

Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi

Güvenlik Bilimleri Enstitüsü

Güvenlik Bilimleri Dergisi, Mayıs 2024, Cilt:13, Sayı:1, 129-150

doi:10.28956/gbd.1335806

Gendarmerie and Coast Guard Academy

Institute of Security Sciences

Journal of Security Sciences, May 2024, Volume:13, Issue:1, 129-150

doi:10.28956/gbd.1335806

Makale Türü ve Başlığı / Article Type and Title

Araştırma/ Research Article

Bilgi Savaşımında Yeni Medya Bağlamında Sayısal Olmayan Harekât

Non-Digital Operation in the Context of New Media in the Information Warfare

Yazar(lar) / Writer(s)

Ali Bilgin VARLIK, Doç.Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye,
bilginvarlik@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-5265-2321

Bilgilendirme / Acknowledgement:

-Yazarlar aşağıdaki bilgilendirmeleri yapmaktadırlar:

-Makalemizde etik kurulu izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektiren bir durum yoktur.

-Bu makalede araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

Bu makale Turnitin tarafından kontrol edilmiştir.

This article was checked by Turnitin.

Makale Geliş Tarihi / First Received : 01.08.2023

Makale Kabul Tarihi / Accepted : 14.05.2024

Atıf Bilgisi / Citation:

Varlık A.B., (2023). Bilgi Savaşımında Yeni Medya Bağlamında Sayısal Olmayan Harekât, *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 13(1), ss 129-150. doi:10.28956/gbd.1335806

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.



BİLGİ SAVAŞIMINDA YENİ MEDYA BAĞLAMINDA SAYISAL OLMAYAN HAREKÂT

Öz

Günümüzdeki bilgi-iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bilginin 'yeni medya' olarak tanımlanan ortamlarda üretilmesi, iletilmesi ve kullanılmasının yaygınlaşmasına imkân vermiştir. Bu yönüyle günümüzde yeni medyanın bilgideki başatlığından söz etmek abartılı olmayacaktır. Bilgi tabanlı teknolojilerdeki gelişim resmî ve resmî olmayan bilgi ortamlarında bilginin bir güç unsuru olarak bilgi harekâtı vasıtası olarak kullanılması anlamına gelen bilgi savaşımının etkisinde radikal iki dönüşüm yaratmıştır. Bunlardan birincisi siber harekât diğeri ise sayısal olmayan bilgi harekâtıdır. Her iki dönüşüm de aynı medya kaynağından beslenir. Bu nedenle yeni medya, bilgi savaşımının en önemli bileşenlerinden biri hâline gelmiştir. Yeni medyanın bahsettiği olanaklar bilgi savaşımının çeşitliliğini ve barış ortamında uygulanabilme imkânlarını artırmaktadır. Bu makale yeni medya ortamında bilgi savaşımının sayısal olmayan uygulamalarının neler olabileceği konusuna dairdir. Diğer bir ifadeyle makalede sayısal olmayan bilgi savaşımında yeni medyanın rolünün ne olduğu sorusunun cevabı aranmaktadır. Bu maksatla her iki kavramın genel hatlarıyla çerçevesi çizilmiş müteakiben de karşılıklı etkileşimleri irdelenmiştir. Bu etkileşim taarruzî ve savunma (tedafüi) boyutlarıyla, stratejik, operatif, taktik ve teknik seviyelerde ele alınmıştır. Makale nitel araştırma yöntemiyle kategorik bir betimleme içermektedir. Bu yapısı ile makalede literatürdeki mevcut terimsel ve kavramsal kargaşanın giderilmesine katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Bilgi Savaşımı, Bilgi Savaşı, Sayısal Olmayan Harekât, Siber.

NON-DIGITAL OPERATION IN THE CONTEXT OF NEW MEDIA IN THE INFORMATION WARFARE

Abstract

Developments in today's information and communication technologies have allowed the production, transmission, and use of information in environments defined as 'new media' to become widespread. In this respect, it would not be an exaggeration to talk about the dominance of the new media in information today. The development of information-based technologies has created two radical transformations under the influence of information warfare, which means the use of information as a power element and as a means of information operations in formal and informal information environments. The first of these is cyber operations and the other is non-digital information operations. Both conversions are fed from the same media source. For this reason, new media has become one of the most important components of information warfare. The possibilities offered by the new media increase the diversity of information warfare and the possibilities of its implementation in a peaceful environment. This article is about the non-digital applications of information warfare in the new media environment. In other words, the article seeks to answer the question of what is the role of new media in non-digital information warfare. For this purpose, the framework of both concepts was drawn in general terms, and then their mutual interactions were examined. This interaction has been handled with offensive and defensive dimensions, at strategic, operative, tactical, and technical levels. The article contains a categorical description of the qualitative research method. With this structure, this article aims to contribute to eliminating the current terminological and conceptual confusion in the literature

Keywords: New Media, Information Warfare, Information War, Non-digital Operations, Cyber.

GİRİŞ

1980’lerde başlayan ve Bilgi Çağı olarak isimlendirilen dönem, bilginin sayısal ortamlara taşındığı mesafe ve zamanı kısaltan, bilginin üretilmesini, yayılmasını, depolanmasını, kullanılmasını ve yeniden işlenmesini olanaklı kılan, üretilme hızını ve çeşitliliğini artıran ve devletin bu konudaki tekeline ortadan kaldıran yeni bir kültürel ve teknolojik boyutu ifade eder. Firedman’ın (2003) ifadesiyle bilginin bir anlamda “demokratikleşmesi” olarak da anılan bu süreç, küreselleşmenin başlıca motive unsuru ve dinamiklerinden birini oluşturmuştur. Öyle ki küreselleşmeyi betimleyen her tanımlama bu özelliğini vurgulaya gelmiştir.

Savaşların kabul edilemez maliyeti; hiçbir devletin tek başına hegemon (başat) olamayacağı güç dengesine (Diez, Bode & ‘da Costa, 2011: 6) ve nükleer silahlanmanın bu kapsamdaki bir savaşın kazananının olamayacağı bir seviyeye taşınması anlamına gelen “dehşet dengesi (MAD-*Mutually Assured Destruction*)”ne ulaşılmış olması (Parrington, 1997), bilgi-iletişim teknolojileri vasıtasıyla bilgi tabanlı askerî harekât kapasitesinin barış koşullarında da uygulanabilir seviyeye taşınması savaş kavramını melezleştirmiş; içerdiği kuvvet kullanma yöntemlerinin aynı zamanda barış ortamında da uygulanabilmesini olanaklı kılan, devlet dışı aktörlerin, konvansiyonel olmayan askeri formasyonların dâhil olduğu ve asimetrik yöntemlerin kullanıldığı hibrit bir hale getirmiştir (Mattis & Hoffman, 2005; Hoffman, 2007; Hoffman, 2009: 36; Blank, 2015; Deshpande & Mehta, 2018). Böylece ortaya bilgi tabanlı sistem, süreç ve vasıtalar yardımıyla hasmın bilgi altyapı kapasitesini etki altına almayı amaç edinen –doğru karşılığı “bilgi savaşımı (*information warfare*)” olan– “bilgi savaşı” kavramı çıkmıştır.

Bu makalenin amacı bilgi savaşında/savaşımında yeni medyanın (*new media*) etkileşimlerinin neler olduğunu ortaya koymaktır. Bu maksatla öncelikle bilgi savaşı ve yeni medya ana hatlarıyla tanımlanmış müteakiben yeni medyanın bilgi savaşımı/harekâtı içinde kategorik olarak nerede yer aldığı ortaya konmuştur. Böylelikle aynı zamanda yazında (literatürde) çoğu zaman karıştırılan siber (*cyber*) savaş/harekât ile yeni medya kapsamında icra edilen bilgi savaşımı arasındaki kavramsal fark ortaya konmuştur. Müteakiben, yeni medyanın bilgi savaşımı için bahsettiği olanaklar, bilgi savaşımına kazandırdığı imkân ve

kabiliyetler tartışılmıştır. Bu nedenle makale, bir yönüyle bilgi savaşımını yeni medya üzerinden okuma çabasının ürünüdür.

Yazında yeni medyanın bilgi savaşımı bağlamında ele alındığı çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu konu kaynaklarda, daha ziyade medya-iletişim ve kamu diplomasisi alt disiplinleri ile stratejik iletişim ve psikolojik harekât alanlarının konusu olarak yer almaktadır. Bu nedenle okuyucuya konu hakkında zengin bir literatür bilgisi vermek mümkün olamamıştır. Bu makalenin özgün değeri üzerinde fazlaca çalışılmamış bir alana dair tartışmaların kapısını aralamasıdır.

1. BİLGİ SAVAŞIMI

1.1. Neden “Bilgi Savaşımı” Terimi? (Varlık, 2020: 137)

Kavramın doğru bir terminoloji ile tanımlanabilmesi bakımından “savaşım” sözcüğünün kullanılmasının neden tercih edildiği önem taşır. Harekât sözcüğünün ikinci anlamı olan muharebe etme biçim ve yönteminin İngilizce karşılığı “*warfare*” sözcüğü olup, Türkçeye yanlış bir şekilde “savaş” olarak geçmiştir. Colins S. Grey (2007: 6), “*Savaş, Barış ve Uluslararası İlişkiler*” adlı eserinde bu sözcüğün İngilizcede de “dikkatsiz ve bilgisiz yorumcular tarafından birbirleriyle karıştırıldığına” dikkat çeker (Varlık, 2013: 126; Varlık, 2020: 207).

Gerçekten de savaş uluslararası hukuki bir durumu, kurumsallaşmış bir yapıyı açıklarken harekât savaşımın muharebe ile doğrudan ve dolaylı olarak ilgili olan askerî ve yarı askerî eylemlerine ilişkindir. Savaşım terimi ise politik, askerî, ekonomik vb. ulusal güç unsurlarının tamamı veya bir kısmıyla ulusal çıkarları gerçekleştirmek maksadıyla kullanılmasına dair doktriner yöntemi/metodolojiyi ifade eder. Bu aynı zamanda birinci anlamı uygulama olan “harekât” (operasyon anlamında) teriminin ikinci anlamı olan “yöntem”e (metodoloji anlamında) karşılık gelir. Buradan hareketle bilgi savaşımının, askeri kuvvetler dışındaki diğer ulusal güç unsurları tarafından da barış zamanında kullanılabilen bir mücadele ve kuvvet kullanma yöntemi olduğu anlaşılmaktadır.

1.2. Bilgi Savaşımının Tanımı ve Amaçları

En genel tanımıyla bilgi savaşımı; ulusal çıkarları korumaya ve/veya bu kapsamdaki hedefleri gerçekleştirmeye katkı sağlamak maksadıyla, bilgi tabanlı

araçları ve bilişim teknolojileri kullanılarak bir veya birden fazla ulusal güç unsuruna karşı yöneltilen savunma ya da saldırı amaçlı uygulamalardır. Bilgi savaşımı; düşmanın sahip olduğu bilgi ve bilgi sistemleri ile karar verme sürecini manipüle etmek, kendimizinkini ise korumak için taarruz ve savunma önlemlerini kapsamıştır (Varlık, 2021: 142).

Bilgi savaşımının öznesini bilgi altyapıları ve bilgi sistemleri oluşturur. Bilgi altyapıları, bilgi savaşımının; kamu ve toplumun bilgi üretme kapasitesini ve mevcut bilgi birikimini kapsayan maddi olmayan, kültürel boyutudur (Varlık, 2021: 142). Burada bilgi sistemleri terimiyle kast edilen ise bilgi tabanlı süreç, araç ve bilişim teknolojileridir (FM 3-13, 2006: 1-3).

1.3. Bilgi Savaşımının Özneleri

Bilgi savaşımının özneleri insan merkezli (*human-centric*) ve teknolojik, teknik ya da veri merkezli (*techno-centric/data-centric*) olmak üzere iki boyutludur. Bilgi savaşımının insan merkezli boyutu, savunma ya da saldırı içeren güvenlik kültürünün faaliyet alanına dâhildir. Bilgi altyapılarının bileşenleri arasında; liderlik, aydınlar (*entelijans*), beyin gücü, toplumsal farkındalık, eğitim ve kültür seviyesi, bilinç, bilgi birikimi, algı ve kimlikler ile moral ve değerler, ideoloji, sanat ve edebiyat sayılmaktadır. Bilgi sistemleri ise verilerin toplanması, depolanması, tasnif edilmesi, analizi ve bunlardan üretilen bilginin kullanıcılara ve hedeflere uygun vasıtalarla yönlendirilmesine yönelik işlemleri sürekli ve sistemik olarak gerçekleştiren bilgi ve bilişim yapılarıdır. Bilgi sistemleri bilgi savaşımının veri merkezli (*data-centric*) maddi ve teknik unsurlarıdır. Gerek insan merkezli gerekse veri merkezli olsun bilgi tabanlı imkân ve kabiliyetler bilgi ortamı aracılığıyla etkiler yaratan yeteneklerdir, ancak bu etkiler neredeyse her zaman bilgiyle ilgili diğer yeteneklerle birlikte gerçekleştirilir (FM 3-13, 2016: vi)

Yeni medya olgusu farklı özellikleriyle bilgi savaşımının her iki boyutuyla bir şekilde ilgilidir. Yeni medyanın güvenlik kültürüne dair boyutu bilgi savaşımının insan merkezli boyutuyla doğrudan etkileşim hâlinindedir. Öyle ki bu niteliğinden ötürü bilgi savaşımı bazı bilim insanları tarafından ‘algı yönetimi’ (Molander vd., 1996: xiv) bazıları tarafından ise ‘medya savaşımı’ (Wheatley & Hayes, 1996: 3) olarak isimlendirilmiştir (McDonald, 2006). Diğer taraftan –müteakip

paragraflarda değinilecek olan– bilgiyi sayısal ortama taşıyan yönüyle de yeni medya, bilgi savaşımının veri merkezli boyutunun bileşenlerinden birini oluşturur.

1.4. Siber Harekât (Sayısal Bilgi Harekâtı) Yeni Medya Ayrımı Tartışması

Bu noktada siber harekât ile yeni medyanın bilgi savaşımındaki rolü arasındaki ayrımı belirginleştirmeye ihtiyaç vardır. Yeni medya bilgi savaşımının yararlandığı ortamlardan ikincisini teşkil eder (diğeri analog olarak çalışan geleneksel medyadır). Geleneksel medya ortamında bilginin başlı başına bir güç vasıtası olarak kullanılabilme olanağı görece kısıtlı olmasına karşın bu durum, yeni medyada tamamen farklıdır. Bu nedenle yeni medya, bilgi savaşımını namütenahi ölçülerde olanaklı kılan ortamın adıdır.

Siber harekât ise doğrudan sayısal bilgi harekâtının kendisidir. Siber savaşımın hedefi düşman/hedef alınan devletin bilgisayar sistemleridir (Singer & Friedman, 2014; Clarke & Knake, 2014: 38). Bilgi savaşımının bir vasıtası olarak sayısal bilgi harekâtı, barışta ve savaşta, devlet ya da devlet dışı aktörler tarafından uygulanabilir (MoD, 2010). Bu yönüyle siber alan savaşın fiziki ortamı dışında başlı başına ayrı saha olarak tanımlanmakta, ancak yarattığı etkiler bakımından savaş ortamının tamamını (muharebe sahası, harekât bölgesi ve savaş alanı) kapsamaktadır (DCDC, 2015: 20). Bu nedenle siber harekât; kaotik ve kompleks nitelikli rekabet ortamının şekillendireceği geleceğin muharebelerinde belirleyici olma özelliğini haizdir (Amerson & Meredith, 2016: 2). Literatürde sayısal bilgi harekâtının muharip olmayan unsurlara karşı tatbik edilen versiyonunu siber terörizm olarak isimlendirilir (Janczewski & Colarik, 2008 xııı).

Sayısal bilgi harekâtının başlıca amaçları: 1) Zayıflatma: Hasım bilgi-iletişim sistemlerinin işlevlerini tam olarak yerine getirmelerini engelleme, 2) Aldatma: Hasım bilgi-iletişim sistemlerinin yanlış bilgi üretmesine sebep olma, 3) İstismar Etme: Hasım bilgi-iletişim sistemlerinden fark ettirmeden bilgi çalma ve 4) Devre Dışı Bırakma (Bozma): Hasım bilgi-iletişim sistemlerini çalışamaz duruma getirme olmak üzere dört ana kategoride özetlenebilir. Sayısal bilgi harekâtının (siber harekât) başlıca vasıtaları arasında; bilgisayar virüslerini, ağ solucanlarını (kurtlar/*worms*), Truva atlarını (*trogens*), tuzak kapılarını (*traps*) ve zaman bombalarını (*time-bombs*) saymak mümkündür. Özetle, yeni medya bilgi

savaşımının en geniş ortamını, siber harekât ise sayısal bilgi harekâtı vasıtalarını ihtiva eder.

Bu tartışmada belirleyici husus yeni medyanın bilgi-iletişim teknolojisi olarak kazandırdığı imkân ve kabiliyetlerden siber harekâtın önemli ölçüde yararlanmış olmasına karşın kategorik olarak bir başka boyuta; veri-merkezli boyuta dâhil olduğu bu nedenle ayrıca ele alınması gerektiridir. Yeni medyanın aynı özelliklerini kullanan insan-merkezli faaliyet alanı ise bilgi savaşımının bu incelemede esas alınan diğer boyutunu kapsamaktadır. Kategorik olarak yapılan bu ayrıma karşın her iki harekâtı birbirinden kesin çizgilerle ayırmak kullanılan vasıtanın; yeni medyanın özelliklerinden ötürü pratikte olanaklı değildir. Bunda her iki alanın da disiplinler arası ve çok disiplinli geçişken uğraşları içermesi başlıca etkindir (Robinson, Jones & Janicke, 2015: 70). Ancak yine de bu tür bir ayrımın yapılması yazındaki kavram kargaşasını gidermek bakımından değerlidir.

1.5. Bilgi Savaşımının Unsurları

Siber harekât yeni medyanın kapsadığı çok geniş alanda bilgi savaşımının sadece bir bölümünü işgal eder. Bu kapsamda icra edilen harekâtlar; elektronik harekât, bilgisayar ağ operasyonları, bilgisayar ağ saldırıları, bilgisayar ağ savunması ve bilgisayar ağ istismarıdır. Hasmın ağ sistemleri gibi belirli bir alanla kısıtlı da olsa bu harekâtların ortak özelliği bilgi savaşımının ana faaliyetlerini kapsıyor olmalarıdır. Nitekim, bu harekât neveleri FM 3-13'te bilgi savaşımının ana faaliyet alanları arasında gösterilmiştir. (Tablo-1.)

Ana Faaliyetler	Destekleyici Faaliyetler
Elektronik savaşım	Fiziki imha
Bilgisayar ağ operasyonları	Bilgi güvenliği
Bilgisayar ağ saldırıları	Fiziki güvenlik
Bilgisayar ağ savunması	İKK
Bilgisayar ağ istismarı	Aldatmaya karşı koyma
Psikolojik harekât	Karşı propaganda
Harekât emniyeti	
Askerî aldatma	Kaynak: FM 3-13, 2003: 1-14

Tablo-1.'de gösterilenlere ilâve olarak bilgi savaşı içinde icra edilen diğer faaliyetlere örnek olarak, istihbarat harekâtını, komuta-kontrol harekâtını, psikolojik harekâtı, elektronik harekâtı, basın ve halkla ilişkiler faaliyetlerini, sivil-asker iş birliğini, sivil işler-askerî hükümet faaliyetlerini, stratejik iletişim, kamu diplomasisi, diplomasi ve özel kuvvet harekâtını saymak mümkündür (AJP 3.20, 2020: 6-13; AJP 3.10, 2009: 1-7 – 1-10).

1.6. Bilgi Savaşımının Çeşitleri ve Seviyeleri

Bilgi savaşı yukarıda da belirtildiği üzere taarruzî ve tedafüi (savunma) maksatlı olmak üzere iki çeşitte planlanıp icra edilir. Ancak bu harekât neveleri arasında geçişgenlik mevcut olup çoğu zaman her ikisi de birlikte uygulanır. Örneğin, savunma bilgi savaşımının temel işlevlerini oluşturan; bilgi ortamının (evreninin) korunması, saldırıları saptama, onarma kabiliyeti ve saldırıya karşılık verme süreçleri aynı zamanda taarruzî bilgi savaşı ile doğrudan ilgilidir. Barış-kriz-savaş-barış döngüsünde bilgi savaşı uygulamaları ortamın gereklerini karşılamaya yönelik olarak farklı kombinasyonlarda gerçekleştirilir (Varlık, 2020: 158).

Taarruzî bilgi savaşı; imha, engelleme, kısıtlama, geciktirme, aldatma, istismar ve etki altına alma faaliyetlerini kapsar (FM 3-13, 2003: 1-16). Savunma bilgi savaşı ise koruma, saptama, tamir ve tepki işlevlerinden oluşur (FM 3-13, 2003: 1-17).

Bilgi savaşı teknik, taktik, operatif ve stratejik seviyelerde uygulanır. Sayısal bilgi operasyonları tamamıyla teknik seviyede uygulanmalarına karşın taktik, operatif ve stratejik seviyede sonuçlar yaratabilme özelliğine sahiptirler. Benzer şekilde teknik ve taktik seviyede bilgi güvenliği konusundaki zafiyetler stratejik seviyede sakıncalar yaratabilmektedir. Diğer taraftan stratejik seviyede uygulanan psikolojik harekât esas itibarıyla bireysel seviyede ikna ve algı üzerine kurulmuştur. (Tablo-2.)

Tablo-2. Bilgi Savaşımının Seviyeleri

		Stratejik Seviye	
		Psikolojik harekât	
		Operatif Seviye	
		Komuta kontrol harekâtı	Basın-halkla ilişkiler Sivil işler-askerî hükümet
		Taktik Seviye	
		Harekât emniyeti	Stratejik iletişim
		Fiziki imha	Sivil-asker iş birliği
		Fiziki güvenlik	Karşı propaganda
Teknik Seviye		Diplomasi	
Bilgi güvenliği			
Elektronik savaşım - Elektronik taarruz - Elektronik koruma - Elektronik destek		Askerî aldatma	
Bilgisayar ağ operasyonları - Ağ saldırıları - Ağ savunması - Ağ istismarı		İstihbarata karşı koyma (İKK)	
Sayısal bilgi harekâtı - Zayıflatma - Aldatma - İstismar etme - Devre dışı bırakma		Aldatmaya karşı koyma	
Siber Harekât		Sayısal Olmayan Harekât	

2. YENİ MEDYA

2.1. Yeni Medyanın Tanımı

En genel anlamıyla bilginin –analog ortamdan– sayısal (“*digital*” dijital) ortama taşınmış hâli olarak tanımlayabileceğimiz yeni medya terimi ilk kez Manovich (2001) tarafından isimlendirilmiştir. Şüphesiz bilginin diğer bileşenleriyle birlikte olmak kaydıyla bir güç oluşturmada kullanılması tarih öncesi dönemlere kadar götürülebilirse de sayısal ortama taşınması ona ilk kez tek başına bir güç unsuru olma kapasitesi kazandırmıştır. Bilginin sayısal ortama taşınmasının yazında kullanılan yaygın adı “*computerized media* (bilgisayarlaştırmış ortam)”dır. Bu ortam değişikliğinde bilgi özü itibarıyla aynı kalsa da onun toplanması, aranıp bulunması, depolanması, üretilmesi, yeniden üretilmesi, yayınlanması ve kullanılması gibi temel fonksiyonlarında kökten değişiklikler yaratır. Bu radikal dönüşüm bilgiyi çok farklı alanları kapsayacak şekilde çoğaltıp geniş bir

yelpazede dağıttığı gibi bilgi üretme tekeli devletten alıp devlet dışı aktörleri de kapsayacak şekilde derinleştirmiştir. Çok sayıda bilim insanının araştırmasına konu olan yeni medyanın bilgiyi dönüştüren özellikleri müteakip satırlarda sunulmuştur.

2.2. Yeni Medyanın Unsurları

Yeni medyanın bilgiyi **sayısallaştırma** (*computerized*) özelliğinin ona sağladığı en temel özellik **erişilebilirliktir**. Bilgiye farklı ortamlardan ve vasıtalardan erişilebilme özelliği yeni medyanın diğer unsurları için de bir temel oluşturur. Aynı zamanda **sayısal temsil** olarak da isimlendirilen (Manovich, 2001) bu yetenek sayesinde McLuhan'ın (2002) ifadesiyle “her ortam/medya bir başka ortamın içeriği” hâline gelir. Bu özellik yeni medyaya –bir keresinde tüketilen değil– her seferinde yeniden üretilebilen, paylaşılabilen, dönüştürülebilene siberetik bir organizmaya dönüşen bilgi oluşturma imkânı kazandırır (Yanık, 2016: 901). Sayısal temsil yetkinliği bilgiyi her ortama aktarabilme özelliğiyle medyaları programlanabilir hale getirmektedir (Yüksel ve Yanık, 2014). Sayısallaştırmanın bilgiyi en küçük parçalara bölme özelliği, doğrusal olmayan (*non-linear*) daha doğrusu parçacıkları bulabilme imkânı veren motorlarını mümkün kılmıştır. Özetle sayısal temsil yeni medyanın diğer bütün unsurlarını harekete geçiren nazım etkidir.

Yeni medyanın birey, kamu ve özel sektörler arasındaki iletişimi artırdığı ölçüde ayrımı da ortadan kaldıran özelliği yazında **yakınsama** (*convergence*) olarak adlandırılır (Fidler, 1997: 27). Yakınsamayı sağlayan ise internet olmuştur. İnternet ile iletişime geçebilen her araç yakınsamanın verdiği imkân ve kabiliyetlere sahip olmuştur (Campbell, Martin ve Fabos, 2005: 42). Bu yakınsama özelliği yeni medyaya **etkileşimli** (*interactive*) olma özelliği kazandırmıştır. Öyle ki bu karşılıklı etkileşim özelliği gönderici ve alıcı arasındaki ayrımı ortadan kaldırmıştır (Lister vd. 2009: 21-25).

Yeni medyanın –sayısal temsilin bahsettiği imkân vasıtasıyla– bilgi bütününe işlenebilir parçacıklara bölen **modüler** yapısı, bilginin çok küçük parçalara bölünmesi hâlinde bile orijinal hâlini korumasına ve anlaşılabilir olmasına imkân sağlamaktadır. Modülerlik özelliği yeni medyaya bir nesnenin farklı sürümlerinin

okuyabilmesi imkânı veren **değişkenlik** ve içeriklerin farklı dosya formatlarına dönüşebilmesini olanaklı kılan **kod çevrimi** özelliğini kazandırmaktadır.

Yine –sayısal temsilin bahşettiği imkân vasıtasıyla– bilginin sadece kullanıcı tarafından değil **otomasyon** yoluyla yeniden kullanılabilir olması imkânı doğmuştur (Druckrey ve Stone, 1996: 229-239). Otomasyon sayesinde kazanılan bir diğer yetkinlik ise simülasyondur (Lister vd. 2009: 13).

Yeni medyanın bir diğer özelliği ise kitlelere değil her kullanıcıya özgü ihtiyacı bire bir ölçüde karşılamaya yönelik bilgi iletişimi sağlayan **kitlesizleştirme** (*demassification*) kapasitedir. Kitlesizleştirme, nispeten homojen bir toplumsal kolektivitenin (veya bu şekilde kavramsallaştırılanın) daha küçük, daha çeşitli parçalara bölündüğü (veya yeniden kavramsallaştırıldığı) bir süreçtir (Chandler & Munday, 2011). Bu kavram aynı zamanda uydu yayıncılığı ve web'in ortaya çıkışından bu yana bireylerin daha fazla medya içeriği seçeneği elde etmesiyle birlikte kitle kültürünün ve kitle toplumunun gerilemesi ve **izleyicinin parçalanmasıyla** (*audience fragmentation*) da ilişkilidir (Chandler & Munday, 2020). Bu nedenle kavram Polonyalı sosyolog Zygmunt Bauman'ın 'bireylerin toplumu' olarak tanımladığı **bireyselleştirme** (*individualization*) kavramıyla örtüşür.

Bir başka özellik ise onu zaman kısıtından kurtaran kaynak ve hedefin etkileşimini farklı zaman ve yörüngeler üzerinden (*time lapse / orbital*) sürdürebilme imkânı kazandıran **eşzamansızlık** (*desynchronization*) yeteneğidir (Rogers, 1986). Yeni medya ortamlarında yer alan bilginin yok olmaması araştırmacının/okuyucunun bu bilgiye istediği zamanda erişebilmesine imkânı verir. Diğer bir ifadeyle eşzamansızlık, haber/bilgi ile ona ulaşmanın aynı zaman diliminde buluşma mecburiyetini ortadan kaldıran bir özelliktir.

3. Yeni Medya Bağlamında Sayısal Olmayan Harekât

Yeni medya bağlamında sayısal olmayan harekât özü itibariyle bilginin sayısallaştırılmasının yarattığı bütün imkân ve kabiliyetlerden yararlanır. Bu noktada ayırt edici faktör bilgi ağları üzerinden yürütülen taarruzî, tedafüi ve destek faaliyetlerinin olmamasıdır. Bununla beraber sayısal olmayan bilgi harekâtının ağ tabanlı olmadığını söylemek olanaklı değildir. Bu işlev bilgisayar ağlarını siber harekât dışındaki özellikleri itibariyle kullanır. Bu nedenle bu

harekâtı “siber harekât dışındaki bilgi savaşı” olarak isimlendirmek de mümkündür.

Sayısal olmayan bilgi savaşımının en yaygın kullanım alanı sosyal medyadır. Günümüzde devlet ve devlet dışı aktörlerin tamamı sosyal medyada etkinlik göstermektedir. Bilgi savaşımının taktik-operatif-stratejik bütün faaliyetleri (bkz. Tablo 2.) bazı durumlarda geleneksel medyada olduğundan çok sosyal medya üzerinden icra edilmektedir.

3.1. Yeni Medya Bağlamında Sayısal Olmayan Harekâtına Örnekler

Örneğin, sosyal medya haber ve yorumları ile yeni medyanın gazetecilik faaliyetleri açık kaynak istihbaratı gibi çok spesifik bir alanın başlıca haber kaynağı hâline gelmiştir. İstihbarat kaçakları bu vasıtalarla araştırılıp bulunmakta, devletlerin *Wikileaks* (<https://wikileaks.org/>) örneğinde olduğu üzere en mahrem sırları internet üzerinden ifşa edilmekte, istihbarata karşı koyma faaliyetleri için girdiler bu mecralardan sağlanmaktadır. Bu konudaki çok sayıda örnek bulunmakla beraber, bunların arasında en dikkat çekenlerden biri, spor için koşu programı içeren telefon uygulamasının (*strava*) sağladığı yer bildirim imkânlarından dolayı gizli ABD askerî üslerinin tamamının açığa çıkmış olmasıdır (Seven, 2018).

Benzer şekilde hasmın hareket tarzımıza karşı tedbir getiremeyecek şekilde başka istikametlere yönlendirilmesine matuf olarak icra edilen aldatma ve askerî aldatma harekâtı planlı dezenformasyon faaliyetleriyle gerçekleştirilir. Bu yöntem kriz yönetiminin yaygın uygulamaları arasında yer alır. Kriz yönetimi konusundaki en güncel örneği Ukrayna-Rusya Savaşı oluşturmuştur. Bu savaşın başlangıç aşamasında krizin tırmanması sürecinde Batı'nın Rusya'yı âdeta savaş için cesaretlendirmesi sosyal medya vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. Kriz öncesinde Batı basınında Rusya'nın askerî gücü hakkında çıkan çok sayıda abartılı değerlendirme Putin Yönetimini bu müdahalenin kısa sürede son bulacağı hususunda yanlış yöne sevk etmiştir.

Yeni medya bağlamında sayısal olmayan bilgi harekâtına diğer bir örnek SAI (Sivil-Asker İş Birliği) faaliyetleridir. Sivil ihtiyaçların saptanması, kalkınma projelerinin planlanması, yardımların dağıtılması, lokal radyoların ve televizyon kanallarının kurulması yeni medyanın ve sosyal medyanın sağladığı imkânlarla

gerçekleştirilir. Bu konudaki en gelişmiş örneklerden birini Afganistan’da icra edilen UGYK (Uluslararası Yardım Kuvveti / ISAF-International Assistance Force) harekâtı esnasında Türk SAİ timlerinin gerçekleştirdiği bilinmektedir (Bkz. AA, 2012; İHA, 2021; Tv 100, 2021).

Karşı propaganda faaliyetlerinin kahir ekseriyeti sosyal medya vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bu kapsamda yalan haberle mücadele teknik, taktik ve prosedürleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Karşı propagandada kullanılan bir başka yöntem ise haberin yayınlanmasından sora yapılan doğruluk sınavasını içeren ‘Doğrulama (*fact-checking*)’ işlevidir. Yeni medya modülerlik ve erişebilirlik özelliği ve doğrulamada kullanılan zihinsel algoritmalar yardımıyla; köken, kaynak, tarih ve yer itibariyle doğruluk kontrolüne imkân tanımaktadır. Bu noktada doğrulamada sayısal yazılımlarında kullanıldığını ancak geline aşamada bazı kısıtlarının olduğunu belirtmek gerekir. Türkiye’deki önde gelen doğrulama kuruluşları arasında; “Teyit (<https://teyit.org/>)”, “Doğruluk Payı (<https://www.dogrulukpayi.com/>)”, “Yalansavar (<https://yalansavar.org/>)”, “Malumatfuruş (<https://www.malumatfurus.org/>)”, “Evrım Ağacı (<https://evrimagaci.org/>)”, “Doğrula (<https://www.dogrula.org/>), “Günün Yalanları (<https://gununyalanlari.com/>)” ve “Fact-Checking Turkey (<https://factcheckingturkey.com/>)”i saymak mümkündür.

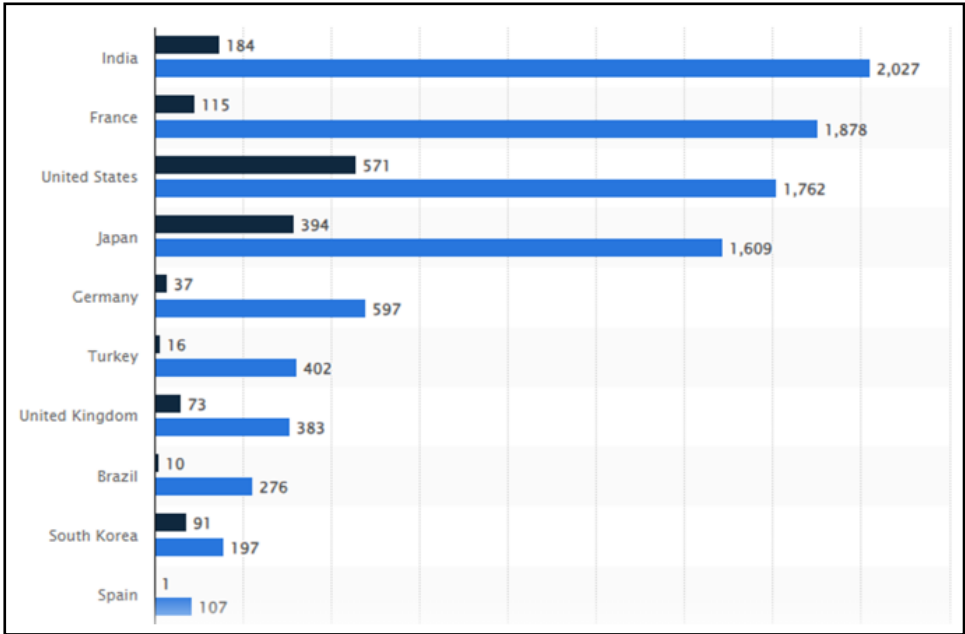
Günümüzde psikolojik harekât faaliyetlerinin tamamına yakınının sosyal medya ve yeni medya üzerinden yayın yapan basın-yayın kuruluşları üzerinden gerçekleştirildiğini söylemek abartılı olmayacaktır. Yeni medya altyapısını kullanan bu her iki unsur da –sosyal medya ve basın– yarılmış olan gerçek ötesi (*post-truth*) ortamda, eskisinden çok daha fazla bir şekilde hedef kitle üzerinde istenen davranış değişiklikleri yaratma kapasitesine sahip olmuştur. Kaynağın belli olduğu beyaz propagandanın geleneksel veya yeni medya üzerinden yapılması özü itibariyle esaslı bir değişiklik yaratmasa da yeni medyanın bahsettiği imkânlar bu propagandanın etkinliğinde önemli farklar yaratır. Bu kapsamda kamu diplomasisi (*public diplomacy*) uygulamaları –yumuşak gücün kullanılmasıyla– yerli ve yabancı kamuoylarının istenilen mecalara yönlendirilmesi hususunda yeni medyayı yaygın şekilde kullanmaktadır (Hopkins, 2015; Kaufman, 2003; Nye Jr, 2008).

Kaynağın belli edilmediği gri propaganda, başka bir kaynaktan çıkıyormuş gibi gösterilen kara propaganda ise yeni medya geleneksel medyaya oranla –yukarıda değinilen özelliklerinden ötürü– mukayese edilemez üstünlükler taşır. Gri ve kara propagandada kasıtlı üretilmiş yanlış bilgi anlamına gelen dezenformasyona ilâve olarak kasıtlı üretilmiş ve saptırılmış doğru bilgiye karşılık gelen malenformasyon da kullanılır. Yalan haberde kullanılan manipülasyon, çarpıtma, hatalı ilişkilendirme, uydurma, taklit, bağlamdan kopartma, saptırma, parodi, ardına ekleme, tahrif, değinmeme vb. teknikler gri ve kara propagandada yaygın olarak kullanılır. Sayısal olmayan bilgi savaşımında yeni medyanın propagandaya getirdiği yeni açılım ise “asimetrik propaganda” olarak yazıma dâhil olmuştur (McCauley, 2015). Asimetrik propaganda, internetin anonimliği ve kişilerin kendini istediği gibi gösterme şansını avantaja çevirerek, farklı görüşten kişileri olumsuz etkileme ve fikirlerini değiştirme amacıyla yapılan eylemleri kapsar.

Yeni medyanın sayısal olmayan uygulamaları, işgal altındaki bir ülkede ya da barışı destekleme harekâtının kalkınma işlevinde kullanılan sivil işler-askerî hükümet faaliyetlerine oldukça yatkındır. Merkezi hükümetin oluşturulmasında, taşra teşkilâtının yapılandırılmasında, bunlar arasındaki resmî iletişimin sağlanmasında, kalkınma plan ve projelerinin hayata geçirilmesinde, hukuk, eğitim ve sağlık hizmetleri başta olmak üzere devletin diğer fonksiyonlarının yerine getirilmesinde yeni medyanın sayısal olmayan operasyonlarından büyük ölçüde istifade edilebilir. Bosna-Hersek’te ve Afganistan’da devletin yeniden inşa faaliyetleri esnasında bu imkânlardan yararlanılmıştır (Hellman & Wagnsson, 2015; Hatef & Cooke, 2020).

Kamu diplomasisi, stratejik iletişim, halkla ilişkiler ve diplomasi kapsamındaki faaliyetler son dönemde âdeta sosyal medya ortamına taşınmıştır. Resmî ve özel kurumların formal sitelerinden çok halkın bilgilendirilmesi ya da diğer devletlerle ilişkiler giderek daha fazla bir biçimde sosyal medya platformları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Hükümetlerin icraatları resmî gazete ve tamimlerden çok Twitter ve Facebook gibi platformlardan takip edilmektedir. Bu konuda en uç örneği ABD eski Başkanı Barack Obama ve Donald Trump oluşturmuştur. Bu liderler, görevi esnasında devleti âdeta Twitter üzerinden yönetmiş, diplomasiyi bu platforma taşımıştır. Ardılı ve diğer devlet/hükümet başkanları bu uygulamayı âdeta gelenekselleştirmiştir. 2014 yılında yapılan bir

araştırmaya göre devlet/hükümet başkanlarının % 75'inin Twitter/X hesabı bulunmaktadır; bu oran 153 hesaba karşılık gelmektedir. Twitter/X kullanımı Avrupa devletlerinde %100, Asya'da %76, Afrika'da %71, Okyanusya'da %38'dir (Scott, 2014). Hükümetlerin Twitter/X'i kullanma oranları son yıllarda giderek artış göstermiştir. 2021 yılının ikinci yarısı itibariyle hükümetlerin Twitter/X'ten acil ve normal mesaj yayınlama talepleri aşağıda gösterilmiştir. (Grafik-1.)



Kaynak: Statista, 2023

Grafik-1. Hükümetlerin Twitter/X'ten Acil ve Normal Mesaj Yayınlama Talepleri (2021 Yılıının İkinci Yarısı İtibariyle)

3.2. Değerlendirme

Yukarıda (Md. 3.2.) ana hatlarıyla verilen örneklerin sayısını artırmak mümkündür. Bu örneklerden hareketle yeni medyanın sayısal olmayan bilgi harekâtı uygulamalarının büyük bir bölümü için uygulanabilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu kapsamda Tablo-2.'de belirtildiği üzere taktik seviyede fiziki güvenlik ve fiziki imha dışında aldatmaya karşı koyma, İKK, askerî aldatma, bilgi güvenliği; operatif seviyede komuta kontrol harekâtı ve harekât emniyeti dışında

kaşı propaganda ve sivil-asker iş birliği; stratejik seviyede ise diplomasi, kamu diplomasisi, stratejik iletişim, sivil işler-askeri hükümet, basın-halka ilişkiler ve psikolojik harekât kapsamında icra edilen faaliyetlerin tamamında yeni medyanın kullanışlı bir araç olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

SONUÇ

Bilgi Çağı'nın askerî alanda bahsettiği imkânlardan biri bilgi savaşımının barış ortamında da uygulanabilir olmasıdır. Bu çağda bilginin sayısallaşması bilgi savaşımına; siber harekât yeteneği ve sayısal olmayan bilgi harekâtı kapasitesi olmak üzere iki temel özellik kazandırmıştır. Bununla beraber sayısal olmayan bilgi harekâtı bilginin sayısallaşmasından kaynaklanan avantajlardan büyük ölçüde yararlanır, ancak uygulamada siber vasıtaları kullanmaz. Bilgi savaşımının biri insan merkezli diğeri veri tabanlı olmak üzere iki öznesinden insan merkezli özelliği sayısal olmayan harekât ile doğrudan ilişkilidir.

Siber harekât yeni medyanın bilgiye kazandırdığı imkânları kullanarak sayısal ortamda icra edilen taarruzî, tedafüi ve destek harekâtlarının icra edildiği bir harekât çeşidi olarak öne çıkmaktadır. Bu harekâtın temel özelliği ağ tabanlı olarak hasmın bilgisayar sistemlerine saldırılar yöneltirken kendi sistemlerimizi koruyacak önlemleri almasıdır. Sonuçları itibariyle taktik, operatif ya da stratejik seviyede sonuçlar yaratabilse de siber harekât özü itibariyle teknik faaliyetleri içerir. Siber harekât dışında kalan bilgi savaşımı faaliyetleri yazımda bilgi savaşımının destekleyici unsurları olarak kategorize edilir. Ancak bu uygulamaların yarattığı sonuçlar asgari taktik seviyede olup daha ziyade operatif ve stratejik düzeydedir.

Yeni medyanın bilginin doğrudan bir güç unsuru olarak değer kazanmasına katkı sağlayan özelliklerinin başında sayısallaştırma, erişebilirlik, yakınsama, etkileşimlik, modülerlik, değişkenlik, kod çevrimi, simülasyon, kitlesizleştirme ve eşzamansızlık gelmektedir.

Siber harekât dışında icra edilen sayısal olmayan bilgi savaşımının en yaygın kullanım alanı sosyal medya ve geleneksel olmayan basın-yayındır. Bu kapsamda icra edilen harekât nevelerinden başlıcaları; aldatmaya karşı koyma, istihbarata karşı koyma, askerî aldatma, bilgi güvenliği, fiziki güvenlik ve imha, karşı propaganda, sivil-asker iş birliği, harekât emniyeti, komuta kontrol harekâtı,

psikolojik harekât, basın-halkla ilişkiler, sivil işler-askerî hükümet, stratejik iletişim, kamu diplomasisi ve diplomasıdır.

KAYNAKÇA

- AA (Anadolu Ajansı). (2012). Türk askeri 1 yıl daha Kabil'de. Erişim tarihi: 24 Aralık 2023, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turk-askeri-1-yil-daha-kabilde/333954>
- AJP 3.10 *Allied Joint Doctrine for Information Operations*. (2009). Erişim tarihi: 29 Temmuz 2023, <https://info.publicintelligence.net/NATO-IO.pdf>
- AJP 3.20 *Allied Joint Doctrine for Cyberspace Operations*. (2020). Erişim tarihi: 29 Temmuz 2023, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/899678/doctrine_nato_cyberspace_operations_ajp_3_20_1_.pdf
- Amerson, K., & Meredith III, S. B. (2016). The future operating environment 2050: Chaos, complexity and competition. *Small Wars Journal*, 31(2), 1-12. Erişim tarihi: 23 Aralık 2023, file:///C:/Users/AL%C4%B0/Downloads/SWJ_The%20Future%20Operating%20Environment%202050_%20Chaos,%20Complexity%20and%20Competition.pdf
- Blank, S. (15.02.2015), Russia, Hybrid War and the Evolution of Europe. Second Line of Defense. Erişim tarihi: 22 Aralık 2023, <https://slidinfo.com/2015/02/russia-hybrid-war-and-the-evolution-of-europe/>
- Campbell, R., Martin C. ve Fabos, B. (2005). *Media and Culture, An Introduction to Mass Communication*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Chandler, D. & Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication* (1 ed.). Oxford University Press.
- Chandler, D. & Munday, R. (2020). *A Dictionary of Media and Communication* (3 ed.). Oxford University Press.
- Clarke, R. A., & Knake, R. K. (2014). *Cyber war*. HarperCollins e-book. Erişim tarihi: 29 Temmuz 2023, <https://indianstrategicknowledgeonline.com/web/Cyber%20War%20-%20The%20Next%20Threat%20to%20National%20Security%20and%20What%20to%20Do%20About%20It%20%28Richard%20A%20Clarke%29%20%282010%29.pdf>

DCDC (2015) *Strategic Trends Programme Future Operating Environment 2023*. U.K.: DCDC.

Deshpande, V. & Mehta, S. (2018). Contextualising Hybrid Warfare. Vikrant Deshpande (Ed.). *Hybrid warfare: the changing character of conflict*. New Delhi: Pentagon Press and Institute for Defence Studies and Analyses.

Diez T., Bode I. & 'da Costa, F. A. (2011). *Key Concepts in International Relations*. California: SAGE.

Druckrey, T. ve Stone, A. R. (1996). *Electronic Culture: Technology and Visual Representation*. New York: Aperture.

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge.

FM 3-13 (FM 100-6): Information Operations: Doctrine, Tactics, Techniques, and Procedures. (2003). Headquarters, Department of The Army. Erişim tarihi: 29 Temmuz 2023, <https://fas.org/irp/doddir/army/fm3-13-2003.pdf>

FM 3-13 (2016) Information Operations. Washington D.C.: Headquarters, Department of The Army. Erişim tarihi: 22 Aralık 2023, https://armypubs.army.mil/epubs/DR_pubs/DR_a/pdf/web/FM%203-13%20FINAL%20WEB.pdf

Friedman, T. (2003). *Lexus ve Zeytin Ağacı: Küreselleşmenin Geleceği*, (Çev.: Elif Özsayar), İstanbul, Boyner Holding Yayınları.

Gray, C. S. (2007). *War, Peace and International Relations: An Introduction to Strategic History*. London: Routledge.

Hatef, A., & Cooke, T. R. (2020). Winning hearts and minds: A critical analysis of independent media development in Afghanistan. *Journal of International and Intercultural Communication*, 13(2), 114-129.

Hellman, M., & Wagnsson, C. (2015). New media and the war in Afghanistan: The significance of blogging for the Swedish strategic narrative. *New media & society*, 17(1), 6-23.

Hoffman, F. G. (2007). *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*. Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies. https://www.potomacinstitute.org/images/stories/publications/potomac_hybrid_war_0108.pdf (Erişim: 22.11.2023).

- Hoffman, F. G. (2009). Hybrid Warfare and Challenges. *Joint Force Quarterly* (No. 52, 2009), pp. 34–39. Erişim tarihi: 22 Aralık 2023, <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA516871.pdf>
- Hopkins, A. E. (2015). Government Public Relations: public diplomacy or propaganda?. *Inquiries Journal*, 7(03).
- İHA (İhlas Haber Ajansı). (2021). Afganistan'daki Türk askeri çalışmalarını "Ankara" karargahından sürdürüyor. Erişim tarihi: 24 Aralık 2023, <https://www.youtube.com/watch?v=dmgR3MRVTcU>
- Janczewski, L., & Colarik, A. (Eds.). (2008). *Cyber warfare and cyber terrorism*. New York-Hershey: Information Science Reference.
- Kaufman, Edward. 2003. *A broadcasting strategy to win media wars*. In *The battle for hearts and minds*. Washington, DC: Center for Strategic and International Studies.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Setgh, Grant, Iain, ve Kelly, Kieran (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Macdonald, S. (2006). *Propaganda and Information Warfare in the Twenty-First Century: Altered Images and Deception Operations*. London – New York: Routledge.
- Manovich, Lev (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- McCauley, T. (2015). The war of ideas on the Internet: An asymmetric conflict in which the strong become weak. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 8(1), 79-90.
- McLuhan, Marshall (2002). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge: MIT Press.
- Mattis, James N. and Hoffman, Frank (2005). Future Warfare: The Rise of Hybrid Warfare. *U.S. Naval Institute Proceedings* (November 2005), 30–32.
- MoD (Ministry of Defence) (2010). Future Character of Conflict. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a80698aed915d74e33fa481/20151210-Archived_DCDC_FCOC.pdf (Erişim: 23.11.2023).
- Molander, R. C., Riddile, A., Wilson, P. A., & Williamson, S. (1996). *Strategic information warfare: A new face of war*. Rand Corporation.

- Nye Jr, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 94-109.
- Parrington, Alan J. (1997). Mutually Assured Destruction Revisited: Strategic Doctrine in Question. *Airpower Journal* (Winter, 1997). Erişim tarihi: 22 Aralık 2023, <https://web.archive.org/web/20150620055606/http://www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/apj/apj97/win97/parrin.html> (Erişim: 22. 11. 2023).
- Robinson, M., Jones, K., & Janicke, H. (2015). Cyber warfare: Issues and challenges. *Computers & Security*, 49, 70-94.
- Rogers, Everett (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Publishing.
- Scott, Graham. (2014). How Should Governments Best Use Twitter? *Global Government Forum*. <https://www.globalgovernmentforum.com/how-should-governments-best-use-twitter/> (Erişim: 24.11. 2023).
- Seven, Onur. (2018). ABD endişeli: Fitness uygulaması Strava gizli askeri üsleri açığa çıkardı. <https://www.donanimhaber.com/ABD-endiseli-Fitness-uygulamasi-Strava-gizli-askeri-usleri-aciga-cikardi--96916> (Erişim: 24.11. 2023).
- Singer, P. W., & Friedman, A. (2014). *Cybersecurity: What everyone needs to know*. oup usa.
- Statista. (2023). Global number of user data requests issued to X (formerly Twitter) from federal agencies and governments during 2nd half 2021, by country. <https://www.statista.com/statistics/234867/government-requests-for-user-data-from-twitter/> (Erişim: 24.11. 2023).
- Thornton, R. (2015), The Changing Nature of Modern Warfare. Responding to Russian Information Warfare, *The RUSI Journal*, (4), 40–48. Erişim tarihi: 22 Aralık 2023, <https://koziej.pl/wp-content/uploads/2015/09/Responding-to-Russian-informationwarfare.pdf>
- Tv 100. (2021). Türk ve Azerbaycan askerleri Afganistan'da omuz omuza! <https://www.youtube.com/watch?v=TIGsamcqzH0> (Erişim: 24.11. 2023).
- Varlık A.B. (2013). Savaşı Tanımlamak: Terminolojik Bir Yaklaşım. *Avrasya Terim Dergisi*. 1/2, 114-129. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejatd/issue/5150/70122> (Erişim: 22.11.2023).

- Varlık, Ali Bilgin. (2020). Bilgi Savaşı. Oktay Bingöl ve Ali Bilgin Varlık (Ed.) *Güvenlik Çalışmaları (Cilt-II) Güvenlik Sektörleri ve Sorunları* (ss. 137-163). İstanbul: Hiper Yayın.
- Wheatley, G. F., & Hayes, R. E. (1996). *Information warfare and deterrence* (No. 87). Institute for National Strategic Studies, National Defense University.
- Yanık, Akan. (2016). Yeni medya nedir ne değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 9 (45), 898-910.
- Yüksel, Atila ve Yanık, Akan (2014). Co-Creation Value and Social Media: How. Nina K. Prebensen, Joseph S. Chen ve Muzaffer Uysal (Eds.) *Creating Experience Value in Tourism*. Boston, MA.: CABI.