullanılarak yapılan propagandalar geleneksel propaganda yöntemlerine göre daha ucuz herkese erişilebilir ve kolay olmaktadır. Terör örgütleri hedef aldığı kitle üzerinde kara propaganda yaparak kitlenin kendisini gerçekte var olmayan bir dünyaya yönlendirilmesini sağlamaktadır (Özdemir, 2015). 2016 yılında darbe girişiminde bulunan FETÖ de dijital mecraı yoğun bir şekilde kullanmış ve Türkiye aleyhinde kara propaganda yaptıkları panelleri sosyal medya üzerinden organize etmişlerdir. Anadolu Üniversitesi bünyesinde kurulan Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik Eğitim, Uygulama ve Araştırma Merkezi’nin yapmış olduğu bir çalışmada; FETÖ mensuplarının sosyal medyada gündem yaratarak ve hükümetten bazı kişileri hedef göstererek etkin olmaya çalıştıkları belirtilmiştir. FETÖ’nün sosyal medyada kullandığı taktikleri incelemek ve kamuoyuna duyurmak amacı ile yapılan bu analizlerde sosyal medyanın örgüt için kriminal bir iletişim aracı olduğu vurgulanmıştır. Aynı çalışmada elde edilen bir diğer bilgiye göre, örgüt mensupları sosyal medya platformlarında farklı siyasal kimliklerle sanal casusluk yapmış ve bilgi kirliliği yaratarak kara propaganda faaliyetleri yürütmüştür (Yaşar, 2019). Sosyal medya platformlarında etkin olan bir diğer örgüt olan PKK da yaşanan dijital evrime uyum sağlamış ve sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Özellikle Youtube uygulamasının görsel ve işitsel materyal açısından elverişli olması, örgütün propaganda faaliyetleri için sıklıkla kullandığı bir platform olmuştur. Ayrıca Youtube’da geleneksel medyada olan editöryel mekanizmanın bulunmaması ve içeriğin kolay yüklenebiliyor olması da bu platformu örgüt için uygun bir mecra yapmaktadır (Güney, 2020: 161- 165). BM ajansları tarafından Bakü’de düzenlenen Dünya Kültürlerarası Diyalog Forumu’nda katılımcılar terör örgütlerinin her ülkeden eleman toplama yöntemlerinin farklı olduğunu belirtmişlerdir. Fakat BM Hukuk ve Güvenlik Kurumları Yönetimleri Genel Sekreter Yardımcısı, örgütlere katılımın sosyal grupların militan toplamasının yanında internetin de çok etkili olduğunu ifade etmiştir (tr.euronews.com, 2017). Günümüzde bu sayılar düşüş yaşamış olsa da 2016 yılında ORSAM’ın IŞİD destekçileri ve Sosyal Medya Raporu’nun, ‘Twitter Sosyal Ağ’ analizinde, Türkçe konuşan IŞİD destekçilerinin her attığı tweette, PKK ve onunla bağlantılı olan konular ve kendi ideolojileri ile ilgili olan ruhani hususların ön planda olduğu belirtilmiştir (Haberturk, 2016). Paylaşımları ile yaptıkları örgüt propagandası, psikolojik olarak çöküntü yaşayan, kendini ifade etmekte zorluk yaşayan bireyleri etkilemekte ve bu bireylerin örgüte ilgi duymalarının önünü açmaktadır. Bu kişilerden çoğu örgütün propagandalarına inandırılarak beyinleri yıkanmakta ve örgütün eylemleri için kullanılmaktadır (Sarıdiken, 2019). Örgütlerin bu tür propagandaları için gençlerin ailelerini uyaran Sosyal medya uzmanı olan Yrd. Doç. Dr. Ali Murat Kırık, verdiği bir röportajda, sosyal medyanın parayla satın alınan bot hesaplar ile terör paylaşımlarının yapıldığı bir platform haline geldiğini ve milli duyguları inciterek karışıklık çıkardıklarını söylemektedir. Kripto hesap olarak tanımlanan bu hesaplar ideolojik bir görüntü oluşturduktan sonra yeterli takipçi sayısına ulaşip fotomontajlarla PKK gibi terör örgütlerinin gerçekten uzak propaganda yaptıklarını ifade etmektedir. Kırık’a göre bu hesaplar bilgi karışıklığı yaratarak algı oluşturmaktadırlar (Sabah, 2017).

Terör örgütleri, yaptıkları propagandayı, toplumu kutuplaştırmak amacı ile kullanılabilir. Teröristleri masum göstermeye çalışan bu tür ifadeler ifade özgürlüğünü öne sürülerek yapılmaktadır. Fakat ulusal hukukumuzda 3713 sayılı kanuna göre; bu ifade Facebook, Twitter gibi mecralarda yapılırsa da terör örgütünün şiddet ve cebir içeren eylemlerini övmesi ya da meşru göstermesi bakımından teşvik niteliğinde kabul edilip ceza verilebilmektedir. Facebook, Youtube, Telegram, Twitter gibi sosyal medya platformları,

terörü öven, terör propagandası yapan paylaşımların engellenmesi için çeşitli önlemler olsa da istenilen sonuç elde edilememekte ve her gün binlerce mesaj yayınlanmaktadır (Göksun ve Salih, 2018: 75). Farah Pandith'e göre ise özellikle Corona salgını ile birlikte gençlerin çevrimiçi geçirdikleri vaktin fazla olması, bu propagandalara daha fazla maruz kalmabileceğini göstermektedir. Bu nedenle bu çevrimiçi terörist paylaşımların önüne geçilmesi gerektiği ve ailelere dijital okuryazarlık eğitiminin verilmesini önermektedir. Bu platformların denetimi ve ebeveynlerin bilinçlendirilmesinin terörle mücadelenin merkezine konulması gerektiğini ifade etmektedir (Nbcnews, 2021).

Yukarıda belirtildiği üzere sosyal medyayı bir iletişim aracı olarak kullanmaya başlayan kişi sayısının artması klasik iletişim araçları ile yapılan birçok faaliyeti sosyal medya platformlarına taşımıştır. Bu faaliyetlerden biri olan propaganda da sıklıkla sosyal medya üzerinden yapılmaya başlanmıştır. Terör örgütlerinin sosyal medyayı kullanılmasının birçok nedeni bulunmaktadır. Hedef kitleye erişim kolaylığı bu avantajların en başında gelmektedir. Bünyelerindeki yazılımcılar ve yetenekli elemanların yaptığı propaganda vasıtasıyla çok kısa sürede çok sayıda sempatican toplayabilmektedirler. Terör örgütleri, sosyal medyadan yaptıkları propaganda ile kendilerini çok daha fazla insanın tanınmasını sağlamaktadırlar.

Sonuç

Propagandanın halk üzerindeki etkileri anlaşıldıktan sonra iktidarlar propaganda yarışına girmişlerdir. Dünya savaşları ve sonrasında liderler, kitleleri yönlendirebilmek için propaganda üzerinde çok fazla araştırma yapmış ve değişen düzen ile birlikte propaganda da çeşitlilik göstermiştir. Küreselleşme sürecinin de etkisi ile terör örgütleri gelişen teknolojiyi iyi kullanmakta ve iletişimin yeni türlerinden faydalanarak bu mecralarda propaganda faaliyetleri başlamışlardır. Batı toplumunda yaşayan ikinci ya da üçüncü kuşak göçmenlerin islamofobi ile karşılaşmaları, Doğu toplumlarında yaşanan mezhepsel çatışmalar ve bireyin üzerindeki özgürlüğü kısıtlayan baskılar, öteki olarak nitelendirilen bireyler, daha özgür bir şekilde yaşayacakları coğrafyalara gitmek istemektedirler. Kişilerin bu zaafalarını kullanarak yapılan örgüt propagandaları, hedef kitle üzerinde onlara daha uygun bir yaşam algısı oluşturmaktadır. Örgütler, bu algıyı son yıllarda binlerce kullanıcısı olan sosyal medya platformlarında yaparak bilinirliğini arttırmaktadır. Örgütlerin alanlarda verdiği silahlı mücadele sosyal medya üzerinden daha kolay ve daha ucuz olan kelime ve görsellerle yürütülmektedir. Yukarıda belirttiğimiz üzere kitle iletişim araçlarının artması ve yeni medya platformları, terör propagandasının daha geniş kitlelere ulaşmasının önünü açmıştır.

Terör propagandasının önceliği örgütü meşru göstermek, sempatican ve maddi destek toplamaktır. Örgütler medya araçlarını, seferberlik, tanıtım, planlama ve koordinasyon amacıyla etkili bir şekilde kullanılmaktadırlar. Teknoloji ile birlikte popüler kültüre hakim olan örgütler yayınlarında ya da sosyal medya paylaşımlarında bunu göstermektedir. Kullanılan popüler kültür dili özellikle sosyal medyada en çok vakit harcayan gençlere cazip gelmektedir. Atılan tweetler ile zaafaları olan, toplum tarafından dışlanan birçok kullanıcıya örgütün kendilerine kucak açtığı algısı yaratmaktadır. Bu kişileri, yeni bir düzenin onlarla kurulacağına inandırarak kendi tarafına geçmelerini sağlamaktadırlar. Dijital ortamda insanların zayıf yönlerini avantaja çevirebilen terör örgütleri için medya araçları hayat kaynağı oluşturmaktadır. Örgütün işgal ettiği yerlerdeki sosyal hayatı gerçeğinden saptırarak oluşturduğu videolar paylaşması, hedef kitlede bu bölgelerin huzurlu bir hayata sahip olduğu algısını yaratmaktadır. Bu da sempaticanların örgüte katılımını kolaylaştıran bir faktördür. Örgütlerle mücadele ederken artık sadece sahada değil siber ortamda da nitelikli önlemler alınması gerekmektedir. Örgütlerin, sahada silahla gerçekleştiremediği hedeflerini, dijital ortamda propaganda ile yapabildiklerini göz ardı etmemek gerekmektedir. İnternet siteleri ve sosyal paylaşım platformlarındaki terörist propagandayı sonlandırmak için devletlerin yeni bir takip sistemi geliştirmeleri terörle mücadele kapsamına alınmalıdır. Bunun yanında yapılan karşı propagandalar daha da arttırılarak sosyal medya devlet kurumları ve liderler tarafından etkin olarak kullanılmalı ve dijital propaganda farkındalığı oluşturularak örgütlere katılım engellenmelidir.

Kaynakça

- Akar, E., Özata, Z., Öztürk, C., Tuncer, S. (2013), *Sosyal Medya*, Eskişehir: TC. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- ASLAN, A. (2005), *Türkiye’de Medya-Toplum İlişkisi Ve Medyanın Profesyonellik Etiği Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme*, Akademik Bakış, Sayı: 5
- Asongu, S., Orim, S. M. I., Nting, R. T. (2019): *Terrorism and social media: Global evidence*, Journal of Global Information Technology Management, 22(3), 208-228
- ATEŞ, Ş. (2000), *Bir Siyasal İletişim Tarzı Olan Propagandanın Tanınması Ve Propaganda Metinlerinin Çözümlemesi*, Bilig, 13, (117-135).
- Bayraktar, N., Özgen, E. (2016), *Spin Doctor kavramının tehdidi altında halkla ilişkiler*. Marmara İletişim Dergisi, 21, 1-17
- BBC News. (2017), *IŞİD’in yeni propaganda aracı: Instagram*, 07.08.2021 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41360381> adresinden alındı
- BM Raporu. (2014), *SA933/TG61: Birleşmiş Milletler genel Kurulu'nun (BMGK) 2170 Sayılı IŞİD Kararı*.
- Bozkurt, E., Kanat, S. (2007), *Uluslararası Toplumun Paradoksu: Terörizm, İnsan Hakları, Güvenlik ve 11 Eylül Sonrası Meydana gelen Değişiklikler*, Asil Yayınları, Ankara.
- Bural, B.E. (2020), *Teni Nesil Terörizm Paradigması*, M. Imil içinde, *Yeni Nesil Terörizm*, (11-33). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- COLLINS, A. (2017), *Güvenlik Çalışmaları*, İstanbul: Röle Akademik Yayıncılık.
- Çetin, B. (2016). *Propaganda Olgusu Ve Propagandanın Amerikanlaşması*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24 (2), 239-266
- Demir, C. (2019), *Terörizm ve Terörizmle Mücadele*, Güvenlik Yazıları Serisi, 26
- DW Türkçe. (2015), *IŞİD’in propaganda aracı*, 07.05.2021 tarihinde <https://soundcloud.com/dw-turkce/i-din-propaganda-arac> adresinden alındı.
- Erkiş, İ., Summak, M. (2014). *Propaganda Ve Dış Politika*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 14 (1-2) , 269-292.
- Göksun Y., Salih E. (2018), *Deaş’ın Medya Stratejisi*, 05.05.2021 tarihinde <https://setav.org/assets/uploads/2018/01/98.-DAES%CC%A7-tamrapor.pdf> sitesi adresinden alındı.
- Güney, Y. (2020), *Sosyal Medya Ve Terör: Pkk Ve Youtube Örneği*, T. Yerlikaya içinde *Terörün Medyatikleştirilmesi Pkk Örneği*, (157-177) İstanbul: Seta Kitapları
- Gürel, M.M. (2008). *Küreselleşen Dünya ve Terörizm*, İstanbul, Türkiye: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Habertürk (2016), *ORSAM’ın "DAEŞ destekçileri ve Sosyal Medya" Raporu*, 03.05.2020 tarihinde <https://www.haberturk.com/yerel-haberler/haber/10009269-orsamin-daes-destekcileri-ve-sosyal-medya-raporu> adresinden alındı.
- Helvacıköylü, G. (2007), *Terör Nedir?* 08.05.2020 tarihinde https://tasam.org/tr-TR/Icerik/515/teror_nedir adresinden alındı.
- Hoffman, A., Schweitzer, Y. (2015), *Cyber jihad in the service of the Islamic State (ISIS)*, *Stratejic Assesment*, 18(1), 71-81.
- Hoffman, B., (1998), *Inside Terrorism*, New York, Columbia University Press.
- İstanbul Avukat Baran Doğan Hukuk Bürosu, *Örgüt Propagandası Suçu Nedir? (TMK 7/2 - TCK 220/8)*, 01.05.2020 tarihinde <https://barandogan.av.tr/blog/ceza-hukuku/propaganda-sucu-cezasi-nedir.html>, adresinden alındı.
- Karaarslan, A. (2014). *İfade Özgürlüğü Bağlamında Terör Propagandasının Yasaklanması Sorunu*, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (4), 311-349.
- Karaca, M., ve Çakı, C. (2018). *Propaganda Çeşitleri, İletişim ve Propaganda*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karakaya, İ. (2019), *Terörizm Kavramı, Nedenleri, Çeşitleri ve Tarihsel Gelişimi Bağlamında El Kaide ve İsid Örnekleri*, S. Erol ve M. Ekşi içinde, *Uluslararası İlişkilerde Güncel Sorunlar*, (137-158), Ankara: Akçağ Yayın.
- Kartal, A. (2018). *Uluslararası Terörizmin Değişen Yapısı ve Terör Örgütlerinin Sosyal Medyayı Kullanması: Suriye’de DAEŞ ve YPG Örneği*. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 14 (27) , 39-77.
- Kazan, H. (2016). *Terör Medya İlişkisi ve Medya Terör Haberciliği*, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 13(24), 109-147.

- Korkmaz, S. *Sosyal Medyanın Terör Örgütlerince Kullanımı Ve Dağ Terör Örgütü*, 29.04.2020 tarihinde <https://dergi.diyaret.gov.tr/makaledetay.php?ID=30032> adresinden alındı.
- Martel, F. (2014). *ISIS Now Selling Jihad With Account Full Of Adorable Kittens*. 14.05.2020 tarihinde <http://www.breitbart.com/national-security/2014/06/26/isis-now-selling-jihad-withtwitter-account-full-of-adorable-kittens/> adresinden alındı.
- Maurice Marget, (1972). *Psikolojik Savaş*, İstanbul: Varlık Yayınları.
- NBC news, (2021), *Teen Terrorism Inspired by Social Media is on the rise. Here's What We Need to Do*, 08.05.2021 tarihinde <https://www.nbcnews.com/think/opinion/teen-terrorism-inspired-social-media-rise-here-s-what-we-ncna1261307> adresinden alındı.
- Okuducu, S. (2019), *Terör Örgütü Propagandası Suçu Ve İfade Özgürlüğü*, 01.05.2020 tarihinde <https://www.hukukihaber.net/terror-orgutu-propagandasi-sucu-ve-ifade-ozgurlugu-makale,6896.html> adresinden alındı.
- Özdemir, İ. (2015), *Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya*, 05.05.2021 tarihinde <https://www.icisleri.gov.tr/arem/propaganda-araci-olarak-sosyal-medya> adresinden alındı.
- Özer, N. (2019). *Propagandada Yöntemler, Araçlar Ve Bir Propaganda Modeli Olarak; Herman Ve Chomsky Propaganda Modeli*. Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 1(1), 15-30.
- Özkaya, E. (2017), *The Use Of Social Media For Terrorism*, Defence Against Terrorism Review, 9, 47-59.
- Özyuvar, E., Şen, F. (2015), *Terör ve Terörizm Üzerine*, Ankara: Yargı Yayınları.
- Sabah. (2017), *Terörün Algı Aracı Sosyal Medya*, 29.04.2020 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/yasam/2017/12/07/terorun-almi-araci-sosyal-medya> adresinden alındı.
- Sarıdiken, B. (2019), *DEAŞ (İŞİD) Örneği ile Medya ve Terör İlişkisi*, International Social Sciences Studies Journal, 5(43), (4646-4657).
- Sayar, K. *Terörün Psikolojisi*, 03.05.2020 tarihinde <http://www.kemalsayar.com/KategoriDetayTerorun-Psikolojisi-37.html> adresinden alındı.
- Shaw, M., (2000), *Theory of the Global State*, Cambridge, Cambridge University Press.
- SMU Department of Physics, *Black Propaganda*, 08.05.2021 tarihinde <https://www.physics.smu.edu/pseudo/Propaganda/black.html> adresinden alındı. .
- Terörle Mücadele Kanunu, (1991). 10.04.2020 tarihinde <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3713.pdf>. Adresinden alındı.
- Türkiye Barolar Birliği. (2006). *Türkiye ve Terörizm*. Ankara: TBB Yayınları.
- Volkan, V. Suistola J. (2017), *Tarihi Ve Psikolojik Boyutlarıyla Uluslararası Terörizm*. Ankara: Pusula Yayınevi.
- Yaşar, E. (2019). *FETÖ'nün Sosyal Medyada Kullandığı Taktik ve Stratejiler*, 07.05.2021 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/15-temmuz-darbe-girisimi/fe-tonun-sosyal-medyada-kullandigi-taktik-ve-stratejileri/1531416>, adresinden alındı.
- Yenen, İ. (2016). *Yazılı Basında Yayımlanan Küresel Terör Haberleri Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme*, Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 5(3), (152-177).
- Wikan, V. S. (2018), *Is "One Man's Terrorist Another Man's Freedom Fighter"?*, 06.05.2021 tarihinde <https://www.e-ir.info/2018/11/29/is-one-mans-terrorist-another-mans-freedom-fighter/> adresinden alındı.