

## Terörizmin Küreselleşmesi ve Sosyal Medya: DEAŞ'ın X'i Kullanımı

Şule SİYAM<sup>1</sup>



### Öz

<b>Makale Türü</b> Araştırma Makalesi
<b>Başvuru Tarihi</b> 25.08.2024
<b>Kabul Tarihi</b> 31.12.2024
<b>DOI</b> 10.47140/kusbder.1538443

Uluslararası alanda bilhassa politika ekseninde yaşanan küreselleşme, güç dengelerinde mevcut değişimi de beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, devletler ve toplumlar açısından tehdit ve risk unsurlarına ilişkin hem yönetim hem de algı değişiklik göstermeye başlamıştır. Nitekim güvenlik algısı da bu değişimden payını almıştır. Daha önceleri ulus devletlerin realist çerçevede yaklaştığı güvenlik algısı, özellikle sosyal medya kullanımının artması ve bu artışın bir sonucu olarak sınırların ortadan kalkmasıyla çeşitli alt dallara uzanmıştır. Değişen ve gelişen politik düzene ayak uydurmaya çalışan terör örgütleri de özellikle sosyal medya platformlarına yönelerek, önceden çeşitli zorluklarla karşılaştıkları propaganda yöntemlerine çok daha kolay erişim sağlar vaziyete gelmişlerdir. Bilgi paylaşımının son derece hızlı olduğu sosyal medya platformlarından eski adı ile Twitter, güncel hali ile X, anlık bilgi paylaşımı ve erişim olanakları olarak terör örgütlerinin ses getirici propaganda araçları arasında ilk sıralarda yerini almıştır. Bu kapsamda çalışma, DEAŞ Terör Örgütü ile X arasındaki bağlantıyı, globalleşen dünya düzenindeki sosyal medya propagandaları çerçevesinde incelemektedir. İncelemeler, DEAŞ'ın sosyal medya platformu olan X içerisinde nasıl örgütlendiğini, ne gibi propagandalar yaptığını ve bunlardan nasıl sonuçlar elde ettiğini araştırmaktadır. Bu araştırma ile birlikte geçmişte çok daha zor şartlar altında gerçekleştirilen ve kitlesel erişimden hayli yoksun olan propaganda yöntemlerinin yerini, sosyal medya platformlarının nasıl aldığı ve doğru/yanlış bilginin insanlarda ne gibi etkiler uyandırdığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Burada temel argüman, terör örgütlerinden DEAŞ'ın hedeflerine ulaşmak amacıyla izlediği propaganda yöntemlerinden X'i nasıl kullandığıdır.

**Anahtar kelimeler:** Küreselleşme, deaş, sosyal medya, X, terör örgütü propagandası.

**Atıf için:** Siyam, Ş. (2024). Terörizmin Küreselleşmesi ve Sosyal Medya: DEAŞ'ın X'i Kullanımı. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (2). 171-190.

<sup>1</sup>Sorumlu Yazar: Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi Uluslararası İlişkiler ve İstihbarat İncelemeleri, E-posta: [sulesiyam@stu.aydin.edu.tr](mailto:sulesiyam@stu.aydin.edu.tr), <https://orcid.org/0009-0004-7736-1127>

## Globalization of Terrorism And Social Media: DEASH's Use of X

Şule SiYAM<sup>2</sup>



### Abstract



**Article Type**  
Research Article

**Application Date**  
2024-08-25

**Acceptance Date**  
2024-12-31

**DOI**  
10.47140/kusbder.1538443

Globalization, especially in the political field, has brought about changes in power balances at the international level. As a result, both the management and perception of threats and risks have begun to change for states and societies. Indeed, the security perception has also been affected by this change. The security perception, which was previously approached by nation-states in a realist framework, has branched out into various subfields, especially with the increase in the use of social media and the consequent disappearance of borders. Attempting to adapt to the changing and evolving political order, terrorist organizations have increasingly turned to social media platforms, making it much easier for them to access propaganda methods that they previously struggled with. Attempting to adapt to the changing and evolving political order, social media platforms such as Twitter, formerly known as X, have become prominent tools for terrorist organizations in terms of instant information sharing and access. In this context, the study examines the connection between the DEASH Terrorist Organization and X within the framework of social media propaganda in the globalized world order. The research investigates how DEASH organizes within the social media platform X, what kind of propaganda they conduct, what results they achieve. This study aims to demonstrate how social media platforms have replaced propaganda methods that were previously carried out under much more difficult conditions and with limited mass reach, and how the spread of correct/false information affects people. The main issue here is how DEASH uses X as a propaganda tool to achieve its goals.

**Keywords:** Globalization, deash, social media, X, terrorist organization propaganda.

**For Reference:** Siyam, Ş. (2024). Terörizmin Küreselleşmesi ve Sosyal Medya: DEAS'ın X'i Kullanımı. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 8 (2). 171-190.

<sup>2</sup>Corresponding Author: Graduate Student, Istanbul Aydın University International Relations and Intelligence Studies, E-mail: [sulesiyam@stu.aydin.edu.tr](mailto:sulesiyam@stu.aydin.edu.tr), <https://orcid.org/0009-0004-7736-1127>

## Giriş

Üzerinde herhangi bir ortaklık sağlanamamış olmasına karşın, “küreselleşme” kavramı genel itibariyle ekonomik perspektiften ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, dünya genelinde artış halinde olan sermayenin devinimi neticesinde sınırları aşan ve uluslararası karşılıklı ekonomik birleşme, iletişimin artması ve bağımlı hale gelmesi olarak anlamlandırılabilir (Kıvılcım, 2013: 221). Hem tanımındaki muğlaklıklar hem de sürecin uzunluğu, küreselleşme kavramını kazananlar-kaybedenler ve fırsatlar-dezavantajlar olarak kompleks bir kavram olarak ortaya çıkarmıştır (Toffler, 1992: 87-88). Nitekim, Türk Dil Kurumu Sözlükleri’nde de küreselleşme kavramı “globalleşme, küreselleşme durumu” olarak muğlak bir şekilde tanımlanmıştır. Ancak gelişen dünya düzeni ile çok daha farklı açılardan ele alınabilen küreselleşme hususu bu çalışmada, tarihsel gelişimi incelendiğinde artan üretim piyasaları, sanayi alanındaki gelişmeler ve hızlı pazar değişikliklerinden ziyade, araştırmacıların da ortak bir karara erişebildiği bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler olarak ele alınmıştır.

Günümüz dünyasında küreselleşme kavramının esas öğelerinden biri iletişimdir ve bu iletişimin en önemli sembollerinden biri ise internet olmuştur (Aktan & Şen, 1999: 12). Marc Sageman, internetin gelişmesiyle global İslamcı akımın büyümekte olan tehdidinin ve hareketliliğinin de değiştiğini savunmuştur (Sageman, 2008: 109). Bununla beraber, küreselleşen sosyal dünya, terörü mevcut teknolojik ilerlemelerin en önemli sorunlarından biri haline getirmiştir.

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği sınırları ortadan kaldıran sosyal medya platformları, terörü ve terörizmi derinlemesine etkisi altına almaktadır. Terörist kişi ya da gruplar, sosyal medya platformlarının herkesi her şeyden haberdar etme özelliğini kendi faydalarına yönelik kullanırken, sosyal medya platformlarının terör örgütü propagandalarında bir araç işlevi görüp görmediği tartışma konusudur (Berzah, 2010: 171). Bu doğrultuda incelendiğinde, sosyal medya platformları kimi zaman terör örgütlerine ilişkin söylem ve eylemleri gündeme getirerek ve özellikle gündemde kalmasına katkıda bulunmaktadır. Bununla beraber hedef kitleden ilgisiz ve alakasız kişilere kadar dünyanın internet erişimi olan her noktasından ulaşılabilen doğru/yanlış bilgi aktarımını da sağlamaktadırlar.

Nitekim, We Are Social (2023) Raporu’na göre 2023 yılı Ocak ayında yapılan araştırmalarda dünya genelindeki 8.01 milyarlık nüfusun %68’ini oluşturan 5.44 milyarlık bir kesimin şahsi cep telefonuna sahip olduğu, %64’lük kesimi oluşturan 5.16 milyar kişinin internet kullanıcısı olduğu ve toplam nüfusun %59.4’ünü oluşturan 4.76 milyar kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu anlaşılmıştır (Omgiletisim, 2023). Aynı rapora göre, 2023 yılında 556 milyon kişinin aktif X (eski adıyla Twitter) hesabı kullandığı görülmektedir. 2024 yılının güncel verileri incelendiğinde ise internet

kullanım oranının artarak ilerlediği ve 97 milyon yeni kullanıcının eklenmesiyle global internet kullanıcısı sayısının 5.36 milyar kişiye ulaştığı anlaşılmaktadır. 2024 yılı Ocak ayında yapılan araştırmalara göre, 2023 yılına kıyasla 63 milyon yeni bir X kullanıcı kitlesi meydana gelmiştir (Omgiletisim, 2024).

Bu doğrultuda, sosyal iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin, şahsi sosyal yaşantıyı etkisi altına alması gibi, siyasi alanda da etkili olması kaçınılmaz bir gerçektir. Sosyal medya platformlarının kullanıcı çerçevesinde eriştiği bu rakam göz önüne alındığında, örgütlerin sosyal medya mecralarına olan ilgisi ortaya çıkmaktadır (Taşdemir, 2017: 737). Terör örgütleri de bu etkileşimden yararlanarak, herkese ulaşabilme avantajını kullanmak suretiyle geniş bir iletişim zeminini etkin şekilde kullanmayı amaçlamaktadırlar (Hoffman, 2016: 103). Günümüz dünyasında en tanınmış sosyal medya platformlarından biri olan X, kullanıcı kitlesine her türlü güncel konu ve olay ile ilgili anlık bilgi akışı sağlarken, oldukça geniş bir tartışma zeminini de hazırlamaktadır (Bayraktutan vd. 2014; Silsüpür, 2016: 731). Şahsi kullanıcılarının yanı sıra siyasal aktörlere ve terör örgütlerine de iletişim maksatlı bir altyapı hazırlayan X, siyasallaşma oranı en yüksek sosyal mecradır (Yaşar, 2020: 146).

### **X Sosyal Medya Platformunun Rolü**

Küreselleşmenin bir getirisi olarak sosyal medya platformları, özellikle son dönemlerde etkisini bir hayli artırmış, hem şahsi hem de devletler açısından yadsınamaz bir iletişim aracı haline almıştır. Eski adıyla Twitter, güncel adıyla X isimli sosyal medya platformu da etki alanına aldığı hedef kitlenin genişliği, kolay kullanımı, maliyetinin düşük olması ve etki gücü gibi kıstaslarla hem geleneksel medya araçlarının hem de diğer sosyal platformların önüne geçmiştir (Karabulut, 2021: 105-119). İlk etapta 14 kişiden oluşan bir arkadaş grubunun vizyoner düşünceleriyle meydana getirdiği platform, 21 Mart 2006 günü San Francisco'da kurulmuştur (Hürriyet, 2022). Sosyal medyada özellikle habercilik kapsamında yeni bir çığır açan X, dünya genelinde de önemli bir popülerliğe kavuşmuştur. Her alanda bir iletişim aracı olarak kullanılabilen platform, Türkiye'de genel itibarıyla siyaset alanında etkisini sürdürmektedir (Medya Akademi, 2020).

2022 yılı Ekim ayında Elon Musk tarafından satın alınan Twitter şirketinin ismi X olarak değiştirilmiş ve "Mavi Kuş" logosu da X harfi ile değiştirilmiştir (Euronews, 2023). X, kullanıcılarının fikirlerini, görsellerini ve anlık iletilerini global bir kitle ile paylaşmasına imkân tanırken, aynı zamanda toplumsal ve siyasi olaylar hakkında geniş bir bilgi akışı sağlamaktadır. X'de "hashtag(#)" ve "retweet" özelliği bulunmaktadır. Hashtag, konularla ilişkilendirmek için kullanılır. Retweet ise, başkalarının tweetlerinin yeniden paylaşılmasıdır ve hızlı paylaşım olanağı sağlamaktadır. X'in bu özellikleri, platformu terör örgütleri açısından da cazip bir propaganda aracı haline getirmiştir.

Verilen bilgiler ışığında çalışmanın ilerleyen her bir bölümünde, kavramlar olabildiğince açık ve şeffaf şekilde anlatılarak, objektiflikten uzaklaşmaksızın bilgi aktarımı sağlanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın temel araştırma sorusu, küreselleşmenin etkisiyle birlikte değişen uluslararası alanda terör örgütlerinden DEAŞ'ın, propaganda faaliyetlerini yürütmek için X Sosyal Medya Platformunu ne şekilde kullandığı ve bundan ne gibi sonuçlar elde ettiğini tespit etmektir. Bu bağlamda, nitel araştırma yönteminden faydalanılarak yapılan araştırmalarda ilk etapta DEAŞ Terör Örgütü Propagandası ve X Sosyal Medya Platformu kavramsal olarak incelenmiştir.

Araştırmada kullanılan veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu yöntemle, örgüt tarafından yapılan paylaşımlar, temalar altında sınıflandırılmış ve bu paylaşımların hangi amaca hizmet ettiği belirlenmiştir. İnceleme, DEAŞ'ın propagandalarında kullandığı söylemler, hedef kitleye yönelik mesajları, içerik boyutları ve mesajların etkileri şeklinde alt başlıklar halinde ele alınmıştır. Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde, elde edilen veriler DEAŞ'ın propaganda faaliyetlerinin kapsamı, içerik analizi ve bu faaliyetlerin sonuçları açısından başlıklar altında sunulmuştur. Özellikle, elde edilen verilerin analizinde, DEAŞ'ın sosyal medya platformlarını kullanma biçimi ve bu platformlar üzerindeki etkisinin ne olduğu ayrıntılı olarak irdelenmiştir.

Bu doğrultuda, çalışmanın daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla bir sonraki bölümde DEAŞ terör örgütünün tarihsel yapısı, kuruluşu, ideolojisi ve eylemlerine kısaca değinildikten sonra propaganda yöntemlerinden sosyal medya platformlarının aracılığına geçilecektir.

### **DEAŞ Terör Örgütü**

DEAŞ Terör Örgütü, Irak Savaşı'nın ilk yıllarından itibaren ortaya çıkmış bir terör örgütüdür. 2004 yılında El Kaide'ye biat ettiğini ilan ederek, örgütün adını "Irak El Kaidesi" olarak değiştirmiştir. Devletler tarafından tanınmayan DEAŞ, kurulduğu bölgenin sahip olduğu geniş petrol rezervlerinden dolayı ciddi bir mali kaynağa sahip bir terör örgütü olarak dikkat çekmektedir. Örgütün kurucusu ve ilk lideri Ebu Musab el-Zerkavi'dir. El Kaide lideri Usame Bin Ladin'in dikkatini çeken Zerkavi, onun daveti üzerine Kandahar'a gitmiş ve El Kaide'nin desteğiyle, İran sınırına yakın Herat bölgesinde "Tevhid ve Cihat" adlı bir eğitim kampı kurmuştur.

DEAŞ, temelde 1999 yılında Afganistan'da kurulmuş olup, 2000 yılında Zerkavi tarafından yönetilmeye başlanmıştır. Örgüt, ABD'nin Afganistan'ı işgal etmesiyle birlikte faaliyetlerini Irak'a kaydırmış ve 2003 yılında ABD'nin Irak'ı işgal etmesiyle, Irak'ta yaşanan otorite boşluğundan faydalanarak büyümüştür. 2004 yılında "Irak El Kaidesi" adını alan örgüt, lideri Zerkavi'nin 2006 yılında ABD hava saldırısı sonucu öldürülmesinden sonra, Ebu Eyyub El-Mısri'nin liderliğinde "Irak İslam Devleti" ismini

almıştır. Bu süreçte örgütün lider kadrosu sürekli değişmiş ve 2010 yılında Ebu Bekir el-Bağdadi'nin lider olarak atanmasıyla örgüt yeniden yapılanma sürecine girmiştir. 2013 yılında Arap Baharı ile birlikte, adını DEAŞ (Irak Şam İslam Devleti) olarak değiştirmiştir (Teltik, 2022: 93-94).

ABD'nin Irak'tan çekileceğini duyurmasıyla birlikte bölgede yaşanan siyasi boşluk, DEAŞ'ın büyümesini hızlandırmıştır. 2014 yılında Ebu Bekir el-Bağdadi, 29 Haziran'da halifelik ve İslam Devleti'nin kurulduğunu dünyaya ilan etmiştir (Ayhan, 2017: 208). DEAŞ, ağırlıklı olarak Irak ve Suriye'de faaliyet göstermiş, bu bölgelerde kontrol altına aldığı geniş topraklarda şeriat yasalarına dayalı bir yönetim sistemi kurmayı hedeflemiştir. Örgütün amacı, cihat yoluyla bir İslam Devleti kurmaktır ve bu doğrultuda terör eylemlerini meşru bir araç olarak görmektedir. DEAŞ, hem Batı'ya karşı hem de kendi inanç sistemine uymayan diğer Müslümanlara karşı şiddet içeren eylemler düzenleyerek, ideolojisini yaymayı hedeflemektedir.

DEAŞ'ın ideolojisi, Selefilik akımına dayanmakta olup, diğer radikal terör örgütleri olan El Kaide ve Taliban'ın ideolojileriyle de benzerlik göstermektedir. Selefilik, Batı karşıtlığı ve dinî fanatizmi merkezine alan bir ideolojidir. Bu ideolojiye göre, devlet ile din arasında bir ayrım yoktur ve tüm yönetim kararları şeriat yasaları çerçevesinde alınmalıdır. Bu ideolojiye göre, farklı inançlar sapkın olarak görülmekte ve infaz edilmeleri gerektiği savunulmaktadır. DEAŞ'ın bu radikal anlayışı, Müslüman olmayanların yanı sıra, kendi inanç sistemine uymayan diğer Müslümanları da hedef almıştır. DEAŞ, kendi dünya görüşüne uymayan kişileri kafir olarak nitelendirmiş ve bu kişilerin öldürülmelerini meşru görmüştür.

Örgüt, bu ideolojiyi güçlendirmek ve yaymak için sosyal medya başta olmak üzere çeşitli propaganda yöntemleri kullanmıştır. Sosyal medya üzerinden yürütülen bu propaganda çalışmaları, örgütün cihat anlayışını geniş kitlelere duyurmasına ve Batı karşıtı bir duruş sergilemesine olanak tanımıştır. Örgütün ideolojik hedefleri arasında, şeriat yasalarıyla yönetilen bir hilafet devleti kurmak ve bu devleti genişleterek dünya genelinde Müslümanların tek lideri olma amacı yer almıştır (Şenol vd. 2016: 284).

DEAŞ'ın eylem yöntemleri ise genellikle şiddet ve korku yayma odaklıdır. Örgüt, hem bölgede hem de uluslararası arenada dikkat çekmek ve korku yaratmak amacıyla çeşitli terör saldırıları düzenlemiştir (Ahmadli, 2023: 113). Bu saldırılar arasında bombalı saldırılar, infazlar, adam kaçırmaya, roket saldırıları, intihar saldırıları ve uzun namlulu silahlarla saldırılar bulunmaktadır. Örgütün en bilinen eylem yöntemlerinden biri, medyaya servis ettiği infaz videolarıdır. Bu videolarda, yüksekten atma, yakma ve kafa kesme gibi barbarca yöntemler kullanılmış ve bu eylemler dünya genelinde büyük tepki toplamıştır.

DEAŞ, 2004 ile 2017 yılları arasında başta Londra, Paris, Berlin, Brüksel, Madrid, Nice ve Manchester gibi Avrupa şehirleri olmak üzere, pek çok şehirde terör saldırıları gerçekleştirmiştir. Bu saldırılar genellikle kalabalık bölgelerde araçla insanları ezme, patlayıcı yüklü araçları kullanma ve intihar saldırıları şeklinde olmuştur. Bu eylemler sonucunda Avrupa'da 500'den fazla insan hayatını kaybetmiştir. DEAŞ ayrıca, Türkiye'de de çeşitli saldırılar düzenlemiş ve İstanbul, Ankara, Diyarbakır ve Niğde gibi şehirlerde 200'den fazla kişinin ölümüne sebep olmuştur (A Haber, 2017).

DEAŞ'ın temel amacı, toplumda korku ve panik yaratarak güç gösterisi yapmak ve dünya genelinde İslam'ın tek temsilcisi ve savunucusu olarak kabul edilmek olmuştur. Bu amaç doğrultusunda örgüt, psikolojik savaş yöntemleri kullanmış ve sosyal medya gibi platformlar üzerinden algı yönetimi yaparak geniş kitlelere ulaşmıştır. DEAŞ'ın terör eylemleri, Batı dünyasında İslamofobinin artmasına ve İslam'ın saygınlığının zedelenmesine yol açmıştır. Örgüt, geniş bir coğrafi alanı kontrol altına almayı hedefleyen bir jeopolitik genişleme stratejisi izlemiş ve bu strateji doğrultusunda bölgedeki otorite boşluğunu doldurmaya çalışmıştır (İçişleri Bakanlığı, 2017: 18).

DEAŞ Terör Örgütü, şiddet, korku ve propagandayı bir arada kullanarak hem yerel hem de küresel düzeyde etkili olmayı amaçlayan, ideolojik ve örgütsel yapısı güçlü bir terör örgütü olarak faaliyet göstermiştir. Örgüt, sadece Irak ve Suriye gibi ülkelerde değil, Avrupa ve Türkiye'de de terör eylemleri düzenleyerek, ideolojik hedeflerini gerçekleştirmek için tüm imkanları kullanmıştır.

### **DEAŞ, X (eski adıyla Twitter) ve Propaganda**

Terörün esas maksadına ulaşabilmesi, şiddet eylemlerinin sistematik olarak uygulanmasından geçmektedir (Kegley & Blanton, 2011: 274). Mekan ve zaman gözetimine tabi olmadığı göz önüne alındığında sanal platformlar; düşüncelerin hızla yayılabilmesi, herkesçe erişilebilmesi ve maliyetin neredeyse sıfır olması gibi özelliklerinden dolayı terör örgütleri tarafından sık kullanılan eylem alanları haline almıştır (Dede & Tansü, 2020: 107). Terör örgütlerinin birçoğu, X vasıtasıyla eş ve reel zamanlı gündem oluşturabilme kabiliyetine sahiptirler. Böylece yaygın ve hâkim olan geleneksel medya, X'de yapılan paylaşımları legal haber kaynağı olarak tanımlayabilmektedir. Bu durumda terörist gruplar, propagandaya ilişkin iletilerini tekrar ederek ana akım medyada bulunma fırsatını ele geçirmişlerdir (Weimann, 2014: 8). Propagandanın temelinde, karşı tarafın gördüğünden ziyade gösterilmek istenilen duygu, düşünce ya da olaya inandırılması olduğu düşünüldüğünde bu vasıtayla oluşturulan bir konu, esas olayların irdelenmesinin önüne geçerek örgütün ya da örgütünün durumları olduğu halinden farklı vaziyette aktarabilmesine meydan vermektedir (Herman, 2000). Nitekim çevrim içi mekânlar, bireylerin radikal görüşleri benimsemesi ve özgür fikirlerin beyanı açısından önemli medya ortamlarıdır (Hussain

& Saltman, 2014). Bilhassa örgüt elemanı edinme ve yetiştirme noktasında sosyal platformlarda bulunan "Sohbet Odaları" önemli bir role sahiptir (Hanna, 2006).

DEAŞ destekçileri, 'Şumukh al-İslam' forumunda yayınlanan bir 'X Rehberi' sayesinde X'i etkili bir şekilde kullanmaları konusunda daha fazla teşvik edilmiştir (Ashcroft & General, 2015: 38; Shehabat vd. 2017: 27-53) X'de ilgili konularla ilişkilendirmek ve gündem belirlemek için kullanılan hashtag(#), DEAŞ'ın siber cihat liderleri tarafından manipüle edildi ve örgütün propagandasının hedefi haline geldi (İyiat, 2019: 74). Eylemleriyle doğrudan bağlantısı olmasada 'trend' hashtag'lerini kullanmak, X'de yanlış bilgi yaymanın başka bir yolu olarak görülmektedir (Tulga, 2024). Diğer terör örgütleriyle karşılaştırıldığında sosyal medyadaki en organize terör örgütüdür.

DEAŞ terör örgütünün sosyal medya mensupları tarafından X'in "spam" özelliğinden kurtulmak ve örgütün faaliyetlerini tanıtmak için "Müjdeleyici Şafak" (Fecr-ül Beşair) adlı uygulama geliştirilmiştir (Karaş, 2017: 40). Ayrıca örgütün sosyal medya hesapları kapatılsa ya da askıya alınsa bile, merkezi hesaba bağlı farklı isimlerle yeni hesaplar oluşturularak akışı canlı tutmanın yollarını geliştirmişlerdir. Akışın kesintiye uğramasını önlemek için denedikleri yöntemlerle, düzenli paylaşımlara devam etmiş ve böylece hedeflerine hizmet etmeye devam etmişlerdir (Özden, 2021: 69-70). Bu şekilde, DEAŞ, örgüt propagandasını genişletmek için internetin sunduğu fırsatları etkin şekilde kullanmaktadır (Dokur, 2023: 130).

### **Propagandalara İlişkin Nicel Veriler**

DEAŞ Terör Örgütü'nün sosyal mecralardaki aktifliğine dair bir araştırmada, Brookings Institution tarafından yayımlanan ve J. M. Berger ile Jonathon Morgan tarafından oluşturulan "DEAŞ Twitter Sayımı" önemli sonuçlara işaret etmektedir. 2014 yılı Eylül ayı içerisinde açıklanan araştırma sonucunda örgütle bağlantısı olan yaklaşık 46.000 X hesabı bulunmuş ve takip edilmiştir. Takip neticesinde elde edilen bilgiler, DEAŞ'ı övücü, sevici, destekleyici nitelikte paylaşımda bulunanların çoğunluğunun Irak, Suudi Arabistan ve Suriye topraklarında olduğunu göstermiştir. Bu doğrultuda DEAŞ Terör Örgütü, sosyal medyadaki çeşitli platformlardan, özellikle de X aracılığıyla eylemlerini ve faaliyetlerini kitlelere hızlıca aktarmaktadır (Erdin, 2017: 129).

Berger ve Perez'in araştırması, DEAŞ'ın X'deki en etkili destekçilerini belirlemeye yöneliktir. Analizlerinin sonucunda, DEAŞ'ın X'deki 50 etkili kullanıcıyı tespit etmiştir (Berger & Perez, 2016: 8). Bu kullanıcıların X'de DEAŞ propagandasını yayma açısından diğer hesaplara göre daha aktif olduklarını ve günde ortalama 44,2 kez tweet attıklarını ileri sürmektedir (Berger & Perez, 2016: 7). Klausen (2015: 1-22), benzer bir şekilde DEAŞ'ın en etkili 55 X kullanıcıyı manuel olarak belirlemiş ve bu kullanıcıların çoğunlukla 'dini rehberlik' üzerine konuştuğunu ortaya koymuştur.



Anlık olarak gerçekleştirilen mesajlar ve paylaşımlar, DEAŞ'ın uluslararası alanda en çok bahsedilen konu (TrendTopic) olmasını sağlarken, aynı zamanda global çevrede yaratılabilecek bir panik ve tehdit ortamı ile amaçlarına sorunsuz bir şekilde ulaşmasına imkân vermektedir (ORSAM, 2016).

### Propagandaların İçerik Boyutu

İngilizce ve Arapça dillerinin dünya üzerinde en yoğun konuşulan dillerden olduğu göz önüne alındığında, DEAŞ, X kullanıcı hesaplarını bu iki dili kullanarak yönetmektedir (Erdin, 2017: 128). DEAŞ, X'in çeşitli algoritmalarını etkisiz hale getirerek, sempatizanlarının ve müzahirlerinin bağlantı, etiket ve görselleri kapsayan gönderiler paylaşmasına olanak sağlayan bir strateji izlemektedir. DEAŞ'ın X üzerinden yaptığı propaganda örnekleri aşağıda yer almaktadır:

Örgütün faaliyetlerinin zirveye ulaştığı 2014 yılında Bağdat şehrinde korku yaymak amacıyla X uygulaması üzerinden aktif bir propaganda faaliyetleri yürütülmüştür. Bağdat'ta önemli bir binanın önünde DEAŞ'lı teröristi korku yaymak amacıyla silahla gösteren montaj fotoğraf propaganda amaçlı kullanılmıştır. (Berger, 2014).

GlobalPost için 2014 yılında Suriye'de iç savaşı araştıran ABD'li gazeteci James Foley'in öldürüldüğü videoyu yayınlarken örgüt yine gündeme gelmiştir. Foley öldürülmeden önce "Amerika'nın gerçek katili" olduğu mesajını iletmiştir. Bu videonun ilerleyen kısmında, başka bir ABD'li gazeteci de gösterilerek, onun kaderinin Amerikan politikası çerçevesinde şekilleneceği vurgulanmaktadır (CNN, 2014). Bu vahşet videosu gazete ve haber ajansları tarafından yayınlanması reddedilmiştir. Vahşetin yayınlanmak istenmemesi üzerine #AmessageToAmerica hashtagi oluşturulmuş ve Foley'in öldürüldüğü video 2.000 X hesabından paylaşım yapılarak yayılmıştır (Callimachi, 2014).

'@Nidalgazai' adlı X kullanıcısı 03 Kasım 2016 tarihinde yayınladığı fotoğraflarda, arka planda İstanbul'un farklı bölgelerini görsel olarak kullanmıştır. Bu görüntülerin yayınlanmasının ardından sosyal ağlarda DEAŞ'ın yeni bir eylem planı olarak İstanbul'a hedeflendiği düşünülmüştür (Çiçek, 2017: 72). 01 Ocak 2017 tarihinde İstanbul'da bulunan Reina adlı gece kulübünde yeni yıl kutlamaları sırasında silahlı saldırı düzenlenmiştir. Bir gün sonra saldırının sorumluluğunu DEAŞ üstlenmiştir.

Ürdünlü pilot, DEAŞ'ın hüküm sürdüğü toprakları bombalarken uçağı düşmüş ve pilot yakalanmıştır. Pilotun infaz videosu çekilmiş ve bu video "inanınların gönünü ferahlatmak" başlığıyla örgütün sosyal medya hesaplarından paylaşılmıştır (Ohlheiser & Booth, 2015). İnfaz videosu X'de en çok ilgi gören konu olmuştur. Pilotun infazı gerçekleşmeden önce #SuggestAWayToKillTheJordanianPilotPig, #ÜrdünlüDomuzPilotuÖldürmeYöntemiÖner hashtagleriyle etiket kampanyası başlatılmıştır. (Gardham & Hall, 2015).

2014 yılında Brezilya'da düzenlenen Dünya Kupası esnasında organizasyona dair önemli etiketlemeleri kullanarak çok geniş bir hedef kitleye erişim sağlamaya çalışmıştır (Göksun & Salihi, 2018: 77). #Brazil2014, #ENG, #France ve #WC2014 etiketlerine giren kullanıcılar, DEAŞ öncülüğünde İslami savaş olan Cihat'a çağrı yapan bir gönderiyi izlemek durumunda kalmışlardır (Karakaş, 2017: 38). Trend olan konu etiketlerinin manipülasyonuna karşı siber korsanlık eylemleri yapan DEAŞ, bu yöntem ile X'de kendisiyle herhangi bir bağı olmayan etiketler üzerinden dahi uluslararası alanda sesini duyurmayı başarmıştır.

2014 yılının Haziran ayında "Kedinin İslam Devleti" (Islamic State of Cat) adlı bir X hesabıyla "Cihadın kedileri" (#catsofjihad) etiketi altında bir konu açılmış, elinde çeşitli silahlar, el bombaları veya dinamitler bulunan sevimli kedi fotoğraflarına dair paylaşımlar DEAŞ destekçilerince inanılmaz bir hızla kabul edilmiştir (Martel, 2014). Bu fotoğrafları görüntüleyen kullanıcıların, akıllarındaki sevimli yavru kedi betimlemesini cihat çağrısına dair görseller ile ilişkilendirerek, algı manipülasyonu yaratmak için kullanılmıştır.

DEAŞ'ın propaganda mekanizmasında, aktif üye olmayan sempatizanlar da önemli figürler arasında yer alıyordu. Bunlar arasında en dikkat çeken, Shami Witness kullanıcı adıyla bilinen Mehdi Masroor Biswas'tı. Witness, X'de yaklaşık 20.000 takipçisi olan DEAŞ'ın en etkili propaganda sempatizanlarından biriydi. Hindistan'da 24 yaşındaki Biswas tarafından işletilen bu hesap, DEAŞ ile ilgili haberler paylaşan, militan temin eden, infaz videoları yayınlayan, örgütün başarılarını kutlayan (@shamiwitness: India arrests, 2014) ve cihad çağrıları yapan hesaplar arasında en dikkat çeken olarak öne çıkıyordu. Ayrıca örgütün militanları da hesabı takip ediyordu. Biswas, kimliği tespit edilip tutuklanana dek yüzlerce içerik paylaşmış sempatizanların dikkatini çekmişti. Tutuklandığında, örgütün sempatizanları ve takipçileri X'de #FreeShamiWitness (#ShamiWitnessaÖzgürlük) etiketini oluşturdu (IS supporters demand police, 2014).

## Tartışma ve Sonuç

Küreselleşme sürecinde, sürekli bir devinim, gelişim ve değişim içerisinde olan dünya düzeninde, en çok etki yaratan alanlardan biri sosyal medya platformlarıdır. Çalışma kapsamında ayrıntılı olarak incelendiği üzere, sosyal medya platformlarının sahip olduğu yoğun kullanıcı sayısı, anlık iletişim sağlama gücü ve küresel erişim kapasitesi göz önüne alındığında, eski adıyla Twitter, güncel adıyla X Sosyal Medya Platformu, bu açıdan en etkin mecralardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, DEAŞ Terör Örgütü, kurulduğu ilk yıllarda geleneksel ana akım medya dışında herhangi bir sosyal iletişim alanı bulunmamasına karşın, küreselleşmenin ve dijital teknolojilerin

gelişimi ile birlikte kendini bu yeni düzene uyarlamayı başarmış ve propaganda faaliyetlerini X üzerinden yoğun bir şekilde yürütmüştür.

DEAŞ'ın sosyal medya kullanım amaçlarını daha detaylı olarak açıklamak gerekirse, örgütün öncelikli hedeflerinden biri, müzahir topluluk kazanımı elde etmektir. Bu hedef doğrultusunda, DEAŞ, internet ve sosyal medya platformları aracılığıyla sempati kazanmayı ve potansiyel yeni üyeler edinmeyi amaçlamaktadır. Örgüt, özellikle genç bireyleri ve toplumsal sorunlardan bunalmış kesimleri hedef alarak, propagandalarını bu kitlelere yönlendirmektedir. Bunun yanı sıra, dezenformatif bilgi yayılımı, sosyal medya kullanımının bir diğer önemli amacıdır. DEAŞ, özellikle çatışma ve saldırı sonrasında ya da uluslararası arenada dikkat çekmek istediği konularda sosyal medya platformlarında dezenformasyon yaratmakta ve olayların gerçekliğini çarpıtarak kendisine meşruiyet kazandırmaya çalışmaktadır. Ayrıca, örgüt, meşru bir mücadele yürüttüğüne dair kanıtlar sunmak, istihbarat kapsamlı faaliyetler yürütmek, örgüt içi faaliyetleri düzenlemek ve nihayetinde terör örgütü propagandası yapmak gibi amaçlarla da sosyal medya platformlarından yararlanmaktadır.

DEAŞ'ın sosyal medyayı tercih etme sebeplerini değerlendirirken, bu tercihin nedenlerini bazı kriterler doğrultusunda açıklamak mümkündür. İlk olarak, hedef kitlenin genişliği önemli bir unsurdur. Sosyal medya platformları, çok geniş bir kitleye anında erişim imkanı sağladığından, DEAŞ bu platformlar aracılığıyla mesajlarını, propagandalarını ve ideolojilerini geniş bir coğrafi alana yayabilmektedir. İkinci olarak, maliyet açısından düşük olması ve erişim kolaylığı gibi faktörler, örgütün bu platformları tercih etme sebepleri arasında yer almaktadır. Geleneksel medya araçlarına kıyasla, sosyal medya platformları üzerinden iletişim kurmanın maliyeti yok denecek kadar düşüktür ve erişim sağlamak son derece kolaydır. Ayrıca, sosyal medya platformları üzerinde anlık ileti paylaşımının kontrolünün güç olması, örgütün bu platformları tercih etmesindeki önemli sebeplerden biridir. Geleneksel medya araçlarında, içeriklerin kontrolü, doğruluğunun tespiti ve yayımlanması daha sıkı denetimlere tabi iken, sosyal medya platformlarında bu kontrol mekanizması daha zayıf ve esnekler. Son olarak, hızlı iletişim olanağı sayesinde DEAŞ, sosyal medya platformlarını anında etki yaratma amacıyla kullanmaktadır. Bu sayede örgüt, özellikle saldırılar sonrasında ya da uluslararası toplumu ilgilendiren olaylarda hızlı bir şekilde propagandasını yürütebilmekte ve etkileşim yaratabilmektedir.

DEAŞ'ın uluslararası hukuku ihlal etmesi ve insanlığa karşı suç işlemesinden dolayı 83 üyenin bir araya gelmesiyle "DEAŞ'la Mücadele Uluslararası Koalisyon" kurulmuştur. Bu koalisyon, DEAŞ'a karşı yabancı terörist savaşçılar, propaganda ve finansman gibi konularda farklı çalışma grupları kurarak ülkeler arasında iş birliğini güçlendirmiştir. Ayrıca koalisyon, DEAŞ'ın sosyal medya aracılığıyla yürüttüğü propaganda faaliyetlerine karşı, dijital ortamda zararlı içeriklerin engellenmesine yönelik çalışmalar

yürütmektedir. Uluslararası Koalisyon iş birliğiyle "Terörizmle Mücadele için Küresel İnternet Forumu" (GIFCT Global Internet Forum to Counter Terrorism), terör ve aşırılık yanlısı içeriklerin dijital ortamlardan kaldırılması konusunda hükümete ve sivil toplum kuruluşlarına destek sağlamaktadır. Hükümetlerin iş birliği sonucunda terör içerikli içeriklerin tespit edilmesi ve engellenmesi artmıştır. Ayrıca Microsoft, X, Google ve Facebook internetteki yasa dışı içeriklerle mücadele etmek için iş birliği yapmışlardır. Şirketler terörizmi teşvik eden yasa dışı içerik yayan kişileri tespit etmek için veri tabanı oluşturmaya karar vermiştir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda, devletlerin ve uluslararası toplulukların, DEAŞ ve benzeri terör örgütlerinin sosyal medya kullanımını engellemeye yönelik çeşitli önlemler almaya devam etmesi gerekmektedir. Bu önlemler arasında, dijital medya okuryazarlığı kapsamında toplumu bilinçlendirme çalışmaları yürütmek, örgütlerin dezenformatif içeriklerinin olumsuz etkilerini azaltmak için toplumu bilinçli medya tüketicisi haline getirmek yer almaktadır. Ayrıca, yargı alanında yapılacak yenilik ve düzenlemeler ile terör örgütlerinin propaganda faaliyetlerini yürütebilme alanını kısıtlamak ve bu faaliyetlerin cezasız kalmamasını sağlamak da alınabilecek diğer önlemler arasındadır. Bunun yanı sıra, sosyal medya platformları üzerinden yayılan güvenilir olmayan içeriklerin filtrelenmesi ve engellenmesi, bilişim uzmanlarından destek alınması, yapay zekanın doğru ve etkin bir şekilde kullanılması ve devlet istihbarat servislerinin güçlü ve etkin kullanımı önem arz etmektedir.

Günümüzde, DEAŞ gibi terör örgütlerinin, sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanarak propaganda faaliyetlerini yürüttüğü ve kendilerine müzahir kitleler kazandığı görülmektedir. Özellikle X (eski adıyla Twitter) platformunun sunduğu geniş erişim olanakları ve etkileşim gücü, örgütün bu platformu propaganda faaliyetleri için tercih etmesindeki başlıca nedenlerden biridir. Devletlerin ve uluslararası kuruluşların, bu tür propaganda faaliyetlerine karşı toplumsal bilinç ve medya okuryazarlığı oluşturmak adına önlemler alması, yasal düzenlemeler yapması ve bilişim teknolojilerinden faydalanarak içeriklerin kontrolünü sağlaması gerekmektedir.

Topluma sosyal medya bilinci kazandırılması, meydana gelen medyatik ya da her çeşit olay ile ilgili öncelikli olarak devlet kanallarından açıklama yapılması ve vatandaşın bu kanallara güvenini artırıcı tutum ve davranışlarda bulunulması büyük önem taşımaktadır. Aksi halde, terör örgütleri, sosyal medya faaliyetlerinden yoğun ve etkili çıkarımlar elde edebilmektedir. Günümüz dijital çağında, sosyal medya platformları üzerinde yürütülen propaganda faaliyetlerine karşı, bireylerin ve devletlerin birlikte hareket etmesi, yalnızca terör örgütlerinin değil, dezenformatif bilgi yayılımı ve toplumsal bölünmelere yol açan içeriklerin de engellenmesi açısından kritik bir öneme sahiptir.

**Makalenin Araştırma ve Etik Beyanı Bilgileri**

<b>Yazarın Çıkar Çatışması Beyanı</b>	Araştırmaya konu olan durum, olgu veya kurum ile yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Yazar(lar) Katkı Oranı Beyanı</b>	Çalışmanın tamamı yazar tarafında hazırlanmış olup, yazarın katkı oranı %100'dür.
<b>Etik Kurul Onay Belgesi</b>	Araştırma/inceleme sırasında etik kurul onay belgesi gerektiren herhangi bir bilimsel yöntem kullanılmamıştır.

**Kaynakça**

- A Haber. (2017). DEAŞ'ın Türkiye'deki Katliamları. Ocak 4, 2024 tarihinde A Haber Resmî Web Sitesi: <https://www.ahaber.com.tr/ozelhaberler/2017/09/21/deasin-turkiyedeki-katliamlari> adresinden alındı
- Ahmadli, T. (2023). İşid Terör Örgütünün Faaliyetleri ve Suriye Krizinde Oynadığı Rol. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 1114.
- Aktan, C. C., & Şen, H. (1999), "Globalleşme", 12, Wayne, Küreselleşmeyi Anlama Kılavuzu. Metis Yayınları, İstanbul. [http://www.canaktan.org/canaktan\\_personal/canaktan-arastirmalari/degisim/aktan-senEllwood](http://www.canaktan.org/canaktan_personal/canaktan-arastirmalari/degisim/aktan-senEllwood) adresinden alındı
- Ashcroft, J., & General, F. U. A. (2015), *News Frames and National Security*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ayhan, H. (2017). "Daeş, Suriye ve Türkiye". *TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergi*, 9(34), 207- 214.
- Bayraktutan, G., & Binark, M., & Çomu, T., & Doğu, B., & İslamoğlu, G., & Aydemir, A. T. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye'de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı. *Bilig*, (68), 59-96.
- Berger, J. M., "How ISIS Games Twitter.". Ocak 6, 2024 tarihinde [http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/?\\_ga=1.234954305.137107012.1395394742](http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/?_ga=1.234954305.137107012.1395394742) adresinden alındı
- Berger, J. M., & Morgan J. (2015). "The ISIS Twitter Census: Defining and Describing the Population of ISIS Supporters on Twitter". *Brookings Analysis*, (20).
- Berger, J. M., & Perez, H. (2016), *The Islamic State's Diminishing Returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters*. George Washington University, Washington DC, 7-8.

- Berzah, M. Ç. (2010). Medya-Terör-Propaganda: Türk Basınında Terör Örgütü PKK'nın Tasarımı. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (10), 171.
- Callimachi, R. (2014). ISIS Video Purports to Show Beheading of James Foley. Ekim 16, 2014 tarihinde The New York Times Resmi Web Sitesi: <https://www.nytimes.com/2014/08/20/world/middleeast/isis-james-foley-syria-execution.html> adresinden alındı
- CNN (2014). "Video shows ISIS beheading U.S. journalist James Foley", Ekim 16, 2014 tarihinde CNNWorld Resmi Web Sitesi: <https://edition.cnn.com/2014/08/19/world/meast/isis-james-foley/index.html> adresinden alındı
- Çiçek, O. (2017). Işid ve medya: Işid'e Yabancı Militan Katılımında Medyanın Rolü., İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Master's thesis, 72.
- Dede, Ö., & Tansü, Y.E. (2020). Işid Terör Örgütü'nün Türkiye'deki Dijital Propagandası: Konstantiniye Dergisi. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi (ASSAM-UHAD)*, (16), 107.
- Dokur, Y. (2023). DEAŞ'ın Yeni Medya Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *RUSUH Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 77. 130.
- Erdin, Ç. (2017). Radikal Selefi Örgütlerin Sosyal Medya Kullanımı: IŞİD Örneği. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 124-130.
- Erdin, Ç. (2018). Cihatçı Hareketlerin Medya Kullanımlarının Semiyotik İncelemesi: DEAŞ örneği. 48-49, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Euronews, (2023). "Elon Musk: X platformu, tüm kullanıcılar için ücretli olabilir". Ocak 3, 2024 tarihinde euronews Resmî Web Sitesi: <https://tr.euronews.com/2023/09/19/elon-musk-x-platformu-tum-kullanicilar-icin-ucretli-olabilir#:~:text=Ge%C3%A7en%20y%C4%B1%20Twitter'%C4%B1%2044,bir%20%C3%B6deme%20sistemi%20oldu%C4%9Funu%20belirtiyor.> adresinden alındı
- Gardham, D., & Hall, J. (2015). Was Jordanian pilot burned alive after sick ISIS Twitter campaign?. Ekim 16, 2014 tarihinde Daily Mail Resmi Web Sitesi: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2939196/Was-Jordanian-pilot-burned-alive-sick-Twitter-campaign-ISIS-supporters-method-death.html> adresinden alındı
- Göksun, Y., & Salih, E. (2018). DEAŞ'ın Medya Stratejisi. 77, SETA.
- Hanna, R. (2006) Jihadism online-A study of how al-Qaida and radical Islamist groups use the Internet for terrorist purposes.

<https://www.investigativeproject.org/documents/testimony/49.pdf>  
adresinden alındı

- Herman, E. S. (2000). The propaganda model: A retrospective. *Journalism Studies*, 1(1), 101-112.
- Hoffman, A. (2016). "The Islamic State's Use of Social Media: Terrorism's Siren Song in the Digital Age". (Editörler) Yoram Schweitzer and Omer Einav, *The Islamic State: How Viable Is It?*, Ramat Aviv: INSS, 103.
- Hussain, G., & Saltman, E. & Marie. (2014). Jihad trending: A comprehensive analysis of online extremism and how to counter it. Quilliam. <https://preventviolentextremism.info/sites/default/files/Jihad%20Trending-%20A%20Comprehensive%20Analysis%20of%20Online%20Extremism%20and%20How%20to%20Counter%20it.pdf> adresinden alındı
- Hürriyet, (2022). "Twitter ne zaman kuruldu? Twitter'ın kuruluş tarihi, yan kuruluşları ve uygulamaları". Ocak 2, 2024 tarihinde Hürriyet Resmî Web Sitesi: <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/twitter-ne-zaman-kuruldu-twitterin-kurulus-tarihi-yan-kuruluslari-ve-uygulamalari-42099517#:~:text=Twitter%2021%20Mart%202006%20y%C4%B1%C4%B1,bi r%20tanesi%20olarak%20%C3%B6ne%20%C3%A7%C4%B1kmaktad%C4%B1r.&text=D%C3%BCnya%20genelinde%20pop%C3%BCler%20olan%20Twitter%20uygulamalar%C4%B1%20vard%C4%B1r> adresinden alındı
- IS supporters demand police #FreeShamiWitness after arrest. (2014). Ekim 16, 2024 tarihinde Channel 4 Resmi Web Sitesi: <https://www.channel4.com/news/free-shami-witness-mehdi-masroor-biswas-india-is-isis-isis> adresinden alındı
- İçişleri Bakanlığı. (2017). Türkiye'nin DEAŞ ile Mücadelesi. Ocak 2, 2024 tarihinde İç İşleri Bakanlığı Resmî Web Sitesi: <https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/strateji/deneme/YA YINLAR/%C4%B0%C3%87ER%C4%B0K/deas%20en.pdf> adresinden alındı
- İyiat, B. (2019). Orta Doğu'nun Kırmızı Jeopolitiği Bir Dini Terör Organizasyonu Olarak DEAŞ, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, 1(1), 74.
- Karabalut, B. (2021). "Sosyal Medya ve İletişim Alanında Yaşanan Dönüşüm: Twitter Diplomasisi Örneği". *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AKSOS)*, (10), 105-119.
- Karakaş, C. K. (2017). DEAŞ Propagandasında Yeni Medya Kullanımı. *Marmara İletişim Dergisi*(28), 33-46.
- Kegley, C., & Blanton S. (2011). *World Politics: Trends and Transformations, 2011-2012 Update Edition*. Cengage Learning, 274.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 221.

- Klausen, J. (2015), "Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq", *Studies in Conflict & Terrorism*, 38(1), 1-22.
- Martel, F. (2014). "ISIS Now Selling Jihad With Twitter Account Full of Adorable Kittens". <https://www.breitbart.com/national-security/2014/06/26/isis-now-selling-jihad-with-twitter-account-full-of-adorable-kittens/> adresinden alındı
- Mayfield, A. (2017). What Is Social Media?. 6, Icrossing, [http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf) adresinden alındı
- Medya Akademi, (2020). "Twitter'ın Kuruluşu ve Tarihi". Ocak 2, 2024 tarihinde Medya Akademi Resmî Web Sitesi: <https://medyaakademi.com.tr/2020/03/23/twitterin-kurulusu-ve-tarihi/> adresinden alındı
- Ohlheiser, A., & Booth, W. (2015). Islamic State video claims to show burning death of Jordanian pilot. Ekim 16, 2024 tarihinde The Washington Post Resmi Web Sitesi: <https://www.washingtonpost.com/news/world/wp/2015/02/03/islamic-state-video-appears-to-show-burning-death-of-jordanian-pilot/> adresinden alındı
- Omg İletişim, (2023). "We Are Social Dijital 2023 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı!", Ocak 2, 2024 tarihinde <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2023-global-ve-turkiye-raporu-yayinlandi/>, adresinden alındı
- Omg İletişim, (2024). "We Are Social Dijital 2024 Global ve Türkiye Raporu Yayınlandı!", Ocak 2, 2024 tarihinde <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2024-global-raporu-yayinlandi/>, adresinden alındı
- ORSAM. (2016), Türkçe Konuşan DEAŞ Destekçileri Üzerine Twitter Sosyal Ağ Analizi, Ocak 10, 2024 tarihinde Ortadoğu Stratejik Araştırmalar Merkezi Resmî Web Sitesi: <https://www.orsam.org.tr/tr/turkce-konusan-deas-destekcileri-analizi-doc-dr-haldun-yalcinkaya-haberturk-22-09-2016/>. adresinden alındı
- Özden, N. Ş. (2021). Terör Örgütlerinin Sosyal Medyayı Kullanımı: IŞİD Örneği. Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Master's thesis, 69-70.
- Sageman, M. (2008). *Leader cihat: Terror networks in the twenty-first century*. University of Pennsylvania.
- Sarıdiken, B. (2019). DEAŞ (IŞİD) Örneği ile Medya ve Terör İlişkisi. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(43), 4646-4657.
- Silsüpür, Ö. (2016). Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter'ın Kullanımı: 07 haziran 2015 Genel Seçimi Üzerine Bir Çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 731.
- Şenol, D., & Erdem, S. & Erdem, E. (2016). IŞİD: Küresel Bir Terör Örgütü. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2), 277-292.



- Shehabat, A., Mitew, T., & Alzoubi, Y. (2017), "Encrypted Jihad: Investigating the role of Telegram App in lone wolf attacks in the West", *Journal of strategic security*, 10(3), 27-53.
- Taşdemir, E. (2017). Sosyal Medyada Terör Propagandası: DEAŞ Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 737.
- Teltik, M. (2022). Ortadoğu Coğrafyasında Deaş: Tarihçesi, Eylemci Profili ve Propaganda Faaliyetleri. *Asia Minor Studies*, (1), 92-95.
- Toffler, A. (1992). Yeni Güçler Yeni Şoklar. Çev. Belkıs Çorakçı. 87-88, İstanbul: Altın Kitaplar.
- Tulga, A. Y. (2024). "Hashtag Perspective: Examining ISIS Supporter Activities on Twitter in Türkiye between 2019 and 2022: Prepared within the scope of a project supported by the Scientific and Technological Research Council of Turkey (TÜBİTAK)". Ekim 17, 2024 tarihinde <https://gnet-research.org> adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri, (2024). "Küreselleşme". Ocak 15, 2024 tarihinde TDK Resmî Web Sitesi: [www.tdk.gov.tr/kuresellesme](http://www.tdk.gov.tr/kuresellesme) adresinden alındı
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri, (2024). "Propaganda". Ocak 15, 2024 tarihinde TDK Resmî Web Sitesi: [www.tdk.gov.tr/propaganda](http://www.tdk.gov.tr/propaganda) adresinden alındı
- Weimann, G. (2014). "New Terrorism and New Media". Washington DC: Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars, 8.
- Yaşar, İ. H. (2020). Sosyal Medya ve Siyaset. 146. Ankara: Orion Akademi.

## Globalization of Terrorism And Social Media: DEASH's Use of X

### Extended Summary

This study examines the issue of globalization, which can be approached from rather different perspectives in an evolving world order. From a historical perspective, it is considered not only as a result of increasing production markets, developments in the industrial sector, and rapid changes in the market, but also as developments in the field of science and technology. In today's world, one of the main elements of the concept of globalization is communication, a prime symbol of which is the internet (Aktan & Şen, 1999: 12). Marc Sageman has argued that the development of the internet has also changed the growing threat and mobility of the global Islamic movement (Sageman, 2008: 109). Furthermore, the globalizing social world has made terrorism one of the most important issues of current technological advancements.

Social media platforms, which eliminate the boundaries brought about by globalization, deeply affect terrorism and terrorists. Terrorist individuals or groups, while making efforts to use the feature of social media platforms to inform everyone about everything to their advantage, the question arises whether social media platforms serve as a tool in terrorist propaganda, which remains a mystery (Berzah, 2010: 171). Social media platforms, at times, bring to the agenda the discourse and actions related to terrorist organizations and help them sustain visibility. Furthermore, they also enable the transfer of correct/incorrect information from every point in the world with internet access, reaching from the target audience to unrelated and irrelevant individuals.

One of the most well-known social media platforms in today's world, X, provides its user base with instant information flow on all kinds of current topics and events, while also creating a wide discussion platform (Bayraktutan vd., 2014 & Silsüpür, 2016: 731). In addition to its individual users, X, which prepares a communication infrastructure for political actors and terrorist organizations, is the most politicized social media platform (Yaşar, 2020: 146). It is known that terrorist organizations perform propaganda activities in a planned manner to achieve their goals. It is thus thought that the DEASH terrorist organization heavily benefited from the X Social Media Platform while conducting these propaganda activities. Defined by the Turkish Language Association (2023) as "work carried out through speech, writing, etc. to introduce, adopt, and disseminate a doctrine, thought, or belief to others" (Turkish

Language Association Dictionaries, 2023), global public is bombarded with propaganda activities on the X platform by DEASH. The social media platform X is known as an instant messaging site. X appeals to everyone who uses this social media platform rather than a limited group. Indeed, any message sent from a user account is accessible to everyone on X, which all users of X can now access (Sarıdıken, 2019: 4654). In this sense, the impact of X being a two-way chat tool, open to participation, with a fast feedback flow, and allowing access to any other type of site where users can quickly interact, is significant in its use as a propaganda tool, unlike traditional media focused on broadcasting (Mayfield, 2017: 6).

The purposes of DEASH's use of social media includes, among others, gaining sympathizers, spreading disinformation, presenting evidence of legitimate struggle, conducting various intelligence activities, structuring internal activities of the organization, and ultimately making terrorist propaganda. DEASH's extremely intense use of Social Media Platform X, which secures various reinforcements to the organization, has led to very serious international reactions. As a result, intense reactions and pressure have been directed towards the managers of Company X, requesting the closure of the mentioned propaganda accounts due to their negative effects. Company X has started to suspend access to user accounts that are seen to go beyond the purpose of using the platform and are known to engage in DEASH propaganda (Erdin, 2018: 48-49).

Through social media platforms, DEASH has started to create new cells beyond its borders by socially surpassing them, increasing the existing terrorism and terrorist threat internationally and starting to operate in almost every country through platforms, and consequently obtaining membership acquisition with propaganda activities. Particularly, the terrorist organization, whose notoriety increased with X, has taken the Salafi jihadist philosophy to a completely different level in the transnational area. (Erdin, 2017: 125).

It is understood that the organization is often successful in its propaganda activities in terms of spreading disinformation and gaining sympathizers. As for states, measures to be taken against the practices of the organization, may include raising awareness among the public through digital media literacy, taking measures with innovations and changes in the judiciary, subjecting unreliable content to restrictions, seeking help from IT experts, using artificial intelligence correctly and effectively, and making strong and effective use of intelligence services operating within the state.

Having taken its propaganda activities to social media platforms in today's world, DEASH will apparently continue its struggle, adaptation, and development in order to sustain these activities in the future. In this context, it is essential to raise awareness

among the public about social media, make statements primarily through state channels regarding any media-related or any kind of events, and increase the citizens' allegiance to these channels through supportive attitudes and behaviors. Otherwise, the organization can obtain intense and effective outcomes from social media activities.