



Begtimur, Mehmet Emin (2021). Uygur Diasporasında Kullanılan Kitle İletişim Araçları Üzerine Bir Değerlendirme, *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 2021/18, s. 27-41.

DOI: 10.46400/uygur.918191

UYGUR DİASPORASINDA KULLANILAN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

[Araştırma Makalesi / Research Article]

Mehmet Emin BEGTİMUR*

Geliş Tarihi: 16.04.2021

Kabul Tarihi: 24.06.2021

Öz

Kitle iletişim araçları genellikle bilgilendirme, kültürel değerlerin korunması ve aktarılması, toplumsallaştırma, eğitim ve eğlence gibi işlevlerinin yanı sıra günümüz dünyasının zorlamasıyla kitleleri yönlendirme, kamuoyu oluşturma, gündem belirleme ve toplum bilincini biçimlendirme gibi çok önemli işlevlere sahiptir. Her ülke mevcut koşullarına ve siyasal sistemlerine bağlı olarak kendi çıkarları doğrultusunda kitle iletişim araçlarını kullanmakta ve bu araçların işlevlerini belirlemektedir. Devlet ötesi bir varoluş olan diasporaların kitle iletişim araçlarına sahip olabilmeleri, kullanabilmeleri ve bu araçların hangi işlevleri yerine getirebileceği büyük ölçüde bulunduğu ülkelerin siyasal sistemi, anavatanlarıyla olan ilişkisi, diaspora üyelerinin ekonomik durumu ve entelektüellik düzeyi gibi faktörlere bağlıdır. Aynı zamanda diasporada kullanılan kitle iletişim araçları dağılmış nüfusu bir arada tutmak için daha fazla işlevleri daha etkin biçimde yerine getirmek zorundadır.

Çalışma, yöntem olarak nitel ve betimleyici yöntemi benimseyen bir araştırmadır. Araştırma verileri literatür taraması (kitap, dergi, webiste vb.) ile elde edilmiş ve nitel bir analize tabi tutulmuştur. Çalışmada Uygur diasporasının hem var kalma çabası hem de bağımsızlık mücadelesinde kullandıkları kitle iletişim araçlarının genel durumunu değerlendirmek amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Uygur Diasporası, Kitle İletişimi, Yazılı Basın, Görsel İştisel Medya, Yeni Medya.

AN EVALUATION ON THE MASS MEDIA USED IN THE UYGHUR DIASPORA

Abstract

Mass media generally has functions such as informing, preserving and transmitting of cultural values, socialization, education and entertainment, as well as directing the masses, creating public opinion, setting the agenda and shaping the social consciousness with the force of today's world. Each country uses mass media in line with its own interests, depending on its current conditions and political systems, and determines the functions of these tools. The ability of diasporas to own and use mass media and what functions these tools can fulfill depends largely on factors such as the political system of the countries in which they are located, their relationship with their homeland, the economic status of the diaspora members and the level of their intellectuality. Therewithal, the mass media used in the diaspora must perform various functions more effectively to keep the dispersed population together.

The study is carried out by qualitative and descriptive research methods. The research data were obtained by literature review (book, journal, webiste etc.) and subjected to a qualitative analysis. In the study, it is aimed to investigate the general

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, e-posta: mbegtimur@gmail.com.
Orcid: 0000-0003-4458-3976.

situation of the mass media used by the Uyghur diaspora in both its struggle for survival and independence.

Keywords: Uyghur Diaspora, Mass Communication, Printed Press, Audiovisual Media, New Media.

Giriş

Bir coğrafyadan diğer bir coğrafyaya göç eden insanların ilk karşılaşacağı en temel sorun, geçim sorunudur, yani hayatta kalmaktır. Ardından göç ettiği yerin coğrafik, siyasi, toplumsal ve diğer koşullarına adapte olmak gelir. Diaspora olarak nitelendirebileceğimiz toplulukların bu sorunların yanında kendi kültürel değer ve kimliklerini koruması ve şartlar uygun hâle geldiğinde anavatanlarına dönmesi ya da en azından anavatanlarına dönme hayali taşıyor olması gerekmektedir.

Uygur diasporasını diğer diasporalardan ayıran en belirgin özellik sadece anavatanlarından uzak coğrafyalarda hayatta kalma çabası değil, bununla birlikte dünyanın ikinci büyük ekonomik gücü ve üçüncü askeri gücü olan Çin'e savaş açmış olmasıdır. Yani yurt dışında kendi mevcudiyetini devam ettirmekle birlikte işgal edilmiş anavatanlarını kurtarmaktır. Fakat Uygur diasporasının dağıldığı coğrafyalarda Çin devletinin etkisinin gün geçtikçe daha fazla hissediliyor olması diaspora üyelerinin hareket alanını daraltmakta Uygur diasporasını ekonomik, sosyal ve siyasi anlamda pasifize etmektedir. Uygur diasporası karşılaştığı ekonomik zorlukların yanı sıra politik engeller, kültürel sorunlar, üye sayısı ve beyin takımı yoksunluğu gibi nedenlerden dolayı hem kendi varlığını hem anavatanlarının bağımsızlık mücadelesini sürdürmede can çekmektedir.

1. Uygur Diasporasına Kısa Bir Bakış

Yakın tarihte Doğu Türkistan'dan diğer ülkelere yapılan göç hareketleri 20. yüzyılın ikinci çeyreğinde başlamıştır. 1933 yılında kurulan Doğu Türkistan İslam Cumhuriyeti, Çin yönetimi tarafından yıkılmıştır. İkinci kez 1944 yılında kurulan Doğu Türkistan Cumhuriyeti yine Çin yönetimi tarafından 1949 yılında yıkılmış ve Doğu Türkistan işgal edilmiştir (Tursun, 2020: 236). Farklı tarihlerde farklı göç hareketleri gerçekleştirilmiştir. Bağımsız bir ulus devletin kaybedilmesiyle birlikte komünist işgalcilerin yaptığı hak ve hukuk ihlalleri geniş çaplı göç hareketlerine neden olmuştur.

1933-1964 yılları arasında Doğu Türkistan'dan farklı ülkelere göç hareketleri yapılmıştır. 1935-1937 yıllarında Mahmut Muhiti ile bir göç gerçekleştirilmiştir. Aynı dönemde Altay'dan Kazaklar kabileler hâlinde göç etmiştir. 1949 yılında ise Alibek Hakim, İsa Yusuf Alp Tekin, Hüseyin Teyci, Mehmet Emin Buğra ve Delilhan Canaltay gibi önemli kişiler Hidinsitan ve Pakistan'a göç etmiştir. 11, 17 ve 20 Eylül 1949 tarihlerinde Canımhan Hacı, Mehmet Emin Buğra ve İsa Yusuf Alp Tekin liderliğindeki kabileler Doğu Türkistan'dan ayrılmıştır. Bu göçün amacı sadece iyi yaşama imkânlarına sahip olmak ve hayatta kalmak değil belki anavatanlarında devam ettirme imkânı bulamayan bağımsızlık mücadelesini yurt dışında sürdürmek olmuştur. Vatan için vatanından ayrılmak zorunda kalan kabileler Türkiye başta olmak üzere Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Afganistan'a yerleşmiştir. Türkiye'ye ulaşan kabileler ise 10 Mart 1952 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu Kararı ile "İskânlı Göçmen" olarak kabul edilmiştir (Kul, 2017: 75-76). 1952 sonrası Türkiye'ye göç eden Doğu Türkistanlılar: Niğde vilâyeti Aksaray kazası Sultanhan nahiye merkezine, Manisa vilâyeti Salihli kazası merkezine, Kayseri vilâyetinin Develi kazası Sindelhöyük ve Karacaviran köyleri ile Yahyalı kazasına bağlı Kopçu ve Hocahacılı köylerine, Doğu Türkistanlı göçmenlerin kendi memleketlerinin ismini verdikleri Niğde vilâyetinin Ulukışla kazasına bağlı Altay köyüne, Konya Ereğlisi'ne, Konya

vilâyeti merkez köylerinden İsmil'e, Adapazarı'nın merkezine yerleşmişlerdir (Kul ve Tuncer, 2015: 222). 1960 yılının Ağustos ayında Pekin'de imzalanan "Afganistan ile Çin Arasında Sınır Serbestliği" anlaşmasından haberdar olan Mehmet Kasım Cantürk 130 kişilik bir kabile oluşturmuş ve 1961 yılında Afganistan'a göç etmiştir (Tuncer, 2014: 272). 1961 yılında Afgansitan'a göç eden Doğu Türkistanlıların Türkiye'ye iskânlı göçmen olarak getirilmesi için bazı arayışlarda bulunulmuş ve Türkiye Hükümetinin olumlu yanıt vermesiyle Afganistan'da bulunan Doğu Türkistanlıların bir kısmı Türkiye'ye iskânlı göçmen olarak yerleştirilmiştir (Tuncer, 2018: 217).

1967 yılından sonraki dönemlerde büyük çapta göç hareketi gerçekleşmemiştir. Kültür Devrimi sonrası Çin'in açılım ve kalkınma politikası gereği yurt dışına çıkma yasağı kısmen kalktı. Bu nedenle Uygurlar zor da olsa yurt dışına çıkma imkânı elde ettiler. 1980'li yıllarda Türkiye'ye gelenler, on küsür aile olmakla beraber 1930'lu ve 1940'lı yıllarda Suudi Arabistan'a hacca gitmiş ve yerleşmiş kişilerin akrabalarıydı. Pasaport alma prosedürünün çetrefilli ve engelleyici bir süreçten geçmesi ve ağır ekonomik yük olarak sunulması, kişilerin yurt dışına çıkamamasını sağlıyordu.

Binlerce Uygur'un ölümü, yaralanması ve kaybolmasıyla sonuçlanan 5 Temmuz 2009 katliamı sonrasında bile çok az sayıda Doğu Türkistanlı yurt dışına çıkabilmiştir. Bunun en önemli nedeni ise Çin yönetimin Uygurlara getirdiği seyahat özgürlüğü kısıtlamasından dolayı Uygurların pasaport alamaması ve gümrük kapıları ve sınır bölgelerinin sıkı bir şekilde denetlenmesidir. Bu yüzden gerek yasal yollarla gerekse kaçak yollarla yurt dışına çıkış imkânı bulunamamaktadır. Günümüzde Türkiye başta olmak üzere Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan ve Afganistan'ın yanı sıra ABD, Hindistan, Kanada, AB, Rusya, Japonya ve Suudi Arabistan'da yaşam mücadelesi veren Doğu Türkistanlılar bulunmaktadır. Bu ülkelerde ufak çapta da olsa bir Uygur topluluğundan söz etmek mümkündür. Diaspora üyeleri aynı ırk ya da aynı kültüre sahip oldukları, aynı kimliği taşıdıkları ve buna inandıkları için de bir arada bulunmaktadır.

2017 yılından önce siyasi, ticari, dinî, kültürel ve ırksal nedenlerle örgütlenen ve bir arada bulunan Uygurlar bu tarihten sonra siyasi amaç uğruna örgütlenmeye başlamıştır. Artık diaspora üyelerinin tek gayesi bağımsızlık yani bağımsız bir ulus devleti inşa etmek olmuştur. Fakat anavatan için anavatanlarını terk eden Uygur diasporası, topraklarını işgal eden işgalcilerin siyasi, ekonomik ve askerî gücünün her geçen gün artmasıyla diğer diaspora topluluklarının karşılaşmadığı büyük zorluklar yaşamıştır.

2. Kitle İletişim Araçlarının Tanımı, İşlevi ve Türleri

İletişim eyleminin tarihi oldukça eskidir ve iletişimin tarihini ilk insana kadar götürmek mümkündür. İnsanlar yaşamları boyunca hayatta kalma mücadelesi verirken türlü zorluklarla başa çıkmak zorunda kalmıştır. Doğayla ve düşmanlarıyla olan mücadelesini başarılı bir şekilde sürdürebilmek için bilmeye ve bilgiye sahip olmaya kendilerini muhtaç hissetmişlerdir. Bu ihtiyaç, hangi kültür, hangi coğrafyada olursa olsun insanların birbirleriyle, doğayla ve çevresindeki canlı-cansız her nesne ile iletişim kurmasını ve geliştirmesini sağlamıştır. Dolayısıyla insanlar ilkel çağlardan başlayarak bilinçli ya da bilinçsiz olarak iletişimin önemini kavramış ve iletişimi etkin bir şekilde kullanmayı öğrenmişlerdir.

İletişimin ne olduğu sorusu sorulduğunda genellikle ilk akla gelen cevap "iki ya da daha fazla kişinin konuşması, sohbet etmesi ve diyalogu" olacaktır. İletişim bilimlerinde ise farklı şekillerde tanımı yapılmaktadır. İletişim bilimci George Gerbner'e göre iletişim, "sembol ve mesaj sistemleriyle oluşan sosyal etkileşimdir" (1966: 430). İletişim, "ilettiler aracılığıyla toplumsal etkileşim kurmaktır" (Fiske, 2003: 17). Berelson ve Steiner'e göre iletişim, "sembollerin, kelimelerin ve şekillerin kullanılmasıyla fikir, duygu, yetenek ve bilgilerin aktarılmasıdır" (1964: 23). İletişim en genel anlamıyla "bir birey ya da bir gruptan

diğer(ler)ine sözel olarak veya kitle iletişim araçları yoluyla enformasyon aktarımını ifade eder” (Giddens, 2008: 631). Bu tanımlardan anlaşılacağı üzere iletişimi kişiler arasında gerçekleşen duygu, düşünce, fikir, bilgi, haber alışverişi ve bu duygu, düşünce, bilgi, haber gibi iletilerin akla gelebilecek her türlü biçim ve kanallarla kişiden kişiye aktarılması olarak tanımlamak mümkündür.

Kitle iletişimi, genelde kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Ama kitle iletişim araçları kullanılmadan kitlesel boyutta gerçekleştirilen iletişim edimleri de mevcuttur. Örneğin, miting alanında konuşmacının dinler kitleye hitap etmesi (Güngör, 2013: 51). Bu yüzden kitle iletişimi, iletilerin tek kaynaktan birçok alıcıya aracılı ya da aracısız olarak aktarılmasıdır. Bu açıdan bakıldığında kitle iletişiminin gerçekleşebilmesi için kitle iletişim araçlarının kullanılması şart değildir. Fakat teknolojik iletişim araçlarıyla kuşatılmış dünyamızda bu iki kavramı aynı anlamda kullanmak neredeyse kaçınılmaz hâle gelmiştir. Bu bağlamda Yumlu (1994: 16) kitle iletişimini, kitlesel boyutta ileti aktarabilen araçlar (gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema vb.) aracılığıyla dolaylı bir biçimde gerçekleştirilen iletişim süreci olarak tarif etmektedir. Kitle iletişim araçları ise kitlesel boyutta herhangi bir ileti ya da mesaj aktarabilen araçlar olarak tanımlanmaktadır (Özök, 1985: 93).

Günümüz teknolojisinin ve buna paralel olarak kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesiyle insanlar dünyanın en ücra köşelerinde olan bitenlerden haberdar olabilmekte, merak ettiği ve farklı konularla ilgili içeriklere kolayca, hızlıca ve çok az bir maliyetle erişebilmekte, kendi görüş ve tepkilerini anında ifade edebilmektedir. Bu gelişmeler elbette okur kitlesinin çevresinde gerçekleşen olay ve olgulara karşı vereceği tepkilerini, bakış açılarını, değer yargılarını ve karar süreçlerini etkileyerek değiştirmektedir.

Her türlü iletişimi gerçekleştirme gerekliliğiyle ortaya çıkan kitle iletişim araçları kültür, siyaset, ekonomi, edebiyat, sanat, din, eğitim ve diğer alanlarda yönetenler ile yönetilenler arasında aracılık rolünü oynayarak önemli bir güç hâline gelmiştir. Demokratik sistemlerde kitle iletişim araçları yasama, yürütme ve yargıdan sonra en etkili güç olarak kabul edilmektedir. Yani yönetenler adına yönetilenleri bilgilendirme ve yönetilenler adına yönetenleri denetleme işlevine sahiptir.

Lasswell, kitle iletişim araçlarının üç temel işlevi olduğunu ileri sürmektedir (Erdoğan 2005: 310):

- 1) Çevreyi gözetlemek.
- 2) Çevreye karşılık ve tepki vermede toplumun bireyleri ya da sistemin parçaları arasında ortak ilişkiyi sağlamak.
- 3) Sosyal mirasları nesilden nesle aktarmak.

Denis McQuail ise kitle iletişim araçlarının işlevini beş kategori altında özetlemektedir:

- 1) Enformasyon işlevi: Kitle iletişim araçları insanları çevresinde, ülkesinde ve dünyada olup bitenler hakkında bilgilendirir, toplumdaki güç dengelerini ve ilişkilerini açığa çıkarır, yeniliklere uyum sağlamayı ve gelişmeyi kolaylaştırır.
- 2) Karşılıklı bağlılık işlevi: Olayların ve iletilerin anlamı hakkında yorum ve açıklama yapma imkânı sunar, mevcut sistemin egemenliğinin korunmasına destek olur, toplumsallaştırır, toplumsal olaylar karşısında fikir, oybirliği ve kamuoyu oluşturur.
- 3) Devamlılık sağlama işlevi: Egemen kültürleri dayatır, alt kültür ya da yeni kültürlerle gelişme imkânı sağlar, ortak değerleri işler ve yaşatır.
- 4) Eğlence işlevi: İnsanları gündelik hayatın kargaşa ve kaoslarından uzaklaştırarak onların hoşça vakit geçirmelerini sağlar.

5) Harekete geçirme işlevi: Siyaset, ekonomi, eğitim ve diğer toplumsal konularda kitleleri ortak amaçlar üzerinde birleştirir, harekete geçirir (Erdoğan ve Alemdar, 1990: 107).

1984 yılında yayınlanan UNESCO Raporunda kitle iletişiminin işlevleri şöyle ifade edilmektedir (Türkoğlu, 2004: 127):

1) Bilgi Verme (Enformasyon): Bireysel, toplumsal ve uluslararası düzeyde, kişilerin anlamasına olanak verecek ölçüde haber, bilgi ve görüşleri toplayıp uygun bir biçimde tartışma ortamına sunmak.

2) Toplumsallaştırma: Bireylerin, toplumsal kişiliklerinin oluşmasını sağlamak üzere, toplumsal hayata katılmalarına olanak verecek ortak duygu ve düşüncelerin oluşumuna katkıda bulunma.

3) Güdüleme (Motivasyon): Hem bireysel istekleri hem de toplumsal hedeflerin bir arada ilerlemesini sağlama, toplumsal hedefler için de bireylerin ortak eylemler için harekete geçmesine yardımcı olma.

4) Tartışma: Halkı ilgilendiren uluslararası, ulusal, bölgesel veya yöresel sorunlarda gerekli bilgiyi ortaya koyarak halkın konu hakkında aydınlanmasını sağlama.

5) Eğitim: Daha çok gündelik yaşamda kullanılacak beceriler ve bireysel gelişimi sağlayabilecek bilgileri aktarma.

6) Kültürel Gelişme: Bireysel olarak yaratma gücünü ve estetik gereksinimlere hitap ederek kültürel ve sanatsal çalışmalarını desteklemek.

7) Eğlence: Hem bireysel hem de toplumsal entelektüel gelişmeye destek olacak biçimde drama, dans, edebiyat ve sporla ilgili olayları aktarmak.

8) Katılım: Bireysel ve toplumsal düzeyde görüş açıları ve istekleri anlamaya yönelik çeşitli mesajları iletmek.

Özetle kitle iletişim araçları kitleleri bilgilendirme, eğitime, eğlendirme, toplumsallaştırma ve kültürel değerlerin aktarımı gibi önemli işlevlere sahip olmanın yanı sıra kitleleri yönlendirme, ikna etme, inanç, fikir, duygu, düşünce, tutum ve davranışları değiştirme ve herhangi bir toplumsal sorun karşısında kamuoyu oluşturma gibi işlevlere de sahiptir. Kısacası iletişim ediminin ya da kitle iletişim araçlarının nihai amacı hedef kitleyi beklenen yönde etkilemektir.

İletişim ediminin ya da kitle iletişimin kökenleri ilk insana kadar uzanmasına rağmen kitle iletişim araçlarının tarihçesi oldukça yenidir. İletilerin tek kaynaktan çok sayıdaki alıcıya aktarılmasını sağlayan kitle iletişim araçlarının kullanımı, 1453 yılında Alman Johann Gutenberg'in icat ettiği matbaa makinesiyle başlamıştır (Girgin, 2014: 6). Bu tarihten başlayarak ve Sanayi Devrimi'nden sonra hızlanan teknolojik gelişmelerle birlikte kitle iletişim araçlarının türleri çeşitlenmiş ve yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Kitle iletişim araçlarını kullanılan simge, araç ve içeriklerin biçimi açısından genel olarak üçe ayırmak mümkündür:

2.1. Yazılı Basın: Kitap, Dergi, Gazete

Yazılı basın içerisinde yer alan kitap, en eski kitle iletişim araçlarından biridir. İlk kitabın basıldığı 1453' yılından beri kitap insanların günlük yaşantısının önemli bir parçası olmuştur. Toplumların okuryazar düzeyi, kültür seviyesi ve diğer demografik özelliklerine paralel olarak hem biçim hem de içerik açısından değişmiştir. İnsanların düşünce, fikir, bilgi ve birikimlerinin saklanması ve aktarılmasında önemli rol oynamıştır.

Bir başka yazılı basın türü ise dergidir. İlk dergi olan The Gentleman's Magazine'in yayımlandığı 1692 yılından şimdiye kadar belirli konu ve alanlarda okur kitlesini periyodik olarak bilgilendirme aracı olma özelliğini sürdürmektedir (URL-47).

İlk ortaya çıktığı 1631'lerde seçkin bir kültüre hitap eden gazete, zamanla geniş kitlelere ulaşarak yaygın bir kitle iletişim aracı hâline gelmiştir (Girgin, 2014: 67). Yapısal ve içeriksel özellikleri kitap ve dergiden farklı olan gazete televizyonun icadına kadar olan süreçte altın devrini yaşamıştır.

2.2. Görsel-İşitsel Medya: Radyo, TV, Sinema, Tiyatro

Radyo yayıncılığını ifade etmek için kullanılan işitsel medya ses aracılığıyla gerçekleştirilen ve kulağa hitap eden kitlesel iletişime verilen bir addır. Hedef kitleye ya da izler kitleye hareketli görüntü, ses ve yazıların birlikte iletilmesini sağlayan araçları da görsel medya olarak tanımlamak mümkündür. Örneğin; sinema, TV, tiyatro vb.

2.3. Yeni Medya ya da Dijital Medya

Yeni medya, sanal gerçeklik teknolojisini kullanarak bilgisayar tabanlı oluşturulan ve katılımcıların görebildiği, duyabildiği ve keşfedebildiği bir ortamdır (Yıldız, 2009: 11). Yani bilgisayar temelli ağ aracılığıyla kişiler arasında metin, fotoğraf, video, ses gibi iletilerin aktarılmasını sağlayan, gözle görülebilen, kulakla duyulabilen ve hissedilebilen ama elle tutulamayan internet ağlarıyla inşa edilen ortam demektir.

Günümüzde yaygın olarak kullanılan belli başlı yeni medya araçları şunlardır:

- 1) Kurum ya da kişinin websitesi
- 2) E-mail
- 3) İtranet ve ekstranet
- 4) Sosyal medya araçları
 - (1) Forumlar
 - (2) Bloglar
 - (3) Sohbet odaları ve online chat
 - (4) Sosyal ağlar
 - (5) Wikiler
 - (6) Katılımlı sözlükler
 - (7) Şikâyet ve yorum siteleri
 - (8) Sanal dünya
 - (9) Video paylaşım siteleri (Begtımur, 2021: 202-208).

3. Uygur Diasporasında Yaygın Olarak Kullanılan Kitle İletişim Araçları

Uygurların yurt dışında yürüttükleri bağımsızlık mücadelesi diaspora üyelerinin az ve beyin takımının zayıf olması, ekonomik sıkıntılar ve daha önemlisi anavatanlarının tamamen bağımsız olmadan da iyi imkânlarla kavuşabileceği inancının sürüyor olması nedeniyle on yıllardır pek mesafe katedememiştir. Diasporanın bu süreçteki hayatta kalma ve bağımsızlık mücadelesi çoğu zaman bulunduğu ülkenin güdümü ve Çin hükümetiyle olan ilişkileri çerçevesinde gerçekleşmiştir. Fakat 2017 yılından sonra Doğu Türkistan'da şiddetlenen insan hakları ihlalleri, Uygur diasporasının "Uygurlar için bağımsızlıktan başka çıkış"ın olmadığı gerçeğini kavramasına sebep olmuştur ve söz konusu diasporayı buna zorlamıştır.

Çin'e karşı silahlı ve diplomatik mukavemet etme yeteneğinden son derece yoksun olan Uygur diasporası, bir yandan kendi varlığını sürdürmeye çalışırken bir yandan da Çin'e savaş açmıştır. Bu savaşta kullanabilecekleri tek araç, kitle iletişim araçlarıdır. Lakin bulunduğu ülkelerin Çin ile olan ekonomik ve stratejik çıkarlarından ötürü resmî iletişim araçlarına sahip olma ve kullanma imkânı bulamamıştır. Dolayısıyla resmî olmayan iletişim araçları yoluyla hem kendi kültürel varlıklarını ve kimliğini korumaya hem de anavatanlarında yapılan insan hakları suçlarını dünyaya duyurmaya çalışmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde Uygur diasporasında 2017 yılından beri yaygın olarak kullanılan kitle iletişim araçlarının genel durumu, içeriği, biçimi ve yoğunlaştığı konular üzerinde bir değerlendirme yapılacaktır.

3.1. Yazılı Basın

3.1.1. Dergiler

2017 yılından sonra Uygur diasporasında farklı konularda dergiler yayımlanmaktadır. Diaspora üyeleri tarafından en çok bilinen ve rağbet gören dergiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Uygur Diasporasında 2017 Yılından Sonra Yayımlanan Dergiler

Yayın başlangıç	Ülke	Yayıncı	Türü	Yayın aralığı	Dergi adı	
2019	ABD	Uyghur Projeği Fondi	Genel	Aylık	Uyghurlar-Uygurlar (URL-1)	1
2015	Türkiye	Sirajidin Ezizi	Din ve sosyal konular	Üç aylık	Meripet- Eğitim (URL-2)	2
2017	Türkiye	Murat Orhun	Din	Üç aylık	İzidiniş-Arayış (URL-3)	3
2020	Türkiye	Şerqi Türkistan Ölimalar Birliki	Din	Altı aylık	Ölimalar-Alimler (URL-4)	4
2020	Türkiye	Derman Fondi	Genel	Üç aylık	Şeppek-Şafak (URL-5)	5
2017	Türkiye	Evlat Gurupisi	Çocuk	Üç aylık	Siret Balılar Jurnili-Siret Çocuk Dergisi (URL-6)	6
2019	Türkiye	Ayhan Maaripi	Çocuk	Üç aylık	Töt Kulak Balılar Jurnili-Dört Kulak Çocuk Dergisi (URL-7)	7

Tabloda listelenen dergilerin içeriğine bakıldığında edebiyattan kültür sanata, teknolojidene bilimene, tarihten dine kadar farklı konular ele alınsa da genel olarak konuların din ve edebiyat-sanat üzerinde fazla yoğunlaştığı görülmektedir. Sanat, Theodor Adorno'nun bahsettiği gibi "üstün bir biliş formu olarak" düşlerin, hayallerin, arzu ve isteklerin ve umutların diri tutulduğu alandır ve "alternatif bir toplumsal düzenin düşünüsü" (Bottomore, 1997: 49) kurabilme imkânı sağlamaktadır. Dergilerin başlangıç seviyede olmasına rağmen yapılan çalışmaların niteliği ve bilimselliği çok da zayıf değildir. Tasarım, editörlük,

hakemlik vb. hususlar profesyonellerce yapılmaktadır. Dikkat çeken bir nokta, dergilerde işlenen konuların genel resmine bakıldığında ve Uygurların bulunduğu her coğrafyada artık siyasetle iç içe olma zorunluluğu göz önünde bulundurulduğunda, güncel siyasi olaylar ve politikalarla ilgili konuların çok az işlendiğidir.

3.1.2. Kitap

Uygur diasporasında yaygın olarak kullanılan kitle iletişim araçlarından biri de kitaptır. Uygur diasporasının ilk şekillenmeye başladığı yıllardan şimdiye kadar diasporadaki farklı dernek ve siyasi teşkilatlar tarafından çoğunlukla dinî kitaplar basılmıştır. Dinî konularda özgün eserler yazıldığı gibi Arapça ve Türkçeden çeviriler basılarak ücretsiz dağıtılmıştır. 2017 yılından sonra diaspora üyelerinin çoğalması ve bağımsızlık mücadelesinin güçlenmesiyle hem profesyonel yazar, akademisyen, tarihçi hem de amatör yazarlar tarafından farklı konularda birçok kitap yazılmış ve okur kitlesiyle buluşmuştur. Bu eserler arasında “Uyghur Omumi Tarihi-Uygur Genel Tarihi” gibi hem hacim olarak büyük (toplam 12 ciltten oluşmaktadır) hem de bilimselliği güçlü eserler de bulunmaktadır. Tablo 2’de Uygur diasporasında son dört yılda yayımlanan ve okur kitlesi tarafından beğenilen eserlerden örnekler verilmiştir.

Diasporada rağbet gören bu eserlerin genel olarak tarih, din, siyaset ve psikoloji üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Tarih üzerine yazılmış kitapların diasporada yazılan kitapların büyük bir bölümünü oluşturuyor olmasını belki Çin’in fiziksel boyunduruğundan kurtulan Uygurların uzun yıllardır kaybettiği geçmişini, kimliğini ve özünü arayışının bir sonucu olarak yorumlamak mümkündür. Ayrıca yazılan eserlerin önemli bir kısmı siyaset ve psikoloji üzerine yoğunlaşmakta, bu da geçmişte türlü yollarla apolitikleştirilmiş Uygurların artık var olabilmek için politik bilincin şekillendirilmesi zorunluluğunun ve son yıllarda yaşadıkları travmanın farkına vararak bir arayış içinde olduğunun bir belirtisi olarak ifade edilebilir.

Tablo 2: Uygur Diasporasında 2017 Yılından Sonra Yayımlanan Kitaplardan Örnekler (URL-8)

Yıl	Yayınevi	Türü	Kitap Adı	Yazar	
2018	Şerqi Türkistan Höriyet Neşriyati	Roman	Sevda-Sevda	Ğulam Osman Zulpiqar	1
2020	Şerqi Türkistan Höriyet Neşriyati	Roman	Qehrimanliq Devri-Kahramalik Devri	Ğulam Osman Zulpiqar	2
2018	Şerqi Türkistan Höriyet Neşriya	Psikoloji, Siyaset	Uyghurlar Pishologiyilik Urushta-Uyghurlar Psikolojik Savastta	Memtimin Ela	3
2020	Uyghur Tetqiqat İnstituti	Tarih	Uyghur Omumi Tarih- Uygur Genel Tarihi	Nebijan Tursun	4
2017	Uyghur Tili Tetqiqati	Tarih	Uyghur Yilnamisi-Uygur Tarihçesi	Memettursun	5
2017	Şerqi Türkistan Höriyet Neşriyati	Genel	Uyghurluq Endishisi-Uyghurluk Endişesi	Abduveli Ayup	6

2020	Siyer Yayınları	Genel	Oyunlar Vadisi Türkiye-Oyunlar Vadisi Türkiye	Abduveli Ayup	7
2020	Siyer Yayınları	Genel	Tepekür ve Tuzaq- Tefekkür ve Tuzak	Abduveli Ayup	8
2020	Sutuq Bughran Maarip Neşriyati	Din, Psikoloji	Biz Bu Dunyagha Baqiwendimu? - Biz Bu Dünyada Kalıcı Mıyız?	Kamile Fazili	9
2017	Teklimakan Uyghur Neşriyati	Siyaset	Kök Pasport Arzusi- Mavi Pasaport Arzusu	Ruqiye Turduş	10
2020	Uyghur Tetqiqat İnstituti	Siyaset, Sosyoloji	Etnik, Ulus, Ulusçuluq ve Kimlik-Etnik, Ulus, Ulusçuluk ve Kimlik	Ruqiye Turduş	11
2017	Teklimakan Uyghur Neşriyati	Din	Beht Saadetning 40 Retsipi-Mutluluğun 40 Reçetesi	Muhemmed Yüsüp	12
2018	Sutuq Buğrahan Maarip Neşriyati	Tarih, Siyaset	Şerqi Türkistan İslam Cumhuriyiti ve Asasi Qanuni-Doğu Türkistan İslam Cumhuriyiti ve Anayasası	Alimcan Buğda	13
2018	Saciye İslam Tetqiqat Merkizi	Din	Yegane Yaratquchi- Tek Yaratıcı	Yarmuhemmet Calalidin	14
2008	Şerqi Türkistan Hörriyet Neşriyati	Siyaset	Ya Musteqilliq Ya Ölüm-Ya Bağımsızlık Ya Ölüm	İzçimen	15
2020	Siyer Yayınları	Roman	Heyr Hoş Quyaş-Güle Güle Güneş	Muyesser Abdulehed	16
2020	Teklimakan Uyghur Neşriyati	Tarih	Abdurehim Eysa ve Uyghuristan Çüşi- Abdurehim Eysa ve Uyguristan Rüyası	Eset Sulayman	17
2020	Teklimakan Uyghur Neşriyat	Tarih	Siyasi Sehnidiki Zakroflar-Siyasi Alandaki Zakroflar	Eset Sulayman	18
2020	Teklimakan Uyghur Neşriyat	Tarih	1937, 1957, 2017	Eset Sulayman	19
2017	Şerqi Türkistan Hörriyet Neşriyati	Siyaset	Azadliq Yolida İzdiniş-Bağımsızlık Yolunda Arayış	Ğulam Osman Zulpiqar	20

Uygur diasporası içinde bulunduğu ekonomik ve siyasi nedenlerden ötürü kitap ve dergi haricinde daha fazla maliyet ve profesyonellik gerektiren radyo ve TV kanalı gibi dijital dünyanın artık gelenekseli olmuş araçlardan yararlanamamaktadır. Dolayısıyla kullanım maliyeti çok düşük ya da ücretsiz olan dijital ortam araçlarına yönelmektedir.

3.2. Yeni medya

Uygur diasporasında günümüz yeni medya araçlarından websiteler, video paylaşım siteleri ve diğer sosyal ağlar etkin olarak kullanılmaktadır.

3.2.1. Websiteler

Bireylerin ya da kuruluşların dünyaya açılan penceresi niteliğinde olan internet siteleri, muhataplarına kendi kimliği, ismi, iletişim bilgileri, hedefleri, yaptıkları ve yapmadıkları, ne yapmak istedikleri (vizyon ve misyon) gibi temel bilgilerin tanıtıcısıdır.

Tablo 3: Uygur Diasporasında Yaygın Olarak Bilinen Kurum ya da Kişi Websiteleri

https://www.facebook.com/Eynekhaber (URL-9)	Eynek Hever Sehipisi	1
https://iuyghur.com (URL-10)	Uygur Ağıntliqi	2
http://istiqlalhaber.com (URL-11)	İstiqlal Heverliri	3
https://www.uysi.org/ug (URL-12)	Uygur Tetqiqat İnstituti	4
https://www.ziyali.org (URL-13)	Köktuğ	5
https://www.akademiye.org/ug (URL-14)	Uygur Akademisi	6
https://www.uyghursfoundation.org (URL-1)	Uygur Procekt Fondi	7
http://www.hoylam.net (URL-15)	Hoylam Tori	8
https://elkitab.org (URL-8)	Ilkitap	9
https://www.uyghurcongress.org/uy (URL-16)	Dunya Uygur Qurultiyi	10
https://maarip.org/uyghur (URL-17)	Maarip Cemiyiti	11
https://www.rfa.org/uyghur (URL-18)	Erkin Asya Radyosi	12
https://www.uyghur-archive.com (URL-19)	Tor Arhipi	13
http://www.uyghurkitap.com (URL-20)	Uygur Kitap Ambiri	14
http://www.maqale.uyghurkitap.com (URL-21)	Maqale Ambiri	15
http://www.azizisa.org (URL-22)	Eziz Eysa Elkün Sehipisi	16
https://www.facebook.com/awazliq.eserler (URL-23)	Avazliq Eserler	17
http://yanghin.net (URL-24)	Yangin Ilkitap	18
http://munber.iuyghur.com/index.php (URL-25)	Uygur Erkinlik Munbiri	19
https://eynek.biz (URL-26)	Eynek Munbiri	20

Bu internet sitelerinin çoğu Uygur sivil toplum kuruluşları tarafından oluşturulmuştur. Genellikle bilgilendirme, yönlendirme, araştırma, basın açıklaması ve diğer toplumsal hedefler için kullanılmaktadır. Tablodaki sitelerin çok azı gönüllü şahıslar tarafından kurulmuş olup bu internet siteleri Uygurlara ait kültürel değerlerin korunması ve aktarılması, Uygurca eserlerin basım ve dağıtımını gibi önemli rolleri üstlenmektedir.

3.2.2. Video Paylaşım Siteleri

Yeni medyanın özellikle sosyal medyanın önemli bir parçası olan video paylaşım siteleri, bireylerin ya da kurumların profesyonelce ya da amatörce hazırlanmış video dosyalarını yükleyebilmesini, diğer kişilerin bu videoları izleyebilmesini ve yorum yazabilmesini mümkün kılan sanal ortamlardır. Ülkemizde ve dünyada en çok bilinen Youtube, Uygur diasporasının yoğun bir şekilde kullandığı yeni medya araçlarından biridir. Diasporadaki Uygurlar, video paylaşım sitelerinden Youtube kanalları aracılığıyla hem üyeler arasındaki etkileşimi, iletişim ve sosyalleşmeyi sağlamakta hem de bağımsızlık mücadelesini sürdürmektedir.

Tablo 4: Uygur Diasporasında Yoğun Olarak Kullanılan Youtube Kanalları

	Kanal Adı	Kategori	Abone Sayısı	Kanal Bağlantısı
1	Uygur İslam TV	İslam	45500	https://www.youtube.com/user/Islamioghli/videos (URL-27)
2	İstiqlal TV	Haber	36900	https://www.youtube.com/watch?v=NFP7ugnGVYs (URL-28)
3	Uygur Beauty	Sanat	20600	https://www.youtube.com/c/UygurBeauty/videos (URL-29)
4	Refkat Uighur	Haber	18300	https://www.youtube.com/channel/UCoPP3W6Ev2knib1MCplYOSQ/videos (URL-30)
5	Rfa Uygur	Haber	14700	https://www.youtube.com/user/RFAUygur (URL-31)
6	Uygur TV	Genel	11100	https://www.youtube.com/channel/UCFGiWZHLmvPKEJQDkxQQkBg (URL-32)
7	Nur TV	İslam	6820	https://www.youtube.com/channel/UCI08eA2Co9iT2z0PxoVS-bw (URL-33)
8	Uygur Ev Yemekleri	Yemek	6480	https://www.youtube.com/channel/UC-bMAGJ7LQh6a5j1w6-pL1g (URL-34)
9	World Uygur Congress Dunya Uygur Qurultiyi	Siyaset	5980	https://www.youtube.com/channel/UCAM2oSzARLw8umkdVy6Bw6A (URL-35)
10	Pidaiylar Ekrani	Genel	5880	https://www.youtube.com/channel/UC4l7FyK0sJBqk2hkrIsHebw (URL-36)
11	Uygur Ekrani	Genel	5560	https://www.youtube.com/channel/UCTvtHk1Q9EcxCDThNQPKuQ/videos (URL-36)
12	Uygur Radio Tv	Genel	4050	https://www.youtube.com/c/UygurRadioTV/videos (URL-37)
13	Hüseyin Tejelli	Genel	3530	https://www.youtube.com/channel/UCM82KF5MTFipTHI2wlHstA (URL-38)
14	Şerqi Türkistan Höriyet Neriyati	Siyaset	3140	https://www.youtube.com/user/filmqoy (URL-39)
15	Kompyuter ve Turmuş	Eğitim	3120	https://www.youtube.com/channel/UCe8L8dzF6tuEOhKLRbxMBQA (URL-40)
16	Uygur TV Filim	Sanat	2110	https://www.youtube.com/channel/UCANclvN-R88wKNyyt4mvE6A (URL-41)
17	Bilkan Munbiri	Eğitim	1910	https://www.youtube.com/channel/UCAZGUF8OIRFwx-BQHTW7k3g (URL-42)
18	Uygur Academy	Bilim	1410	https://www.youtube.com/user/uyghuracademy (URL-43)
19	Ölimalar TV	İslam	1130	https://www.youtube.com/channel/UCsSpJlpLb6crQmLZUUA2QSg (URL-44)
20	Memet Emin	Sağlık	922	https://www.youtube.com/user/2005mmt (URL-45)

Tablo 4'ten anlaşılacağı üzere, uydulu ya da kablolu TV kanallarına sahip olamayan Uygur diasporası video paylaşım sitesi olan Youtube aracılığıyla diaspora üyelerinin görsel iletişim ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadır. Youtube platformu kullanıcı merkezli, kullanımı ve erişimi kolay, fazla maliyet gerektirmeyen bir mecra olarak rağbet görmektedir. Diaspora üyelerin birbirlerini tanımalarını, farklı ülkelerden kullanıcıların aynı platformda buluşmalarını, karşılaşılan sorunlara ortak çözüm aramalarını mümkün kılmaktadır.

Yukarıdaki Youtube kanallarında yayınlanan programların içeriği, türü ve kalitesi açısından oldukça yetersiz olduğunu söylemek mümkündür. Bu yetersizliklerin nedenleri, diasporada yetişmiş medya profesyonellerinin olmayışı, üye sayılarının azlığı ve daha da önemlisi Uygurların karşılaştığı siyasi ve ekonomik zorluklar olarak sıralanabilir.

Sonuç ve Değerlendirme

1933 yılında kurulan Doğu Türkistan İslam Cumhuriyeti'nin yıkılmasından 2016 yılına kadar olan süreçte Orta Asya, Suudi Arabistan ve Türkiye'ye göç eden Uygurlar tarafından farklı türden kitap, gazete ve dergi yayımlanmıştır. 2016 yılından sonra yazılı basın ürünleri hem format hem içerik açısından çeşitlenmiştir. Uygur diasporasının ve anavatanlarının güncel sorunlarını ele alan önemli eserler kaleme alınmıştır. Yazılı basın araçlarında genel olarak tarih, din, siyaset, psikoloji, kültür sanat ve eğitim gibi konular işlenmektedir. Fakat diaspora üyelerinin mevcut okuryazar seviyesi göz önünde bulundurulduğunda yazılı basın ziyadesiyle entelektüel kalacaktır. Yeni iletişim teknolojilerinin hızla gelişimi düşünüldüğünde yazılı basın çok klasik bir mecradır.

Uygur diasporasında yeni medya araçlarından yalnızca websiteler, video paylaşım siteleri ve sosyal ağlar kullanılmaktadır. Websiteler diasporadaki sivil toplum kuruluşlarının en çok kullandığı araçlardan biridir. Genellikle İngilizce, Uygurca, Türkçe ve Arapça olan websiteler bilgilendirme, eğitime ve basın açıklaması gibi işlevleri yerine getirmektedir. Bu websitelerin birçoğu hem diaspora içi hem diaspora dışı için haber kaynağıdır. Video paylaşım siteleri özellikle Youtube, bir bakıma geleneksel medya olan TV kanalının yerine kullanılmaktadır. Buna yandaş olarak diaspora üyelerinin yoğunlukla Facebook ve Twitter gibi sosyal ağları aktif olarak kullandığını söylemek mümkündür. Fakat forumlar, bloglar, wikiler ve katılımlı sözlükler gibi sosyal medya araçlarında Uygurlara ilişkin bilgiler bulunmamaktadır.

Sonuç olarak Uygur diasporasında kullanılan kitle iletişim araçları eğitim, bilgilendirme, kültürel değerlerin korunması, basın açıklaması ve mevcut statükoyu muhafaza etme açısından başarılı görünmektedir. Fakat dağıldığı ülkelerde üyelerini bilinçlendirme, yönlendirme, uyarma, kamuoyu oluşturma, gündem belirleme ve hatta gerektiğinde bulunduğu ülkelerin vatandaşlarına ulaşabilme açısından son derece zayıftır. Bunun nedenini diasporada siyasi anlamda merkezî bir otoritenin oluşturulamamış olması ve bu durumun kitle iletişim araçlarının etkin kullanımına ve işlevine yansımaları olarak açıklamak yanlış olmayacaktır. Diasporada üretilen medya ürünlerinde kalite, format, içerik ve diğer açılardan birçok eksiklikler mevcuttur. Gerçi Uygur diasporası her ne kadar birtakım dezavantajlar, sorunlar ve sorumluluklarla baş etmek zorunda bile olsa mevcut imkân ve koşullarla daha farklı formatlarda ve daha kaliteli içerikler üretilirdi. Uygur diasporasında üretilen medya ürünlerine bakıldığında dikkat çeken bir başka nokta; edebiyat, kültür ve sanat konularının diğer konulardan (siyaset, ideoloji ve ekonomi) oranla daha çok işlendiğidir. Kültür ve sanat konularının bu denli işlenmesi, aslında diaspora üyelerinin çektiği acıların, taşıdığı özlemin ve kurdukları düşlerin bir dışı vurumudur. Yapmak isteyip yapamadıklarının ve olmak isteyip de olmadıklarının sanat ürünleriyle dış dünyaya yansımalarıdır. Çünkü sanat hayal, arzu ve isteklerin ve umutların diri tutulduğu bir alan olarak insanlara yeni düşleri kurabilme imkânı sağlamaktadır. Öte yandan Uygurların kültür, sanat ve edebiyat ile ilgili konulara ağırlık vermesi, özellikle kendi ulus kimliklerini

unutmamak için geçmişin ortak algı ve tasarımlarını ön planda tuttıkları şeklinde yorumlanabilir. Zira kendini bilme ve mutlak varlığı inşa edebilmenin en temel unsuru üretilen kültürel değerlerde yatmaktadır.

Kaynakça

- BEGTİMUR, Mehmet Emin. (2021). "Dijital Dünyada İtibarın İnşası ve Yönetimi". *Dijital Yönetim & Pazarlama & Medya*. (Ed.: Hande Ayhan Gökcek), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- BERELSON, Bernard ve STEİNER, Gary. (1964). *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. New York: Brace & World. Inc.
- BOTTOMORE, Tom. (1997). *Frankfurt Okulu*. (Çev.: Ahmet Çiğdem), Ankara: Vadi Yayınları.
- ERDOĞAN, İrfan ve ALEMDAR, Korkmaz. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- ERDOĞAN, İrfan. (2005). *İletişimi Anlamak*. Ankara: Erk Yayınları.
- FİSKE, John. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev.: Süleyman İrvan), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- GERBNER, George. (1966). "An Institutional Approach to Mass Communications Research". *Communication: Theory and Research*. (Ed.: Lee Thayer), Springfield: Charles C. Thomas, s. 429-445.
- GIDDENS, Anthony. (2008). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- GİRGİN, Atilla. (2014). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- GÜNGÖR, Nazife. (2013). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- KUL, Ömer ve TUNCER, Tekin. (2015). "XX. Asırda Doğu Türkistan'da Göçler". *Türk Dünyasında Sürgün ve Göç*. (Haz.: Nesrin Sarıahmetoğlu Ve İlyas Kemaloğlu), İstanbul: Türk Kültürüne Hizmet Vakfı, s. 193-231.
- KUL, Ömer. (2017). *100 Soruda Doğu Türkistan*. İstanbul: Rumuz Yayınları.
- ÖZKÖK, Ertuğrul. (1985). *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü*. Ankara: Tan Yayınları.
- TUNCER, Tekin. (2014). "Doğu Türkistan'dan Türkiye'ye Yapılan 1961 Göçü ve Mehmet Kasım Cantürk". *I. Uluslararası Türk Kültürü Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri*. (Ed.: Hüseyin Gönel), s. 270-278, Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Yayınları.
- TUNCER, Tekin. (2018). "Türkiye'de Yaşayan Doğu Türkistanlıların Kurduğu Sivil Toplum Örgütleri ve Bunların Faaliyetleri: Doğu Türkistan Göçmenler Cemiyeti Örneği". *History Studies*, S. 10 (5), s. 205-221.
- TURSUN, Nabijan. (2020). "1933 ve 1944 Yıllarında Kurulan Doğu Türkistan Cumhuriyetleri Hakkındaki Kaynaklar ve Bu Kaynakların Değeri". *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*, S. 16, s. 233-257.
- TÜRKOĞLU, Nurçay. (2004). *Toplumsal İletişim*. İstanbul: Babil Yayınları.
- YILDIZ, Bahadır. (2009). *Üç Boyutlu Ortam ve Somut Materyal Kullanımının Uzamsal Görselleştirme ve Zihinde Döndürme Becerilerine Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- YUMLU, Konca. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İzmir: Nam Yayınları.

İnternet Kaynakları:

- *URL-1: <https://www.uyghursfoundation.org> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-2: <https://www.merifet.net/> (Erişim: 17.03.2021)
- *URL-3: <https://izdinish.org/> (Erişim: 17.03.2021)
- *URL-4: <http://www.olimalar.org/> (Erişim: 17.03.2021)
- *URL-5: <http://www.shepeq.com/> (Erişim: 17.03.2021)
- *URL-6: <http://www.siyret.com/> (Erişim: 17.03.2021)
- *URL-7: <http://www.ayhanedu.com/> (Erişim: 14.03.2021)
- *URL-8: <https://elkitab.org> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-9: <https://www.facebook.com/Eynekhaber> (Erişim: 14.03.2021)
- *URL-10: <https://iuyghur.com> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-11: <http://istiqlalhaber.com> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-12: <https://www.uysi.org/ug> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-13: <https://www.ziyali.org> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-14: <https://www.akademiye.org/ug> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-15: <http://www.hoylam.net> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-16: <https://www.uyghurcongress.org/uy> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-17: <https://maarip.org/uyghur> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-18: <https://www.rfa.org/uyghur> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-19: <https://www.uyghur-archive.com> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-20: <http://www.uyghurkitap.com> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-21: <http://www.maqale.uyghurkitap.com> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-22: <http://www.azizisa.org> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-23: <https://www.facebook.com/awazliq.eserler> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-24: <http://yanghin.net> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-25: <http://munber.iuyghur.com/index.php> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-26: <https://eynek.biz> (Erişim: 15.03.2021)
- *URL-27: <https://www.youtube.com/user/Islamioghli/videos> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-28: <https://www.youtube.com/watch?v=NFP7ugnGVYs> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-29: <https://www.youtube.com/c/UyghurBeauty/videos> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-30: <https://www.youtube.com/channel/UCoPP3W6Ev2knibIMCpIYOSQ/videos> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-31: <https://www.youtube.com/user/RFAUyghur> (Erişim: 16.03.2021) (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-32: <https://www.youtube.com/channel/UCFGiWZHLmvPKEJQDkxQQkBg> (Erişim: 16.03.2021)

- *URL-33: <https://www.youtube.com/channel/UCI08eA2Co9iT2z0PxovS-bw> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-34: <https://www.youtube.com/channel/UC-bMAGJ7LQh6a5j1w6-pL1g> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-35: <https://www.youtube.com/channel/UCAM2oSzARLw8umkdVy6Bw6A> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-36: <https://www.youtube.com/channel/UC4l7FyK0sJBqk2hkrIsHebw> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-37: <https://www.youtube.com/channel/UCTvtHk1Q9EcxCdThNQKPKuQ/videos> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-38: <https://www.youtube.com/c/UyghurRadioTV/videos> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-39: <https://www.youtube.com/channel/UCM82KFn5MTFipTHl2wlHstA> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-40: <https://www.youtube.com/user/filimqoy> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-41: <https://www.youtube.com/channel/UCe8L8dzF6tuEOhKLRbxMBQA> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-42: <https://www.youtube.com/channel/UCanClvN-R88wKNyyt4mvE6A> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-43: <https://www.youtube.com/channel/UCAZGUF80iRFxw-BQHTW7k3g> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-44: <https://www.youtube.com/user/uyghuracademy> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-45: <https://www.youtube.com/channel/UCsSpJlpLb6crQmLZZUA2QSg> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-46: <https://www.youtube.com/user/2005mmt> (Erişim: 16.03.2021)
- *URL-47: <https://www.sektorundergisi.com/ilk-dergi/> (Erişim: 12.05.2021)