

**İstihbarat Çalışmaları ve Araştırmaları Dergisi**

**Journal of Intelligence Research and Studies**

**Haziran 2022, Cilt: 1, Sayı: 1, ss.60-83**

**June 2022, Volume: 1, Issue: 1, pp.60-83**

**ISSN 2822-3349 (Basılı/Print)**

**ISSN 2822-3357 (Çevrimiçi/Online)**

---

**Makaleye ait Bilgiler / Article Information**

Araştırma Makalesi / Research Article

Makale Başvuru Tarihi / Application Date : 01 Haziran 2022 / 01 June 2022

Makale Kabul Tarihi / Acceptance Date : 21 Haziran 2022 / 21 June 2022

Makale Yayın Tarihi / Publication Date : 30 Haziran 2022 / 30 June 2022

**Makalenin Başlığı / Article Title**

Terörizmle Mücadelede Sosyal Medya İstihbaratı: FETÖ/PDY Terör Örgütü Sosyal Ağ Analizi Örneği

Social Media Intelligence in Combating Terrorism: Social Network Analysis of the FETO/PDY Terrorist Organization

**Yazar(lar) / Writer(s)**

Erol Başaran BURAL

**Atıf Bilgisi / Citation:**

Bural, E.B. (2022). Terörizmle Mücadelede Sosyal Medya İstihbaratı: FETÖ/PDY Terör Örgütü Sosyal Ağ Analizi Örneği. *İstihbarat Çalışmaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(1), ss.60-83, DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/icad.3>

Bural, E.B. (2022). Social Media Intelligence in Combating Terrorism: Social Network Analysis of the FETO/PDY Terrorist Organization. *Journal of Intelligence Research and Studies*, 1(1), pp.60-83, DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/icad.3>

Terörizm ve Radikalleşme ile Mücadele Araştırma Merkezi Derneği

Research Center for Defense Against Terrorism and Radicalization Association

Adres/Address: Beytepe Mah. Kanuni Sultan Süleyman Bulvarı 5387. Cadde  
No:15A D:58

06800 Çankaya/Ankara

Telefon/Telephone: +90 312 441 11 50

[www.icadergisi.com](http://www.icadergisi.com)

e-posta/e-mail: [editor@icadergisi.com](mailto:editor@icadergisi.com)

## **TERÖRİZMLE MÜCADELEDE SOSYAL MEDYA İSTİHBARATI: FETÖ/PDY TERÖR ÖRGÜTÜ SOSYAL AĞ ANALİZİ ÖRNEĞİ**

**Erol Başaran BURAL\***

### **ÖZET**

Sosyal medya; bireylerin çevrimiçi olarak birbirleriyle etkileşim içerisinde buldukları, kendi ürettikleri metin, fotoğraf, ses, video veya bunların karışımından oluşan içerikleri ya da fikirlerini paylaştıkları, bir konu üzerinde tartıştıkları, tartışılan bir konuya katkıda buldukları platformlardır. İnsanların internet üzerinde çevrimiçi sosyal ağlar oluşturabilmesini sağlayan sosyal medya araçları, sadece sıradan bireyler değil suça bulaşmış kişiler ve suç örgütleri tarafından da tercih edilir hale gelmiştir. Bu çerçevede, gelişen yeni teknolojilere uyum sağlayan terör örgütleri de sosyal medyayı etkin olarak kullananlar arasındaki yerini almışlardır. Günümüzde terör örgütleri; örgüte yeni elemanlar temin etmek, örgüte mali destek sağlamak; örgüt elemanlarına eğitim vermek, örgüt elemanları ve diğer örgütlerle iletişim kurmak; durumsal farkındalıklarını artırmak, terör eylemlerini planlamak üzere bilgi toplamak; gençlerin radikalleştirilmesini sağlamak, örgütün propagandasını yapmak amaçlarıyla sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar. Terör örgütlerinin sosyal medyada daha aktif hale gelmesiyle devletler de terörle mücadelede yeni yöntemler geliştirmiş, terör örgütlerinin ve sempatanlarının sosyal medya hesaplarını izleyerek istihbarat toplamaya başlamışlardır. Bu çalışma kapsamında da FETÖ/PDY (Fetullahçı Terör Örgütü / Paralel Devlet Yapılanması) sempatanı Twitter hesapları kartopu yöntemi ile tespit edilecek, tespit edilen Twitter hesaplarının takip ettiği hesaplar bulunacak, bu hesaplara ait son dönem paylaşımları toplanacak, toplanan veriler sosyal ağ analizi ve içerik analizi yöntemleriyle analiz edilerek sosyal medya istihbaratına dönüştürülecektir.

**Anahtar Kelimeler:** *Sosyal Medya İstihbaratı, Terörizm, Terörizmle Mücadele, İstihbarat, FETÖ/PDY.*

## **SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE IN COMBATING TERRORISM: SOCIAL NETWORK ANALYSIS OF THE FETO/PDY TERRORIST ORGANIZATION**

### **ABSTRACT**

Social media is an internet tool of which the individuals interact with each other online. Those are the platforms where people can share their own content or ideas by using the text, photos, audio, video or a mixture of these, and also can discuss and contribute to a topic under discussion. Social media tools have become preferred not only by the ordinary

---

\* Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Bilim Uzmanı, Terörizm ve Radikalleşme ile Mücadele Araştırma Merkezi Başkanı, erolbural@teram.org, ORCID: 0000-0002-3355-2018.

Makale Başvuru Tarihi / Application Date: 01 Haziran 2022 / 01 June 2022

Makale Kabul Tarihi / Acceptance Date: 21 Haziran 2022 / 21 June 2022

people but also by criminal organizations. In this context, terrorist organizations, which are adapting themselves to new technologies, have also taken their place among those who use social media. Terrorist organizations use social media tools to; recruit new members, provide financial support, communicate with its members, provide training to its members, increase the organizations' situational awareness, collect information to plan terrorist acts, radicalize and make propaganda. As terrorist organizations became more active in social media, states also developed new methods of combatting terrorism and started to collect intelligence by monitoring terrorist organizations and their supporters' social media accounts. In this study, FETÖ/PDY supporter's Twitter accounts identified by snowball method, the recent posts of these accounts collected; the collected data analyzed by social network and content analysis methods then converted into social media intelligence.

**Keywords:** *Social Media Intelligence, Terrorism, Combating Terrorism, Intelligence, FETO/PDY.*

## GİRİŞ

İnternetin avuç içi büyüklüğünde cihazlarda mobil olarak kullanılabilir hale gelmesi, zaman içerisinde internet kullanımının daha ucuz bir hal alması hayatı büyük ölçüde kolaylaştırmıştır. İletişim teknolojisinin hızlı gelişimiyle birlikte sosyal medya araçlarının kullanımı da bireylerin hayatlarının bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde çok sayıda insan hem mobil hem de sabit cihazlardan internete erişerek sosyal medyayı kullanmaktadırlar. İnsanların hayatlarını kolaylaştıran bu gelişmeler suç örgütleri ile birlikte terör örgütlerinin de dikkatini çekmiş, bunun sonucunda ise terör örgütleri, terör örgütü mensupları ve terör örgütü sempatanları sosyal medyayı kullanmaya başlamışlardır.

Makalenin konusu sosyal medyanın terör örgütlerince kullanılması, bunun neticesinde bu örgütlerin sosyal medya araçlarında yaptıkları paylaşımların oluşturduğu büyük hacimli bir verinin ortaya çıkması, terör örgütlerince yaratılan büyük verinin sosyal medya araçlarından toplanması, toplanan verilerin ise tasnif edilerek analiz edilmesi sonucunda terörizmle mücadele açısından faydalı istihbarat üretilmesi hususlarını kapsamaktadır.

Çalışmada<sup>1</sup> amaç, sosyal medyadan elde edilecek istihbaratın terörizmle mücadelede ne şekilde kullanılabileceğini araştırmaktır. Bu

---

<sup>1</sup> Bu çalışma; 23-25 Eylül 2021 tarihinde Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisinde icra edilen II. Uluslararası Güvenlik Kongresinde sunumu yapılan "Terörizmle Mücadelede Sosyal Medya İstihbaratı: FETÖ/PDY Terör Örgütü Sosyal Ağ Analizi Örneği" isimli bildirinin genişletilmesiyle üretilmiştir. Çalışma kapsamında ayrıca "Terörizmle Mücadelede Sosyal Medya İstihbaratının Önemi: PKK Terör

kapsamda sosyal medya uygulamalarından Twitter’da varlığını sürdüren FETÖ/PDY sempaticanlarına ait verilerin NodeXL Pro<sup>1</sup> isimli uygulama ile toplanması, toplanan verilerin aynı uygulamayla analiz edilmesi, elde edilen bulguların sosyal medya istihbaratı kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmanın varsayımı; Twitter’da bulunan FETÖ/PDY terör örgütü sempaticanlarına ait sosyal ağın, sosyal medya istihbaratıyla analiz edilmesiyle örgütün iletişim ağının tespit edilebileceği şeklinde ortaya konulmuştur.

Bu çalışmanın yöntemi üç basamaktan oluşmaktadır. Birinci basamakta Twitter sosyal medya uygulamasında faaliyet gösteren FETÖ/PDY terör örgütü sempaticanı hesaplar kartopu yöntemiyle tespit edilecek, ikinci basamakta tespit edilen hesaplara ilişkin veriler toplanacak ve üçüncü basamakta da toplanan veriler sosyal ağ analizi yöntemiyle analiz edilerek istihbarat üretilecektir.

Araştırmanın temel varsayımı; FETÖ/PDY sempaticanlarının sosyal medya araçlarından Twitter’da meydana getirdikleri sosyal ağın sosyal medya istihbaratı çerçevesinde incelenmesi sonucunda, örgütün haberleşme ve propaganda ağının açığa çıkarılabileceğidir.

Araştırmada öncelikle kavramsal açıdan sosyal medya ve sosyal meydanın terör örgütlerince kullanılması tartışılacak, sosyal medyadan istihbarat üretilmesinin ne şekilde ve nasıl yapılabildiği araştırılacak, ardından araştırmanın yöntemi ortaya konulacak ve sonuç bölümünde elde edilen bulgular değerlendirilecektir.

## **1. SOSYAL MEDYA VE TERÖR ÖRGÜTLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI**

Hem iletişim hem de halkla ilişkiler disiplinleri tarafından sosyal medyanın farklı tanımları ortaya konulmuştur. Tanımlar çoğunlukla sosyal medyanın kullanıcı tarafından oluşturulan içerik ve kullanıcılar arasındaki

---

Örgütünün Twitter’daki Görünürlüğü Üzerine Sosyal Ağ Analizi” başlığıyla Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü’nde kabul edilen, yazara ait yüksek lisans tezinden faydalanılmıştır.

<sup>1</sup> Uygulamaya <https://www.smrfoundation.org/nodexl/> adresinden erişilebilmektedir. Pro sürümü, NodeXL’in ücretli sürümlerinden birisidir. Bu çalışmada yapılan işlemlerin büyük bir kısmı ücretli sürüm ile gerçekleştirilebildiğinden bu sürüm yazar tarafından satın alınmıştır.

etkileşimini vurgulamaktadır (Carr ve Hayes, 2015, s.47). Sosyal medyanın ne olduğunu ortaya koyabilmek için ilk olarak sosyal medya ile ilişkilendirilen “Web 2.0” ve “kullanıcı tarafından oluşturulan içerik” terimlerine göz atmakta fayda görülmektedir.

Bu terimlerden Web 2.0 içeriklerin bireyler tarafından oluşturulup yayımlandığı, kullanıcıların katılımını esas alan platformlar olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu platformlar, bloglar, wikiler gibi bireyler tarafından içerikleri oluşturulan internet sitelerini kapsamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60-61). “Kullanıcı Tarafından Oluşturulan İçerik” ifadesi ise 2005 yılından itibaren geniş bir kitle tarafından kullanılmaya başlanan, kullanıcıların oluşturduğu medya içeriklerini tanımlamaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010, s.61).

Sosyal medyaya ilişkin ortak özellikler aşağıdaki başlıklar altında toplanabilmektedir:

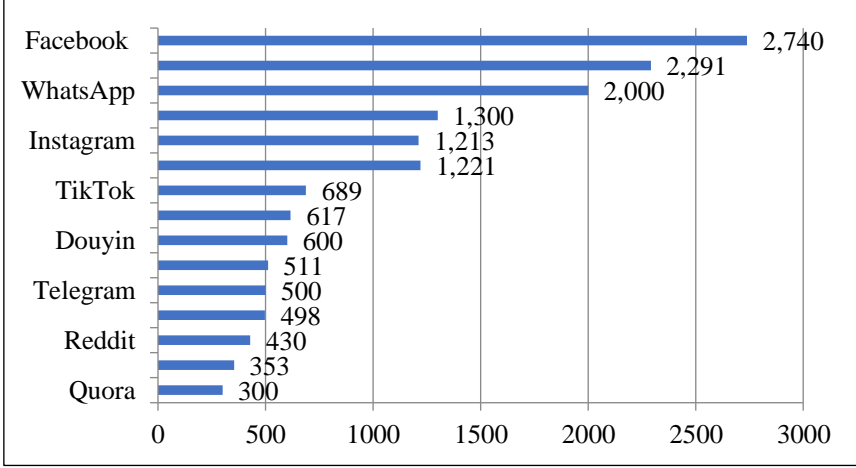
- Sosyal medya siteleri Web 2.0 içeriğinde kabul edilmektedir.
- Sosyal medyanın temelini, sosyal medya kullanıcıların hazırladığı içerikler oluşturmaktadır.
- Bireyler ya da topluluklar sosyal medya siteleri veya uygulamalarına katılabilmek için kullanıcı profili oluşturmak zorundadırlar.
- Sosyal medya servisleri, söz konusu profilleri bir araya getirerek çevrimiçi (online) sosyal ağların teşkilini kolaylaştırmaktadır (Obar ve Wildman, 2015, s.745).

En temel anlamda sosyal medya, sosyal bir ağ meydana getirmek ve bilgi paylaşımı yapmak için çevrimiçi topluluklar oluşturmak amacıyla tasarlanmış web siteleri ve uygulamalar şeklinde tanımlanabilmektedir (Osborne-Gowey, 2014, s.55).

Sosyal medya, bireylerin fikirlerini, düşüncelerini, kendilerinin hazırladıkları içeriklerini çevrimiçi olarak diğer kullanıcılarla paylaşımlarını sağlamaktadır. Bireylerin içerik oluşturabilmesi ve yapılan paylaşımlara yorum yapılarak etkileşime girilebilmesi açısından sosyal medya diğer medya araçlarından ayrılmaktadır. (Scott, 2010, s.38).

*Terörizmle Mücadelede Sosyal Medya İstihbaratı:  
FETÖ/PDY Terör Örgütü Sosyal Ağ Analizi Örneği  
Erol Başaran BURAL*

Tablo-1. Kullanıcı Miktarları x1.000 (Kaynak: We Are Social 2021, Digital 2021 July global statshot report)



İçinde bulunduğumuz dönemde milyarlarca insan tarafından kullanılan sosyal medya bireylerin hayatın her alanında kullandıkları ayrılmaz bir parçaları haline gelmiştir. Tablo-1.'de görüldüğü üzere 2021 yılı şubat ayı verilerine göre en fazla kullanıcısı bulunan sosyal medya uygulaması Facebook'tur. En fazla kullanıcıya sahip bir diğer uygulama YouTube'dur. YouTube'u üçüncü sırada yer alan Whatsapp uygulaması takip etmektedir (We Are Social, 2021).

Oldukça yaygın bir şekilde ve milyarlarca insan tarafından kullanması nedeniyle sosyal medya, yalnızca sıradan bireylerin değil suça bulaşmış kişiler, suç örgütleri ve terör örgütleri tarafından da tercih edilir hale gelmiştir. Bireylerin çevrimiçi olarak internet üzerinde bir araya gelerek sosyal ağlar oluşturmasına olanak sağlayan, kendilerinin oluşturduğu, metin, görsel, video gibi içerikleri diğer bireylerle paylaşılmasına yarayan sosyal medya araçları birtakım özellikleri nedeniyle terör örgütü mensupları ve sempatanları tarafından tercih edilmektedir.

Bu özelliklerinden en önemlisi, terör örgütlerinin sosyal medyada yaptıkları paylaşımlarla, düzenledikleri terör eylemlerinin kamuoyu üzerindeki etkisini artırabilmeleridir (Knox, 2014: 300-301). Ayrıca sosyal medya, örgütlerin mesajlarını hedef kitlelerine doğrudan iletmelerini sağlamaktadır. Sosyal medya araçları; terör örgütlerinin eleman temin etmelerini, finansal kaynağı sağlamalarını ve propaganda yapmalarını

kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte terör örgütleri, savunmasız bireyleri bulmak için de sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

Terör örgütleri sosyal medyayı üç temel nedenden (Weimann, 2014, s.3) dolayı tercih etmektedirler. Bu nedenlerden ilki terör örgütü hedef kitlelerinin sosyal medya araçlarını etkin şekilde kullanmasıdır. İkinci neden, sosyal medya kullanımının oldukça kolay olması, sosyal medya kullanma maliyetinin oldukça düşük olmasıdır. Üçüncü neden ise terör örgütlerinin sosyal medya kullanarak hedef kitlelerine doğrudan ulaşmalarının kısa bir sürede mümkün olmasıdır.

Terör örgütleri sosyal medyayı; ucuz olması, kullanımının kolay olması ve çok sayıda insana hızlı bir şekilde ulaşmaya olanak sağlaması nedeniyle tercih etmektedirler. Sosyal medya aracılığıyla terör örgütleri sosyal ağlarda etkileşim yaratabilmektedirler. Sosyal medya teröristlerin mesajlarını doğrudan hedef kitlelerine iletmesine ve onlarla gerçek zamanlı olarak ilişki kurmalarına izin vermektedir. Terör örgütleri ve sempatanları, amaçlarına ulaşmak için YouTube, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya sitelerinde giderek daha fazla yer almaktadırlar (Benter ve Cawi, 2021, s.14).

Terör örgütleri, eleman temin etmek, örgüt üyelerine eğitim vermek, terör örgütü elemanları ve diğer terör örgütleriyle iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar. Sosyal medya platformları sayesinde terör örgütleri, ideolojilerini, terör eylemi görüntülerini, örgüt propagandalarını hedef kitlelerine yayabilmektedir. Sosyal medya araçlarını kullanarak terör örgütleri çatışma bölgelerinden birbirlerine tecrübe aktarımı yapabilmekte, yine görece daha tecrübeli terör örgütlerinden eğitim broşürleri veya videoları alabilmektedirler (Hossain, 2015, ss.136-140).

Örneğin El Kaide terör örgütünün sosyal medyayı eleman temini amacıyla yoğun bir şekilde kullanan ilk örgüt olduğu iddia edilmektedir (Jenkins, 2011, s.1). DEŞ (ed Devlet'ul İslamiy el-Irak veş-Şam'd) terör örgütü de YouTube'un kullanım maksadını basit bir propaganda aracından eleman temin etme mekanizmasına çevirmiştir. Terör örgütleri, sosyal medya ihlallerinin tespit edilmesinin zor olmasından yararlanarak, televizyonlarda sansürlenecek videoları YouTube'a yükleme şansını yakalamıştır (Weimann, 2014, s.10).

Boko Haram<sup>1</sup> terör örgütü ise, sosyal medyayı daha çok propaganda aracı olarak kullanmaktadır. Boko Haram'ın sosyal medya kullanımı, DEAŞ terör örgütüne biat etmesi ve 2015 yılında “İslam Devleti Batı Afrika Eyaleti” haline gelmesiyle birlikte artış göstermiştir. O zamandan bu yana Boko Haram terör örgütü Twitter, YouTube ve Facebook'ta daha aktif hale gelmiştir (Besenyó ve Sinkã, 2021, s.72).

El Şebab<sup>2</sup> terör örgütü ise kurulduğu 2006 yılından bu yana, Somali'de yaşayan yerel halkı, Somali diasporasını ve dünya medyasını etkilemek amacıyla sosyal medyadaki çevrimiçi varlığını güçlendirmiştir. El Şebab sosyal medya sitelerini; propaganda yapmak, yeni sempatanlar kazanmak, eleman temin etmek, finans sağlamak ve terör faaliyetlerini koordine etmek gibi çeşitli nedenlerle tercih etmektedir. Farklı medya platformlarında profilleri ve hesapları olmasına rağmen, El Şebab, YouTube ve Twitter'da yoğun bir çevrimiçi varlığa sahiptir (Besenyó ve Sinkã, 2021, s.69).

Terör örgütlerinin sosyal medya kullanımına verilebilecek bir diğer örnek de Facebook'un PKK/PYD (Partiya Karkerên Kurdistanê - Kürdistan İşçi Partisi / Partiya Yekitiya Demokrat - Demokratik Birlik Partisi) terör örgütü tarafından örgüte eleman temini amacıyla kullanılmasıdır. PKK/PYD DEAŞ'ın Suriye kuzeyinde çok sayıda bölgeyi ele geçirmesinin ardından Facebook'ta “The Lions of Rojava” isimli bir hesap açmış, kısa süre içerisinde bu hesabı 20.000'den fazla kişi takip etmiştir. Bu takipçilerden bazıları, Facebook üzerinden aldıkları talimatlarla Suriye'ye ulaşarak PKK/PYD terör örgütüne katılmışlardır (Taylor, 2014).

## **2. SOSYAL MEDYA İSTİHBARATI**

Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya araçlarıyla ürettikleri verilerin analizi sonucunda üretilen istihbarata sosyal medya istihbaratı adı verilmektedir (Bartlett ve Reynolds, 2015, s.27). Sosyal medya araçlarıyla üretilen bu veriler ise beş ayrı alanda sınıflandırılabilir. Sosyal medyada üretilen verilerin birincisi “paylaşımlardır”. Twitter uygulamasında paylaşımlara “tweet”, Facebook'ta ise “gönderi” adı verilmektedir.

---

<sup>1</sup> Kelime olarak “Batılı Eğitim Haram” anlamına gelen Boko Haram Nijerya'da faaliyet gösteren terör örgütüdür. Ayrıntılı bilgi için bkz: Ekhomu, O. (2019). Boko Haram: Security considerations and the rise of an insurgency. CRC Press.

<sup>2</sup> 2011 yılından itibaren Somali'de mevcut rejimi ortadan kaldırmak amacıyla faaliyet gösteren terör örgütüdür. Ayrıntılı bilgi için bkz: Fisher, B. (2014). Al-Shabaab in Somalia: The History and Ideology of a Militant Islamist Group, 2005–2012.



Paylaşımlar çoğunlukla metin şeklinde olabildiği gibi videolar, fotoğraflar ya da bunların karışımından oluşabilmektedir. Sosyal medyadan veri elde edilen ikinci alan ise bireylerin paylaşımlarına verilen cevaplardır (Hassan ve Hijazi, 2018, s.206).

Sosyal medya araçlarından verinin toplanabileceği üçüncü kategori ise görsellerdir. Sosyal medya kullanıcılarının; görseller paylaşmalarına müsaade etmektedir. YouTube ve benzeri sosyal medya uygulamalarından canlı yayın yapılmasına dahi izin verilmektedir. Sosyal medya verilerinin üretildiği bir diğer alan üst veri (metadata) alanıdır. Üst veriler, sosyal medya kullanıcılarının yarattıkları profil, coğrafi konum bilgilerini, paylaşım zamanı bilgilerini kapsamaktadır. Veri elde edilebilecek beşinci kategori ise sosyal medyada birbirleriyle iletişim içerisinde olan bireylerin yaratmış olduğu sosyal ağ verileridir. Sosyal ağ verilerinden; sosyal medyada bir araya gelen kişilerin etkileşim içerisinde bulunduğu kişiler hakkında da veri elde edilebilmektedir (Hassan ve Hijazi, 2018, s.207).

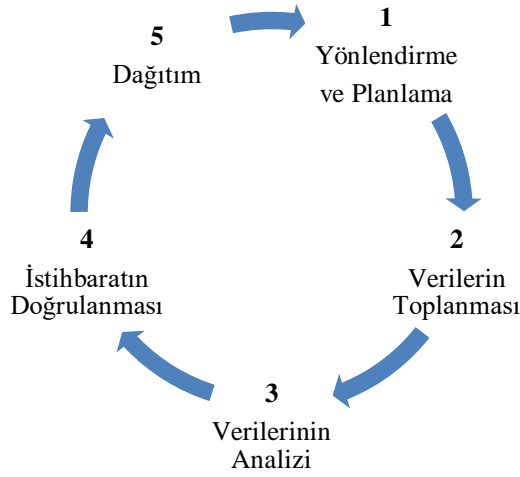
Sosyal medya istihbaratı, bireylerin sosyal medya araçlarında paylaştıkları bu tür verileri istihbarat üretmek amacıyla toplamaktadır (Gill ve Phythian, 2018, s.129). Sosyal medyadan toplanan bu veriler kolluk kuvvetlerinin istihbarat ihtiyaçlarını karşılamak için toplandıktan sonra, işlenmekte, analiz edilmekte ve raporlanmaktadır (Antonius ve Rich, 2013, s.45).

Sosyal medya istihbaratının amacı; karar alıcı makamlar için bilinmeyenleri en aza indirebilmektir. Sosyal medya istihbaratı sayesinde istihbarat birimleri; örgütlerin davranış kalıplarını ortaya koyabilmekte, bu sayede örgütleri daha ayrıntılı inceleyebilmektedir. Sosyal medya istihbaratı, kriz zamanlarında da karar alıcılara gerçek zamanlı bir bilgi akışı sağlayabilmektedir (Ivan vd., 2015, s.506).

Veriden istihbarat üretilmesine kadar uzanan, çoğunlukla “çark” şeklinde de ifade edilen süreç (Şekil-1) beş temel basamaktan oluşmaktadır. Sosyal medya istihbarat çarkı, diğer istihbarat çarklarında olduğu gibi bir döngü olup, toplama analizcilerin “hangi konuya yönelik bilgi toplanacak?”, “hangi sosyal medya aracından toplanacak?” sorularına uygun cevaplara yönlendirilmesi ve sürecin planlanmasıyla başlamaktadır. Yapılan planlamanın ardından sosyal medya araçlarından konuya yönelik verinin elde edilmesi, bir araya getirilen verinin analizi gerçekleştirilmektedir.

Sosyal medya istihbaratının en büyük dezavantajlarından birisi belki de bu araçlarla yayımlanan bilgilerin bireyler tarafından ve doğrulanmadan yayımlanmalarıdır. Dolayısıyla sosyal medyada yapılan paylaşım içeriklerinin doğru olmama ihtimali bulunmaktadır. Bu nedenle sosyal medyadan elde edilerek analizi yapılarak üretilen istihbaratın, diğer istihbarat vasıtaları ile doğrulanması gerekmektedir. Sosyal medya istihbarat çarkının son aşamasında ise üretilen istihbaratın dağıtılması yer almaktadır.

Şekil – 1. Sosyal Medya İstihbarat Çarkı<sup>1</sup>



Sosyal medya istihbaratı da dâhil olmak üzere istihbaratın temel amacı, bir konu hakkındaki bilgi eksikliğini azaltarak karar verme kalitesini artırmak olarak tanımlanmaktadır. Oldukça geniş bir ilgi alanını kapsamaması nedeniyle, sosyal medya kaynaklarının analizi çok sayıda konuda istihbarat üretebilmektedir. Bu istihbarat hem özel sektörde hem de kamu sektöründe çok sayıda kuruluşta karar verme sürecini iyileştirebilmektedir. Sosyal medya istihbaratı kamu sektörü için, zaman baskısı altında zor kararlar vermek zorunda kalan karar alıcılara sunulan bilgiyi ve bu bilginin kalitesini artırarak kamu güvenliğine katkıda bulunabilmektedir (Omand, vd., 2014, s.25).

Sosyal medya istihbaratı üç farklı alanda kamu güvenliğine katkı sağlayabilmektedir. Bunlardan ilk ve en temel alan, güvenlik alanında yetkili

---

<sup>1</sup> İstihbarat çarkı basamakları değişkenlik gösterebilmektedir. Şekilde gösterilen istihbarat çarkı mevcut istihbarat çarklarından yola çıkılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

kişilerin durumsal farkındalıklarını geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Bu kapsamda sosyal medya istihbaratı güvenlik birimlerinin farkındalığını güçlendirmek maksadıyla “neler oluyor?”, “nerede oluyor?”, “kimler yapıyor?” gibi sorulara cevap aramaktadır. İkinci ve daha karmaşık alan, olayların neden ve nasıl meydana geldiğinin açıklanabilmesine ilişkin analiz yapılabilmesidir. Kamu güvenliğine ilişkin olayların neden meydana geldiği açıklanabildiğinde, güvenlik olaylarının nasıl gelişeceğine dair bir tahminde bulunmak da mantıklı olabilecektir. Bu nedenle sosyal medya istihbaratının kamu güvenliğine katkı sağlayabileceği üçüncü alan, karar alıcıların “gelecekte ne olacak?” sorularına verilebilecek cevapları içermektedir (Omand, vd., 2014, s.25).

Sosyal medyadan toplanan verilerin analizi, sosyal medya istihbaratı çarkının üçüncü safhasında gerçekleştirilmektedir (Omand vd., 2012, s.55). Bu safhada; duygu analizi, olay tahmin analizi, netnografi analizi, içerik analizi ve sosyal ağ analizi yöntemleri kullanılabilir. Bu çalışma kapsamında sosyal medya verileri sosyal ağ analizi ve içerik analizi yöntemleri kullanılarak analiz edilmeye çalışılacaktır.

İçerik analizi yöntemi geniş kapsamlı metin içeriklerinin sistematik şekilde analizi için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem yazılı metinlerin araştırmanın amaçlarına uygun olarak kodlanmasına dayanan objektif bir veri analiz yöntemidir. İçerik analiziyle metin içerisinde ifade edilen amaçlar, vurgulanan kavramlar, ana temalar kolaylıkla tespit edilebilmektedir. Bu yöntem sayesinde metin içerisinde ön plana çıkan ve sayılabilen ifadeler istatistiki bir şekilde ortaya konulabilmektedir. Metin içerisindeki kelime ve ifadelerin istatistiki bir şekilde ortaya konması objektif analiz yapabilmeyi sağlamaktadır (Aytar ve Soylu, 2017, ss.124-125).

İçerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilen büyük hacimli metinlerin görsel olarak sunumu için kelime bulutu gösterimi kullanılabilir. Kelime bulutu gösterimi yöntemi, bir metinde yer alan ifade ve kelimeleri metinde kullanıldığı sıklık oranına göre görselleştirmektedir. Kelime bulutlarında, kelimelerin metin içerisinde kullanılma sıklığına göre yazı boyutları (font) farklılık göstermektedir. Bu kapsamda incelenen metinde en çok kullanılan kelimeler daha büyük yazı boyutlarıyla görselleştirilmektedir (Sever ve Buzlu, 2015, s.386).

Sosyal ağ analizi yöntemi ise insanların oluşturduğu gruplar içerisindeki ilişkilerin doğasını, bu gruplarda mevcut bireylerin ilişkilerinin yoğunluğunu ve sıklığını ortaya koymak için kullanılan, sosyolojik ve matematiksel yöntemleri birleştiren yaklaşımdır. Bu analiz yöntemi insanların kendilerini çevreleyen sosyal ağlardan psikolojik ve davranışsal açıdan etkilendiği anlayışına dayanmaktadır. Sosyal ağ analizi, sosyal ağlar içindeki bağlantıların yapısal özelliklerini belirleyerek, sosyal ağların genel davranışını, ağdaki bireylerin davranışlarını, ağlar içindeki topluluklar ve gruplar dahil olmak üzere ağ içindeki davranışları açıklamaya gayret etmektedir (Omand, vd., 2014, ss.30-31).

Sosyal ağ analizi yöntemiyle, belirli bir konu hakkında üretilen içerikteki artışın ve belirli bir bilgi parçasının yayılmasının izlenmesi, bireyler arasında bilgi paylaşımının takip edilmesi, bireylerin davranışlarının yarattığı karmaşık ağ yapıları davranışlarının anlaşılması mümkün olmaktadır. Sosyal ağ analizi, güçlü ve gevşek ağların birey davranışlarını nasıl etkilediğini anlamak için kullanılmaktadır. Özellikle sosyal medyada insanların neden ve ne şekilde (ideolojik veya davranışsal olarak) etkilendiklerini anlamak için sosyal ağ analizi kullanılmaktadır. Güvenlik alanında sosyal ağ analizinin kullanımı, özellikle bir krizde durumunda halkın davranışlarının daha iyi anlaşılması hususunu kapsamaktadır (Omand, vd., 2014, s.31).

### **3. YÖNTEM**

Bu araştırmanın konusu terörizmle mücadele alanında sosyal medya istihbaratının ne şekilde ele alınması gerektiğinin ortaya konulmasıdır. Bu konu incelenirken araştırılacak alt konu başlıkları genelden özele doğru daraltılarak özel alt başlıklar belirlenmiştir. Bu çerçevede; çok sayıda terör örgütü içerisinde FETÖ/PDY terör örgütü seçilerek alan daraltılmış, farklı amaçlarla kullanılan sosyal medya uygulamalarından Twitter seçilerek araştırma alanı sınırlandırılmıştır. Terörizmle mücadele gibi çok kapsamlı bir çalışma alanı içerisinde yer alan konulardan terörizmle mücadelede istihbarat seçilmiş, bu alan içerisinden de sosyal medya istihbaratı seçilerek çalışmanın konusu daha da daraltılmıştır.

Araştırmanın evrenini Twitter sosyal medya uygulamasında yer alan tüm FETÖ/PDY terör örgütü sempatanları oluşturmaktadır. Twitter'da faaliyet gösteren çok sayıda FETÖ/PDY sempatanı bulunacağı

değerlendirildiğinden ve tüm sempaticianları incelemek mümkün olamayacağından, araştırma örneklemini 20 adet FETÖ/PDY sempaticianına ait Twitter hesabı ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca bu kişilerin çok sayıda farklı dilde Twitter paylaşımı yapmaları nedeniyle sadece Türkçe paylaşımların araştırılması yönünde bir tahditte araştırmanın çerçevesi belirlenmiştir.

Araştırmanın yöntemi üç basamaktan oluşmaktadır. Birinci basamakta FETÖ/PDY terör örgütü sempaticianlarının Twitter hesapları tespit edilecektir. İkinci basamakta, tespit edilen çekirdek Twitter hesaplarının takip ettiği hesaplar tespit edilecek, bu hesaplar ayıklanacak ve veriler toplanacaktır. Üçüncü basamakta ise Twitter'dan toplanan veriler analiz edilecek ve sosyal medya istihbaratına dönüştürülecektir.

FETÖ/PDY terör örgütü sempaticianlarına ait verilerin Twitter'dan toplanması ve analizi maksadıyla NodeXL Pro isimli uygulama kullanılmıştır. Tespit edilen FETÖ/PDY sempaticianlarına ait hesapların üst verilerinin elde edilmesi için “Tweet Beaver” uygulaması<sup>1</sup> tercih edilmiştir. İçerik analizi maksadıyla internet tabanlı uygulamalardan “Wordclouds”<sup>2</sup> kullanılmıştır. Toplanan verilerin tasnifi bilgisayar sistemleri kullanılmaksızın elle yapılmıştır. Analiz sonucunda ortaya çıkan sosyal ağ yapılarının görsel olarak sunulması maksadıyla NodeXL Pro adlı program kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, yöntemle ilişkin verileri elde etmek için Twitter API (Uygulama Programlama Arayüzü) başvurusu yapılmış, API izni alınmış, alınan izin NodeXL ve TweetBeaver uygulamalarında kullanılmıştır.

### **3.1. Yöntemin Birinci Basamağı**

Yöntemin birinci basamağında FETÖ/PDY terör örgütü sempaticianlarına ait olduğu değerlendirilen Twitter hesaplarının tespit edilebilmesi için “kartopu örnekleme” yöntemi tercih edilmiştir. Kartopu örneklemeyle, araştırma evreniyle ilgili kısıtlı bilgilerin mevcut olduğu, evrene ulaşmanın güç olduğu hallerde veriye ulaşmak mümkün olabilmektedir. Kartopu örnekleme çerçevesinde öncelikle ulaşılması istenilen verinin elde edilebilmesi muhtemel olan şahıslar bulunup, bu

---

<sup>1</sup> Tweet Beaver uygulamasına <https://tweetbeaver.com/index.php> adresinden erişilebilmektedir.

<sup>2</sup> Uygulamaya <https://www.wordclouds.com/> adresinden uygulamaya erişilebilmektedir.

şahıslardan yola çıkarak örnekleme erişmek mümkün olabilmektedir (Baltacı, 2018, s.253).

FETÖ/PDY terör örgütü sempatzanı hesapların tamamını tespit edebilmek ve incelemek manuel olarak mümkün görünmemektedir.<sup>1</sup> Bu nedenle daha küçük hacimli bir örneklem oluşturabilmek için öncelikle kamuoyu tarafından da bilinen, halen yurtdışında yaşayan ve terör örgütü sempatzanı olduğu değerlendirilen hesaplar incelenmiştir. Ayrıca FETÖ/PDY sempatzanları tarafından paylaşımlar yapılan “#FetöCadıAvıSöylemidir”, “#Tutsakanneler”, “#Tutsakbebekler”, “#FetöCadıAvıOperasyonudur”, “#StudentsBehindBars”, “#KayıplarOrtayaÇıkarılsın”, “#AnneBabaTutuklulukZulümdür” etiketleri (hashtag) altında en çok paylaşım yapan hesaplar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın örneklemini oluşturabilmek için araştırmaya dahil edilen çekirdek Twitter hesabı sayısı 20 hesap ile sınırlandırılmıştır. Başlangıç için 20 adet Twitter hesabı ile çalışmaya başlanmasının temel nedeni, bu hesapların takip ettiği hesapların tespiti, bu hesapların ve takip ettikleri hesapların tasnif ve ayıklanması işleminin manuel olarak yapılması, bu işlemin günlerle ifade edilebilecek oldukça uzun bir zaman dilimini kapsıyor olmasıdır.

### **3.2. Yöntemin İkinci Basamağı**

Yöntemin ikinci basamağında kartopu örnekleme yöntemi çerçevesinde, FETÖ/PDY sempatzanı olduğu değerlendirilen 20 adet Twitter hesabının takip ettiği hesaplar, çevrimiçi bir uygulama olan TweetBeaver uygulaması kullanılarak tespit edilmiştir. Çevrimiçi olarak internet sitesi üzerinden çalışan TweetBeaver, Twitter’den bazı verileri çekebilmektedir. Söz konusu uygulama ile iki Twitter hesabının birbirini takip edip etmediği, bir kullanıcının beğendiği paylaşımların neler olduğu belirlenebilmektedir. Ayrıca uygulama, kullanıcının son 3.200 paylaşımını ekrana taşıyabilmekte, aynı kullanıcının hangi Twitter hesaplarını takip ettiği ve hangi hesaplar tarafından takip edildiğini bulabilmektedir. Bu çalışmada TweetBeaver isimli uygulama, kullanılması kolay ve ücretsiz olması nedeniyle tercih edilmiştir.

---

<sup>1</sup> Söz konusu tespiti yapabilecek bilgisayar destekli otomasyon sistemleri oluşturulabildiği takdirde çok sayıda sosyal medya hesabının incelenmesinin mümkün olduğu değerlendirilmektedir.

İşlem sonucunda TweetBeaver uygulaması, 20 adet FETÖ/PDY sempatzanı olduğu düşünölen Twitter hesabının, toplamda 2.608 adet hesabı takip ettiklerini tespit etmiştir. TweetBeaver uygulaması ayrıca 2.608 adet hesabın kullanıcı adları, kullanıcı numaraları, kullanıcı tarafından belirtilen coğrafi konum, hesap biyografisi, kaç kişinin bu hesabı takip ettiği, kaç kişi tarafından hesabın takip edildiği gibi bilgileri de sunmaktadır.

Belirlenen 20 adet Twitter hesabının takip ettiği hesapların belirlenmeye çalışılmasının temel amacı, söz konusu 20 adet hesabın “bilinçli olarak takip ettiği kişilerle” oluşturulacak ağın, incelenen hesap sahiplerinin düşöncelerine daha yakın hesaplardan meydana gelmesidir. Zira bir Twitter hesabının korumalı olmadığı sürece herkes tarafından takip edilebileceği, bu kişilerin sıradan insanlardan oluşabileceği göz önünde bulundurulduğunda, örneklemini oluşturmak için 20 adet hesabın takip ettiği kişilerin seçilmesi daha akla yakın gelmektedir.

Bununla birlikte 20 adet çekirdek Twitter hesabının takip ettiği kişiler ya da kurumlar arasında, tanınmış önlü kişiler, sanatçılar, devlet adamları, medya kurum kuruluşları gibi herkes tarafından takip edilmesi mümkün hesaplar mevcuttur. Dolayısıyla bu hesapların FETÖ/PDY sempatzanı örneklemini içerisinden çıkarılması gerekmektedir. Örneklemini içerisinden çıkarılması gereken diğer bir grup, 20 adet hesabın her birinin takip ettiği müşterek ve mükerrer hesaplardır. Örneklemini olarak 1 ve 2 numaralı FETÖ/PDY sempatzanı aynı anda “A” kişisini takip ediyor ise, A kişisine ait veriler mükerrerlik yaratmaması adına hesaplardan birinin bilgilerinden çıkartılmıştır. Manuel olarak yapılan bu işlem sonucunda 2.608 hesap içerisinde mükerrer olan 1.023 ve herkes tarafından takip edilmesi mümkün 151 adet hesap tespit edilmiş ve örneklemeden çıkarılmıştır. Bu işlemlerin sonucunda 20 adet çekirdek Twitter hesap dâhil toplam 1.434 adet muhtemel FETÖ/PDY sempatzanı Twitter hesabı örneklemini olarak tespit edilmiştir.

Yöntemin ikinci basamağında, FETÖ/PDY sempatzanı olabileceği değerlendirilen 1.434 Twitter hesabının teşkil ettikleri ağa ilişkin verilerin elde edilebilmesi için NodeXL Pro tercih edilmiştir. Bu çerçevede FETÖ/PDY sempatzanlarından oluşan araştırma evreninin örneklemini oluşturan 1.434 hesabın paylaştıkları son 100 tweet ile bu tweetlere ait etkileşimlerden oluşan sosyal ağa ait veriler toplanmıştır. Twitter hesapları arasındaki etkileşim; paylaşılan tweetlere verilen cevaplar ve tweetlerde diğer kullanıcılardan bahsetme (mention) şeklindeki eylemlere göre

hesaplanmaktadır. Hesapların son olarak paylaştığı 100 adet tweetin elde edilmeye çalışılmasının temel nedeni, örneklem ağında son dönemde konuşulan gündem maddelerini tespit edebilmektir.

### **3.3. Yöntemin Üçüncü Basamağı**

Yöntemin üçüncü basamağı toplanan verilerin analiz edildiği en önemli basamaktır. Elde edilen verilerin analizi için yine NodeXL Pro kullanılmıştır. Analiz basamağında, örneklem verilerine ait ölçütler uygulama tarafından hesaplanmıştır.

Hesaplanan ölçütlerden birincisi “grafik yoğunluğu” ölçütüdür. Grafik yoğunluğu ölçütü, bir Twitter hesabını diğerine bağlayan ve “kenar” olarak ifade edilen bağlantılarla ilgilidir. Grafiğin yoğunluk ölçütü gerçekleşen kenar bağlantı sayısı ile hepsinin birbirine bağlı olmasına oranını gösteren 0 ile 1 arasında bir sayıdır. Grafik yoğunluğunu hesaplamak için formül; (ağdaki gerçek kenarların sayısı) / (ağdaki olası kenarların sayısı) şeklindedir (Hansen vd., 2020, s.82).

Araştırmanın konusu olan FETÖ/PDY sempaticizmi örneklem ağı için yoğunluk ölçütü 0,009’dür. 0 ile 1 arasında hesaplanan grafik yoğunluğu örnekteki gibi 0’a yakın olduğunda, sosyal medya hesaplarının ağ içerisinde birbirlerine daha gevşek bir bağ ile bağlı olduklarına ve bilginin bir kişiden diğerine aktarım oranının yavaş olduğuna işaret etmektedir.

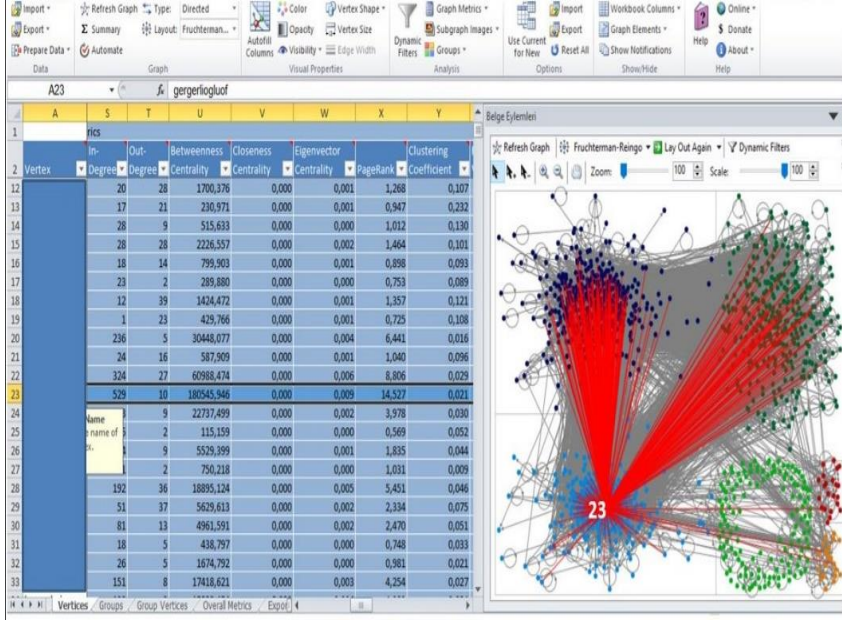
Hesaplanan ölçütlerden diğer ikisi, “iç derece merkeziliği” ve “dış derece merkeziliği” ölçütleridir. “Derece merkeziliği” ölçütleri bir kullanıcının ağda sahip olduğu bağlantıların ya da kenarların sayısını saymaktadır. İç derece merkeziliği, diğerler kullanıcılardan bir kişi ile oluşturduğu bağlantı kenarlarının sayısını ölçmektedir. Örneğin, bir Twitter ağında kullanıcılar tarafından @Aaaaaa’dan 5 kez bahsedilmişse, iç derece merkezilik ölçütü 5 olarak hesaplanmaktadır. Dış derece merkeziliği, bir kullanıcının diğerleriyle teşkil ettiği bağlantı kenarlarının sayısını saymaktadır. Örneğin @Bbbbbb tweetinde diğer 10 kullanıcıdan bahsederse, @Bbbbbb dış derece merkeziliği 10 olarak hesaplanmaktadır (Hansen vd., 2020, s.166).

Bu çalışmada araştırılan FETÖ/PDY sempaticizmi örneklem ağında iç ve dış derece merkeziliği ölçütleri NodeXL uygulaması ile hesaplanmıştır. Bu hesaplama sonuçlarına göre ağda yer alan 23 numaralı Twitter



kullanıcısı<sup>1</sup> 529 puanla en yüksek iç derece merkeziliğine sahip kişi olarak bulunmuştur. Şekil-2’de görüldüğü üzere 23 numaralı kullanıcı bu ağda en çok etkileşimi alan, ağ üzerindeki etkisi en yüksek olan ve ağ iletişiminin merkezindeki kişidir.

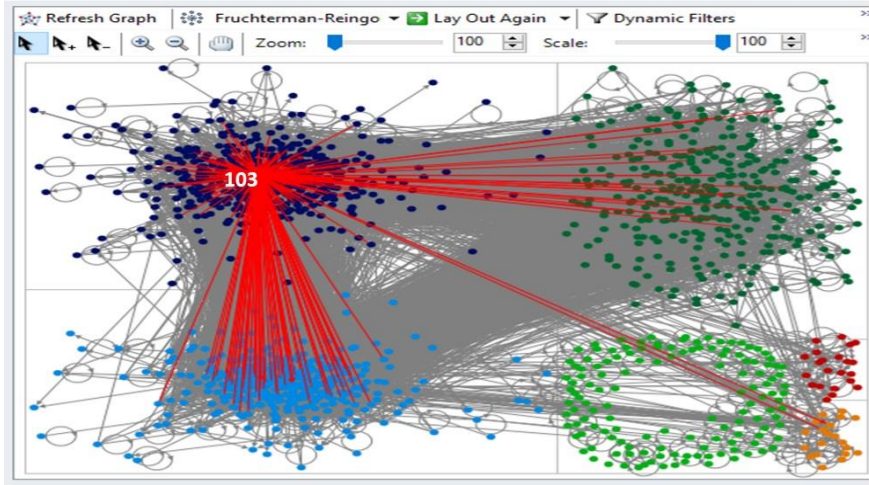
Şekil-2. İç Derece Merkeziliği Yüksek Olan Twitter Kullanıcısı



Dış derece dışı merkeziliği, bir Twitter kullanıcısının ağda mevcut topluluğa erişimini hesaplamaktadır. Diğerlerine göre daha büyük dış derece merkeziliğine sahip kullanıcının belirli bir konu hakkında çok sayıda paylaşım yaptığı ve ağdaki diğer kullanıcıların dikkatlerini çektiğine işaret etmektedir. Bu kapsamda ele alınan kişiler genellikle yapılan paylaşımlara yorumlar yapan, bu paylaşımları tekrar paylaşan (retweet) kişilerdir. Şekil-3’de görüldüğü üzere araştırmanın konusu FETÖ/PDY sempatzanı örneklem ağında dış derece merkeziliği puanı en yüksek olan ve 35 puan hesaplanan 103 numaralı kullanıcıdır.

<sup>1</sup> Bu çalışma kapsamında elde edilen veriler kapsamında Twitter kullanıcıların kimler olduğu açıkça görülebilmesine rağmen, bu kişilere ait bilgiler etik kaideler kapsamında paylaşılmamış, bunun yerine bu kişilere NodeXL tarafından verilen numaralar kullanılmıştır.

Şekil-3. Dış Derece Merkeziliği Yüksek Olan Twitter Kullanıcısı



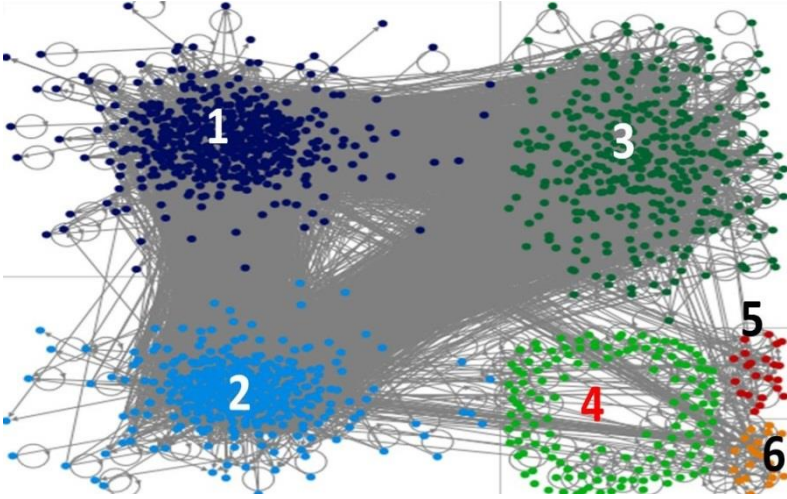
Hesaplaması yapılan ölçütlerden bir diğeri olan “arasındalık merkeziliği”, bir kullanıcının sosyal bir ağdaki “köprü rolünü” hangi oranda oynadığını ölçmektedir. Arasındalık merkeziliği kullanıcının, ağdaki diğer kullanıcılara ulaşmak için kullandığı en kısa yolu ölçmektedir. Ağdaki diğer insanlarla bağlantı kurabilmek için, belirli bir kullanıcıya ne kadar çok kişi bağımlıysa, söz konusu kullanıcının arasındalık merkeziliği de o kadar yüksek olmaktadır. Kısacası arasındalık merkeziliği değeri en yüksek olan kullanıcılar bir sosyal ağın merkezinde olan ve diğer kullanıcılar arasında köprü görevini üstlenen kişidir (Hansen vd., 2020, s.168).

Bu çalışmanın konusu olan FETÖ/PDY sempatisanı örneklem ağında en yüksek arasındalık merkeziliği puanı (180545,9) alan Twitter kullanıcısı, en yüksek iç derece merkeziliğine de sahip olan 23 numaralı kullanıcıdır. Başka bir ifadeyle 23 numaralı kullanıcı araştırmanın konusu olan ağda iletişim köprüsü görevini üstlenmektedir.

NodeXL Pro uygulaması sosyal ağ analizi çerçevesinde ağ içerisinde birbirine yakınlık hissedilen kişilerden oluşan grupları da hesaplayabilmektedir. FETÖ/PDY terör örgütü sempatisanlarının oluşturduğu Twitter ağında NodeXL Pro örnekleme, 21 ayrı gruba ayırmıştır.

20 kişiden az olan grupları elediğimizde örneklemin 6 ana gruptan teşkil olduğu görülmektedir.

Şekil-4. Ağdaki Gruplar



Bu çerçevede Şekil-4'te görüldüğü üzere en büyük grup 484 kişiden oluşan 1 numaralı gruptur. 2'nci grup 393 kişi, 3'üncü grup 336 kişi, 4'üncü grup 136 kişi (bağlantısız), 5'inci grup 22 kişi, 6'ncı grup ise 20 kişiden oluşmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken grup 136 kişiden oluşan ancak birbirleriyle bağlantısı olmayan 4'üncü gruptur. Bu tür gruplar genellikle bir ağ içerisinde yer alan, ağdaki paylaşımları ve etkileşimleri izleyen ancak herhangi bir tepki vermeyen bir grup olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sayfa değeri olarak ifade edilen ölçütü de ağdaki en önemli kullanıcı kişi bulunabilmektedir (Hansen vd., 2020, s.169). FETÖ/PDY terör örgütü sempatanlarının oluşturduğu Twitter ağında "sayfa değeri" en yüksek olan kişi, 14,527 değerle 23 numaralı kullanıcıdır. Bu hesaplama sonucunda FETÖ/PDY terör örgütü sempatanı ağındaki 23 numaralı kullanıcının ağın en önemli kişisi ve "kanaat önderi" olduğunu söylemek mümkündür. Sayfa değeri hesaplaması Şekil-4'te gösterilen alt gruplar içerisindeki kanaat önderlerini de bulabilmemizi sağlamaktadır. NodeXL tarafından yapılan hesaplamalar örnekleme ağındaki birinci grupta 48; ikinci grupta 23; üçüncü grupta 24; beşinci grupta 572 numaralı kullanıcılar kanaat önderleri olarak göstermektedir.

Sosyal medya istihbaratı analiz yöntemlerinden bir diğeri de içerik analizidir. İçerik analizi yöntemiyle bir metin içerisinde yer alan ana temalar, öne çıkan kavramlar tespit edilebilmektedir. Bu çalışmada, içerik analizi amacıyla “wordclouds” isimli çevrimiçi uygulama kullanılmıştır. Uygulama ile tweet içeriklerinde en sık tekrar edilen kelimeler tespit edilmiş ve bu kelimelerden bir kelime bulutu oluşturulmuştur. 21.206 adet tweet’ten oluşan metin içerisinde en çok tekrar edilen kelimenin (Tablo-2) 9.909 kez tekrarla “serbest” kelimesi olduğu görülmektedir. İkinci sırada 9.450 kez tekrarla “tahliye”, üçüncü sırada ise 6.526 kez tekrar edilen “işkence” kelimesi yer almaktadır.

Tablo-2. En Çok Tekrar Edilen Kelimeler

S.No.	Kelime	Tekrar Sayısı
1	serbest	9.909
2	tahliye	9.450
3	işkence	6.526
4	anne	6.222
5	cezaevi	5.992
6	temmuz	4.634
7	tutuklu	3.311
8	askeri	3.219
9	öğrenci	2.866
10	sesini duyun	2.849

Kelime bulutu olarak Şekil-5’te gösterildiği üzere FETÖ/PDY sempatanlarının en önemli gündem maddesi tutuklu terör örgütü mensuplarının serbest kalmaları, tahliye olmalarıdır. FETÖ/PDY sempatanlarının ayrıca, uluslararası kamuoyunu etkilemeye yönelik olarak kadın terör örgütü mensuplarının cezaevlerinde tutulduğu, çocuklarından ayrı bırakıldıkları biçiminde propaganda yaptıkları anlaşılmaktadır.



sosyal ağlardaki kanaat önderleri, iletişim köprüsü görevi üstlenen kişiler sosyal ağ analizi ile tespit edilebilmektedir. Sosyal ağ analizi yöntemi tespit edilen bu kişilerin fiziksel olarak ya da internet ortamında örgütten koparılması durumunda örgütün iletişimini sekteye uğratabilecek ve örgüt içinde önemli rolleri üstlenen kişileri tespit edebilmeye imkân sağlamaktadır. Öte yandan sosyal medya istihbaratı ile ağda merkezi konumdaki kişinin tespit edilip, izlemeye devam edilebileceği, böylece terör örgütü hakkında farkındalığın artırılabilmesi de değerlendirilmektedir. Bu araştırmanın örneklemini teşkil eden FETÖ/PDY sempaticianları ağında bu kişinin 23 numaralı kullanıcı olduğu değerlendirilmektedir. 23 numaralı Twitter kullanıcısının faaliyetlerinin önlenmesi, söz konusu ağın bu alandaki faaliyetlerini sınırlandıracaktır.

Sosyal medyadan elde edilen istihbarat ile terör örgütlerinin propaganda gündemlerinin belirlenmesi, örgütlerin güncel faaliyetleri hakkında karar alıcıların bilgilendirilmesi de mümkün olabilmektedir. Bu kapsamda terör örgütü sempaticianları ağında oluşan gündem maddelerini tespit etmek, terör örgütünün güncel konulara yönelik eğilimini bulabilmek mümkün olmaktadır. Ayrıca terör örgütlerinin bireyleri radikalize etmek için kullandığı argümanlar, uluslararası alanda dikkat çekmek için kullandıkları temalar, kamu düzenini bozabilecek nitelikte planlı faaliyetler de tespit edilebilmektedir. Araştırmanın örneklemini olarak seçilen FETÖ/PDY terör örgütü sempaticianları örnekleme ağında yapılan Twitter paylaşımlarının içerik analizi sonucunda ise FETÖ/PDY sempaticianlarının son dönemlerde yaratmak istedikleri gündemin “tutuklu örgüt mensuplarının serbest bırakılması” yönünde olduğu görülmektedir. FETÖ/PDY’nin özellikle “kadın tutukluların çocuklarından ayrı bırakıldıkları” yönünde uluslararası kamuoyunda algı yaratmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır.

Giriş bölümünde de belirtildiği üzere bu çalışmanın varsayımı; Twitter’da bulunan FETÖ/PDY terör örgütü sempaticianları ağının sosyal medya istihbaratıyla analiz edilmesiyle örgütün iletişim ağının tespit edilebileceğidir. Araştırma sonucunda bu varsayımın doğrulandığını, FETÖ/PDY terör örgütü sempaticianlarının sosyal medyada oluşturdukları sosyal ağlarda örgütün iletişim, propaganda ve haberleşme ağlarının, ayrıca bu ağlar içerisinde önemli roller üstlenen bireylerin tespit edilebildiği sonucuna erişilmiştir.

Sonuç olarak; sosyal medyanın yalnızca sıradan bireylerin değil aynı zamanda devletler, devlet dışı aktörler, suç örgütleri ve terör örgütlerince etkin olarak kullanıldığı göz önünde bulundurulduğunda, bu alanda üretilen verilerin toplanması, tasnifi ve analizi ile istihbarat elde etmenin ne kadar elzem olduğu, gelecekte bu önemin daha da artacağı anlaşılmaktadır. Gelecekte sosyal medya istihbaratının, istihbarat alanında daha fazla yer alacağı, sosyal medya istihbaratının terörizmle mücadeleye diğer istihbarat disiplinleriyle birlikte olumlu yönde katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Antonius, N. ve Rich, L. (2013). Discovering collection and analysis techniques for social media to improve public safety. *The international technology management review*, 3(1): 42-53. doi:10.2991/itm.2013.3.1.4
- Aytar, O. ve Soylu, Ş. (2017). Türk bankacılık sektörünün misyon ve vizyon ifadelerine yönelik bir içerik analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 117-131.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274
- Bartlett, J. ve Reynolds, L. (2015). *The state of the art 2015: A literature review of social media intelligence capabilities for counter-terrorism*. London: Demos.
- Benter, J. ve Cawi, R.D. (2021). The role of social media as a catalyst to insurgency. *A Research Paper Presented to the Faculty of the College of Criminal Justice Education Graduate School*. Erişim tarihi: 10 Ekim 2021, <https://ssrn.com/abstract=3828857>. doi:10.2139/ssrn.3828857
- Besenyő, J. ve Sinkő, G. Á. (2021). The social media use of African terrorist organizations: A comparative study of Al-Qaeda in the Islamic Maghreb, Al-Shabaab and Boko Haram. *Insights into Regional Development*, 3(3), 66-78. doi: 10.9770/IRD.2021.3.3(4)
- Carr, C. T. ve Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. doi:10.1080/15456870.2015.972282

- Gill, P. ve Phythian, M. (2018). *Intelligence in an insecure world*. Cambridge: Polity Press
- Hansen, D.L., Shneiderman, B., Smith, M.A. ve Himelboim, I. (2020). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world*. Massachusetts: Morgan Kaufmann Publishers
- Hassan, N. ve Hijazi, R. (2018). Social media intelligence. Hassan, N. ve Hijazi, R. (Ed.), *Open source intelligence methods and tools* (ss. 203-260). California: Apress.
- Hossain, M. S. (2015). Social media and terrorism: Threats and challenges to the modern era. *South Asian Survey*, 22(2), 136-155. doi: 10.1177/0971523117753280
- Ivan, A. L., Iov, C. A., Lutai, R. C. ve Grad, M. N. (2015). Social media intelligence: Opportunities and limitations. *Centre for European Studies Working Papers*, 7(2a), 505-510.
- Jenkins, B. (2011). *Is Al-Qaeda internet strategy working?* California: RAND Corporation.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Knox, E. G. (2014). The slippery slope of material support prosecutions: Social media support to terrorists. *Hastings Law Journal*, 66(1), 295-330.
- Obar, J.A. ve Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750.
- Omand, D., Bartlett, J. ve Miller, C. (2012). *#Intelligence*. London: Demos Yayınları.
- Omand, D., Miller, C. ve Bartlett, J. (2014). Towards the discipline of social media intelligence. Hobbs, C., Moran, M. ve Salisbury, D. (Ed.), *Open source intelligence in the twenty-first century: New approaches and opportunities* (ss.24-43). New York City: Springer Publishing
- Osborne-Gowey, J. (2014). What is social media. *Fisheries*, 39(2), 55-55. doi:10.1080/03632415.2014.876883
- Scott, D. M. (2010). *The new rules of marketing and PR: How to use social media, blogs, news releases, online video, and viral marketing to reach buyers directly*. New York: John Wiley & Sons



- Sever, G. N. ve Buzlu, M. Ö. (2015). Turizm fakülteleri bünyesindeki rekreasyon programları için müfredat kapsamı önerisi: Bilimetrik bir çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 381-396.
- Taylor, A. (2014). *How Western foreign fighters are being recruited online to join Kurds against Islamic State*. Erişim tarihi: 08 Ekim 2021, <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2014/11/24/how-western-foreign-fighters-are-being-recruited-online-to-join-kurds-against-islamic-state/>.
- We Are Social. (2021). *Digital 2021 July global statshot report*. Erişim tarihi: 08 Ekim 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>
- Weimann, G. (2014). *New terrorism and new media*. Washington: Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars