

MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

Cilt: 4 Sayı: 2
Volume: 4 Issue: 2

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD) altı ayda bir yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.
The Journal of Media and Religion Studies is an international, peer-reviewed and biannual journal.

DOAJ (Directory of Open Access Journal): 23.08.2019 | Index Copernicus: 11.10.2019 | ULAKBİM TR Dizin: 04.12.2020

**Medya ve Din Araştırmaları Uygulama
ve Araştırma Merkezi (MEDIAD) adına
Sahibi ve Baş Editör /
Owner and Editor-in-Chief**

Prof. Dr. Hakan AYDIN
Erciyes Üniversitesi



Editörler / Editors

Dr. Öğr. Üyesi Metin EKEN
Erciyes Üniversitesi



Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Derviş DERELİ
Erciyes Üniversitesi



Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Mahmut Hakkı AKIN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa KOÇER, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Vahit İLHAN, Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Betül ONAY DOĞAN, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Faruk KARAARSLAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YILDIZ, Erciyes Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board*

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Köksal ALVER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Caner ARABACI, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ARSLAN, İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal ATAMAN, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa AYDIN, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Prof. Dr. Bünyamin AYHAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü BALCI, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Vejdi BİLGİN, Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfullah CEBECİ, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ÇAKIR, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mete ÇAMDERELİ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Celalettin ÇELİK, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞAN, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Şahin GÜVEN, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Naci İSPİR, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa MACİT, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Promad K. NAYAR, University of Hyderabad
Prof. Dr. Ertan ÖZENSEL, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TEKİN, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Murat YEL, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah ÖZBOLAT, Çukurova Üniversitesi
Dr. Charles HIRSCHKIND, University of California, Berkeley
Dr. Peter M. PHILLIPS, Durham University
Dr. Elizabeth POOLE, Keele University
Dr. Mahmoud Y. Al Smaseri, Yarmouk University



**İngilizce Dil Editörü
English Language
Editor**

Öğr. Gör. Faruk SADIÇ



**Arapça Dil Editörü
Arabic Language
Editor**

Dr. Omar MALKAWI



**Yayın Sekreteri
Secretariat**

Arş. Gör. Yavuz KANBUR

**Tasarım
Graphic Design**

Ekrem NAZLI

**Yayın Türü
Publication Type**

Sürelili Yayın / Periodical

**Yayın Periyodu
Publication Period**

Altı ayda bir (Haziran ve
Aralık) yayımlanır /
Published (in June and
December) biannually

**Yayın Dili
Publication Languages**

Türkçe / Turkish
İngilizce / English
Arapça / Arabic

**Baskı Tarihi
Print Date**

Aralık / December 2021

* Danışma kurulu unvanlara
ve soyisimlere göre alfabetik
olarak sıralanmıştır.



İletişim / Correspondence

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yenidoğan Mahallesi, Ahmet El Biruni Caddesi, 38280
Talas/KAYSERİ Tel: +90 (352) 437 52 61-36010 e-posta: mediam@erciyes.edu.tr



Araştırma Makaleleri / Research Articles

[The Religious Framing Impact on Counterarguing Towards Vaccination Ads: Consideration of the Extended-ELM Perspective | 199-221](#)

[Aşı Mesajlarına Yönelik Karşı Argüman Gelişiminde Dini Çerçeveleme Etkisinin Genişletilmiş-ELM Modeli Üzerinden İncelenmesi | 219-221](#)

Mehmet Safa ÇAM

[Sosyal Medyada Turkovac Aşısına İlişkin Self-Oryantalist Söylemler | 223-235](#)
[Self-Orientalist Discussions About Turkovac Vaccine in Social Media | 234-235](#)

Gülşen ÇANKAL

[“Makul”ü Öldürmek: Kalifat Dizisinde Müslüman Kimliğinin Temsili | 237-250](#)
[Killing the “Average”: Representation of Muslim Identity in Kalifat | 249-250](#)

Şükrü BALCI, Muhammet Emin ÇİFÇİ

[11 Eylül Sonrası Valeurs Actuelles ve L’express’de Medeniyetler Çatışması ve İslam Algısı | 251-262](#)
[The Conflict of Civilizations and the Perception of Islam in Valeurs Actuelles and L’Express after 11 September | 261-262](#)

Müşerref YARDIM, Betül KARAKOYUNLU

[Amerikan Dış Politikası ve Dinsel İmgeler Bağlamında “Messiah” Dizisinin İncelenmesi | 263-280](#)
[The Examination of the “Messiah” Series in the Context of American Foreign Policy and Religious Images | 279-280](#)

Pınar BASMACI

[Sosyal Medyada İslamofobik Paylaşımlar: Twitter Örneği | 281-299](#)
[Islamophobic Posts on Social Media: The Twitter Case | 298-299](#)

Mehmet Sinan TAM

[Sosyal Medyada Paylaşılan Hadislerin Dinî Yaşantıya Etkisi: Balıkesir Üniversitesi Öğrencileri Örneği | 301-315](#)
[The Effect of Hadith Shared on Social Media on Religious Life: The Sample of Balıkesir University Students | 313-315](#)

Recep Emin GÜL

[Diyanet İşleri Başkanlığı’nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma | 317-340](#)
[Social Media Usage Level of the Presidency of Religious Affairs: A Research in the Context of Central and Provincial Organizations | 339-340](#)

Yunus Emre SAYAN

[Uzaktan Din Eğitimi Hakkında Yapılan Akademik Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme | 341-352](#)
[A Review on Academic Studies About Distance Religious Education | 351-352](#)

Veysel Karani ALTUN

[Kamusallık ve Kitap: Kamusalığın Yapısal Dönüşümü Üzerine Metateorik Bir Gözlem | 353-365](#)
[Public Sphere and Books: A Metatheoretical Observation on the Structural Transformation of the Public Sphere | 364-365](#)

Sedat DOĞAN

[“Hakikat” Kavramının Dönüşümü: Bir Tarihsel Sosyoloji Denemesi | 367-379](#)
[Transformation of the Concept of “Truth”: A Historical-Sociological Review | 377-379](#)

Fatmanur ALTUN



MEDIAAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAşTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 199-221

Geliş: 10.11.2021 | Kabul: 01.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1021794

The Religious Framing Impact on Counterarguing Towards Vaccination Ads: Consideration of the Extended-ELM Perspective

Mehmet Safa ÇAM*

Abstract

As the fluctuating effects of the pandemic continue, vaccination studies accelerated to ensure mass immunity. However, considering the speed of inoculation, it should be emphasized that it is evident of hesitancy threatening the achievement of herd immunity. The COVID-19 pandemic has deeply stirred up suspicions about many new habits in daily lives; therefore the vaccination has no exception. This paper is dedicated to examining communication framings designed to promote vaccination programs, as it might be a communicative remedy of counter-responses against the vaccination. Yet, a great deal is unexplored how the pandemic causes people to generate counterarguments against the vaccination program. Therefore, this study aimed to analyze which features of the communications lead to such a negative belief and investigate the effects of religious framing on vaccination attitudes, based on the fact that people take a religious perspective in crisis times. Findings by 2x2x2 between-subjects design of ANCOVA revealed that selecting a framing path influences the general thought about vaccination, and religious-framed messages have the ability to transform counterarguing tendency. But these capabilities have some limitations and religious framing generally benefits through interaction with loss-framed messages. The theoretical contributions were mentioned following the results.

Keywords: Religious Framing, Extended-ELM, Absorption, Counterarguing, Message Unexpectedness

Aşı Mesajlarına Yönelik Karşı Argüman Gelişiminde Dini Çerçeveleme Etkisinin Genişletilmiş-ELM Modeli Üzerinden İncelenmesi

Öz

Pandeminin etkileri dalgalanarak devam ederken, toplu bağışıklığın sağlanması için aşı çalışmaları da hız kazanmıştır. Ancak aşılanma hızı ve aşılanma oranları dikkate alındığında, sürü bağışıklığının sağlanmasını tehdit eden tereddütlerin bulunduğu vurgulanmalıdır. COVID-19 salgını, günlük yaşamdaki birçok yeni alışkanlık hakkında derin şüpheler uyandırdı ve aşı da bu konuların başında gelmektedir. Bu makale, aşılanmaya yönelik tepkilerin iletişimsel bir kapsamı olabileceğinden hareketle aşı programını teşvik etmek amacıyla tasarlanmış mesaj çerçevelerini incelemeye adanmıştır. Ancak, pandeminin bireylerin tedbirlere ve aşının kendisine yönelik olumsuz inançlar üretmesine neden olan pek çok faktör keşfedilmemiş durumdadır. Bu nedenle, mevcut çalışmanın amacı, kriz zamanlarında bireylerin dini bir yaklaşım sergiledikleri varsayımından hareketle, belirli iletişim yaklaşımlarını analiz etmek ve dini çerçevelemenin aşılanma tutumları üzerindeki etkilerini araştırmaktır. 2x2x2 denekler-arası ANCOVA tasarımına ait bulgular, bir çerçeveleme koşulunu kullanmanın aşılanma hakkındaki genel düşünceleri etkilediğini ve özellikle dini çerçeveli mesajların karşıt tepkileri dönüştürme yeteneğine sınırlı da olsa sahip olduğunu ve dini çerçevelemenin kayıp çerçeveli mesajlarla etkileşimli şekilde genel olarak fayda sağladığını ortaya koymuştur. Çalışmanın sonucunda sonuçların teorik katkıları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dini Çerçeveleme, Genişletilmiş-ELM, Mesaja Çekilme, Karşıt Tepki, Mesaj Beklenmedikliği

ATIF: Çam, M. S. (2021). The religious framing impact on counterarguing towards vaccination ads: Consideration of the extended-elm perspective. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 199-221.

* Assist. Prof. Dr., Aksaray University, msafacam@aksaray.edu.tr | orcid.org/0000-0001-6046-4585, Aksaray, Türkiye

Introduction

Messages promoting health behaviors are widely used in all kinds of media (Randolph and Viswanath, 2004). During the rapid spread of the pandemic throughout the world, the amount of information about infectious diseases and preventive measures increased even more (Vraga and Jacobsen, 2020). Messages in different formats (PSAs, posts, articles, interviews, etc.), which were initially published to increase compliance with protective measures, have recently started to be designed within the scope of effective communication strategies to develop positive attitudes towards vaccines and to overcome vaccination hesitancy. However, similar to opposing behavior to engage in the measures due to pandemic fatigue (WHO, 2020), one might argue that there is an intimidating hesitation to the vaccine itself and vaccination campaign (Palm et al., 2021). Since the effectiveness of herd immunity depends on being inoculated by the majority of the society, it is of great importance to provide a favorable attitude toward the vaccination program through a massive communication campaign.

Disapproval of the message premises is the crucial drawback confronted during health communications (Cho and Salmon, 2007a; Dillard and Shen, 2005; Reynolds-Tylus, 2019). When people perceive a threat to their freedom, they feel psychological arousal such as getting angry, thinking negatively, and then counterarguing to the reliability of the message (Gollust and Cappella, 2014). Persuasive messages promoting health behaviors give rise to counter argumentation due to the perceived threat to freedom of choice (Akhtar et al., 2020; Reynolds-Tylus, 2019). When these emerging biases about health behaviors are associated with the vaccination program, the hesitation toward inoculation arises. This denial against vaccination is an issue of concern that directly threatens mass immunization which stands on the approval of the vaccine by the general public (Hobson-West, 2003).

Vaccination programs towards corona infection confronted a massive behavioral resistance in Turkey, as it is all around the world. Although there is an official obligation to get vaccinated, no legal regulations have been enacted against vaccination resistance in Turkey (Bozkurt, 2018). Anti-vaccine protesters who are organized through social media platforms seem determined to bring their regular activities to the agenda. Recently, vaccine opposers protested against the new coronavirus measures, testing, the use of masks, and the vaccination program (Murat et al., 2021). These events could be considered concrete reflections of the anti-vaccine movement in Turkey. A recent study revealed that the anti-vaccine movement could become a matter of serious concern in Turkey. According to June 2021 data, 16% of individuals who have not been inoculated until that date stated that they would not get vaccinated in any condition. 19% of them were hesitant to vaccination intention. Furthermore, 17% of these people do not consider the disease as a threat to the country (IPSOS, 2021). However, in pandemic conditions where new variants emerge, it becomes vital to prevent existing anti-vaccination trends and to increase vaccination rates during the fight against the Covid-19 virus (WHO, 2019). In this context, message strategies created by authorized institutions could have a key role in overcoming vaccination hesitancy (Palm et al., 2021; Peng et al., 2021).

During the fight against vaccination hesitancy, the individuals' beliefs and attitudes towards the vaccination program are shaped by effective message framing which refers to the context of the communication. In the Covid-19 period, numerous studies have been conducted examining the effectiveness of message framing over preventive measures and attitudes towards vaccination (e.g. Banker and Park, 2020; Borah, Hwang, and Hsu, 2021; Ceylan and Hayran, 2021). The pandemic-focused framing studies have mainly concentrated on formats derived from mainstream approaches like loss-gain framed styles (Deslatte, 2020; Kim et al., 2021). The examination of how different message framing styles improve both compliances with preventive measures and positive attitudes towards vaccination is considered to be of importance in terms of developing effective communication strategies. The contribution of this study to the existing message framing literature will be exploring the impact of religious framing on vaccine hesitancy and counterarguing to vaccination behavior. We will consider the religious framing effect through the emotional processing of the message within the scope of the Extended-ELM model (Slater and Rouner, 2002). Thus, the current paper aims to contribute to the gap in the field of pandemic and message framing literature by investigating the religious content as a driving power on vaccination attitudes. As far as we know, the prior literature has not focused on the religious framing effect with regards to vaccination hesitancy in the Covid-19 period. More precisely, this paper offers religious framing that might lead to various benefits in improving attitudes towards vaccination programs by comparing with well-known message framing methods. As part of this process, we will also look through the Extended-ELM model to better understand whether religious messages are subject to emotional processing and to see the framing effect on counter-argumentation.

An Overview of the Message Framing Literature

The framing theory asserts that individuals assume messages to either potential gains or possible losses and that attitudes might be influenced by altering the way information is presented (Smith and Petty, 1996). The underlying rationale behind framing theory is the assumption of construing different meanings from messages, facts, or information when they are transmitted from a range of perspectives. Hence, “message framing refers to the process by which people develop a particular conceptualization of an issue or reorient their thinking about an issue” (Chong and Druckman, 2007, p.104).

Message framing preferences influence various health decisions by presenting the benefits of exposing the behavior (gain-frame) or the costs of resisting the action (loss-frame) (Gallagher and Updegraff, 2012). While the information of “wearing a mask can effectively block the spread of the virus through saliva” represents the gain-framed message, the message of “without a mask, you are likely to contract COVID-19” exemplifies the loss-framed (Peng et al., 2021). This way of alteration in conveying the health message could have an important role in persuading as it has been revealed by the researchers that message frames are more effective than one another in promoting desired health behaviors although the same message is transmitted (Rothman and Salovey, 1997). According to the research findings, messages showing potential gains are more effective in promoting health behaviors, whereas loss framing has a stronger persuasive impact in avoiding the potential losses (Lee and Aaker, 2004). As the rest of the literature in the field of health communications, message framing studies have revealed contradictory findings in promoting vaccination rates. Bigman, Cappella, and Hornik (2010) concluded that individuals who were exposed to gain-framed messages about the human papillomavirus vaccine (HPV) indicated more positive attitudes towards the vaccination programs. However, the prior study about HPV vaccination had explored that intentions to get vaccinated were higher in respondents with loss-framed information than with gain-framed messages, pointing out the impact of external or internal moderators (Gerend and Sias, 2009). In a recent experimental study, it was found that a narrative message with a loss-frame was more convincing for HPV vaccine intake (Kim, Lee, and Kong, 2020). Contrary to these findings, Borah and colleagues (2021) revealed that “participants in the loss frame condition did not indicate significantly favorable attitudes toward the vaccination and higher intention to get the COVID-19 vaccine compared to participants in the gain frame condition”. Peng and his colleagues (2021) emphasize that there is no consensus on the issue of vaccination promotion and further studies are necessary to understand which framing is more persuasive in engaging in preventive behaviors and the vaccination programs.

Exploratory studies have focused on the relative effectiveness of message frames that cover the potential gains of adopting a behavior or possible losses of not involving in a promoted action (Palm et al., 2021). Considering the growing literature on framing effects for the pandemic vaccination hesitancy, it is of great importance to detail the communicative factors promoting vaccination uptake by fostering positive attitudes towards vaccination. Therefore, the current paper aims to contribute to the existing literature by examining the religious framing effect, an unconventional approach in vaccination promotion, on counterarguing against vaccination. In this respect, the researcher expected the religious presentation of the arguments would launch an emotional processing as well as cognitive responses to the framed message.

Religious Framing and Emotional Processing

Integrating powerful arguments with an unexpected framing of the message might be the way to benefit in building persuasive communication (Smith and Petty, 1996). Religious message framing could offer a strategy to create a powerful impact in communicating the challenging issues. As religion has been known to enable the search for meaning, “it is predicted that the use of religious framing in media channels would moderate mood-related outcomes” (Exline et al., 2005). Earlier studies have revealed that including sacred conceptualization into treatment-based messages could encourage desired objectives related to health behaviors (e.g. Cranney, 2017; Epstein, 2018). Religious involvement could ease social support which has been assumed to maintain a recovery or prevent an illness. Moreover, individuals who define themselves as of a religious orientation are prone to avoid hazardous health issues (Cherry et al., 2015; Cummings et al., 2003; Hughes et al., 2004).

Religious context serves to heal through a “sense of coherence and meaning”, making individuals comprehend their motivations, and boosting the ability to deal with an illness (George, Larson, Koenig, and McCullough, 2000). In line with this, the religious context builds tight bonds with emotional responses toward specific events and individuals. Ben-Ze’ev (2000) suggested that religious faith might have several

impacts on individuals' emotional intensity. First of all, every incident, no matter how worthless they are, always has meaning for religious people. Events that are believed to happen with the permission of God allow individuals to become more emotionally intensive. Second, deservingness refers to a spontaneous approval of life events that indicates the willpower of the creator, and religious people are prone to comply with the events seen underserved by unreligious individuals. Because deservingness is negatively linked to emotional intensity, unreligious people are often with increased emotionality. According to Ben-Ze'ev, nonreligious individuals perceive the suffering events like pandemics, accidents, or wars to be out of their control. Since religious people believe those events are the expression of the intention of God, controllability refers to enhanced emotional intensity for religious people.

Exline and colleagues (2005) reported that individuals who described their post-trauma experiences through religious framing showed emotional responses which lead, in turn, more positive shifts in their state of mind. A recent study revealed that religiosity can help individuals to interpret, comprehend and react to crisis threats and messages. In a focus group study, participants told that they get relaxed and feel hope after praying during a tornado (Lim et al., 2019). According to Emmons (2005, p. 235) "religion has always been a source of profound emotional experience", remarking that beliefs of the nature of God enable strong emotional responses and have a significant impact on mental health. Furthermore, religious faith among adolescents has been associated with higher levels of empathic inducement and perspective-taking (Markstrom et al., 2010). Similarly, Giordano, Prosek, and Lankford (2014) conducted an empirical study exploring to what extent the religious perspective would predict empathic relationships, and they discovered that two key components of spirituality, purpose/meaning, and unifying interconnectedness, significantly predicted empathy among graduate students. Based on the extensive volume of empirical literature focusing on the importance of religion on the emotional, empathic, and perspective-taking issues, it can be assumed that religious framing coincides with the Extended-ELM (Slater and Rouner, 2002), the re-adapted form of the Elaboration Likelihood Model (Petty and Cacioppo, 1986) for emotional processing.

Religious Framing, Extended-ELM, and Counterarguing

The Elaboration Likelihood Model posits that "the quality of the arguments contained in a message has a greater impact on persuasion under conditions of high than low issue involvement" (Cacioppo and Petty, 1984, p. 674). When conditions - appeals, images, framing- stimulate individual's motivation and skills to involve in issue-relevant thinking, "the elaboration likelihood is said to be high" (Petty and Cacioppo, 1986, p. 128). Smith and Petty (1996) argued that message frames could influence the extent of message processing, focusing on the unexpectedness of the framing that fuels the elaboration. Therefore, individuals who are exposed to strong arguments with unexpected framing might engage in the influence of persuasive communications. At this point, it should be noted that unexpectedness refers to the perceptions toward the attempts that the individual is not familiar with; for instance, meeting a loss-frame when expecting a benefit-frame, or facing a gain-frame when expecting a loss-frame.

Religiosity reflects a more authoritarian and conservative individualism than non-religious people, hence facilitating to comply with the society and taking notice of suggestions from a reputable source (Ragsdale and Durham, 1986). In this sense, the religious framing might capture the viewers' attention and get them involved in the messages. As mentioned earlier, during troublesome periods when spiritual feelings are intensified, just like the Covid-19 pandemic (Bentzen, 2020; Boguszewski et al., 2020), individuals are more inclined to respond to the messages under the influence of religious teachings (Waqas, 2021). For example, the religious framing can positively affect attitudes and behaviors towards vaccination in today's pandemic conditions, reflecting a future-oriented measure to overcome a health problem. If Individuals encounter a religious framing unexpectedly instead of an ordinary message frame that emphasizes the benefits of vaccine uptake or the potential risks of not being vaccinated delivered by an expert source, this coincidence may have the potential to transform attitudes towards vaccination programs. Religiously framed messages could be "unexpected" during these periods and a definite impact might be anticipated.

Extended-ELM (Slater and Rouner, 2002), on the other hand, focuses on the message engagement and emotional propensity through empathy and character identification which are the main processes a persuasive content should stimulate. Originated from processing the persuasive content of the narrative, Extended-ELM differentiates from the traditional elaboration likelihood model in terms of the distinction between central and peripheral processes which become ambiguous (Slater and Rouner, 2002). However, Naseri and Tamam (2012) characterized the use of religious content in advertisements as a peripheral cue, as it was not associated with the central features of the product or brand. In its essence, the Extended-

ELM postulates the importance of the absorption into a narrative message which refers to involving in the emotional states through emphatic or identification process reducing counter argumentation towards the persuasive message (Moyer-Gusé and Nabi, 2010). The Extended-ELM assumed that the experience of absorption can increase positive cognitive responses towards the persuasive message as “absorption and emotions are incompatible with counterarguing” (De Graaf et al., 2009). The issue involvement concept which leads to “greater attention to message arguments depending on their quality” in the existing ELM was replaced with the absorption/engagement terms in the extended version of ELM (Slater and Rouner, 2002). Therefore, absorption as the most distinctive characteristic of Extended-ELM has a pioneering role in regulating beliefs and attitudes towards the promoted behavior.

Several implications suggest that religious framing and figurative use of sacred symbols positively influence the message absorption and attitudes towards the outcome. For example, Dotson and Hyatt (2000, p. 64) argue that “concrete religious symbols take on more significance to those with higher levels of religious dogmatism”, stating that the appearance of the religious framing elements could induce favorable links in their minds. Additionally, individuals with a stronger religious view might improve their perceptions of source similarity, trustworthiness, and reduced skepticism, based on religious framing messages (Taylor et al., 2010) so that individuals become available to be absorbed by a message who generate a sense of familiarity (Briñol and Petty, 2009). Lumpkins (2010) stated that individuals would opt for a religiously-framed message in advertising content that triggers emotions, leads to more pleasure, and encourages a favorable attitude as a peripheral cue. Although experimental studies yielded contradictory findings (Nasari and Tamam, 2012) in testing the effect of religious framing on high and low issue involvement conditions, the main effect of exposure to a religious symbolism as a peripheral cue has been affirmed on behavioral intentions (Dotson and Hyatt, 2000; Lumpkins, 2010). Furthermore, religious faith is pertinent to counterintuitive descriptions as a common feature in almost all belief systems (Ozorak, 2005). The counterintuitive messages are readily recalled and refer to a stronger influence on retrieval than usual conceptual links which has no intuitive violations (Boyer and Ramble, 2001). As depicted in mentioned papers, these peripheral religious cues that play an important role in emotionality, source perceptions, and absorption into the message make it feasible to examine religious framing in terms of Extended ELM, regardless of whether the message has been constructed in a narrative or the argumentative design.

Extended-ELM suggests a message representation based on emotional responses, such as stories, to eliminate counterarguing, which is an overwhelming obstruction to persuasion in health communications (Slater and Rouner, 2002). Therefore, counterarguing refers to a thinking activity that could cause a denial towards a desired attitude or behavior, that is, individuals mostly withstand the powerful messages that threaten their preferences which they are deeply engaged (Rucker and Petty, 2004). The main reason for this resistance is involving critical thinking and detailed elaboration of the message (Moyer-Gusé and Nabi, 2010). Because it poses a serious complication to persuasive communications, the way to overcome counterargumentation is to stimulate strong emotional and cognitive responses through message design that is not perceived as a direct persuasion effort (Walter and Cohen, 2019). The narrative form of message might be considered as an ingenious convincing effort that reduces the tendency of reactance when transmitted as a hidden persuasive attempt (Green, 2006). When individuals are captured by the story plot, counterarguing towards the message is suppressed and a significant influence on attitudes and behaviors can be expected depending on the character involvement (Kreuter et al., 2007; Moyer-Gusé, 2008).

Experimental findings indicate an inverse association between absorption into the message and counter argumentation. For example, Moyer-Guse and Nabi (2010) found that immersing in a health message through identification and the empathic process would negatively influence counterarguing. Individuals who are more engaged in a story-based message can emotionally process the arguments about health behaviors and configure the general attitudes towards the desired outputs which leads to reduced counterarguing (Niederdeppe et al., 2012). Furthermore, the absorption into the message content generates a sense of flow towards the message, which boosts the believability of the information presented in the ad, followed by defeating the counterarguing inclination of the viewers (Krakow et al., 2018).

Taken together, it is clear that counterarguing is an obstacle that needs to be overcome in promoting health behaviors during the pandemic period. Considering the success of vaccination campaigns, where speculative misinformation often takes place, individual counterarguing which is the starting point of reactance to the corona vaccine has turned into a crucial obstacle to mass immunity. Counterarguing is a tendency to bias processing caused by individual beliefs, but a communicative issue as well. The current

paper argues that religiously framed messages might be key variables in minimizing counter-argumentation towards vaccination. However, recent studies stated that religiosity - both as the degree of religious life and the message appeal - is far from supporting this hypothesis. For example, Landrum, Olshansky, and Richards (2021) found that the religious appeals in a message asserting the Flat Earth Ideology that shows integrity to a large body of sacred text was failed against evidence-based arguments and stimulated the disposition to counterargue than the evidence-based arguments. Further, individual level of religiosity was found to be negatively associated with vaccination intentions that are, individuals who have a lower degree of religiosity would likely adopt vaccine intake (Milligan et al., 2021). Similarly, Olagoke, Olagoke, and Hughes (2021, p. 76) stated that religious individuals are more prone to develop counterarguing about vaccination, highlighting that those individuals consider the crises as “An Act of God and perceive the events as unchangeable or unavoidable”. Thus, higher levels of religiosity have been correlated with vaccine rejection by considering it as being ineffective (Callaghan et al., 2021). However, the current study assumes that the religious-framed message strategy will have an impact on anti-vaccine beliefs, contrary to prior research using religious content as a message appeal. It seems possible to strengthen this rationale by presenting the vaccination behavior based on rightful due and religious responsibility, together with the risk of infecting others. In other words, the purpose of this study is to investigate the impact of a religiously framed message, not only limited to the display of religious figures, on counter argumentation to the vaccination program. Therefore, in line with the literature reviewed above, the research question could be designed as follows:

RQ: *To what extent individuals who were exposed to a religiously framed message;*

- (a) get absorbed into the message,*
- (b) generate empathetic emotionality,*
- (c) develop message believability,*
- (d) perceive the persuasive intent,*
- (e) comprehend unexpectedness of the message,*
- (f) shape behavioral attitudes and,*
- (g) reduce the counterarguing proneness compared to a loss-gain framed communications?*

METHOD

This paper aimed to investigate the effects of communicating the vaccination campaign by religious framing in comparison to loss/gain-framed messages through the emotional processing viewpoint. Given the background, the framework provided by the Extended-ELM model was benefited and it was predicted that the religious context would reduce counterarguing. The study followed the rules described in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” and was consented to by an ethical agreement acquired from Aksaray University Human Research Ethics Committee and carried out as stated by the guidelines of the Helsinki Declaration.

The Research Participants

The purposive sampling technique was used in the study. Also called judgment sampling, this method is the intentional selection of a respondent group owing to its properties. The rationale of the purposive sampling is to focus on individuals with representative features who might better contribute to understand the study findings (Etikan et al., 2016). Several reasons make it essential to move on to a young sample in the study. During the general course of the pandemic, younger people were reluctant in adapting the preventive measures due to the low rates of getting infected for a long time. Consequently, this mentality has pioneered young people to underestimate the pandemic severity. However, the pandemic began to seriously threaten younger individuals with the emergence of mutations. Besides, as of September 2021 in Turkey, educational institutions have been decided to reopen within the limits of pandemic measures. This decision resulted in rising in the mobility of young people across regions, especially with the beginning of higher education activities. Shortly after, according to the Ministry of Health’s announced data in mid-October, there was an obvious increase in the rates of new cases among younger people. It was stated that the vaccination rates among university students were far behind the desired levels as incongruent with the expectations. This suggests that there is still a serious bias against vaccination among younger individuals. Therefore, the attitudes of university students towards the vaccination messages were measured by using a young sample within the study.

Table 1. Mean Scores of Demographic Characteristics by Religiosity and Vaccination Willingness (N=378)

Demographics	Religious Level*			Willingness to Vaccination	
	N (%)	Mean (sd)	Sig.	Mean (sd)	Sig.
Gender			0.003		0.056
Female	243 (64,3)	3.22 (0.79)		3.43 (1.22)	
Male	135 (35,7)	3.12 (1.02)		3.18 (1.24)	
Age			0.512		0.775
17-19	147 (38.9)	3.17 (0.93)		3.41 (1.30)	
20-22	142 (37.6)	3.24 (0.93)		3.26 (1.26)	
23-25	89 (23.6)	3.09 (0.73)		3.36 (1.03)	
Region			0.001		0.277
Marmara	60 (15.9)	3.42 (0.74)		3.28 (1.31)	
Aegean	46 (12.2)	2.91 (0.76)		3.12 (1.32)	
Mediterranean	82 (21.7)	3.06 (0.71)		3.52 (1.04)	
Southeast	16 (3.2)	3.57 (1.12)		3.28 (1.51)	
Eastern Anatolia	8 (2.1)	2.84 (0.78)		3.51 (1.28)	
Black Sea	7 (1.9)	2.28 (1.21)		2.42 (0.67)	
Central Anatolia	159 (41.0)	3.24 (0.96)		3.37 (1.25)	
Family Income (TL)			0.532		0.017
1500-3000	98 (25.9)	3.24 (0.76)		3.21 (1.17)	
3000-5000	139 (36.8)	3.19 (0.91)		3.53 (1.18)	
5000-7500	100 (26.5)	3.14 (0.89)		3.14 (1.24)	
7500-10000	41 (10.8)	3.12 (1.06)		3.70 (1.37)	
Dose Intake			0.000		0.000
None	11 (2.9)	2.59 (0.74)		2.43 (1.04)	
Single	30 (7.9)	3.82 (0.84)		2.35 (1.24)	
Double	337 (89.2)	3.14 (3.14)		3.46 (1.18)	

*The Median Split of Religiosity = 3.05, referring to a threshold between high and low levels.

Four hundred and five university students attended the experimental study. However, a total of three hundred and seventy-eight fully completed survey forms were included in the analysis after twenty-seven incomplete and incorrect answers were eliminated. Sixty-four percent of the subjects were female with the age of 17-25. Almost half of the subjects were from the inner regions of the country (48,5%) and the rest were from the coastline regions (49%). 2% of those did not express any residential region. Sixty-three percent of respondents reported lower-income (1500-5000 TL) and thirty-five percent of them reported relatively higher income (5001-10000+ TL). The rest of the subjects declared no income level. Finally, the study sample also varied concerning their inoculation status and the eagerness degree to engage in the vaccination program. While the rate of those who received a double dose was %89, the rate of those who received a single dose was %8. Three percent of the participants declared they had never been vaccinated. More than half of the subjects (54%) stated that they were vaccinated when it was their turn. Forty-one percent stated that they got vaccinated due to possible restrictions they were likely exposed to. In addition, two percent of the participants stated that they did not consider getting vaccinated despite all the pressures, and three percent stated that they would not get vaccinated for a while because of a recently-infected status (Table 1).

Material Design and Procedures

The COVID-19 vaccination message was designed in three different framings (religious-framed x loss/gain-framed) and respondents were randomly exposed to one of three conditions. All frames were developed using the actual information about the vaccination program provided by authorized state agencies. The religious-framed message elaborated that resisting vaccination means violating a rightful due of others and that following the measures including inoculation is an order of our religion. Alternatively, the gain-framed message outlined the benefits of engaging the COVID-19 vaccination campaign, such as herd immunity

and preventing intensive care. In the message with the loss-frame, the possible health problems that unvaccinated individuals would face were depicted in the light of a didactic approach with a striking photo of an exemplar. All three of the message frames are designed as a pamphlet and are completely presented in Appendix 1. Contributors who were eager to participate in the research voluntarily were exposed to either religious-framed messages or loss/gain-framed pamphlets. No criteria, such as being vaccinated or not, were set for the research participants because the study aimed to measure the impact of the message framing on counterarguing. In this case, even if they were vaccinated reluctantly, it was a priority to acquire the actual thoughts of individuals about vaccination following exposure to message frames.

An online survey was administered during September-October, 2021. A total of four-hundred fifty undergraduates from Aksaray University were recruited as participants and randomly assigned to one of three conditions. The respondents were told that they would be taking part in a study on pandemic measures. Precisely, contributors were requested to provide their feelings and attitudes on preventive measures, particularly on vaccination intentions. Before being exposed to the experimental stimuli, the participants rated the items about their demographic characteristics, including religiosity level, whether they had been vaccinated, and their willingness to get vaccinated. Participants responded to items regarding the dependent variables following exposure to experimental stimuli.

Research Instruments

The study employed a measurement instrument derived from prior researches and modified to the present paper. The scale instrument had several items and consisted of two basic sections. The initial section contained the demographic information and items measuring religious levels, vaccination willingness, and status of the participants. The religious level was assessed with an abbreviated version of The Centrality of Religiosity Scale (CRS) developed by Huber and Huber (2012). The statements for the vaccination willingness of the subjects were developed by the researcher and requested to be rated on a four-item scale. Again, the participants were instructed to indicate their vaccination status by marking “none, single-dose or double-dose” options. The second part of the survey incorporated measures including emotional responses, message absorption, source believability, perceived persuasion intent, counterarguing, and behavioral intention statements.

The multi-item instrument was used to evaluate the eight concepts to be tested within this study. The three-item scale (1 = strongly disagree; 5 = strongly agree) to assess emotional responses towards message content particularly to the depicted character was adapted from the original 10-items identification scale by Cohen (2001) and the items which were considered to be compatible with the scope of this study were selected. The respondents rated three items of the transportation scale (Green and Brock, 2000) items to evaluate the extent to which they felt absorbed by the ad message. Afterward, the subjects responded to an abbreviated set of items from the Narrative Believability Scale (NBS) which was originally produced by Yale (2013) to measure the message believability. Next, participants replied to two-scale items anchored by strongly disagree/strongly agree to appraise their perceptions toward the message unexpectedness, adapted from Lane and Jacobson (1997). A four-item scale (1 = strongly disagree; 5 = strongly agree) from Cotte, Coulter, and Moore (2005) was utilized to assess individuals’ perceptions toward the persuasive intent of the message. Counterarguing proneness was evaluated by two 5-point Likert items “designed to tap into the participant’s tendency to critically examine or disagree with the message” (Nabi et al., 2007). Finally, subjects filled out a two-item scale to rate their behavioral intentions.

The set of counter-arguing statements were acquired by conducting a preliminary study with forty subjects. Prior to the experimental study, participants were instructed to take part in a thought-listing task (Rucker and Petty, 2004) in which at least five items to be recorded related to their feelings (whether favorable or negative) about the vaccination program and the vaccine itself. During the assignment lasted for 15 minutes, respondents generated their ideas open-endedly. Rated by two experts, the eight statements with the highest scores were included in the counter-argumentation instrument to be assessed by the respondents prior to the experimental stimuli (see Table 2).

Table 2. Means, standard deviations, and reliability coefficients for the items

	M	SD	α
Vaccination Status			
How many doses of Covid-19 vaccine did you get?			
() Any			
() I got 1 dose			
() I got 2 doses			
Vaccination Willingness			
Which of the following describes your attitude towards vaccination?			
() When it's my turn, I made an appointment immediately and got vaccinated.			
() I was forced to get vaccinated due to the restrictions in public domains such as shopping malls, schools, public transportation			
() Despite all the compulsions, I do not plan to get vaccinated.			
() I will not be vaccinated for a while (6 months, 5 months, 4 months, etc.) because I have recently had Covid.			
Religiosity			
How often do you think about religious issues?	3.46	1.11	
How often do you attend religious organizations (mosques, etc.)?	2.35	1.16	
How often do you pray?	3.04	1.27	
How often do you experience situations in which you feel that God is directing your life?	3.08	1.12	.75
Counterarguments			
<i>Counterargue_1</i>			
I think the vaccines produced for COVID-19 have been adequately tested.	3.51	1.35	
<i>Counterargue_2</i>			
I think vaccination will cause other ailments.	3.34	1.13	
<i>Counterargue_3</i>			
I believe that there will be many problems due to vaccination in the future.	2.86	1.44	
<i>Counterargue_4</i>			
Covid-19 vaccines have already been produced, but they are now on the market for commercial purposes.	2.75	1.45	0.75
<i>Counterargue_5</i>			
I believe the vaccination will end the pandemic.	3.26	1.39	
<i>Counterargue_6</i>			
Many people who get vaccinated also suffer from the disease or die.	3.46	1.32	
<i>Counterargue_7</i>			
I think that there are global powers getting profit from the vaccine.	3.72	1.34	
<i>Counterargue_8</i>			
Being forced to get vaccinated is definitely means violating human rights.	2.80	1.29	
Empathetic Emotionality			
I think I have a good understanding of the character.	4.04	1.11	
While viewing the ad I could feel the emotions of the character.	3.76	1.25	
While viewing the ad, I wanted character to succeed in achieving his or her goals.	3.95	1.23	.81
Absorption			
I was mentally involved in the message	2.37	1.19	
I could easily picture the events taking place	3.55	1.13	.80
I could picture myself in the scene shown in the pamphlet	3.70	1.20	

Believability

I believe this information could be true.	3.62	1.26	
It was easy to follow the story from beginning to end.	3.37	1.24	
The information presented in this story was consistent.	3.96	1.15	.81
All of the facts in this story agreed with each other.	3.58	1.27	

Unexpectedness

Explaining why to get vaccinated in the light of this information is something new for me.	3.81	1.34	
We see these messages about vaccines very often.	2.21	1.42	.65

Perceived Persuasiveness

I was annoyed by this pamphlet because the message seemed to be trying to inappropriately manage or control my decisions.	3.71	1.37	
The way this ad tries to persuade people seems acceptable to me.	4.08	1.11	
I think that this advertisement is fair	3.38	1.34	0.71
The ad was fair in what was said and shown.	3.37	1.39	

Results

A 3 (religious framing vs. loss/gain framing) × 2 (low vs. high religiosity) × 2 (willingness vs. unwillingness to get vaccinated) between-subjects analysis of covariance (ANCOVA) was used to test the research hypotheses. The testing design examined the influence of these predictors on empathetic emotionality toward message characters, absorption, believability, unexpectedness, persuasiveness, and behavioral intentions. In the ANCOVA analysis, several demographic variables that are known to influence attitudes toward vaccination were also controlled, for example, the origin of residence would influence the overall attitudes toward the vaccination. Because the vaccination rates in coastal regions were completely higher than in the inner regions of the country. In addition, a similar control procedure was also performed on the gender, income level, religiosity, and willingness groups.

The analyses started with examining the correlations among interdependent variables to evaluate the predictive abilities of these variables. The calculations of the correlations were shown in Table 2. The results indicated moderate associations between the empathic emotionality towards the variety of framed ads, and the message absorption ($r = 0.54$) as well as between source credibility ($r = 0.62$). In addition, it was found that there was a robust bivariate link between being immersed in the message and the sense of unexpectedness ($r = 0.87$). Finally, as expected, the perceived persuasive intention and the proneness to counterargument scales demonstrated negative correlations with all other dependent variables.

Table 3. Correlation Matrix of the Variables with Reliability Coefficients

	1	2	3	4	5	6	7
1. Emotionality	(.81)						
2. Absorption	.54**	(.80)					
3. Believability	.62**	.63**	(.81)				
4. Unexpectedness	.66	.87**	.01	(.65)			
5. Persuasiveness	-.41**	-.52**	-.55**	-.19**	(.71)		
6. Counterarguing	-.21**	-.12**	-.03	-.35**	.14	(.72)	
7. Behavioral Intent.	.81	.28**	.31**	.06	-.21**	-.16**	(.89)

Cronbach's α reliability coefficients are shown in parentheses.

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Table 3 listed the means and standard deviations for the dependent variables caused by the conditions in the ANCOVA model. It is noticeable that framing conditions significantly affected most of the counterargumentations which are generated during the thought-listing task for the vaccination campaign. As a salient fact, it is noteworthy that a positive level of critical thinking was created in religious framing conditions than gain and loss framing conditions. Across the means of dependent variables, the scores calculated for the loss frame increased while the religious framing sustained its position ahead of gain framing. However, there was a clear achievement in favor of religious framing, especially in unexpectedness ($m = 3.49$, $sd = 1.20$, $p < .001$), perceived persuasiveness ($m = 3.27$, $sd = .81$, $p < .001$) and counterarguing ($m = 2.12$, $sd = 1.16$, $p < .001$) scores. Similarly, the religiosity category had mean scores in favor of strong sacred feelings on the dependent variables and counter-responses. Vaccination willingness has also mean scores which indicated that the

demand for inoculation directly resulted in reduced counterarguments ($m= 2.54, sd =1.17, p< .05$), stronger emotionality ($m= 4.77, sd=.96, p<.01$) and message absorption ($m= 3.41, sd=1.02, p< .05$) (see Table 2). The initial findings of the ANCOVA model explored that framing conditions significantly influenced and differentiated the mean scores among empathetic emotionality, absorption, unexpectedness, and counterarguing except believability, persuasiveness, and behavioral intentions when the descriptive constructs were controlled (Fig. 1). The impact of religious framing, particularly on message unexpectedness ($m= 3.49, sd=.78, p=.001$) and counterarguing ($m= 2.13, sd=1.13, p<.001$) was evident when the key demographic variables, vaccine willingness, and religiosity levels were controlled in ANCOVA analyzes.

Table 4. Group Statistics for the Dependent Variables by Framing Condition, Religiosity and Willingness

	Framing Conditions			Religiosity Level		Vaccination Demand	
	Religious N = 124	Gain N = 134	Loss N = 120	Low N = 167	High N = 211	Unwilling N = 208	Willing N = 170
Counterargue_1	2.86 (1.33)***	3.11 (1.27)***	2.40 (1.16)***	2.41 (1.18)**	2.83 (1.41)**	2.81 (1.27)	2.78 (1.32)
Counterargue_2	3.35 (1.44)	3.49 (1.34)	3.68 (1.23)	2.60 (1.18)	2.77 (1.18)	3.95 (1.19)***	3.14 (1.35)***
Counterargue_3	3.13 (1.50)*	3.28 (1.36)*	3.63 (1.39)*	2.89 (1.23)	2.73 (1.33)	3.81 (1.28)	2.95 (1.43)
Counterargue_4	2.59 (1.44)**	2.77 (1.35)**	3.25 (1.45)**	3.53 (1.29)*	3.47 (1.41)*	3.20 (1.39)***	2.59 (1.41)***
Counterargue_5	2.35 (1.44)***	3.31 (1.28)***	2.55 (1.43)***	3.30 (1.45)	3.37 (1.41)	2.79 (1.48)	2.71 (1.40)
Counterargue_6	3.27 (1.47)	3.19 (1.35)	3.33 (1.35)	3.36 (1.37)	3.14 (1.37)	3.68 (1.25)***	2.92 (1.41)***
Counterargue_7	3.25 (1.46)**	3.35 (1.28)**	3.80 (1.14)**	3.66 (1.33)**	3.21 (1.26)**	3.76 (1.20)***	3.22 (1.36)***
Counterargue_8	3.50 (1.42)*	3.75 (1.29)*	3.93 (1.26)*	3.76 (1.28)	3.67 (1.41)	4.03 (1.24)***	3.74 (1.36)***
Absorption	3.31 (0.89)***	2.99 (1.03)***	3.63 (0.82)***	3.13 (0.97)**	3.46 (0.92)**	3.17 (0.85)*	3.41 (1.02)*
Empathetic Emotionality	3.91 (1.03)***	3.66 (1.10)***	4.20 (0.79)***	3.70 (1.04)***	4.09 (0.94)***	3.72 (1.03)**	4.07 (0.96)**
Source Believability	3.62 (0.95)***	3.34 (1.06)***	3.95 (0.81)***	3.52 (0.97)*	3.72 (0.97)*	3.47 (0.95)**	3.76 (0.98)**
Expectedness	3.49 (1.20)***	1.58 (0.77)***	2.54 (0.86)***	2.48 (1.21)	2.53 (1.26)	2.53 (1.25)	2.48 (1.23)
Perceived Persuasive	3.27 (0.81)***	3.73 (0.83)***	3.84 (0.72)***	3.52 (0.84)*	3.69 (0.81)*	3.50 (0.78)*	3.71 (0.85)*
Counterargue	2.12 (1.16)***	2.91 (0.92)***	3.04 (1.16)***	2.81 (1.06)*	2.51 (1.21)*	2.84 (1.12)*	2.54 (1.17)*
Behavioral Intention	3.35 (1.32)	3.22 (1.24)	3.46 (1.12)	3.39 (1.19)	3.31 (1.26)	2.68 (1.13)***	3.88 (1.04)***

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

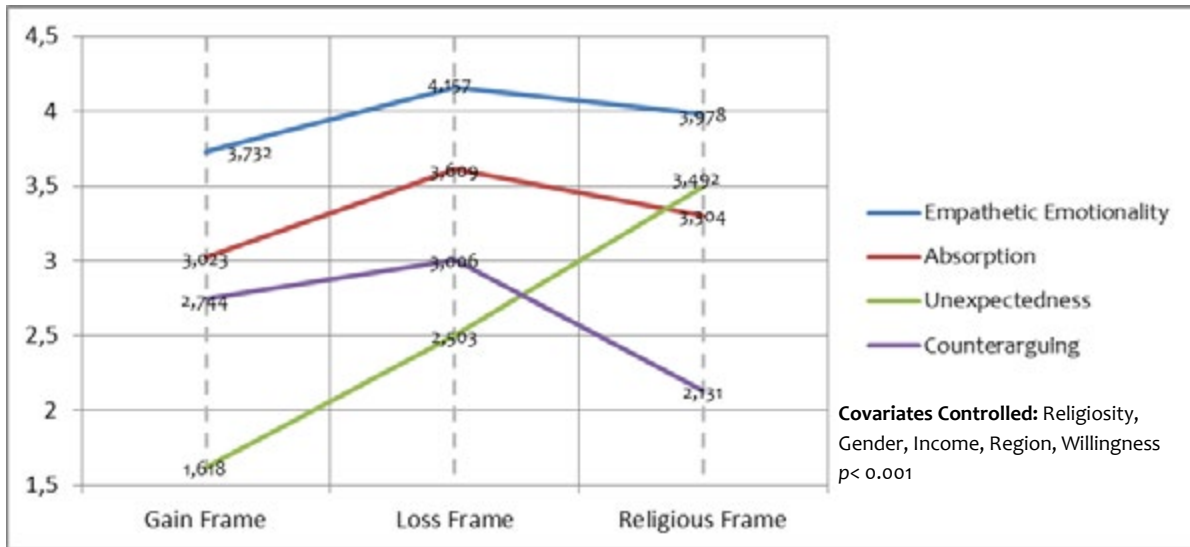


Figure 1. Estimated Marginal Means for Framing Conditions

The results of ANCOVA models predicting independent variables were presented in Table 4. The covariance model for the exposure to framing conditions indicated significant results in influencing the empathetic emotionality ($F(1,378) = 5.23, p < .05$), absorption ($F(1,378) = 8.68, p = .01$), believability ($F(1,378) = 5.53, p < .05$), unexpectedness ($F(1,378) = 238.225, p < .001$), perceived persuasiveness ($F(1,378) = 23.531, p < .001$), counterarguing ($F(1,378) = 32.026, p < .001$). However, there found a single insignificant impact for the framing condition on behavioral intentions to get vaccinated ($F(1,258) = 0.48, p = .826$). The mean scores of all framed conditions describing the necessity of getting inoculated unveiled that young individuals presented more favorable attitudes toward getting vaccinated in the religious framed condition ($M = 3.36, SE = 0.12$) in comparison to the gain framing condition ($M = 3.21, SE = 0.11$).

Table 5. Covariates Predicting Dependent Variables

Covariates	Dependent Variables (F coefficients)						
	Absorption	Empathetic Emotionality	Source Believability	Framing Unexpectedness	Perceived Persuasiveness	Counterarguing	Behavioral Intent
Gender	.039	.009	.056	.063	1.484	1.932	5.455**
Income	.150	1.118	.466	6.298**	.015	6.212**	.303
Region	.954	.806	.432	.038	.579	1.859	.597
Framing	8.676**	5.227*	5.521*	238.225***	23.531***	32.026***	.048
Religiosity	22.713***	29.902***	10.158**	.902	6.359**	6.734**	.726
Willingness	6.389*	11.668**	5.764*	.034	2.901	2.273	64.396***
Framing x Religiosity	5.926***	4.242***	3.843***	2.280*	2.030*	11.218***	4.074***
Framing x Willingness	2.946*	1.955	2.993*	.733	2.543	3.755*	1.995
Religiosity x Willingness	4.055*	1.532	1.191	.399	.465	.786	.055
Framing x Religiosity x Willingness	1.191	3.875*	2.014	.535	3.089*	.531	2.967*

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

The following model estimated that individual religiosity level has several impacts toward dependent variables. According to test of between-subjects effects, the religiosity was significantly correlated to empathetic emotionality ($F(1,258) = 29.90, p < .001$), absorption ($F(1,258) = 22.71, p < .001$), believability ($F(1,258) = 10.16, p < .005$), perceived persuasiveness ($F(1,258) = 6.36, p < .05$), and counterarguing ($F(1,258) = 6.75, p < .05$) but not with unexpectedness of the message ($F(1,258) = .91, p = .343$) and behavioral intent ($F(1,258) = .73, p = .395$). While the sense of message unexpectedness ($M = 2.53, SE = 0.09$) was higher in individuals who were reported to be religious, the mean scores of vaccination intentions ($M = 3.39, SE = 0.93$) were calculated higher in non-religious individuals. Results also showed that there were significant interactions between religiosity and the framing conditions ($p < .001$).

According to the ANCOVA results, the willingness to vaccination intake has insignificant associations with unexpectedness perception ($F(1, 258) = 0.03, p = .855$) and counterarguing proneness ($F(1, 258) = 2.273, p = .132$). There were also significant associations for empathetic emotionality ($F(1, 370) = 10.635, p < .001$), message absorption ($F(1, 370) = 6.389, p < .05$), believability ($F(1, 370) = 5.764, p < .05$) and behavioral intention ($F(1, 370) = 64.396, p < .001$). The mean scores of the willingness for getting vaccination demonstrated that participants who have eagerness to inoculation mostly responded favorably to ad messages. There were also significant interactions between framing conditions and willingness construct. This interaction effect significantly predicted the absorption ($F(1, 378) = 3.512, p < .05$) and counterarguing ($F(1, 378) = 5.255, p < .05$). Particularly highlighted by the participants who were enthusiastic about vaccination behavior were absorption ($M = 3.41, SE = .07$) and empathetic emotionality ($M = 4.06, SE = .06$).

Discussion

This paper empirically investigated the influence of religious message framing on attitudes to vaccination programs by comparing it with usual framing styles such as loss/gain framing. Hypotheses were tested by using a set of individual message framing stimuli. The content of the messages included the actual statements by the state authorities, and people were very familiar with those declarations. Thus, the possibility of acquiring the common responses of participants was encouraged in pandemic conditions. Through an experimental procedure, the current study explored that religious framed messages, in a brochure, significantly reduce counterarguing against vaccination campaigns. When individuals were exposed to a vaccination message including sacred context, they might have a higher tendency to avoid critical thinking for the message information, and the framing impact is likely perceived as more believable. This is primarily due to an influence associated with individuals' intense emotional responses and absorption into the message content. The findings demonstrate that religious framed communications strengthen individuals' perception of unexpectedness for the message and empower them to build strong connections with the message characters which impress vaccination-related arguments. Furthermore, a religious framing abates the sense of being persuaded by the message and enhances the attitudinal orientation. Thus, individuals might have favorable feelings towards the vaccination behavior by avoiding a negative response that arises from the degree of perceived persuasiveness. Individuals reported higher levels of favorable emotions after viewing the religious-framed message, which possibly reduced the counterarguing propensity against the vaccination program. The results revealed significant main effects of framing conditions on message absorption, unexpectedness, reducing persuasiveness perception, and counterarguing. In addition, a significant interaction effect between framing and religiosity was found on dependent variables which were categorized through an Extended-ELM point of view.

Theoretical Implications

The current paper contributes theoretical implications to the general literature of both pandemic and communication studies. Prior studies emphasized mainly the influence of either loss-framed or gain-framed messages created to build favorable attitudes to desired health behaviors (Borah et al., 2021; O'Keefe and Jensen, 2007; Robbins and Niederdeppe, 2019; Rothman et al., 1999; Yu et al., 2010). For instance, individuals exposed to messages containing potential benefits reported a higher degree of prevention intentions to Fetal Alcohol Spectrum Disorder which refers to the superiority of gain framing compared to loss-framed communications (Yu et al., 2010) and gain-framed messages in narrative format was more effective in inducing favorable feelings whereas loss-framed narrative stirred up stronger negative sensations (Liu and Yang, 2020). Various types of framing impacts such as temporal framing were examined (Shen and Kim, 2020; Kim and Nan, 2019), and the empirical studies found that a proximal frame with a moderate level of fear has led to a more positive attitude toward Eco-Friendly Clothing advertising compared to distance-framing (Shen and Kim, 2020). Also, recent studies examined the influence of message framing initiatives on inoculation and vaccination resistance (Palm et al., 2021; Peng et al., 2021). These studies supported the

idea that framing might have an impact on attitudes and behavioral intentions to involve in the vaccination program. However, the preceding literature has not yielded any consideration into the direct comparison of religious-framed communications with frequently used frames. On that account, the present article focuses empirically on the influence of religious context on attitudes and, to the best of our knowledge, makes an updated contribution to this gap in the literature.

In addition to that, the present article provides evidence to the information processing literature through addressing the religious framing in the context of Extended-ELM. The requirement of appealing communication attempts has been frequently discussed to improve both compliance with preventive measures and attitudes toward vaccination during the pandemic period. Based on this argument, the present article has revealed that the message frame focusing on religious context could lead individuals to make a more positive evaluation than the usual message contexts that trigger emotions such as fear and hope. The Extended-ELM model emphasizes message absorption and the creation of attitudes through enhancing a sense of similarity towards the characters (Moyer-Gusé and Nabi, 2010; Slater and Rouner, 2002), while the classical ELM model deals with the cognitive processing of strong and weak arguments (Haugtvedt, Petty, and Cacioppo, 1992; Petty, Cacioppo, and Schumann, 1983). The message involvement and strong empathetic responses required to overcome counterarguing and, thus to achieve the desired outcomes were conceptualized as Extended-ELM in health communications (Moyer-Gusé and Nabi, 2010). Extended-ELM argues that this result might be primarily possible by narrating the message in a form of a story. It seems that religious framing, which refers to a visual story about the rightful due violation of others in the vaccination issue, definitely traces the paths presented by the Extended-ELM. Although religious framing has not been argued directly in the context of the Extended-ELM so far, the current study claimed that religion stimulates the state of being drawn into the message and emotional responses as well. Further, evidence was found in terms of reducing counterarguments that were associated with message absorption. As a critical contribution to the relevant literature, the unexpectedness of the message was strongly associated with depletion of counter-arguments than message absorption. However, considering the powerful links between absorption and unexpectedness, it should be noticed that both have an overriding interaction in preventing the generation of opposing ideas.

Incorporating the unexpectedness dimension enhanced the descriptive ability of the E-ELM model in reducing counterarguing toward vaccination attitudes. As anticipated, participants with a higher sense of unexpectedness indicated powerful transformation in counterarguing following the immersion into the religious message. Absorption into the message content and empathic emotionality also seem to significantly eliminate counterarguments through lowering the persuasiveness perception of the message. To reach an overall evaluation, in the religious framing condition, it is possible to assert that the strong links between predictors have presented novel moderator and mediator variables to the Extended-ELM context. Besides, the traditional information processing model emphasizes the principle that strong and weak arguments could be processed through either central or peripheral routes. Besides, the traditional information processing model emphasizes the principle that strong and weak arguments could be processed through either central or peripheral routes. Through the Extended-ELM perspective, it has been confirmed that religious framing could act as an incentive in activating the emotional intensity rather than the strong and weak features stimulating the critical evaluation. It can be assumed that religiosity creates an attitude via empathic processing due to avoiding the tendency of argument-based thinking, and blurring the distinction between peripheral and central routes. The religious-framed stimulus with the theme of rightful due instilled an idea in young minds that unvaccinated individuals would violate the rightful due of others, instead of the physical utilities of the vaccine on health and the pandemic. This context indirectly linked the vaccine with an emotional benefit. As a result, both unexpectedness of the message was perceived and individuals with religious responsiveness were prevented from generating critical thoughts.

Managerial Implications

This research provides an advantageous messaging strategy, as the results ensure influential inferences for communication specialists to promote desired health behaviors, particularly to build favorable attitudes toward vaccination. The findings suggest that using religious framing context in vaccine communication leads to a robust influence on several issues than the loss-or-gain framing. This means that health communicators need to concentrate on designing a religious perspective in the heart of the messages, given the fact that individuals experience a religiously-based decision-making process during times of crisis. Health communicators could extend several implications for the target audiences to

encourage deep emotional responses through effective message designs in a religious focus. Stimulating individuals to engage the vaccination program over religious framing will likely escalate the sense of an unanticipated impact and reduce counter-responses, thus leading an emotional information-processing. This way of building strong attitudes through emotional intensity could provide powerful health communications results. Because religious individuals find notable of violating others' rightful due as a divine prohibition, use of alike sacred context in the message might lead them to appraise the information more significantly, thus to involve in the vaccination program. As an important determinant in which individuals refuge in difficult times (Bentzen, 2020; Boguszewski et al., 2020; Waqas, 2021), religious-framed communication could offer great opportunities for individuals to engage in vaccination and other health behaviors.

Limitations and Suggestions for Future Research

The findings of the study should be evaluated considering several limitations. First, advancing on a young sample was the result of focusing on the target group which was continuously debated during the pandemic period. Additionally, according to the data released, the vaccination rates among young individuals were generally at lower levels. However, testing the effect of religious context on a younger group may seem doubtful. The possibility that religious faith might have acquired a much more concrete meaning among the older ages was ignored within this respondents group. Secondly, even though the stimulus materials were designed as a pamphlet using the actual information from the state agencies to simulate a more realistic viewing of the message, the fact that the subjects were exposed to the framings in an experimental setting might have restricted the results to be generalized. In addition, the results prevailed in this study are based on the subjects' responses after a rapid exposure to message stimuli. The fourth limitation is sampling convenience. Although not included in the results of the study, the overwhelming majority of young individuals in the sample group certainly declared that they had been vaccinated at least one dose. The vaccination uptake rates and the characteristics of the sample group might have hindered the capability to explore the actual responses towards the framing stimuli. A more convenient sample, including unvaccinated individuals, would have provided more realistic findings to generalize the results. Future studies should explore how individuals including different age groups, different educational backgrounds, and cultures, if possible, react to various types of health communications in different framing perspectives. Thus, it will be possible to draw the representative quality of the study findings to a more realistic line. In addition, it has been found that the counterarguing inclination regarding the vaccination program could be overcome to some extent by the semantic value attributed to the message. To fight against vaccination indecisiveness, future studies should focus on how the message features could reach the emotional meaning in terms of shaping the vaccination-related beliefs and favorable attitudes to behavioral intentions.

References

- Akhtar, N., Akhtar, M. N., Usman, M., Ali, M., and Siddiqi, U. I. (2020). COVID-19 restrictions and consumers' psychological reactance toward offline shopping freedom restoration. *The Service Industries Journal*, 40(13), 891–913.
- Banker, S., and Park, J. (2020). Evaluating prosocial COVID-19 messaging frames: Evidence from a field study on Facebook. *Judgment and Decision Making*, 15(6), 1037–1043.
- Ben-Ze'ev, A. (2000). *The subtlety of the emotions*. (First Edit). The MIT Press.
- Bentzen, J. S. (2020). *In crisis, we pray: Religiosity and the COVID-19 pandemic*. https://www.researchgate.net/profile/Jeanet-Bentzen/publication/343627578_In_Crisis_We_Pray_Religiosity_and_the_COVID-19_Pandemic/links/5f34e703458515b7291bf329/In-Crisis-We-Pray-Religiosity-and-the-COVID-19-Pandemic.pdf
- Bigman, C. A., Cappella, J. N., and Hornik, R. C. (2010). Effective or ineffective: Attribute framing and the human papillomavirus (HPV) vaccine. *Patient Education and Counseling*, 81, S70–S76.
- Bin Shen, and Kim, Y. (2020). Green with Fear: fear Appeals and temporal framing in eco-friendly clothing advertising. *Clothing and Textiles Research Journal*, November, 1–15. <https://doi.org/10.1177/0887302X20968821>
- Boguszewski, R., Makowska, M., Bożewicz, M., and Podkowińska, M. (2020). The COVID-19 pandemic's impact on religiosity in Poland. *Religions*, 11(12), 646–660.
- Borah, P., Hwang, J., and Hsu, Y. C. (Louise). (2021). COVID-19 vaccination attitudes and intention: Message framing and the moderating role of perceived vaccine benefits. *Journal of Health Communication*, 1–11. <https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1966687>.

- Boyer, P., and Ramble, C. (2001). Cognitive templates for religious concepts: cross-cultural evidence for recall of counter-intuitive representations. *Cognitive Science*, 25, 535–564.
- Bozkurt, H. B. (2018). An overview of vaccine rejection and review of literature. *Kafkas Journal of Medical Sciences*, 8(1), 71–76. <https://doi.org/10.5505/kjms.2018.12754>
- Briñol, P., and Petty, R. E. (2009). Source factors in persuasion: A self-validation approach. *European Review of Social Psychology*, 20(1), 49–96.
- Cacioppo, J. T., and Petty, R. E. (1984). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Consumer Research*, 11, 673–675.
- Callaghan, T., Moghtaderi, A., Lueck, J. A., Hotez, P., Strych, U., Dor, A., Fowler, E. F., and Motta, M. (2021). Correlates and disparities of intention to vaccinate against COVID-19. *Social Science and Medicine*, 272(January), 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113638>.
- Ceylan, M., and Hayran, C. (2021). Message framing effects on individuals' social distancing and helping behavior during the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 12(March), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.579164>.
- Cherry, K. E., Sampson, L., Nezat, P. F., Cacamo, A., Marks, L. D., and Galea, S. (2015). Long-term psychological outcomes in older adults after disaster: relationships to religiosity and social support. *Aging & Mental Health*, 19(5), 430–443.
- Cho, H., and Salmon, C. T. (2007a). Unintended effects of health communication campaigns. *Journal of Communication*, 57(2), 293–317. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00344.x>.
- Cho, H., and Salmon, C. T. (2007b). Unintended Effects of Health Communication Campaigns. *Journal of Communication*, 57, 293–317.
- Chong, D., and Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4, 245–264.
- Cotte, J., Coulter, R. A., and Moore, M. (2005). Enhancing or disrupting guilt: The role of ad credibility and perceived manipulative intent. *Journal of Business Research*, 58(3), 361–368. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(03\)00102-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(03)00102-4).
- Cranney, S. (2017). Why did god make me this way? Religious coping and framing in the virtuous pedophile community. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 56(4), 852–868.
- Cummings, S. M., Neff, J. A., and Husaini, B. A. (2003). Functional impairment as a predictor of depressive symptomatology: The role of race, religiosity, and social support. *Health & Social Work*, 28(1), 23–32.
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., and Beentjes, H. (2009). The role of dimensions of narrative engagement in narrative persuasion. *Communications*, 34, 385–405. <https://doi.org/10.1515/CoMM.2009.024>.
- Deslatte, A. (2020). To shop or shelter? Issue framing effects and social-distancing preferences in the COVID-19 pandemic. *Journal of Behavioral Public Administration*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.30636/jbpa.31.158>.
- Dillard, J. P., and Shen, L. (2005). On the nature of reactance and its role in persuasive health communication. *Communication Monographs*, 72(2), 144–168. <https://doi.org/10.1080/03637750500111815>
- Dotson, M. J., and Hyatt, E. M. (2000). Religious symbols as peripheral cues in advertising: A replication of the elaboration likelihood model. *Journal of Business Research*, 48(1), 63–68. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00076-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00076-9)
- Emmons, R. A. (2005). Emotion and religion. In Raymond F. Paloutzian & C. L. Park (Eds.), *Handbook of the psychology of religion and spirituality* (pp. 235–252). The Guilford Press.
- Epstein, R. N. E. (2018). Implications for community health practitioners: Framing religion and spirituality within a social ecological framework. In D. Oman (Ed.), *Why Religion and Spirituality Matter for Public Health, Religion, Spirituality and Health: A Social Scientific Approach* (pp. 305–322). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73966-3_17

- Etikan, I., Musa, S. A., and Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Exline, J. J., Smyth, J. M., Gregory, J., Hockemeyer, J., and Tulloch, H. (2005). Religious framing by individuals with PTSD when writing about traumatic experiences. *The International Journal for the Psychology of Religion*, 15(1), 17–33. <https://doi.org/10.1207/s15327582ijpr1501>
- Gallagher, K. M., and Updegraff, J. A. (2012). Health message framing effects on attitudes, intentions, and behavior: a meta-analytic review. *Annals of Behavioral Medicine*, 43(1), 101–116.
- George, L. K., Larson, D. B., Koenig, H. G., and McCullough, M. E. (2000). Spirituality and health: What we know, what we need to know. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(1), 102–116.
- Gerend, M. A., and Sias, T. (2009). Message framing and color priming: How subtle threat cues affect persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 999–1002.
- Giordano, A. L., Prosek, E. A., and Lankford, C. T. (2014). Predicting empathy: The role of religion and spirituality. *Journal of Professional Counseling: Practice, Theory & Research*, 41(2), 53–66. <https://doi.org/10.1080/15566382.2014.12033938>
- Gollust, S. E., and Cappella, J. N. (2014). Understanding public resistance to messages about health disparities. *Journal of Health Communication*, 19(4), 493–510. <https://doi.org/10.1080/10810730.2013.821561>
- Green, M. C. (2006). Narratives and cancer communication. *Journal of Communication*, 56, 163–183. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00288.x>
- Green, M. C., and Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721.
- Hagtvedt, C. P., Petty, R. E., and Cacioppo, J. T. (1992). Need for cognition and advertising: Understanding the role of personality variables in consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 1(3), 239–260.
- Hobson-West, P. (2003). Understanding vaccination resistance: Moving beyond risk. *Health, Risk and Society*, 5(3), 273–283. <https://doi.org/10.1080/13698570310001606978>
- Huber, S., and Huber, O. W. (2012). The centrality of religiosity scale (CRS). *Religions*, 3(3), 710–724. <https://doi.org/10.3390/rel3030710>
- Hughes, J. W., Tomlinson, A., Blumenthal, J. A., Davidson, J., Sketch Jr, M. H., and Watkins, L. L. (2004). Social support and religiosity as coping strategies for anxiety in hospitalized cardiac patients. *Annals of Behavioral Medicine*, 28(3), 179–185.
- IPSOS. (2021). *Korona virüs salgını ve toplum*. <https://www.ipsos.com/tr-tr/asi-olmamis-bireylerin-65i-asi-sirasi-geldiginde-olma-niyetinde>
- Kim, H. K., Lee, T. K., and Kong, W. Y. (2020). The interplay between framing and regulatory focus in processing narratives about HPV vaccination in Singapore. *Health Communication*, 35(2), 222–232.
- Kim, J., and Nan, X. (2019). Temporal framing effects differ for narrative versus non-narrative messages: The case of promoting HPV vaccination. *Communication Research*, 46(3), 401–417. <https://doi.org/10.1177/0093650215626980>
- Kim, K., Bonn, M., and Cho, M. (2021). Clean safety message framing as survival strategies for small independent restaurants during the COVID-19 pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 423–431.
- Krakov, M. M., Yale, R. N., Jensen, J. D., Carcioppolo, N., and Ratcliff, C. L. (2018). Comparing mediational pathways for narrative- and argument-based messages: Believability, counterarguing, and emotional reaction. *Human Communication Research*, 44(3), 299–321. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqy002>
- Kreuter, M. W., Green, M. C., Cappella, J. N., Slater, M. D., Wise, M. E., Storey, D., Clark, E. M., O’Keefe, D. J., Erwin, D. O., Holmes, K., Hinyard, L. J., Houston, T., and Woolley, S. (2007). Narrative communication in cancer prevention and control: A framework to guide research and application. *Annals of Behavioral Medicine*, 33(3), 221–235. <https://doi.org/10.1007/BF02879904>
- Landrum, A. R., Olshansky, A., and Richards, O. (2021). Differential susceptibility to misleading flat earth arguments on youtube. *Media Psychology*, 24(1), 136–165. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1669461>

- Lane, V., and Jacobson, R. (1997). The reciprocal impact of brand leveraging: Feedback effects from brand extension evaluation to brand evaluation. *Marketing Letters*, 8(3), 261–271.
- Lee, A. Y., and Aaker, J. L. (2004). Bringing the frame into focus: the influence of regulatory fit on processing fluency and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 205–218.
- Lim, J. R., Liu, B. F., Egnoto, M., and Roberts, H. A. (2019). Individuals' religiosity and emotional coping in response to disasters. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 27(4), 331–345. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12263>
- Liu, S., and Yang, J. Z. (2020). Incorporating message framing into narrative persuasion to curb e-cigarette use among college students. *Risk Analysis*, 40(8), 1677–1690. <https://doi.org/10.1111/risa.13502>
- Lumpkins, C. Y. (2010). Sacred symbols as a peripheral cue in health advertisements: An assessment of using religion to appeal to African American women about breast cancer screening. *Journal of Media and Religion*, 9(4), 181–201. <https://doi.org/10.1080/15348423.2010.521083>
- Markstrom, C. A., Huey, E., Stiles, B. M., and Krause, A. L. (2010). Frameworks of caring and helping in adolescence: Are empathy, religiosity, and spirituality related constructs? *Youth & Society*, 42(1), 59–80. <https://doi.org/10.1177/0044118X09333644>
- Milligan, M. A., Hoyt, D. L., Gold, A. K., Hiserodt, M., and Otto, M. W. (2021). COVID-19 vaccine acceptance: influential roles of political party and religiosity. *Psychology, Health and Medicine*, 00(00), 1–11. <https://doi.org/10.1080/13548506.2021.1969026>
- Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. *Communication Theory*, 18(3), 407–425. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00328.x>
- Moyer-Gusé, E., and Nabi, R. L. (2010). Explaining the effects of narrative in an entertainment television program: Overcoming resistance to persuasion. *Human Communication Research*, 36(1), 26–52. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2009.01367.x>
- Murat, E., Karabulut, Ö., Benlioğlu, B., Öztürk, M. ve Maşe, İ. (2021). Aşı karşıtlarından Maltepe'de miting. DHA. <https://www.dha.com.tr/istanbul/asi-karsitlarindan-maltepede-miting/haber-1847950>
- Nabi, R. L., Moyer-Gusé, E., and Byrne, S. (2007). All joking aside: A serious investigation into the persuasive effect of funny social issue messages. *Communication Monographs*, 74(1), 29–54. <https://doi.org/10.1080/03637750701196896>
- Naseri, A., and Tamam, E. (2012). Impact of Islamic religious symbol in producing favorable attitude toward advertisement. *Revista de Administratie Publica Si Politici Sociale*, 8, 61–77.
- Niederdeppe, J., Kim, H. K., Lundell, H., Fazili, F., and Frazier, B. (2012). Beyond counterarguing: Simple elaboration, complex integration, and counterelaboration in response to variations in narrative focus and sidedness. *Journal of Communication*, 62(5), 758–777. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01671.x>
- O'Keefe, D. J., and Jensen, J. D. (2007). The relative persuasiveness of gain-framed loss-framed messages for encouraging disease prevention behaviors: A meta-analytic review. *Journal of Health Communication*, 12(7), 623–644.
- Olagoke, A. A., Olagoke, O. O., and Hughes, A. M. (2021). Intention to vaccinate against the novel 2019 coronavirus disease: The role of health locus of control and religiosity. *Journal of Religion and Health*, 60(1), 65–80. <https://doi.org/10.1007/s10943-020-01090-9>
- Ozorak, E. W. (2005). Cognitive approaches to religion. In R. F. Paloutzian and C. L. Park. (Eds.), *Handbook of the psychology of religion and spirituality* (pp. 216–234). The Guilford Press.
- Palm, R., Bolsen, T., and Kingsland, J. T. (2021). The effect of frames on COVID-19 vaccine resistance. *Frontiers in Political Science*, 3, 41.
- Peng, L., Guo, Y., and Hu, D. (2021). Information framing effect on public's intention to receive the COVID-19 vaccination in China. *Vaccines*, 9, 1–17.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., and Schumann, D. (1983). Central and peripheral routes to advertising effectiveness: The moderating role of involvement. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 135–146.

- Petty, Richard E., and Cacioppo, J. T. (1986). Elaboration likelihood model. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 124–205. [https://doi.org/DOI: 10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Ragsdale, J. . D., and Durham, K. R. . (1986). Audience response to religious fear appeals. *Review of Religious Research*, 28(1), 40–50.
- Randolph, W., and Viswanath, K. (2004). Lessons learned from public health mass media campaigns: marketing health in a crowded media world. *Annual Review of Public Health*, 25, 419–437.
- Reynolds-Tylus, T. (2019). Psychological reactance and persuasive health communication: A review of the literature. *Frontiers in Communication*, 4, 1–12.
- Robbins, R., and Niederdeppe, J. (2019). Testing the role of narrative and gain-loss framing in messages to promote sleep hygiene among high school students. *Journal of Health Communication*, 24(1), 84–93.
- Rothman, A. J., Martino, S. C., Bedell, B. T., Detweiler, J. B., and Salovey, P. (1999). The systematic influence of gain-and loss-framed messages on interest in and use of different types of health behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(11), 1355–1369.
- Rothman, A. J., and Salovey, P. (1997). Shaping perceptions to motivate healthy behavior: The role of message framing. *Psychological Bulletin*, 121, 3–19.
- Rucker, D. D., and Petty, R. E. (2004). When resistance is futile: Consequences of failed counterarguing for attitude certainty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 219–235. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.2.219>
- Slater, M. D., and Rouner, D. (2002a). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12(2), 173–191.
- Slater, M. D., and Rouner, D. (2002b). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12, 173–191.
- Slater, Michael D., and Rouner, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12(2), 173–191. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x>
- Smith, S. M., and Petty, R. E. (1996). Message framing and persuasion: A message processing analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 257–268.
- Taylor, V. A., Halstead, D., and Haynes, P. J. (2010). Consumer responses to Christian religious symbols in advertising. *Journal of Advertising*, 39(2), 79–92. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367390206>
- Vraga, E. K., and Jacobsen, K. H. (2020). Strategies for effective health communication during the coronavirus pandemic and future emerging infectious disease events. *World Medical & Health Policy*, 12(3), 233–241.
- Walter, N., and Cohen, J. (2019). When less is more and more is less: The paradoxical metacognitive effects of counterarguing. *Communication Monographs*, 86(3), 377–397. <https://doi.org/10.1080/03637751.2019.1580378>
- Waqas, M. (2021). What drives Muslim Malaysian consumers' general attitude towards religious advertising? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 97–111. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2020-0030>
- WHO. (2019). *Ten threats to global health in 2019*. <https://www.who.int/news-room/spotlight/ten-threats-to-global-health-in-2019>
- WHO. (2020). *Pandemic fatigue – reinvigorating the public to prevent COVID-19. Policy framework for supporting pandemic prevention and management*. <https://doi.org/CC BY-NC-SA 3.0 IGO>
- Yale, R. N. (2013). Measuring narrative believability: Development and validation of the Narrative Believability Scale (NBS-12). *Journal of Communication*, 63(3), 578–599.
- Yu, N., Ahern, L. A., Connolly-Ahern, C., and Shen, F. (2010). Communicating the risks of fetal alcohol spectrum disorder: Effects of message framing and exemplification. *Health Communication*, 25(8), 692–699. <https://doi.org/10.1080/10410236.2010.521910>

Appendix 1. The Stimulus Materials

<p>AŞI YAPTIRMAMAK KUL HAKKIDIR!</p>  <p>Hastalıkların tedavisi için dikkatli olunması ve özellikle bu tip hastalıklara karşı gereken tedbirlerin alınması dinimizin bir emridir.</p> <p>Bilimsel verilerle ilgili olarak dinimiz, bilimsel verilerle tutarlı olarak hareket etmeye teşvik eder. Bilimsel verilerle tutarlı olarak hareket etmeye teşvik eder. Bilimsel verilerle tutarlı olarak hareket etmeye teşvik eder.</p> <p>Lütfen Aşımızı Olalım!</p> 	<p>YOĞUN BAKIM VE ÖLÜMLERİN %90'A AŞI OLMAYANLAR...</p>  <p>Hastanelerde tedavi altına alınması gereken Corona virüsü vakalarından yüzde 90'ının aşısız olduğunu biliyor muydunuz?</p> <p>Yoğun bakım hastanelerinde her yıl 40 bin kişi ölmekteydi. Aşıyla bu oran yüzde 10'a düşürüldü. Aşıyla bu oran yüzde 10'a düşürüldü. Aşıyla bu oran yüzde 10'a düşürüldü.</p> <p>Aşı Yoksa Yoğun Bakım Var!</p> 	<p>SAĞLIĞIMIZ İÇİN KOLLARI SIVİYORUZ!</p>  <p>Aşısız biliyoruz ki, sağlık hizmetleri kontrol altına alabilmeyen en etkili yol olan salgın gibi hastalıkların önlenmesidir.</p> <p>Salgınların önlenmesi bilimsel verilerle tutarlı olarak hareket etmeye teşvik eder. Bilimsel verilerle tutarlı olarak hareket etmeye teşvik eder. Bilimsel verilerle tutarlı olarak hareket etmeye teşvik eder.</p> <p>Tedbirler ve Aşıyla COVID-19'u Aşıyoruz!</p> 
Religious Framing	Loss Framing	Gain Framing

Aşı Mesajlarına Yönelik Karşı Argüman Gelişiminde Dini Çerçeveleme Etkisinin Genişletilmiş-ELM Modeli Üzerinden İncelenmesi

Mehmet Safa ÇAM

Genişletilmiş Özet

Sağlık davranışlarını teşvik eden mesajlar yaygın olarak kullanılmaktadır (Randolph ve Viswanath, 2004). Pandeminin dünya genelinde hızla yayılmasıyla birlikte, hastalık ve önleyici tedbirler hakkında bilgi miktarı daha da arttı (Vraga ve Jacobsen, 2020). İlk etapta koruyucu önlemlere uyumu artırmak amacıyla yayınlanmış olan farklı formatlardaki mesajlar (kamu spotları, yazı, makale, röportaj vb.), son dönemde aşıya yönelik olumlu tutumların geliştirilmesi amacıyla etkili iletişim stratejileri kapsamında tasarlanmaya devam etmektedir. Bununla birlikte, pandemik yorgunluk nedeniyle önlemlere uyma konusundaki isteksizliğe benzer şekilde (WHO, 2020), aşının kendisine ve aşı kampanyasına yönelik bir tereddütün varlığına şahit olunmaktadır (Palm vd., 2021). Sürü bağışıklığının etkinliği toplumun çoğunluğunun aşılmasına bağlı olduğu için, kitlesel bir iletişim kampanyasıyla aşı programına yönelik olumlu tutumları biçimlendirmek büyük önem taşımaktadır.

Mesaja yönelik karşı tepki gelişimi, sağlık iletişimi uygulamalarında karşılaşılan en önemli sorunlardan birisidir (Dillard ve Shen, 2005; Reynolds-Tylus, 2019). Bireyler özgürlüklerine yönelik bir tehdit algıladıklarında öfkelenmek, olumsuz düşünmek gibi psikolojik bir uyanılma hissetmekte ve ardından mesajın içeriğine yönelik olumsuz inançlar üretmektedirler (Gollust ve Cappella, 2014). Sağlık davranışlarını teşvik eden ikna edici mesajlar, seçim özgürlüğüne yönelik algılanan tehdit nedeniyle karşı argümanlara yol açmaktadır (Akhtar vd., 2020; Reynolds-Tylus, 2019). Sağlık davranışlarına yönelik olarak ortaya çıkan bu ön yargılar toplumsal bağışıklık ile ilişkilendirildiğinde, aşı konusunda tereddütlerin ortaya çıktığı ifade edilebilmektedir. Böylece, aşı aleyhine sergilenen inkar davranışları, aşının halk tarafından onaylanmasına dayanan kitlesel bağışıklamayı doğrudan tehdit eden bir endişe konusuna dönüşmektedir (Hobson-West, 2003).

Bireylerin aşı programına yönelik inanç ve tutumları, etkili iletişim stratejileri kapsamında hazırlanacak mesaj çerçeveleme teknikleriyle biçimlenebilmektedir. Covid-19 döneminde aşıya yönelik önleyici tedbirler ve tutumlar üzerinde mesaj çerçevelemenin etkinliğini inceleyen çok sayıda çalışma yapılmıştır (Banker ve Park, 2020; Borah vd., 2021; Ceylan ve Hayran, 2021). Pandemi odaklı çerçeveleme çalışmaları, temel olarak kayıp-kazanç yaklaşımları gibi ana akım tekniklerden türetilen formatlara odaklanmıştır (Deslatte, 2020; Kim vd., 2021). Farklı mesaj çerçeveleme yaklaşımlarının hem önleyici tedbirlere uyumu hem de aşıya yönelik olumlu tutumları nasıl geliştirdiğinin incelenmesi, etkili iletişim stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemli görülmektedir. Bu çalışmanın konuyla ilgili literatüre katkısı, dini çerçevelemenin aşı tereddütü ve aşı programına yönelik karşı tepkiler üzerindeki etkisini araştırmak olacaktır. Bu bağlamda, araştırma, Genişletilmiş-ELM modeli kapsamında mesajın duygusal olarak işlenmesi yoluyla dini çerçeveleme etkisinin bireyler üzerinde hangi sonuçlara yol açtığını ele almaktadır (Slater ve Rouner, 2002b). Bu doğrultuda, dini içeriğin aşılama tutumları üzerinde itici bir güç olduğu varsayılarak pandemi ve mesaj çerçeveleme literatürü alanındaki boşluğa katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Bilindiği kadarıyla daha önceki çalışmalar, Covid-19 döneminde aşı tereddütüne ilişkin dini çerçeveleme etkisine odaklanmamıştır. Dolayısıyla, bu makale, dini çerçevelemenin, iyi bilinen mesaj çerçeveleme yöntemleriyle karşılaştırıldığında, aşılama programına yönelik tutumların iyileştirilmesinde çeşitli faydalar sağlayabileceğini önermektedir. Bu sürecin bir parçası olarak, dini mesajların duygusal bir işleme sürecine dahil olup olmadığını daha iyi anlamak ve karşı tepkiler üzerindeki çerçeveleme etkisini görmek amacıyla Genişletilmiş-ELM modelini de incelenmektedir.

Bu çalışmada, dini mesaj çerçevelemenin aşılama programına yönelik tutumlar üzerindeki etkisi ampirik olarak araştırılmıştır. Araştırma soruna, mesaj çerçeveleme uyarımları kullanılarak yanıtlar aranmıştır. Deneysel prosedür sonucunda elde edilen veriler, bir broşürdeki dini çerçeveleme mesajının aşı kampanyasına yönelik karşı tepkileri önemli ölçüde iyileştirdiğini doğrulamıştır. Bireyler kutsal bağlam içeren bir aşı mesajına maruz kaldıklarında, mesaj bilgisi için eleştirel düşünmekten kaçınma eğilimi nispeten ortaya çıkmış ve çerçeveleme etkisi daha ikna edici bir şekilde etkinliğini göstermiştir. Bu durum öncelikle, bireylerin yoğun duygusal tepkiler

sergilemesi ve mesaj içeriğinin özümsemesiyle ilişkili bir etkiden kaynaklanmıştır. Bulgular, dini çerçeveli iletişimin, bireylerin mesaja yönelik beklenmediklik algısını güçlendirdiğini ve aşı ile ilgili argümanları etkileyen mesaj karakterleriyle güçlü bağlantılar kurmalarını sağladığını göstermektedir. Ayrıca, dini çerçeveleme, mesajın algılanan ikna ediciliği üzerinde önemli bir rol oynamakta ve tutumsal yönelimi geliştirmektedir. Böylece bireyler, algılanan ikna niyetinden kaynaklanan olumsuzluktan kaçınarak aşı davranışına karşı olumlu inançlara sahip olabilmektedirler. Bireyler dini çerçeveli mesajla karşılaşmalarını takiben, daha anlamlı düzeylerde olumlu duygular bildirmiş, böylelikle, aşı programına yönelik muhtemel karşıt tepkilerin ortaya çıkmasının önüne geçilmiştir. Sonuçlar, çerçeveleme etkisinin mesaj ilginliği, beklenmediklik, ikna edicilik algısını azaltma ve karşıt tartışma üzerinde önemli bir rol oynadığını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca Genişletilmiş-ELM perspektifinden üretilen bağımlı değişkenler üzerinde çerçeveleme ve dindarlık etkileşiminden doğan önemli bir etki olduğu bulgulanmıştır.

Araştırmanın sonuçları bazı kısıtlar eşliğinde değerlendirilmelidir. Aşılınmamış bireyleri dahil eden daha elverişli bir örneklemin sonuçları genellemek adına daha gerçekçi bulgular sağlayabileceği düşünülmektedir. Gelecekteki çalışmalar, mümkünse farklı yaş grupları, farklı eğitim durumları ve farklı kültürleri içeren bireylerin farklı çerçeveleme perspektiflerinde çeşitli sağlık iletişim türlerine nasıl tepki verdiğini araştırmalıdır. Böylece araştırma bulgularının temsil niteliğini daha gerçekçi bir çizgiye çekmek mümkün olacaktır. Ayrıca, aşılama programına ilişkin karşıt tepki eğiliminin, mesaja atfedilen anlamsal değerle bir ölçüde aşılabileceği tespit edilmiştir. Aşı kararsızlığına karşı mücadele etmek için, gelecekteki çalışmalar, aşı ile ilgili inançları ve davranışsal niyetlere yönelik olumlu tutumları şekillendirme açısından mesaj özelliklerinin duygusal anlama nasıl vurgu yapabileceğine odaklanmalıdır. Sonuçların hem ilgili literature hem de uygulayıcılara önemli çıkarımlar sunması beklenmektedir.

Çalışmanın Etik İzin Bilgileri

Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nun 25/10/2021 tarihli 2021/07-29 protokol numaralı kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Etik değerlendirme kararı belge tarihi: 04/11/2021

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: E-34183927-000-00000659527

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed



MEDIAAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 223-235

Geliş: 09.11.2021 | Kabul: 09.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1021243

Sosyal Medyada Turkovac Aşısına İlişkin Self-Oryantalist Söylemler

Gülşen ÇANKAL*

Öz

Araştırmanın konusu, self-oryantalist söylemlerin Turkovac aşısı özelinde incelenmesidir. Modern bilimsel gelişmeler, salgın hastalıkların tarihin sayfalarına gömüleceğine ilişkin bir algı inşa etse de Covid-19 virüsü salgın hastalıkların günümüz toplumlarında da görülebileceğini göstermiştir. Pandemi ile mücadele kapsamında üretilen Turkovac aşısı hakkında sosyal medya platformlarında Avrupa merkezli bir uygarlık tarihi anlayışının yansıması olan gelişmiş-Batı, geri kalmış-Doğu imajının sürdürülmesi ve yeniden üretilmesi adına söylemlerin üretildiği görülmektedir. Özellikle bir sosyal medya platformu olan Twitter üzerinden BioNTech karşısında Turkovac'a karşı üretilen söylemlerin geri kalmış Doğu imajı ile oluşturulduğu ve self-oryantalizmden izler taşıdığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamında Turkovac'ın niteliğine ve gerçekliğine ilişkin self-oryantalist söylemlerin deşifre edilmesi için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Twitter üzerinden gelişmiş-Batı, geri kalmış-Doğu vurgusunun yapıldığını ve self-oryantalizmin yeniden üretildiğini düşündüren 34 tweet eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda ise self-oryantalizmin sosyal medya aracılığıyla yeniden üretildiği görülmüştür. Batı'nın inşa ettiği kendi aklını kullanma yeteneğinden mahrum bir Doğu imajı, sosyal medya aracılığıyla akılsız bir Doğu'ya evrilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Oryantalizm, Turkovac, Aşı

Self-Orientalist Discussions About Turkovac Vaccine in Social Media

Abstract

The subject of the research is to reveal the self-orientalist discourses produced about the Turkovac vaccine developed for Covid-19. Although modern scientific developments have built a perception that epidemics will be buried in the pages of history, the Covid-19 virus has shown that epidemics can also be seen in today's societies. It is seen that discourses are produced on social media platforms about the Turkovac vaccine produced within the scope of combating the pandemic, to maintain and reproduce the image of the developed-West, backward-East, which is the reflection of a European-centered understanding of civilization history. It is seen that the discourses produced against Turkovac in the face of BioNTech, especially on Twitter, a social media platform, are created with the image of the backward East and carry traces of self-orientalism. In this context, the qualitative research method was used to decipher the self-orientalist discourses regarding the quality and reality of Turkovac within the scope of the study. 34 tweets on Twitter, in which the emphasis was placed on the developed-West and the underdeveloped-East, were analyzed with the method of critical discourse analysis. While examining the related tweets, four tweets suggesting that self-orientalism was reproduced were the source of the study. As a result of the research, it was seen that self-orientalism was reproduced through social media. The image of an East devoid of the ability to use its own mind, constructed by the West, has evolved into a mindless East through social media.

Keywords: Covid-19, Orientalism, Turkovac, Vaccine

ATIF: Çankal, G. (2021). Sosyal medyada Turkovac aşısına ilişkin self-oryantalist söylemler. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 4(2), s. 223-235.

* Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, gulsencimen42@hotmail.com | orcid.org/0000-0002-4404-0384, Konya, Türkiye

Giriş

Tarihsel süreçte Jüstinyen Vebası, Kara Ölüm, Kolera, Çiçek Hastalığı, İspanyol Gribi veya H1N1, Hong Kong Gribi veya H3N2, HIV/AIDS, Sars, Domuz Gribi veya H1N1, Ebola gibi salgın hastalıklar birçok medeniyeti etkileyerek milyonlarca insanın hastalanmasına ve ölmesine neden olmuştur. Modern bilimsel anlayışın henüz gelişmeye başlamasından önce hastalıkların nedeni ve tedavisine ilişkin süreçte çeşitli dinsel anlayışlar hakim olmuştur. Dini gerekçelerin hastalıkları açıklamada önceliğine ilişkin kırılma ise neden ve sonuçlara ilişkin rasyonel açıklamaların getirildiği modern dönemde gerçekleşmiştir. İlgili literatür takip edildiğinde salgın hastalıkların modern dönem öncesi hastalıklar olduğu, artık günümüzde böyle kaygıların olmadığı, modern bilimin ve tıbbın ileri gücünden söz edilmektedir (Cirhinlioğlu, 2016). Ancak 2019 yılı sonlarında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıktığı düşünülen Covid-19 salgını modern toplumların salgın hastalıklara maruz kalabileceğini göstermiştir. Bu virüs Covid-19 olarak tanımlanmış ve 12 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü Covid-19'u pandemi olarak ilan etmiştir.

Pandemi ile mücadele kapsamında salgına karşı aşı geliştirilmesi adına çeşitli çalışmalar başlatılmıştır. Dünya genelinde BioNTech, Sputnik V, Moderna, AstraZeneca ve Sinovac aşuları uygulanırken Türkiye'de bu aşılarından sadece Sinovac ve BioNTech uygulanmaktadır. BioNTech iki Türk bilim insanı tarafından geliştirilen Almanya merkezli, Sinovac ise Çinli bilim insanlarının geliştirdiği Çin merkezli bir aşıdır. Türkiye'de ise birbirine alternatif olarak kullanılan bu aşılarla karşılık Erciyes Üniversitesinin Aşı Araştırma ve Geliştirme Merkezi tarafından yürütülen çalışmalar kapsamında başarılı sonuçlar elde edilmiş ve bulunan aşı Turkovac olarak isimlendirilmiştir. Erciyes Üniversitesinin yürüttüğü çalışmalar kapsamında aşı faz-1 çalışmaları 44, faz-2 çalışmaları ise 250 gönüllü üzerinde test edilmiştir. Covid-19'a karşı geliştirilen ve ilk iki faz çalışmalarında başarılı olan Türk aşısının üçüncü faz çalışmaları için ise 40 bin 800 kişi gönüllü olmuş ve kısa süre içerisinde uygulamaya geçirilmiştir.

Türkiye'de sürecin başarılı bir şekilde ilerlemesine karşın sosyal medya platformlarında aşı karşıtı söylemlerin de hızla üretilmesi söz konusudur. Turkovac aşısının niteliğine karşı üretilen olumsuz söylemler karşısında BioNTech aşısına karşı daha olumlu bakış açılarının olması, self-oryantalizmin sosyal medyadaki yansımalarıdır. Bu bağlamda araştırmamızın amacı sosyal medya platformlarının birisi olan Twitter'da tartışma konusu olan hashtagler üzerinden self-oryantalist bakışın Turkovac özelinde inşasını incelemektir. Araştırma kapsamında sosyal medya platformlarında self-oryantalizmin nasıl ve ne şekilde üretildiği sorusundan hareket edilmiştir. Çalışmanın bundan sonraki kısmında öncelikle sosyal medya platformlarında self-oryantalist söylemlerin nasıl ve ne şekilde üretildiğini anlamak adına oryantalizmin ne olduğu ve bu ideoloji ile bağlantılı olarak self-oryantalizmin ne şekilde gelişim gösterdiğine dikkat çekilmiştir. Self-oryantalist ideolojinin kendini sürekli olarak üretmesi ve gelişme kaydetmesi için yeni medya araçlarının fonksiyonları üzerinde durulmuştur. Self-oryantalist bakışın Turkovac özelinde inşasının ortaya çıkarılması nitel araştırma yöntemi çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Tweetlerin incelenmesi sürecinde ise Van Dijk'in eleştirel söylem analizi tekniği kullanılmıştır. Bulgular kısmında ise Turkovac'ın niteliğine ve gerçekliğine yönelik geliştirilen söylemler tartışılmıştır.

Oryantalizm

Oryantalizm 17. ve 18. yüzyıl Avrupa'sında meydana gelen gelişmeler neticesinde Batı toplumlarının gözünden Doğu toplumlarını anlamak için inşa edilmiş bir disiplin olarak karşılık bulmaktadır (Kalin, 2007, s. 117). Sözcük anlamı ile Doğu bilimine karşılık gelen oryantalizm, Doğu insanının dili, dini ve tarihini incelemek amacıyla ortaya çıkmış bir disiplin olduğu konusunda vurgu yapılırsa da, süreç içerisinde Batının bilim ile hayal arasındaki kurgusuna dönüşmüştür (Köse ve Küçük, 2015, s. 107). Batı kendi hayal dünyasında kurguladığı Doğuyu sanatta, edebiyatta, resimde gözler önüne sererek insanların zihinsel haritasında kendi istedikleri gibi bir doğu imajı yaratmıştır.

Batının inşa ettiği zihinsel haritaya göre Doğu, kendi aklını kullanma yeteneğinden yoksun, tembel, günahkâr, sapkın, çalışma disiplini olmayan olarak tasvir edilirken Batı, aklın ve rasyonel düşünme yeteneğinin en ileri seviyesinde konumlanmaktadır. Oryantalist düşüncede Doğunun kendi başına tüm gelişmeleri takip etme kapasitesi yoktur. Bu nedenle Batı, Doğu üzerinde vesayette bulunabilme hakkını kendinde görmektedir (Çoruk, 2007, s. 194). Batının kendisinde bir hak olarak gördüğü bu durumu Edward Said hegemonya kavramı ile ilişkilendirmiştir. Said'in bilgi iktidar ilişkisinden hareket ederek ortaya koyduğu oryantalizm, ne bir kültür ya da bilimsel bir faaliyet ne de Doğu üzerine yazılmış eserlerin toplamıdır. Said'e göre oryantalizm çeşitli iktidarların kuvvet farklılıklarından doğan dengesiz bir alışveriş düzenidir (Said, 1991, s. 26) Bu nedenle oryantalizm Doğu'nun anlaşılmasından ziyade farklı olanın yani Doğu'nun, denetim altına alınma istencinin bir göstergesidir. Batının farklı olanı denetim altına alması aynı zamanda kendi farklılığını da teyit edebileceği

bir ötekinin oluşmasına imkan tanımıştır. Daha çok ne olmadığı üzerinden tanımlanan öteki, Batılı bilince göre modern olmayan ile eş anlamlıdır. Batı kendini modern, gelişmiş olarak nitelerken Doğuyu, modern bilimsel gelişmelere ulaşma ya da takip etme kapasitesinden yoksun olarak tanımlamış ve Doğu'yu da kendisine karşı bu bakış açısı ile görmeye zorlamıştır.

Self-Oryantalizm

Batının kendi kimliğini inşa etme adına öteki olarak nitelendirdiği Doğu toplumları hakkında ileri sürdüğü tanımlayıcı özellikler hem Batı dışı toplumlar tarafından kabul görmekte hem de en az Batı kadar Doğu tarafından da üretilmektedir (Dirlik, 1998, s. 1). Batı'nın kendi kimliğini inşa etmesi Doğu'nun da kendi kimliğini nasıl inşa edeceği noktasında yönlendirici olmuştur. Öteki olarak nitelenen Doğu toplumları, herhangi bir eşitliği hak etmeyen, modern bilimsel bilgi ya da tıbbi gelişmelerin ileri düzeyinde konumlanamayan, geleneksel değerleri ile geri planda kalmaya mahkum olan bir algısal süreci içselleştirmiştir. Bu bağlamda self-oryantalizm kelime anlamı ile "kendi kendini Doğululaştırma" olarak karşılık bulmaktadır (Durna, 2004, s. 263). Öteki kavramı ile ilişkili olarak gelenek kavramının görünürlük elde etmesi oryantalizm ve self-oryantalizmi anlamak adına önemlidir. Çünkü "öteki" ile "gelenek" Batı dışı olanı betimleyen iki kavramdır. Batı dışı toplumların Batı kültürü ile karşı karşıya kaldıklarında karşılaştıkları ilk şey ya geleneksel olmak ya da hakim Batı kültürü altında gelenekten kaçmaktır. Bu noktada gelenek, toplumsal yapıların, kurumların, değerlerin, normların, bilimsel bilginin ya da yeniliğin karşısında geride kalmayı zorlayan bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Dirlik, 2008, s. 56).

Bir yönü ile self-oryantalizm, Doğu üzerinde hakimiyet kuran Batı'nın, Doğu'nun zihnini yönetme biçimi olarak karşılık bulmaktadır. Tarihsel süreçte inşa ettiği, gelişmeci, ilerlemeci algısal paradigma neticesinde Doğu her zaman Batı'nın gerisinde yer almaktadır. Bu algı Batı toplumları tarafından inşa edildiği kadar Doğu toplumları tarafından da inşa edilmekte ve sürdürülmektedir. Kendisini Batı ile kıyas eden Doğu toplumları Batıya ilişkin kurumları, normları ve değerleri kendilerinden üstün görmüşlerdir. Özellikle modernleşmenin ilerlemeci anlayışından hareket eden siyasal erk kendi toplumları üzerinde bir modernleştirme çabasıyla geleneksel değerleri göz ardı ederek (Morgan, 2006, s. 9), modernitenin güzergâhının takip edilmesiyle bu süreci yakalayabileceklerini düşünmüşlerdir. Batılılar tarafından kendilerine daha önceki süreçte dikte edilen şey Batı'nın her zaman bilimde, kültürde, sanatta, toplumsal ve siyasal pek çok alanda üstün olduğu fikridir. Bu nedenle kendi dinamiklerinin bilincinde olmayan ya da kendi kültürel örüntüleri, norm ve değerlerini Batılı değerler karşısında küçük gören toplumlar için gelişme ve ilerlemenin Batılı çizgide olması gerektiği gibi bir anlayış doğmuştur. Böylece modernliğin Batılılaşma ile bir ve eş anlamlı olduğu gibi bir algısal süreç zihinlerde yer almıştır.

Türkiye'de Self-Oryantalizm

Modernleşme, Türkiye'de de oryantalizmin temel kavramı olan ötekiliğin oluşmasında itici güce sahip olmuştur. Türkiye'de öteki söylemi, topluma modernliği getirenler ile toplumun geri kalanları arasında oluşmaktadır. Ulusal elitler, self-oryantalizmi ulus inşası için kullanırken yerel olanı, modernite ve ilerleme projesinin ötekisi olarak tanımlamışlardır (Zeydanlıoğlu, 2008'den akt. Uzun ve Atasöver, 2010, s. 177). Self-oryantalizm, sömürge sonrası kurulan devletlerde ulus devletleşme ve modernleşme sürecinde ortaya çıkmıştır. Türkiye ise sömürgeleştirmeye maruz kalmamış ancak siyasal erkin modernleşme ve ulus devletleşme süreçlerinde benzer düşüncelerden hareket etmesine bağlı olarak self-oryantalizm ortaya çıkmıştır. Türkiye'de self-oryantalizmin ilk izleri Osmanlı imparatorluğunun Batılılaşma hareketlerinde görülmektedir (Durgun, 2008, s. 53). Osmanlı devleti son dönemlerinde yenileşme hareketleri olarak adlandırılan Tanzimat Reformları ile gelişme ve ilerleme adına Batılı kurumların kullanılabilirliğini sorgulamıştır. Belirli alanlarda eski ile bağlar koparılmadan kurumsal düzlemde karşılık bulan modernleşme hareketleri ile istenilen sonuçlar elde edilmemiş, nihayetinde başarısız bir Batılılaşma ile sonuçlanmıştır.

Devleti kurtarma adına Batı eksenli üretilen çözüm önerilerinin başarısızlığı karşısında, ya tamamen Batı düşüncesinin benimsenmesi, ya tamamen Batıdan uzaklaşılması ya da Batı ile irtibat halinde hakim kültürel örüntüleri bağlı kalarak bu sürecin aşılabilirliği tartışılmıştır. Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte yeni ve modern bir kimliğin inşa edilme sürecinde siyasal ve toplumsal alanda birtakım yenilikler getirilmiştir. Batının tarihsel gelişiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan ulus devlet anlayışı Cumhuriyetin kuruluşunda referans olarak alınmış ve gelenekle ilişkilendirilen birçok öge bu dönemde geri kalmışlıkla ilişkilendirilip etkisi zayıflatılmış ve kırılmalara maruz kalmıştır. Tanzimat döneminde halka inmeyen modernleşme hareketi, Cumhuriyet döneminde halka inmiştir. Daha önce kurumsal düzende karşılık bulan geri kalmış doğu algısı cumhuriyet döneminde geri kalmış doğulu halk olarak tezahür etmiştir. Halkın gündelik yaşamı, giyim kuşamı, dinlediği

müzik türü gibi pek çok alanda modern, gelişmiş bir imaj yaratılmaya çalışılmıştır. Böylece Cumhuriyet dönemi Türk modernleşmesi, moderniteyi topluma yukarıdan aşağıya empoze eden bir dönüşüm projesi olarak devlet seçkinlerinin üstlendikleri kültürel bir kod olarak karşılık bulmuştur (Akkaya, 2020, s. 55). Ulus devletin toplumsal hafızada inşa ettiği self-oryantalizm daha sonraki süreçte anayasa gibi kamusal yaşamı düzenleyen yasalar aracılığıyla ya da toplumsal yaşama hakim olan televizyon, sinema gibi araçlarla gelişme kaydetmiştir. Hakim özün dışında diğer grupların temsilinde haddinden fazla ritüel ve kostümün kullanılması, geleneğin dramatize edilmesiyle self-oryantalist imajı sürdürülmektedir (Bezci ve Çiftci, 2014, s. 157).

Self-Oryantalizmin Kurumsallaşmasında Yeni Medya Araçları

İnternet temelli yeni medya araçları aracılığıyla bireyler kendi istedikleri enformasyona ulaştıkları kadar bu enformasyonları bizzat kendileri de oluşturma gücüne sahiptirler (Kırık, 2017). Yeni medya araçları üzerinde inşa edilen self-oryantalist söylemlerin pek çok kişinin etkileşimine izin verilmesiyle birlikte hakim ideolojinin beslendiği ve etkisinin diri tutulduğu görülmektedir. Böylece bireyden topluma, self-oryantalizmin kurumsallaşması ve görünürlük elde etmesi noktasında en önemli araçlardan birisi hiç şüphesiz yeni medya araçlarıdır. Televizyon, gazete ya da radyo gibi geleneksel medya araçlarının yerini bugün web siteleri, sosyal medya platformları, arama motorları, video siteleri gibi internet medyası almıştır. Daha önce bilginin üretilmesi ve dağıtılması noktasında pasif bir alıcı konumunda bulunan özne, artık aktif bir duruş elde etmiş ve bilgiyi üreten, yorumlayan ve pek çok insanın huzuruna sunan bir konuma ulaşmıştır (Polat, 2018, s. 57). Böylece üretici ve alıcının karşılıklı bir iletişim içerisinde olduğu yeni medya aracı kamuoyu oluşturma, kitleleri birleştirme ya da karşı karşıya getirme noktasında geleneksel medyadan daha farklı bir pozisyon elde etmiştir.

Yeni medya araçlarında bilginin sunumu aynı zamanda ideolojinin sunumudur. İdeoloji, kilise, cami, okul, sendika ve medya gibi insanların nasıl düşüneceğini onlara öğreten maddi yapılar tarafından üretilir (McLellan, 1999, s. 50). Bu nedenle Althusser'in (2014) ifadesiyle ideoloji yanlış bir bilinç değildir. İdeoloji bile isteye bireye aktarılan bilinçtir. İnsanlara bir şey olmanın ne anlama geldiği bu kurumlar tarafından öğretilir ve öğretilen o rolün gereği olan birtakım pratikler o bireyden beklenir (Yaylagül, 2006, s. 104). İdeolojinin işlevselliği, toplumun varlığını sürdürmesinde, eşitsiz ve adaletsiz rejimlerin kabul etmesine neden olmaktadır. Özneye sunulan bilgilerle kitle bilincini koşullandırma beyinleri yıkarak ve yanlış bilincin geliştirilmesine neden olarak tek boyutlu bir düşünme ve davranış kalıplarının benimsenmesini meydana getirmektedir (Marcuse, 1997, s. 19). Böylece yeni medya araçları ile kurgulanan self-oryantalist söylemlerin çeşitli internet sitelerinde, sosyal medya platformlarında, karikatürlerde ya da video içeriklerinde üretilmesi, paylaşılması ve pek çok hedef kitleye sunulması insanların zihnin süzgecinden geçirmeden gerçeklik olarak algılamasına neden olmaktadır. Üretilen bu gerçeklik esas olarak bir ideolojinin yansımasıdır ve oryantalist ideolojinin kendini sürekli olarak üretmesi için yeni medya araçları kurumsal bir fonksiyon üstlenmektedir.

Yöntem

Yeni medya araçlarından birisi olan Twitter üzerinden Turkovac aşısının niteliğine karşı geliştirilen olumsuz tutumlar karşısında diğer aşılara olumlu bakış açılarının geliştirilmesi, self-oryantalist söylemlerin sosyal medya mecralarındaki yansımalarını göstermektedir. Turkovac hakkında ileri sürülen self-oryantalist söylemlerin ortaya çıkarılması nitel araştırma yöntemi çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 2021 yılı 01.01-25.11 tarihleri arasında #turkovac etiketi sorgulatılarak, Türk aşısına karşı Twitter üzerinde paylaşılan tweetler ele alınmıştır. Tweetlerin seçiminde ise Turkovac'ın niteliğini ve gerçekliğini sorgulayan ve bu sorgulamalarda bulunurken gelişmiş-Batı, geri kalmış-Doğu vurgusunda bulunan 34 tweet çalışmaya kaynaklık etmiştir.

Twitter'da self-oryantalist izler barındıran tweetlerin incelenmesi için Van Dijk'in eleştirel söylem analizi tekniği kullanılmıştır. Bilindiği üzere eleştirel çalışmalar, ideoloji kavramını merkeze alarak, toplumsal iktidarın dilsel pratikler aracılığıyla nasıl gerçekleştiği üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşımın temel önermesi iktidar ilişkilerinin dil içinde kodlandığı ve dil aracılığıyla dolaşımda olduğudur (Karaduman, 2017, s. 34). Van Dijk, söylemi şekillendiren unsurları göz önünde bulundurarak çözümleme yapmanın önemini vurgular. Van Dijk'in çerçevesini çizmiş olduğu eleştirel söylem analizi cümlelerin gramer yapısı ile ardında bulunan ideolojinin ne olduğunu keşfetmek üzere makro ve mikro olarak iki ayrı analizi gerektirir (Van Dijk, 1988). Mikro yapı çözümlemesinde sözcük seçimlerine, retorik çözümlemelere, cümle yapıların aktifliğine ya da pasifliğine, cümleler arasında kurgulanan neden sonuç ilişkilerine dikkat çekilirken makro yapı analizinde söylemin ardında yer alan ideoloji ve bununla ilişkili bağlam çözümlemesi açığa çıkarılır (Yardım ve Doğruel, 2019, s. 141). Böylece eleştirel söylem analizi ile söylemin hangi döneme, kültüre ve hangi sosyal duruma ait olduğu, ileti sahibinin ilgisi, amacı ve niyetini ortaya konan içeriksel özellikler dikkate alınır. Söylemin dil kullanım kurallarına uy-

gunluğu, kullanılan bölgesel ya da sosyal diyalektikleri, cümle ve sözcük yapısı, söylem davranışları, söylemin tema ve amacını içeren gramatik özellikler dikkate alınarak ardında yatan ideoloji açığa çıkartılır.

Bulgular

1. Niteliğe Yönelik Sorgulamalar

1.1. Bilimsel Dayanak ile BioNTech

Tweet Sahibi	Tweet
@f9357b1bf-b7e48a	“Salgını BionTech bitiremedi Turkovac bitirecek neremizle gülsek acaba”
@Efrainn88	“Turkovac’a asla güvenmiyorum olursam Biontech olurum en azından dünyada geçerliliği var..! Sinovac oldu sana turkovac”
@CatlakPsk	“Turkovac acil kullanım onayı için başvurmuş. Biz sağlıkçılar son aşımızı 6 ay geçmesini bekleyeceğimiz için turkovac olacağız muhtemelen. Sade vatandaşa biontech, sağlıkçılara o zamana kadar biontech biteceği için turkovac....”
@Nilayalihuzur	“Bir iki ay önce Dr.’un biri turkovac aşısının da sinovac gibi yani onun kadar bir etkiye sahip olduğunu söylemişti. Sinovacın etkili olmayıp üstüne biontech olmak gerektiği söylendiğine göre turkovacın da bir esprisi kalmadı demektir!!!”

Mikro Yapı Analizi

Çalışmaya kaynaklık eden metinler açık olarak BioNTech’in niteliğine yücelten söylemlerdir. Özellikle ilk tweette salgını Batı ülkelerinin geliştirmiş olduğu aşılardan değil de Türklerin geliştirmiş olduğu Turkovac aşısının bitireceğine yönelik alaycı bir söylem ortaya konmuştur. Bu alaycı ifadenin içerisinde geçen “neremizle gülsek acaba” söylemi hakaret içeren bir manada eleştirel olarak kullanılmaktadır. “BionTech bitiremedi, Turkovac bitirecek” kipleri ise ne geçmiş zaman kipi ne de gelecek zaman kipinin göstergesidir. Di-li geçmiş zaman ve -cak, cek’li gelecek zaman kiplerinin kullanımı retorik anlamda eleştiriyi vurgulamak için kullanılmaktadır. “Turkovac’a asla güvenmiyorum olursam Biontech olurum en azından dünyada geçerliliği var” söylemi BioNTech’in koruyuculuğuna yönelik geliştirilen gerekçeye dayalı bir söylemdir. Genel olarak farklı cümle yapıları ile oluşturulan metinlerin ortak noktası ise BioNTech’in niteliğine karşı güven duymalarıdır. Bireyler BioNTech’in dünyada geçerli kabul edilmesi ya da referansal ilişki ile elde edilen bilgiler doğrultusunda BioNTech’e karşı neden güven duyduklarını gerekçelendirmiştir. Genel olarak her bir söylem ikna etme kaygısı taşımamaktadır.

Makro Yapı Analizi

Tweetler aracılığıyla self-oryantalist bakış açısının sosyal medya platformları üzerinde yansımalarını görmek mümkündür. Tweetlerde “salgını BionTech bitiremedi”, “Turkovac’a asla güvenmiyorum”, “Turkovac’ın da bir esprisi kalmadı” ifadeleri Batının bilimsel anlamda üstünlüğünün kabul edildiğinin bir göstergesi niteliğindedir. İlk metinde, “Salgını BionTech bile bitiremedi ise biz kim oluyoruz ki?” gibi bir anlatıma ulaşmak mümkündür. Bu nedenle semantik anlamda ileti dili hakaret edici ve aşağılayıcıdır. Turkovac aşısına yönelik, hakaret içeren “neremizle gülsek acaba” söylemi Türk oryantalist bakış açısıyla Türklerin bilimsel çalışmalar alanında Almanya kadar gelişmiş olmadıklarına yönelik aşağılayıcı bir vurgudur. Zira Almanya o derece ileride konumlanmaktadır ki onun bile üstesinden gelemediği bu hastalık karşısında Türkiye’de geliştirilen bir aşısının ortaya çıkacak olması bile gülünese durumdur. Dikkat çeken bir diğer tweet ise “sağlık çalışanları dururken “sade” vatandaşlar yüzünden BioNTech’in bitecek olması ve sağlık çalışanlarının zorunlu olarak Turkovac’a kalacak olması şeklinde kurgulanan üçüncü tweettir. Bu metinde açık olarak Turkovac’ın niteliği karşısında BioNTech’in niteliği ön plana çıkarılmaktadır. Ayrıca halkı tanımlamak için “sade” vatandaş tanımlaması yapılması dikkat çekicidir. Söylem aracılığıyla sağlık çalışanlarının daha kaliteli imkanlara ulaşması gerektiği vurgulanmaktadır. Genel anlamı ile metinler Türkler tarafından ortaya konulan bilimsel gelişmelere karşı bir güvensizliğin olduğunu ve hatta yok sayıldığının bir göstergesidir. Ayrıca Çin’de üretilen ve ülkemizde bir tercih durumunda olan Sinovac yerine BioNTech’in olumlu olarak sunulması ya da dünya da BioNTech’ten başka bir aşı yokmuş gibi düşünülmesi de yine Doğu-Batı karşıtlığının bir göstergesidir.

1.2. Sorgusuz Güven ile BioNTech

Tweet Sahibi	Tweet
@mertayazata	“Biontech varken turkovac olmam”
@BeerLebowski	“Biontech piyasada olduğu müddetçe Alman aşısı olurum”
@ugurmernsn	“Turkovac gelmeden gidip biontech vurulmalıyım”
@mapusagasi	“Ben turkovac olmam şimdiden söyleyeyim sıra bana geldiğinde elimizde biontech miontech kalmadı dersiniz harbiden maskeyi çıkarır tüküre tüküre gezerim”
@gecearr	“Yeni fobim bionTechin bitmesi ve turkovac aşısı olmam”
@pollyirem	“Bu gece de umarım turkovac olmam diye dua ediyorum umarım bana biontech kalır”
@sakarmekee	“İstediğiniz kadar araştırın Turkovac falan olmam ben. BionTechten devam... Umarım öyle bir dayatma yapmazlar”
@lydnsnc	“Çok korkuyorum arkadaşlar aşı sıram gelene kadar tüm bionTechler bitecek ve turkovac olmam gerekecek diye çok korkuyorum”
@kadimdegerr	“Hala aşı olmamış olan varsa yol yakinken Alman aşısı yaptırın yoksa yerli aşığı yatırıp basarlar tercih sizin”

Mikro Yapı Analizi

Çalışmaya kaynaklık eden metinler Turkovac ile BioNTech karşılaştırması yaparak gerekçesiz ancak örtük bir şekilde BioNTech’in niteliğini yücelten söylemlerdir. Metinlerde kullanılan sözcükler kelime anlamları ile kullanılmış herhangi bir metafora yer verilmemiştir. Metinler retorik anlamda ikna etme kaygısı taşımakta, şartlı olarak belirli bir durum tanımlaması yapılmaktadır. Bireyler “Turkovac olmam”, “Alman aşısı olurum” gibi söylemlerle belirli bir durum karşısında nasıl bir tavır alacaklarını net ifadelerle belirtmektedirler. Ayrıca metinlerde kaygı ve korku gibi duyguların yansımalarını görmek mümkündür. Söylemler aracılığıyla BioNTech’in bitmesi ya da Turkovac’ın geliştirilmesine bağlı olarak sadece Turkovac’ın yaptırılması gibi hayali bir kurgunun endişe uyandırdığı görülmektedir. Hatta bazı söylemlerde Turkovac’a mecbur kalma korkusu ile BioNTech yaptırılması gerektiği gibi acele edilesi bir tavır görülmektedir.

Makro Yapı Analizi

Bireylerin neden sonuç ilişkisine bağlı olmadan inşa ettikleri söylemler aracılığıyla neden Turkovac’dan kaçınıp BioNTech istediklerinin ardında yatan temel düşünce belirsizdir. Ancak bu belirsizlik hali self-oryantalist söylemler için geçerli değildir. Bilim ya teknoloji vurgusu yapılmasa dahi Turkovac’a mecbur kalma korkusunun ardında olumsuz bir Doğu algısı yatmaktadır. “Yeni fobim BioNTech’in bitmesi ve Turkovac aşısı olmam”, söylemi durumu en iyi izah eden söylemlerden birisidir. Metinde salgından ziyade bireyi rahatsız eden durum yerli aşığı muhtaç kalma korkusudur. Hatta bu korku o kadar baskındır ki birey için fobik bir duruma neden olmuştur. Genel olarak metinler aracılığıyla herhangi bir bilimsel dayanağa dayanmaksızın Batı tarafından geliştirilen aşılar karşı bir güven olduğu görülmektedir. Self-oryantalist bakış açısı ile oluşturulan metinlerin ardındaki düşünce sorgulanmadan kabul edilen gelişmiş Batı düşüncesidir.

1.3. Geri Kalmışlık ile Turkovac

Tweet Sahibi	Tweet
@berkaykinali54	“Turkovac şuan asla olmam var mı bilimsel verisi yok o zaman hikaye var olan etkili aşığı uygulayamıyoruz daha”
@mustnewhorme	“Turkovac vak turkovac vak formülün nerede? Formülüm yok formülüm yok selam dua ile #TURKOVAC”
@hzSinaa	“Turkovac aşısının formülü: zezem suyu, 3 kulhu, 3 elham, 1 tane de Allahım inşallah korona olmam duası”
@riboore	“Turkovac mı direk civa iç daha iyi hayatta bizim aşığı olmam başkaları olmadan...”

Mikro Yapı Analizi

Bilimsel temelde Turkovac’ın niteliğini olumsuzlayan tweetler incelendiğinde bu metinlerin Turkovac

ile başka bir aşığı karşılaştırmadığı ya da başka bir aşığı yüceltmediği görülmektedir. Her bir metinler genel olarak Turkovac'ın niteliğini hedef almaktadır. Sadece ilk tweette neden sonuç ilişkisiyle kendi düşüncesini gerekçelendirirken diğer tweetler alaycı bir ifade ile niteliği hedef almaktadır. “Formülüm yok formülüm yok selam dua ile...” ve “zemzem suyu, 3 kulhu, 3 elham, 1 tane de Allahım inşallah korona olmam duası” şeklinde oluşturulan iki tweet ise Turkovac'ın niteliğini islam kimliği üzerinden eleştirmektedir. Metinde kulhu olarak işaret edilen dua Kuran'ın 112. suresi olan İhlas Suresi, Elham ise Fatiha Suresidir. Üçüncü tweette “3 kulhu 3 elham” olarak verilen mesaj esas olarak inananların “3 kulhu 1 elham (3 İhlas 1 Fatiha)” kültürel olarak ritüel hale getirdiği dörtlemidir. Dörtlemenin alaycı bir şekilde ele alınmasıyla birlikte bilimsel faaliyet görmezlikten gelinmektedir.

Makro Yapı Analizi

Bilimsel temelde Turkovac'ın niteliğine yöneltilen olumsuz tutumların bilim ve din ekseninde getirildiği görülmektedir. “Turkovac şuan asla olmam var mı bilimsel verisi yok o zaman hikaye var olan etkili aşığı uygulayamıyoruz daha” tweeti hem bilimsel geri kalmışlığa hem de Türk kimliğinin şüpheli tanımlamalarına işaret edilmektedir. “Var olan etkili aşığı uygulayamıyoruz daha” tweetinin ardındaki düşünce kesin olmamakla birlikte genel mahiyetinin olumsuz bir çerçeve sunduğunu söylemek mümkündür. “Turkovac mı direk civa iç daha iyi ...” herhangi bir bilimsel dayanağın olmasına bile gerek kalmadan yargı bildirmektedir. Bu çerçevede oluşturulan her iki söylem de bilim çerçevesinde bir geri kalmış doğu imajı çizmektedir. Metinler aracılığıyla Turkovac'ı başka bir aşı ile karşılaştırmak yerine İslami değerler ile karşılaştırarak olumsuz nitelermeler yapıldığı da görülmektedir. Bu durum ise Batının portresini çizmiş olduğu geri kalmış İslam toplumları algısının bir yansımasıdır. Tweetlerde “formülüm yok selam dua ile”, “formülü: zemzem suyu, 3 kulhu, 3 elham, 1 tane de Allahım inşallah korona olmam duası” ifade edilmek istenilen düşünce Doğu toplumlarının dinsel dayanaklar dışında yaslanabilecekleri bir paradigmatik anlayışlarının olmaması üzerinedir. Oryantalizmle çizilen geri kalmış İslam düşüncesinin Müslüman toplumlarda yaşayan bireylerin anlam dünyasının dönüşümü self-oryantalist söylemlere yansımaktadır. Aydınlanmacı aklın çizmiş olduğu modern, bilimsel gelişmeleri takip eden ilerlemeci tarih anlayışı karşısında Doğu insanı kendi değerlerini geri kalmışlıkla özdeşleştirirken dinin var olan değerini aşağıya çekmektedir.

1.4. Belirsizlik

Tweet Sahibi	Tweet
@can_annesi	“İşte sırf Turkovac'a kalmamak için iki doz gavur aşısı oldum...”
@kancirim	“Turkovac onay bekliyormuş * hemen aşı olmam lazım hemennnn”
@geuntwu	“Turkovac gelmeden aşı olmam lazım benim çok acil 21 yas hadi”
@ilhanoz	“Acil aşı olmam lazım çok acil yoksa Turkovac kilitleyecekler”
@gecerova	“Başka aşı kalmasa bile turkovac olmam”
@azdiroworld	“3 liralik tavuk doner yerim ama turkovac olmam”

Mikro Yapı Analizi

Çalışmaya kaynaklık eden metinlerin belirsizliği Turkovac yerine hangi aşının yüceltildiğine ilişkindir. “İşte sırf Turkovac'a kalmamak için iki doz gavur aşısı oldum...” söylemi dil-li geçmiş zaman kipi ile neden-sonuç ilişkisine dayalı olarak sunulmaktadır. Tweette kullanılan “sırf” sözcüğü ise metne “özellikle” anlamını katan bir durum zarfıdır. Bu zarfın turkovac kelimesinden önce getirilmesi ise aslında aşı olmak gibi bir isteği olmadığı ancak özellikle Turkovac'a mecbur kalırım korkusuyla “gavur aşısı” olarak nitelendirdiği Batı aşısını olduğunu dile getirmektedir. “3 liralik tavuk doner yerim ama Turkovac olmam” söylemi ise Turkovac yerine piyasada değeri olmayan, toplum sağlığını olumsuz etkileyen ürünlerin tercih edilmesine yöneliktir. Bu söylem de Turkovac yerine daha sağlıksız olarak nitelendirilen 3 liralik döner yüceltilirken Turkovac aşağılanmaktadır. Genel olarak metinlerde kullanılan sözcükler kelime anlamları ile kullanılmış herhangi bir metafora yer verilmemiştir. Metinler retorik anlamda ikna etme kaygısı taşımamakta, alaycı ve eleştirel bir şekilde kurgulanmaktadır.

Makro Yapı Analizi

İlk tweet, Turkovac aşısı olmamak için iki doz “gavur” aşısı oldum derken Batılı ülkeler tarafından geliştirilen aşıları kasetmekte ve buna mecbur kaldığını hissetmektedir. Tweette, “özellikle” anlamını katan “sırf” sözcüğü ile kurulan iletiden, tweet sahibinin aslında herhangi bir aşı olmak istemediğini ancak Turkovac'ın

geliştirilmesine bağlı olarak sadece ona mecbur kalma korkusu çektiği görülmektedir. Bu nedenle metin “hani niyetim yoktu ama sırf Turkovac’a mecbur kalırım korkusuyla bir değil iki doz aşı oldum” gibi bir anlam üretilmektedir. Batılılar tarafından geliştirilmiş olan aşılardan olmasının nedeni ise Türk aşısına güven duymamasının bir göstergesidir. Bu nedenle metinde olumlu olarak Batı, olumsuz olarak Türklerin abartılı sunumu dikkat çekmektedir. Bu nedenle metnin şematik yapısında kullanılan anlatım dilinin aşağılayıcı olduğu görülmektedir. Tweette kullanılan “gavur” kelimesi, Osmanlı devleti içerisinde Müslüman olmayan kimseleri nitelemek adına kullanılan Farsça kökene sahip bir kelimedir. Müslüman olmayan Batılı ülkeler gavur kelimesi ile bir ve eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Bu bakımdan tweette kullanılan ve dönemin, kendi dininden olmayan insanları nitelemek için kullanılan gavur kelimesi kafir manasına gelmektedir. Bu nedenle iletinin şematik yapısında gavur kelimesinin kullanılması kültürel ideolojik bakış açısının bir yansıması olarak küçük düşürücü ve ötekileştirici bir tanımlamayı içermektedir. Kurulan ötekilik ilişkisi, dini inançlar üzerinden kurulmuş, Hristiyan Batı toplumunu kasteden anlamda kullanılmıştır. Bu bağlamda iki doz “gavur aşısı” olmak zorunda kaldığını söylemesi ötekileştirici dil bağlamında bir gönülsüzlük ve mecburiyet durumunun sonucunda gerçekleşmiş olduğunun bir göstergesidir. Bu noktada milliyetçi bir bakış açısının yaratmış olduğu psikolojik anlamda bir suçluluk duygusu, vicdan muhakemesi söz konusudur. Turkovac aşısını almak istememesinin nedeni de self-oryantalist bakış açısını yansıtan bir söylem olduğu tweette görülmektedir. “Turkovac onay bekliyormuş hemem aşı olmam lazım hemennnn”, “Turkovac gelmeden aşı olmam lazım benim çok acil 21 yas hadi”, “Acil aşı olmam lazım çok acil yoksa Turkovac kilitleyecekler” söylemlerinde hangi aşı olursa olsun Turkovac’tan iyi olacağı kanaatini taşıyan söylemlerdir. Bu söylemler bireylerin Turkovac olma zorunluluğundan duydukları bir korku ve endişeyi dile getirmektedir. Bireyler için Turkovac’a mecbur kalmak o kadar korkutucu bir durumdur ki ne eti olduğu bilinmeyen üç liralık et tüketmek daha güven vericidir.

2. Gerçekliğe Yöneltilen Sorgulamalar

2.1. Turkovac’ın Gerçekliğine Duyulan Şüphe

Tweet Sahibi	Tweet
@eniszyzbs	“Umarım 3. Doz biontech vuruyoruz ayağına hepimize #TURKOVAC vurmazlar”
@Pan_zehr	“Adı bile Türkçe olmayan deneklik sıvıya gönüllü araniyor diye duyduk.. #TURKOVAC =Türk koyunu”
@Duygue	“Acaba Turkovac dedikleri bu kayıp Sputnikler mi???”
@BeratOruc14	“Yerli aşımı :D Geriye kalanı biontecın montaj burda çıkacak olan adı turkovac olacak aşısı biz mi bulduk... Bugüne kadar bize ait patenti bizde olan markamız varmı hiç kimseye güvenim kalmadı sadece yüce yaradan var gerisi masal”
@littlebandit4	“ #TURKOVAC biontech’i turkovac diye yutturacaklar ama yine de sen bilirsin”

Mikro Yapı Analizi

Turkovac’ın gerçekliğine yönelik getirilen eleştiriler değerlendirildiğinde metinlerin güvensizlik ilişkisi içerisinde kurgulandığı görülmektedir. “Yerli aşımı :D Geriye kalanı biontecın montaj burda çıkacak olan adı turkovac olacak aşısı biz mi bulduk... Bugüne kadar bize ait patenti bizde olan markamız varmı hiç kimseye güvenim kalmadı sadece yüce yaradan var gerisi masal” Metni, eleştirel bir söylemle inşa edilmiştir. Kullanılan “yerli aşı mı?” “biz mi bulduk” ifadeleri ile eleştiren, sorgulayan ve dalga geçen bir durum söz konusudur. Tweette yer alan sözcüklerde anlamı dışında kullanılan herhangi bir sözcük ya da metafora yer verilmemiştir. Metinde, geleceğe dair kurgusal beklentiler -ecek, acak ekleriyle verilerek hükümetin ya da sağlık otoritelerinin yine kurgusal olarak nasıl bir yol izleyeceklerini tasavvur etmektedir. “Adı bile Türkçe olmayan deneklik sıvıya gönüllü araniyor diye duyduk.. [#TURKOVAC](#)=Türk koyunu” metni ise Turkovac’ın adının Türkçe olmaması ve “Türk Koyunu” olarak bir anlam taşınması nedeniyle farklı bir amaca hizmet ettiği düşünülmektedir. Genel anlamıyla metinler şüphe uyandırıcı ancak belirli bir temeli bulunmayan metinlerdir.

Makro Yapı Analizi

Tweetlerde sürekli olarak geçen “montaj” kelimesi ile anlatılmak istenen gerçekte Turkovac aşısının aslında hiç var olmadığı ve BioNTECH’in üzerine sahte bir Turkovac etiketi yapıştırılmasıyla sunulacağına yöneliktir. Bu tweetlerde geçen “bize ait patenti bizde olan markamız varmı?” ifadesi self-oryantalist bir bakış açısıyla Türkler tarafından üretilmiş olan hiç bir markanın ya da ürünün olmadığı ve üretilen bütün marka ya

da ürünlerin bugüne kadar batı tarafından üretildiği ve Türklerin sadece bu ürünlerin bir sahtesi ya da taklidi yapılarak kendisi üretmiş gibi sunması iddia edilerek eleştirel olarak ifade edilmektedir. Tweetin devamında geçen “hiç kimseye güvenim kalmadı” ifadesi ülkesine olan güveninin sarsıldığını, batının her zaman için birçok alanda ki üstünlüğünü kabul ettiğini fakat bazı durumlarda batının da güvenilirlik açısından şüpheli durumlar yarattığından bahsederek aşı konusunda iki taraflı bir eleştiride bulunmaktadır. Metinler içerisinde ifade edilmese de biz ve onlara ilişkin çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Biz olan Türkler, metinlerden yola çıkılarak “yalancı, sahtekâr, üretim kabiliyetinden yoksun” olarak olumsuz tanımlamalarla sunulurken onlar olan Batı, üretim faaliyetleri içerisinde bulunan ve çalışkan olan olarak tasvir edilmektedir. Üretim kabiliyeti bulunmayan Doğu'nun tek yapabildiği şey -miş gibi davranmaktır.

2.2. Gerçekliğin Sorgulanmasında Kimlik

2.2.1. Sahtekar ve Tembel Kimliğin Üretimi

Tweet Sahibi	Tweet
@KenanAk99374268	“#TURKOVAC bu aşının Türk aşısı olduğundan pekte emin değiliz, belkide pfizer aşısını ülkemizde turkovac olarak üretecekler. Artık bu iktidara sağlık bakanlığına güvenmiyoruz sağlık bakanına zaten zerre güvenimiz yok”
@Mizahi_doktor	“At yalanı öp inananı. Sinovacı kitleyi turkovac diye. Türkiye bu zamana kadar sağlık alanında adım atamamışken covide mi çare oldu”
@Nurhayat52025	“Biontech'in etiketi çıkarılıp üzerine Turkovac etiketi yapıştırılmasın, iyi kontrol edin sayın bakanım”
@Irfan276423594	“Ben turkovacın bile bizimkiler tarafından yapıldığına inanmıyorum içine kesinlikle biontech koymuşlardır herkes bunu da göz önünde bulundurun aşı yapmak ve bizimkiler çok komik”
@ArslanYigitoglu	“Yaparlar güvenmem bunlara ben. Turkovac sponsoru yenilerde grafen fabrikası acti... Bunlardan hersey beklenir.. Yerli ve milliyim Ne komik ya hu.. Şimdiye kadar ne % yerli ve milli oldu? Sekeri, mercimeği bile ithal edenler yerli ve milliden bahsediyor yersen tabi...”
@mavelogs	“Sıvının ismini değiştirmek için yeterli zaman geçti #TURKOVAC ile yeni kalp krizleri loadingg”

Mikro Yapı Analizi

Gerçekliğin sorgulanmasına bağlı olarak değerlendirdiğimiz tweetler genel olarak Turkovac'ın BioNTech, Sinovac ya da Pfizer aşıları üzerine sahte etiketin basıldığına yönelik kuşkulu ve bir o kadar emin üretildiği söylemlerdir. Bahsi geçen metinler, Türk kimliğinin yalancı, sahtekar, çıkar peşinde koşan bir dizi tanımlamalarla inşa edilmiştir. Bireyler bu düşüncelerini gerekçelendirmek için “bize ait ne var?”, “aşı yapmak ve bizimkiler çok komik”, “şimdiye kadar yüzde yüz ne yerli ve milli oldu” gibi söylemler üretirken fikirlerini desteklemektedirler. Bu söylemler aynı zamanda alaycı, aşağılayıcı bir üslupla kurgulanan söylemlerdir. İlk tweet geleceğe dair belirsiz bir şüpheden hareket etmekte ancak emin olmadığı durumlar hakkında kesin kanaatler geliştirmektedir. İkinci tweet ise Turkovac'ın esasında Sinovac olduğuna ilişkin düşüncesini belirli bir nedene bağlayarak ortaya attığı fikri desteklemektedir. Farklı cümle yapıları ile oluşturulan metinlerin ortak noktası ise “sahtekar, çıkar peşinde koşan” Türk kimliğinin inşasıdır.

Makro Yapı Analizi

Turkovac'a karşı üretilen söylemlerin yalancı, sahtekar gibi pek çok oryantalist çalışmalarda karşılığında bulunan Doğulu bireylere atfedilen özellikleri yansıttığı görülmektedir. “At yalanı öp inananı...”, “Sıvının ismini değiştirmek için yeterli zaman geçti”, “Yaparlar güvenmem bunlara ben”, “Biontech'in etiketi çıkarılıp üzerine Turkovac etiketi yapıştırılmasın iyi kontrol edin sayın bakanım” söylemleri yalancı ve sahtekarlıkla ilişkilidir. “Türkiye bu zamana kadar sağlık alanında adım atamamışken covide mi çare oldu”, “Şimdiye kadar ne %(100) yerli ve milli oldu?”, “Ben turkovacın bile bizimkiler tarafından yapıldığına inanmıyorum”, “aşı yapmak ve bizimkiler çok komik” söylemleri ise aşağılayıcı bir üslupla bilimsel geri kalmışlığa ilişkin self-oryantalist söylemlerdir. Batı'nın kendi kimliğini öteki üzerinden inşa ettiği tüm tanımlamaların Doğu insanı tarafından da kabul edildiği ve üretildiği içselleştirilmiş self-oryantalizm görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Batının bilim ile hayal arasında inşa ettiği geri kalmış bir Doğu imajının sürdürülmesinde en az Batılılar kadar Doğuların da rolü olduğu Twitter üzerinden paylaşılan metinlerde görmek mümkündür. Çalışmaya kaynaklık eden metinler değerlendirildiğinde sosyal medya platformları sayesinde self-oryantalist söylemlerin üretilip yayılması ve hatta yeniden üretilmesi söz konusudur. Batının Doğuyu nitelenmek için kullandığı ve daha sonra Doğunun da Batı gözüyle kendisini nitelendirdiği söylemlerin Turkovac aşısı için kullanıldığı görülmektedir. Bu nedenle metinlerden hareketle rasyonel düşünme yeteneğinin ileri seviyesinde konumlanan, modern bilimsel gelişmelere ulaşma ya da takip etme kapasitesinde öncü olan Batının salgın konusunda geliştirmiş olduğu aşı tek geçerli ve güvenilir bir aşı olarak karşılık bulmaktadır.

Turkovac hakkında ileri sürülen self-oryantalist söylemlerin ise iki kategori etrafında şekillendiğini görmekteyiz: nitelik ve gerçeklik. Turkovac'ın niteliğine yöneltilen söylemler Doğu'nun Batı kadar modern bilimsel gelişmeleri takip etme kapasitesinin olmadığı ya da olmayacağına yönelik söylemlerdir. Niteliğe ilişkin vurguların yapıldığı metinlerin arka planında modern bilimsel gelişmelerin öncüsü olarak Batı'nın yer aldığı ve Batı'nın bile çaresiz kaldığı salgına karşı Doğu'nun kendi aşısını bulduğu iddiası gülünese bir durum olarak tezahür etmektedir. Bu söylemleri oryantalizmin bilim ve teknolojiye geri kalmış, kendi aklını kullanma yeteneğinden mahrum bir doğu imajı kurgusunun somut göstergeleri olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak self-oryantalist söylemler vasıtasıyla bu ideoloji biraz daha ileriye taşınarak zaten kendi aklının el vermeyeceği gibi bir düşüncüyü ortaya çıkarmıştır. Batı'nın inşa ettiği kendi aklını kullanma yeteneğinden mahrum bir Doğu imajı, self-oryantalizm ile akılsız bir Doğu ya evrilmiştir.

Turkovac'ın gerçekliğine ilişkin self-oryantalist söylemlerin ise kimlik üzerinden inşa edildiği görülmektedir. Dolandırıcı, düzenbaz, sahtekar gibi birtakım olumsuz nitelermelere sahip kimliksel insanın ön plana çıktığı Doğu'nun tek yapabildiği sahte bir etiket üretmektir. Bu bağlamda daha önceki süreçte inşa edilen ve internet temelli yeni medya araçları ile sürdürülen ideolojinin etki sınırlarının genişletildiği ve yeni anlamlar yüklendiği görülmektedir. Sonuç olarak Twitter gibi iletişim ve etkileşim düzeyinin çok yüksek olduğu bir sosyal medya platformunda, self-oryantalist söylemler gündelik olarak üretilmekte ve diğer bireylere sunulmaktadır.

Kaynakça

- Akkaya, S. N. (2020). *Türk romanında self oryantalizm (1870-1980)*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, İstanbul: Doktora Tezi.
- Althusser, L. (2014). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. (A. Tümertekin, Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Bezci, B. ve Çiftçi, Y. (2014). Self oryantalizm: İçimizdeki modernite ve/veya içselleştirdiğimiz modernleşme, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1): 139-166.
- Cirhinlioğlu, Z. (2016). *Sağlık sosyolojisi*, 6. Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Çoruk, A. Ş. (2007). Oryantalizm üzerine notlar, *Sosyal Bilimler Dergisi*, IX/ 2, Aralık, 193-204.
- Dirlik, A. (1998). Avrupa merkezcilikten sonra tarih var mı? Küreselcilik, sömürgecilik sonrası ve tarihin inkarı, *Cogito*, 15, 251-274.
- Dirlik, A. (2008). *Postkolonyal aura*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Durgun, S. (2011) *Memalik-i Şahane'den Vatan'a*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Durna, T. (2004). Köşe yazılarında Avrupa Birliği tartışmaları: Helsinki Zirvesi 1999, (Ç. Dursun, Der.). *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Ankara: Elips Yayınları, 259-288.
- Kalın, İ. (2007). *İslam ve batı*. İstanbul: İsam Yayınları.
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel söylem çözümlemesinin eleştirel haber araştırmalarına katkısı ve sunduğu perspektif, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Güz, 31-46.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu, *GİFDER*, 5(1), 230-261.
- Küçük, M. ve Köse, M. (2015). Oryantalizm ve "öteki" algısı, *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 107-127.

- Polat, H. (2018). Geleneksel medyada temsil sorunu: Alternatif bir mecra olarak yeni medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 38, 45-60
- Marcuse, H. (1997). *Tek boyutlu insan* (A. Yardımlı, Çev.). İstanbul: İdea Yayınları.
- McClellan, D. (1999). *İdeoloji*. (E. Özkaya, Çev.). Ankara: Doruk Yayınları.
- Morgan, J. (2006). Issues in the political economy of economic transition in the peoples' Republic of China, *Working Paper*, 1, The Center of Excellence in Global Governance Research, University of Helsinki, Finland.
- Said, E. (1991). *Oryantalizm*. (N. Uzel, Çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Uzun, T. ve Atasever, G. (2010). Türkiye'de modernleşme süreci bağlamında oryantalist ve oksidentalist bakışlar, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 175-182.
- Zeydanoğlu, W. (2008). The white Turkish Man's burden: Orientalism, Kemalism and the Kurd in Turkey, chapter in neo colonial mentalities in contemporary Europe? *Language and Discourse in the Construction of Identities*, (Ed. by G. Rings and A. Ife). Cambridge Scholars Publishing.
- van Dijk, T. A. (1988). *New analysis: Case studies of international and national news in the press*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Yardım, G. ve Doğruel, H. (2019). Eleştirel söylem çözümlemesi bağlamında haber metinlerinin incelenmesi: Pippa Bacca cinayeti örneği, *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 137-148.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Self-Orientalist Discussions About Turkovac Vaccine in Social Media

Glsen ÇANKAL

Extended Abstract

The subject of the research is to reveal the self-orientalist discourses about the Turkovac vaccine developed for Covid-19. The epidemic called the Covid-19 virus, which is thought to have emerged in Wuhan, China in 2019, has shown that today's societies can be exposed to the epidemic. Within the scope of the fight against the epidemic, the Turkovac vaccine has started to be tested on volunteers, as well as the BioNTech, Sputnik V, Moderna, AstraZeneca, and Sinovac vaccines, as well as the studies carried out in Turkey.

Turkovac, whose phase-3 studies are ongoing and no side effects are seen, is planned to start mass production. Despite the successful progress of the process, rhetoric against Turkovac is being produced on Twitter. It is thought that the discourses produced against Turkovac bear the traces of self-orientalism. This situation corresponds to the image of developed-West, backward-East, which is a reflection of a Eurocentric understanding of civilization history. It is seen that the discourses produced against BioNTech against Turkovac are created with the image of the backward East. The image of the underdeveloped East emerged with orientalism, which became evident with the West's effort to portray the East. The West created an imaginary perception of the East with its own ideology and forced the East to look at itself from this point of view. As a result of perceptual structuring, the West is defined as a contemporary society that follows and directs developments under the leadership of reason and science, while the East is scientifically positioned behind the West. The West thought that it could obtain the right to direct the East. Societies that accept these criticisms of orientalism have also accepted the idea that the West is superior to the East. Eastern societies compared themselves with the West and associated their traditions and current realities with backwardness in the face of the West.

It is a funny situation that Turkovac is among these alternatives against BioNTech or Sinovac vaccines, which are offered as alternatives to each other in Turkey. In the face of negative attitudes towards the quality of the Turkovac vaccine on Twitter, the glorification of BioNTech is the equivalent of self-orientalist rhetoric. The revealing of the self-orientalist discourses about Turkovac was carried out within the framework of the qualitative research method. Within the scope of the research, the #turkovac hashtag was questioned between 01.01-25.11 in 2021 and the tweets shared against Turkovac were discussed. Van Dijk's critical discourse analysis technique, in which the concept of ideology is centered, was used to analyze tweets that had self-orientalist tracks on Twitter.

Within the scope of the study, it has been concluded that ideology is revealed and reproduced through discourse. It is seen that self-orientalist discourses are produced, spread, and even reproduced through the texts that are the source of the study. There are doubts that Turkovac, which contains a series of doubts especially about reality and quality, cannot be a real vaccine, its quality is very, very inferior to Western vaccines, and even the ingredients in it may be just water. The way of thinking in the background of these discourses has the ground that the East does not or cannot have the capacity to follow modern scientific developments as much as the West. These discourses are the discourses directed at the quality of Turkovac. However, it is seen that some discourses are formed over the identity of the Turks, namely the East, rather than the nature of the vaccine. This constructed identity is the emphasis of a series of negative characteristics such as liar, dishonest and lazy. Eastern societies, which were positioned as the other by the West in the previous period and were constructed in a lazy, sinful, deviant, and non-disciplined position, visibly define themselves in this way with new media tools. The only thing the East, who is dishonest with tweets, can do is present the vaccine developed by the Westerners to its own people using a fake label. The East is so lazy that it took years to even produce the fake tag.

In this context, in a social media platform such as tweeter, where the level of communication and interaction is very high, self-orientalist discourses are produced daily and presented to other individuals. It is seen that the dominant ideology is nourished and its influence is kept alive as the self-orientalist discourses built on new media tools are allowed to interact with many people. Twitter plays an important role in institutionalizing self-orientalism and gaining visibility, from individual to society. The development of false consciousness and the presentation of the fictionalized reality as reality without mind filtering in these media, where every subject is in an active interaction process, actually shows the power of these platforms.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed



MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 237-250

Geliş: 18.10.2021 | Kabul: 06.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1011477

“Makul”ü Öldürmek: Kalifat Dizisinde Müslüman Kimliğinin Temsili

Şükrü BALCI*
Muhammet Emin ÇİFÇİ**

Öz

İslam’a ve Müslümanlara yönelik temelsiz bir korku ve düşmanlık halini ifade eden İslamofobi, Avrupa’da aşırı sağın yükselişine paralel olarak şiddetini artırmaktadır. Özellikle 11 Eylül saldırıları sonrası İslam’a ve Müslümanlara sürekli olarak olumsuz temsillerle yer veren Batı medyası, İslamofobinin güçlenmesine ve bunun bir sonucu olarak Batı’da yaşayan Müslümanların İslamofobik gruplar için bir hedef haline gelmesine yol açmıştır. İslamofobi’nin tırmanışa geçmesinde diğer medya araçları kadar sinema filmleri ve diziler de etkili olmuştur. İsveç yapımı Kalifat (Hilafet) dizisinde Müslüman kimliğinin nasıl temsil edildiğine odaklanan bu çalışmada, söylemin arkasında gizli yapıları ortaya çıkarabilmek ve Müslüman kimliğinin ne şekilde inşa edildiğini ortaya koyabilmek amacıyla söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre, dizide Müslüman yahut Müslüman kökenli karakterler iki aşırı uçta temsil edilmiştir. Batılı değerleri sahiplenen, asimile olmuş seküler göçmen kimliğinin karşısına “makul” bir dindar kimliği değil, IŞİD terörüne destek verecek denli radikal bir dindar profil yerleştirilmiştir. Dindar olarak temsil edilen karakterlerin tamamı IŞİD destekçisi olup “ortalama” bir dindar kimliğiyle hayatını sürdüren hiçbir karakter yoktur. Buna paralel olarak dizide IŞİD’i desteklemeyen Müslüman kökenli karakterlerin tamamı son derece seküler yaşamlarla temsil edilmişlerdir. Bu anlamda, Kalifat dizisinin tasavvurundaki İsveç’te sıradan bir dindar Müslüman’a yer yoktur. Dindarlığı radikalleşme ve terörizmle eşdeğer şekilde sunan dizi, böylelikle İslamofobinin yeniden üretilmesine aracılık etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Temsil, İslamofobi, İsveç, Kalifat

Killing the “Average”: Representation of Muslim Identity in Kalifat

Abstract

Expressing an unfounded fear and hostility towards Islam and Muslims, Islamophobia is gaining strength in parallel with the rise of the far right in Europe. Especially after the September 11 attacks, the Western media, which constantly included Islam and Muslims with negative representations, led to the strengthening of Islamophobia and as a result, Muslims living in the West became a target for Islamophobic groups. In this study, which focuses on how the Muslim identity is represented in the Swedish TV series Kalifat, the method of discourse analysis is used to reveal how the Muslim identity is constructed. According to the result of the study, Muslim or Muslim-origin characters were represented at two extremes in the series. Instead of an “average” religious identity, a religious profile that is radical enough to support ISIS terrorism is placed against the assimilated secular immigrant identity that embraces Western values. All of the characters represented as religious are supporters of ISIS, and there is no character who lives with an “average” religious identity. Parallel to this, all of the Muslim-origin characters who do not support ISIS in the series are represented by extremely secular lives. In this sense, there is no place for an ordinary devout Muslim in Sweden in the imagination of the Kalifat series. Presenting religiosity as equivalent to radicalization and terrorism, the series thus mediated the reproduction of Islamophobia.

Keywords: Media, Representation, Islamophobia, Sweden, Kalifat

ATIF: Balcı, Ş. ve Çifçi, M. E. (2021). “Makul”ü öldürmek: Kalifat dizisinde Müslüman kimliğinin temsili. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 237-250.

* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, sukrubalcı@selcuk.edu.tr | orcid.org/0000-0002-0477-0622, Konya, Türkiye
** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, muhammet.cifci@selcuk.edu.tr | orcid.org/0000-0003-2696-2569, Konya, Türkiye

Giriş

Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa’da aşırı sağın yükselişiyle beraber İslamofobi de ivme kazanmış durumdadır. Müslümanlara yönelik ayrımcılık ve nefret söylemine yol açan İslamofobi psikolojik şiddetle sınırlı kalmamakta, Christchurch saldırısı örneğinde olduğu gibi birçok Müslümanın katledildiği terör eylemlerine de neden olmaktadır. Özellikle Avrupa’da Müslümanlar giderek daha güvensiz bir yaşam sürmekte, evlerinde, sokaklarında, camilerinde İslamofobik terörün hedefi haline gelebilmektedirler.¹

İslamofobi’nin güç kazanmasında birçok nedenle beraber medya da etkili olmuştur. Özellikle 11 Eylül sonrası yaptığı haberlerle İslam’ı ve Müslümanları terörle özdeşleştiren Batı medyası, İslamofobi’nin üretilmesinde en etkin araç olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte İslamofobi’nin üretimi yalnızca haber medyasıyla sınırlı olmayıp diğer medya ürünleri de bu amaçla kullanılmaktadır (Gölcü ve Çuhadar, 2017) Sahip oldukları etki alanının büyüklüğüyle sinema filmleri ve diziler de İslamofobik söylemin yeniden üretilmesinde etkin şekilde kullanılan araçlardır. Özellikle Hollywood sinemasının, İslamofobinin yeniden üretilmesi ve dolaşıma sokulmasında oynadığı rol, birçok çalışmaya konu olmuştur (Arvas, 2016; Demir, 2020; Ekinci, 2014; Kiran, Qamar, Adnan ve Youssef, 2021; Sevimli ve Kasım, 2019; Uluç ve Küngerü, 2018; Yel, 2018; Türkmen ve Özçınar, 2020).

Sinema filmleri ve dizilerin bireylerin kimlik oluşum süreçlerinde oynadığı rol, temsil sorununu bu platformlar için hayati bir mesele haline getirmektedir. İslam’a ve Müslümanlara dair bildiklerini medya dolayısıyla öğrenen bir Avrupalı için film ve dizilerde sürekli olarak olumsuzluklarla temsil edilen Müslümanlar doğal bir “öteki” olacaktır. Çalışmada ele alınan Kalifat (Hilafet) adlı dizi İsveç yapımıdır. İsveç, İslam karşıtı aşırı sağ partilerin yükselişe geçtiği, Müslümanlara yönelik İslamofobik saldırıların artışta olduğu Avrupa ülkelerindedir. Bu nedenle Müslüman karakterlerin merkezde olduğu İsveç yapımı bir dizide Müslüman kimliğinin nasıl temsil edildiği konusu büyük bir öneme sahiptir.

Kalifat adlı dizide Müslümanların nasıl temsil edildiğini inceleyen bu çalışmanın ilk bölümünde temsil kavramı üzerinde durulacak, ikinci bölümünde ise İslamofobi kavramı ve onun medya temsilleriyle ilişkisi ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde İsveç’te İslamofobi konusu incelenecek, uygulama bölümünde ise Kalifat dizisindeki Müslüman temsiline ne şekilde inşa edildiğinin ortaya konulabilmesi için söylem analizine başvurulmuştur.

1. Medya ve Temsil

Gerek geleneksel gerek yeni medya araçlarının gündelik hayatta bu denli merkezi bir konuma oturduğu günümüzde, medya ve temsil ilişkisi belki de hiç olmadığı kadar önem kazanmış durumdadır. Medya ve temsil konusunu iletişim çalışmalarının gündemine sokan İngiliz Kültürel Çalışmaları ekolünün önde gelen isimlerinden Stuart Hall’ün düşüncesinde temsil, dil ve kültür arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Hall’e (2003) göre «bir temsil sistemi» olan dilde, hangi türden olursa olsun şeyleri temsil etmek için çeşitli sembol ve işaretler kullanılmaktadır. Dilin bu anlam inşa edici özelliği onu «bir kültürde düşüncelerin, fikirlerin ve duyguların temsil edildiği “araç”lardan biri” haline getirir ve tam da “bu nedenle dil aracılığıyla temsil, anlamın üretildiği süreçlerin merkezinde yer alır” (Hall , 2003, s. 1).

Hall ile benzer şekilde Polat (2018, s. 48) da temsili, “olaylara, olgulara ilişkin zihinsel algılamalarımızın dil ile olan ilişkisi neticesinde ortaya çıkan bir anlamlandırma süreci” olarak tanımlamaktadır. Kavrama daha iletişimbilimsel perspektiften yaklaşan Price’a göre ise temsil, “sosyal grupların, farklı alt kültür, meslek, yaş, sosyal sınıf ve mekanların medyada gösterilme şeklini ve bu gösterilme şeklinin izleyiciler tarafından nasıl yorumlandığını anlatmaktadır” (akt.: Söğüt, 2019, s. 214). Varol (2014, s. 309), medyada yer alan temsillerin, “gerçekliğin yansımaları değil, yeniden inşa edilmiş ve zaman zaman çarpıtılmış biçimleri” olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda medyada yer alan temsiller manipülatif ve genellikle ideolojiktir.

Medya, gerçekleşen bir olayın hangi boyutunun seyirciye gösterilip hangi boyutunun gizleneceğine, söz konusu olayın nasıl bir dil kullanılarak aktarılacağına karar vermekte, bu bağlamda izlerkitleyi yönlendirmektedir (Yel, 2018). Medya kuruluşları politik yahut ekonomik çıkarlarının şekillendirdiği kimlik politikalarına göre belli bir toplumsal grubu ön plana çıkarırken farklı bir grubun üstünü örtebilmekte yahut bunlara dair yanlış temsillere yer verebilmektedir (Varol, 2014). Medya, yer verdiği temsillerle kişilerin birtakım toplumsal gruplara karşı sahip olduğu algıyı şekillendirmekte, zamanla bu algılar birer “toplumsal gerçeklik” halini almaktadır (Deniz, 2010). Temsil yoluyla insanlara belirli kalıplar sunulmakta, izlerkitlenin kendisine, ötekine ve olaylara nasıl bakacağı şekillendirilmektedir (Söğüt, 2019).

Medya temsilleri ile bireylerin kimlik oluşumları arasında da güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Medya, sunmuş olduğu temsillerle belirli kimlik özelliklerini model olarak ortaya koyarak bireylerin kimliklerinin şekillenmesinde aktif bir rol oynamaktadır (Varol, 2014). Bununla birlikte medya, bireylerin kimlik oluşum süreçlerin-

de “biz”in ve “öteki”nin tanımlanmasında da etkili olmaktadır (Posos Devrani, 2017). İnsanlar takip ettikleri medya içerikleri tarafından birtakım stereotiplere dönüştürülmeye çalışılmaktadır (Yel, 2018). Bu anlamda, medya temsillerinin toplumsal sonuçları olduğu gibi bireysel/psikolojik sonuçları da vardır.

Temsil probleminin kendini gösterdiği medya türlerinden biri de sinema filmleri ve dizilerdir. Uluç ve Küngerü (2018, s. 1), sinemayı “temsil politikalarının uygulama alanı bulduğu en önemli mecralardan biri olarak” değerlendirmektedir. Sinema, başlangıcından itibaren izlerkitleyi yönlendirerek mevcut sistemin devamını sağlamak yahut onu dönüştürmek gibi amaçlarla kullanılmıştır (Sevimli & Kasım, 2019). Medyada yer alan temsillerin egemen ideolojiye göre/egemen ideoloji tarafından şekillendirildiği (Göker ve Keskin, 2015) düşünüldüğünde, egemen ideolojinin dışında kalan dezavantajlı grupların sinema filmlerinde ve dizilerde nasıl temsil edildiği sorunu önem kazanmaktadır. Posos Devrani’nin (2017) vurguladığı gibi, sahip olduğu etki alanının büyüklüğü nedeniyle medyanın -özellikle de televizyon yapımlarının- dahil olduğu bir ayrımcılık, ilgili kişi ya da toplumsal gruplara yönelik önyargılar oluşmasında son derece etkilidir. Bu nedenle özellikle aşırı sağın ve İslamofobinin yeniden yükselişe geçtiği Avrupa’da, başta Müslümanlar olmak üzere Batılı değerlerin ve yaşam tarzının dışında kalan toplumsal grupların sinema filmleri ve dizilerde nasıl temsil edildikleri son derece kritik bir konu olarak ortaya çıkmaktadır.

2. İslamofobik Temsillerin Medya İçeriklerine Yansımaları

Başta Batı’da yaşayan Müslümanlar olmak üzere İslam dünyasının bütünü tehdit eden bir olgu olarak İslamofobi, özellikle Soğuk Savaş sonrası sistematik bir biçimde şiddetini artırmıştır. İslamofobi kavramı, İngiltere’de İslamofobi’ye yönelik gerçekleştirilen geniş çaplı bir çalışma olan The Runnymede Trust (1997, s. 4) raporunda “İslam’a karşı temelsiz düşmanlık” olarak tanımlanmaktadır. İslamofobi’yi bir tür “modern hastalık” olarak değerlendiren Buehler (2014, s. 135) de olguyu, “akli temeli olmaksızın İslam’dan/Müslümanlar’dan korkmak” olarak tanımlamaktadır. Temel’e (2019) göre ise İslamofobi, “İslam dinine ve Müslümanlara karşı duyulan ön yargıya ve ayrımcılığa dayalı korkuyu ifade etmektedir” (s. 94). Gölcü ve Çuhadar (2017), İslamofobi’yi Müslümanlara yönelik olumsuz tutum ve yargıların bütünü olarak değerlendirmektedir. Diğerlerinden farklı olarak Halliday (1999) ise söz konusu durumu doğru şekilde ifade eden kavramın İslamofobi değil “anti-Muslimism” (Müslüman karşıtlığı) olduğunu düşünmektedir. Ona göre bir din olarak İslam’a yönelik düşmanlık Haçlı Savaşları döneminde kalmış olup güncel olarak gözlenen durum Müslüman karşıtlığıdır. Halliday’ın bu tezini savunmak için ortaya attığı kimi önermeler geçerli gözükse de -örneğin aslında son derece seküler bir devlet olan Saddam dönemi Irak’ına yönelik “İslamofobik” saldırılar- bir bütün olarak değerlendirildiğinde Müslüman karşıtlığını İslamofobi’den ayırmak çok mümkün görünmemektedir. Bunda, bir kavram olarak İslamofobinin Müslüman karşıtlığını da içermesi kadar, Müslüman karşıtlığının düşünsel temellerini İslamofobi’den alması ve günümüzde Müslüman karşıtlığı ile bilinen Avrupalı birçok sağ politikacının bir inanç olarak İslam’ı da hedef almaları² etkilidir. López’e (2011) göre de İslamofobi kavramı, Müslümanların dini yahut etnik temelli olarak tanımlanmalarından bağımsız olarak İslam’a ve Müslümanlara yönelik düşmanca tutumlara işaret etmek için kullanılmalıdır.

İslamofobi’yle ilgili özellikle Batılı literatürdeki çalışmalar, İslamofobi’nin doğuşu için Soğuk Savaş sonrasını yahut 11 Eylül saldırılarını işaret etse de İslam’a yönelik nefret, Batı’nın İslam’la ilk karşılaştığı tarihlere kadar götürülebilmektedir. Soğuk Savaş sonrası Amerika öncülüğündeki Batı cephesinin kendine yeni düşman olarak İslam’ı seçmesi ve 11 Eylül saldırıları sonrası medyada İslam’ın terörle ilişkilendirilmesi İslamofobi’yi doğuran olaylar olmaktan çok onu güçlendiren etkenlerdir. Sonuçta, Hıristiyan dünyasında İslam’a yönelik bir düşmanlık söz konusu olmasaydı, medyanın tek başına bunu doğurması da mümkün olmayacaktı (Buehler, 2014).

Bununla birlikte İslamofobi’nin bu denli yükselişe geçmesinde medyanın büyük bir rol oynadığı da yadsınmaz bir gerçektir. Doğu’nun hep başkalarınınca temsil edilen bir olgu olduğunu vurgulayan Yel’e (2018) göre, geçmişte oryantalistlerin yaptığı işi bugün medya profesyonelleri devralmıştır. Jack G. Shaheen’in Hollywood’da Arap ve Müslüman imgesi üzerine yaptığı çalışma, bu tezi çarpıcı biçimde doğrulamaktadır. Söz konusu çalışmada Shaheen (2003), 100 yılı aşkın bir zaman aralığında üretilen 900’ün üzerinde Hollywood yapımını incelemiş, bu yapımların neredeyse tamamında Arapların “kalpsiz, vahşi, barbar” gibi kötü biçimlerde temsil edildiğini ve yalnızca yüzde beşinde normal bir Arap karaktere yer verildiğini ortaya koymuştur.

Gölcü ve Çuhadar (2017), medyayı İslamofobi’nin üretilmesinde en önemli araç olarak değerlendirmektedir. Özellikle 2000 sonrası Batı mediasında Müslümanlar giderek daha olumsuz şekilde temsil edilmeye başlanmış (Sarı ve Klein, 2020), öyle ki Müslüman beden Hollywood’da “tehlikeli, modern öncesi ve medeniyetsiz” olarak inşa edilmiştir (Aguayo, 2009). Benzer şekilde Reid (2015, s. 95) de 11 Eylül saldırılarından 2007’ye kadar olan süreçteki Hollywood yapımlarında Müslüman teröristlerin “dini radikalizm tarafından terör eylemleri gerçekleştirmek üzere ayarlanmış sempatik bireyler olarak” kurgulanırken, 2007 sonrası “şiddet içeren eylemlerin gönüllü katılımcıları olarak” resmedildiğini vurgulamaktadır. Soğuk Savaş ve 11 Eylül sonrası

Amerika öncülüğündeki Batı bloğunun hedefine İslam ve Müslümanlar oturmuş, Hollywood da İslam’ı terörle özdeşleştiren yapımlarıyla bu savaşa destek olmuştur (Fatima, 2016). Buehler (2014) de Batı medyasının özellikle İslam ile terör arasında bir ilişki kurma çabası içerisinde olduğunu söylemektedir. Ona göre, içerisinde Müslüman bir aktörün yer aldığı herhangi bir olayda failin dini kimliği ön plana çıkarılırken farklı dinlerden ve coğrafyalardan kimselerin din adına yaptığı şiddet eylemleri ile o dinin mensupları arasında bir ilişki kurulmamaktadır. Kabir’e (2006) göre medya, İslami militanizm temelinde kurguladığı temsiller yoluyla “tüm Müslümanları etkili bir şekilde şeytanlaştırmıştır” (s. 326). Müslümanların bu şekilde “şeytanlaştırılması”, Afganistan ve Irak örneklerinde olduğu gibi, onlara yönelik saldırıları meşrulaştırmıştır (Oumlil, 2009).

Temel ve Koçak (2020, s. 193) ise, çalışmalarında Avrupa medyasının İslam ve Müslümanlarla ilgili içeriklerinin “İslam’ın ve Müslümanların baskıcı, şiddet taraftarı olduğu ve Müslümanların toplumsal yapı için bir tehdit unsuru olduklarına yönelik anlatımlar içerdiği; Avrupa’nın İslam ve Müslüman tehdidine karşı dikkatli olması gerektiği ve Müslümanlara yönelik ötekileştirici, kutuplaştırıcı ve ırkçılığa da sebep olabilecek söylemlerin kurgulandığı” sonucuna ulaşmıştır. İtalya ve İspanya medyası üzerine yaptıkları çalışmada Cervi, Tejedor ve Gracia (2021) da bu ülkelerin medyalarında Müslümanların temsiline İslamofobik saiklerle inşa edildiğini ortaya koymuştur. Ahmed ve Matthes (2017) ise 2000-2015 yılları arasında yayımlanan 345 makaleyi ele aldıkları meta-analizde Batı medyasında İslam’ın şiddetle ilişkilendirilerek, Müslümanların ise olumsuzluklar üzerinden temsil edildiğini tespit etmişlerdir.

3. İsveç’te İslamofobinin Durumu

Avrupa ülkelerinde yapılan geniş çaplı bir araştırmanın sonucuna göre, bu ülkelerde yaşayan Müslümanlar çeşitli türden ayrımcılıklarla karşılaşmakta olup, kendilerine yönelik fiziki saldırılara da açık bir halde dirler (European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, 2006). Yardım’a (2017) göre 1. Dünya Savaşı sonrası Yahudileri hedef alan Avrupa aşırı sağının hedefine günümüzde Müslümanlar oturmuş; birçok farklı Avrupalı sağ partiden, Müslümanların sınır dışı edilmesi, Müslüman göçmenlerin ülkeye girişinin engellenmesi gibi İslamofobik öneriler getirilmiştir. Bu tür İslamofobik önerilerin politik söylem içerisindeki görünürlüğünün artması, Müslümanlara yönelik olumsuz kanaatlerin yerleşmesinde de etkilidir. Örneğin Danimarka’da yapılan bir çalışmaya göre ülkedeki her dört Danimarkalıdan biri Müslüman göçmenlerin Danimarka’yı terk etmesi gerektiğini düşünmektedir (Reiermann ve Andersen, 2019).

Almanya’da yalnızca 2019 yılında Müslümanlara karşı işlenen ve bir kısmı fiziksel saldırıları da içeren 871 nefret suçu polise bildirilmiş, camilere yönelik saldırılarla mücadele eden Brandeilig adlı organizasyona göre ülkedeki camiler 122 kez saldırıya uğramıştır (Bayraklı, 2020). Fransa’da İslam’ın doğrudan terörle eşdeğer şekilde sunulmasıyla nefret suçuna en çok maruz kalan toplumsal grup Müslümanlar olmuştur (Akgül Durakçay ve Güneş Gülal, 2017). Bir diğer Avrupa ülkesi olan Belçika’da da Müslümanlar hayatın birçok alanında ayrımcılığa maruz kalmakta, Müslümanlara yönelik İslamofobik saldırılar artış göstermektedir (Aydın ve Yardım, 2007). Birçok Avrupa ülkesinde beyaz üstünlükçü, İslam karşıtı gruplar tarafından Müslümanları hedef alan terör faaliyetleri düzenlenmektedir (Bayraklı ve Hafez, 2020).

Çalışmada ele alınan Kalifat dizisinin yayımlandığı İsveç’te de Müslümanlara yönelik saldırıların artışta olduğu bilinmektedir. İsveç Suç Araştırması’na göre 2016 yılında İslamofobik saiklerle işlenen 439 nefret suçu kayıtlara geçmiştir (Bayraklı ve Hafez, 2018). Yalnızca 2017 yılında ülkede çok sayıda camii ve İslam merkezi kundaklama, taşlama, vandalizm gibi saldırılarla karşılaşmış, Müslümanlara ait bir anaokulunun camları kırılmış ve duvarlarına İslamofobik grafitiler çizilmiş, Müslüman ve Yahudileri hedef alacak bombalama girişiminden dolayı 3 kişi tutuklanmış, başörtüsü de dahil olmak üzere dini sembollerin yasaklanmasının ayrımcılık olmadığına hükmedilmiş, aşırı sağcı bir parti olan İsveç Demokratları üyesi politikacılarca “Müslümanların insan olmadığı”, ve ülkedeki Müslüman “sorununun” onların hepsine Hıristiyanlığı kabul ettirerek çözülebileceği söylenmiştir (Gardell ve Muftee, 2018). Kurulduğu 1988 yılında Neo-Nazilerle olan bağları nedeniyle yasaklı olan İslam ve Müslüman karşıtı Hıristiyan Demokratları, günümüzde İsveç Parlamentosundaki üçüncü büyük parti konumundadır. Parti, İslam’ı İsveç halkının bir numaralı düşmanı olarak görmektedir (Tomson, 2020). Yapılan çalışmalar, ülkedeki Müslüman kadınların da çok sayıda fiziki ve sözlü saldırıya maruz bırakıldığını göstermektedir (Abdullahi, 2016). 2011 yılında ülkedeki camilerden %40’ı çeşitli saldırı ve tehditlerle yüzleşirken bu oran 2014 yılında %66’ya çıkmıştır (Hussain, 2015). Ülkedeki çevrimiçi nefret suçları 2017 ve 2018 yılları arasında ikiye katlanmış olup, bu saldırıların yarısı Müslümanları hedef almaktadır (Altuntas, 2019). Daha yakın bir tarih olan 2020’de İslam karşıtı bir gösteride Kur’an yakılmış, olayın büyümesiyle eylemcilerle polis arasında çatışmalar yaşanmıştır (Riots in Sweden after far-right activists burn copy of Quran, 2020).

Daha önce değinildiği üzere bireyler üzerindeki etkisi son derece güçlü olan medyanın İslamofobi’yi besleyen yayınlar yapması da Batı’da yaşayan Müslümanların İslamofobik gruplar için birer hedef haline gelmesinde etkili olmuştur. Müslümanların medyada olumsuz temsillerle yer almaları yalnızca önyargılara ve dışlayıcı eylemlere neden olmamış; aynı zamanda Gölcü ve Aydın Varol’un (2018) da vurguladığı gibi Müslümanlara yönelik yukarıdaki örneklerle benzer birçok fiili saldırının fitilini ateşlemiştir.

4. Yöntem

Diğer medya ürünleri gibi sinema filmleri ve dizilerin de kendilerini üreten kişi, kurum ve şirketlerin politik yahut ekonomik çıkarlarından, sosyo-kültürel arka planlarından, ideolojik konumlanmalarından soyut şekilde ele alınamayacağı düşünüldüğünde, bu ürünlere birer metin olarak yaklaşım onları inşa eden süreçlerin çözümlenmesi önem kazanmaktadır. İsveç yapımı Kalifat dizisinde yer alan Müslüman temsilcilerinin sorunsallaştırıldığı bu çalışmada, Teun van Dijk'in geliştirdiği söylem çözümlenmesi modeli kullanılmıştır. van Dijk'a (2006) göre ideolojiler, ancak söylem yoluyla edinilmekte ve yeniden üretilmektedir. Söylem kısaca, "dilsel pratiklerin kullanıma biçimleri" şeklinde tanımlanabilmektedir (Karaduman, 2017, s. 33). van Dijk (1997), dilin kullanımının yalnızca sözlü konuşmayla sınırlı olmayıp gazete, dergi vb. gibi yazılı metinleri de kapsadığını söylemektedir. Ona göre söylem analizinde dili kimin, nasıl, neden ve ne zaman kullandığı önemli sorular olarak belirlemektedir. van Dijk (1997) bu bağlamda, söylem çalışmalarının söylemin şu üç boyutuyla ilgilendiğini söylemektedir: "Dilin kullanımı fikirleri ve etkileşimi nasıl etkiler, ya da tam tersi etkileşimin boyutları insanların konuşma biçimlerini nasıl etkiler yahut fikirler dil kullanımını ve etkileşimi nasıl kontrol eder" (s. 2).

Genel olarak söylem analizinde metnin doğrudan kendisi bir söylem olarak görülmekte ve metin ile metni var eden bağlam arasındaki ilişki incelenerek çözümlenmektedir (Türkdoğan ve Gökçe, 2015). Söylem analizi bu anlamda, dilin kullanımıyla metinde yer alan nesnelere nasıl inşa edildiğine odaklanmakta (Willing, 1999), metindeki ifadelerin düz anlamlarının ötesine geçmeyi hedeflemektedir (Çelik ve Ekşi, 2008). Burdun (2012) bütüncül tanımıyla söylem analizi "Metnin içinde işleyen ya söylemlerin ya da metnin inşasında kullanılan dilsel ve retorik araçların ortaya çıkarılma..."sıdır. Van Dijk'in geliştirdiği söylem analizi modeli de aynı şekilde "medya söyleminin gerisindeki toplumsal yapının (güç ilişkileri, değerler, ideolojiler, kimlikler) nasıl dilsel kurgulara dönüştüğü ile ilgilidir" (Çağlar, t.y., s. 205).

Van Dijk'in haber metinlerinin çözümlenmesinde uyguladığı söylem analizi modeli, makro yapı ve mikro yapı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Makro yapı ise kendi içerisinde tematik ve şematik analiz olarak ikiye ayrılmaktadır. Tematik analizde haberin başlığı, girişi ve fotoğrafları; şematik analizde ise durum başlığı altında haberin ana olayının sunumu, sonuçları, ardaan bilgisi ve bağlam bilgisi, yorum başlığı altında ise haber kaynakları ile habere konu olan tarafların yorumları analiz edilmektedir. Söylem analizinin ikinci boyutunu oluşturan mikro yapı ise sentaktik çözümlenme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve haberin retorik aşamalarını barındırmaktadır (Özer, 2011). Van Dijk'in geliştirdiği söylem analizi modelinin odak noktasını haber metinleri oluştursa da model, konuşmaların, edebi metinlerin yahut sinema filmleri ve dizilerin çözümlenmesinde de sıklıkla kullanılmaktadır. Ekinci (2014), çalışmasında van Dijk'in ilgili modelini sinema filmlerinin çözümlenmesinde kullanılmak üzere şu şekilde uyarlamıştır:

Tablo 1

Çözümlenme Modeli	Kodlar, Anlamlar	Sinemasal Metinler
Mikro Yapılar	Sesler, sözcükler, cümle yapıları.	Filme ait görsel ve işitsel malzeme. (Giriş sekansı, Jenerik).
Makro Yapılar	Konu, Tema, Ana tema.	Filmin öyküsü, karakterler, mekânların sunumu ve mikro yapılarla ilişkili ideolojik temsiller.

Çalışmada, daha sistematik bir çözümlenme yapabilmek amacıyla bu uyarlama temel alınacak ancak söz konusu yapımda yer verilmediği için jenerik; filmin öyküsü analiz edilirken yer verildiği için ise mekânların sunumu ve mikro yapılarla ilişkili ideolojik temsiller ayrı bir başlık altında ele alınmamıştır. Bununla birlikte, çalışmanın temel sorunu Müslüman karakterlerin temsili olduğundan çözümlenmenin odak noktasını da ilgili karakterlerin çözümlenmesi oluşturacaktır.

5. Bulgular

5.1. Dizinin Künyesi

Yönetmen: Goran Kapetanovic

Senarist: Wilhelm Behrman ve Niklas Rockström

Yapımcı Şirket: Filmlance International AB ve Imaginarium Films

Uluslararası Dağıtımçı: Netflix

Yayımlanma Tarihi: 12 Ocak 2020

Bölüm Sayısı: 8

5.2. Mikro Yapılar

5.2.1. Giriş Sekansı

Dizinin giriş sekansında Türk asıllı bir İsveç vatandaşı olup IŞİD’e katılarak Rakka’da yaşamaya başlayan Pervin’in dışarıya çıkmak üzere bebeğini hazırladığı sahne gösterilmektedir. Pervin’in bebeğini giydiren bir yandan İsveç dilinde bir ninni söylemesi, içerisinde yetiştiği kültürden bütünüyle kopmadığını göstermesi açısından önemlidir. Bebeğini de alıp Tine adlı bir diğer İsveç vatandaşı ile Rakka sokaklarında yürümeye başlayan Pervin ve arkadaşının önü IŞİD militanlarınca kesilir ve ikili IŞİD’in bir “haine” vereceği cezayı izlemeleri için bölgede bulunan diğer kişilerle birlikte cezanın gerçekleştirileceği “camiye” gitmeye zorlanır. Buradan sonra yaşananlar dizinin geri kalanıyla ilgili fikir vericidir. İhanet ettiği öne sürülen kişi gözleri kapalı şekilde bir masaya oturtulur ve IŞİD militanlarından biri megafonla kalabalığa “Bugün buraya, bize ihanet eden ve bizden uzaklaşanlara ne olacağını görmeniz için getirildiniz.... Hainlerin hakkı budur.” anonsunda bulunur. Yükselen tekbir seslerinin ardından cezanın infazı gerçekleşir ve ihanetle suçlanan kişinin eli kesilir. Bu noktada diziyi karakterize eden anlardan biri cezanın infazı sırasında Pervin ve arkadaşının verdiği tepkidir. Tine söz konusu olayı görmemek için kafasını diğer yöne çevirmekte, Pervin ise korkulu bir sesle olayın gerçekleşmek üzere olduğu yere doğru bakarak derin derin nefes almaktadır. Bu durumdan her iki İsveç vatandaşının da içerisinde buldukları durumdan hoşnut olmadıkları ve örgütün eylemlerini bütünüyle içselleştiremedikleri anlaşılmaktadır. Giriş sekansında “hain”in cezalandırılacağı yer olarak caminin gösterilmesi ve el kesme fillinin tekbirlerle gerçekleştirilmesi de kayda değer bir diğer noktadır. Elbette ki IŞİD gerçekte de bu eylemleri İslami söylemlere başvurarak gerçekleştirmiştir ve bu gerçekliğin diziyi de yansıması normaldir. Fakat bununla birlikte, ilerleyen bölümlerde değinileceği üzere İslam’ın yalnızca olumsuzluklar üzerinden temsil edilmesi, dizide İslam’ın olduğu gibi yansıtılmaktan çok İslamofobik bir saikle yeniden inşa edildiğini göstermektedir.

5.3. Makro Yapılar

5.3.1. Olay Örgüsü

Dizi, IŞİD’in de facto başkenti Rakka’da yaşayan İsveçli yabancı savaşçılardan oluşan bir grup IŞİD militanının İsveç’te düzenlemeye çalıştığı terör eylemini merkeze almaktadır. Hüsam adlı militanın karısı Pervin, IŞİD’e katıldığı için pişmandır ve 4 aylık bebeği Latifa’yla birlikte Rakka’dan kaçıp İsveç’e dönmeye çalışmaktadır. Amacına ulaşmak için İsveç Güvenlik Servisi Ortadoğu Bölümü’nde çalışan Fatima Zukic’le iletişime geçen Pervin’e, söz konusu saldırıyla ilgili bilgileri öğrenip ihbar etmesi karşılığında Rakka’dan kurtarılacağı sözü verilmiştir. Zukic tarafından zaman zaman Rakka’da bırakılmakla tehdit edilen Pervin, kendini riske atarak edindiği bilgileri ona aktarmaktadır.

İsveç’te yapılacak saldırıyı koordine etmesi için “Misafir” kod adlı İbrahim Haddad, Rakka’dan İsveç’e geri gönderilmiştir. İsveç’te Jarva Gard adlı lisede öğretmen asistanı olarak çalışan “İbbe”, bir yandan bu lisede okuyan 3 kız öğrenciyi örgüt propagandası yaparken diğer yandan çeşitli sahte kimliklerle eylem için hazırlıklar yapmaktadır. Eşzamanlı gerçekleşecek 3 eylem İsveç Güvenlik Servisi’nce çökertildikten sonra kaçak durumuna düşen İbbe, örgüt propagandasına maruz bıraktığı öğrencilerden Kerima’yı birlikte intihar eylemi yapma yalanıyla kandırması; bir konser alanında Kerima’nın üzerine yerleştirdiği bombayı uzaktan kumanda ile patlatmıştır. Bu sahne aynı zamanda dizinin finalini oluşturmaktadır.

5.3.2. Müslüman Karakterler ve Temsil

Daha önce belirtildiği gibi dizide İslam yalnızca olumsuzluklar üzerinden temsil edilmektedir. Dizideki Müslüman yahut Türk, Arap, Boşnak gibi köken olarak Müslüman karakterlerin temsili ise daha ilginç bir durum göze çarpmaktadır. Dizi, istisnasız olarak oluşturduğu tüm temsillerle Batılı değerleri sahiplenmiş, İslami bir yaşam tarzını bütünüyle terk etmiş seküler göçmen kimliğiyle IŞİD’e destek verecek kadar radikalleşmiş dindar göçmen kimliği arasında bir tercih yapma zorunluluğunu vurgulamaktadır. Dizinin inşa ettiği bu iki kimlik, Müslüman yahut köken olarak Müslüman karakterlerin temsilleri çözümlenerek ortaya konulabilir.

5.3.2.1. Dindar Kimliğin Temsili

İbbe (İbrahim Haddad): Dizide dindar bir karakter olarak resmedilen İbbe, Jarva Gard adlı lisede öğretmen asistanlığı yapmaktadır. İbbe, dizinin henüz başında entelektüel ve normal/makul bir karakter olarak resmedilir. Kısa bir süre sonra seyirciyi gerçek kimliği gösterilen İbrahim Haddad, profesyonel basketbol oynamak amacıyla Mısır’a gitmiş gibi gözükerek IŞİD’e katılmak üzere Rakka’ya gitmiş, sonrasında ise İsveç’te düzenlenecek terör eylemlerini koordine etmek üzere İsveç’e geri gönderilmiş son derece profesyonel

ve soğukkanlı bir teröristtir. İbbe, gerek içerisinde buldukları boşluktan, gerek kendisine duydukları hayranlıktan gerekse de yaşadıkları ailevi problemlerden yararlanarak çalıştığı lisedeki kız öğrencilerden Kerima, Suleika ve Lisha'yı örgüte katılmaya ikna etmiştir. Öte yandan eylemlerin başarıyla gerçekleşmesi için çeşitli sahte kimlikler kullanarak birçok ayarlama yapmış, Jakob ve Emil kardeşleri de saldırıları gerçekleştirmek için eğitmiştir. Planları başarısız olduğunda ise Kerima'yı üzerine yerleştirdiği bomba düzeneği ile bir konser alanına göndermiş ve uzaktan kumanda ile patlatmıştır. Dizide dindar bir karakter olarak temsil edilen İbbe, hedeflerini gerçekleştirmek için her türlü yalana, manipülasyona ve kötülüğe başvuran eli kanlı bir teröristtir.

Suleika Wasem: İbbe tarafından kandırılarak Suriye'ye gönderilmeye çalışılan üç kızdan biri olan Suleika 15 yaşındadır. Dizinin başlarında seküler bir görüntüyle karşımıza çıkan Suleika, İsrail-Filistin meselesiyle ilgili yaptığı okumalardan sonra radikalleşmeye başlamıştır. Bununla birlikte Suleika, dünyanın en ırkçı ülkelerinden biri olduğunu düşündüğü için İsveç'e aidiyet hissetmemektedir ve bu durumdan faydalanmak isteyen İbbe tarafından örgüt propagandasına maruz bırakılmaktadır. Radikalleştikten sonra başörtüsü takmaya başlayan Suleika, neredeyse İslam düşmanı olarak gösterilen babası tarafından baskı altında tutulmaktadır. Kardeşi Lisha ve en yakın arkadaşı Kerima ile birlikte Rakka'ya gitmek üzere yola çıkan Suleika, sınırda yakalanmış ve ülkesi İsveç'e götürülmüştür. Suleika, dindarlaştıkça radikalleşen ve sonunda IŞİD'i destekleyecek kadar ileri giden bir karakterdir.

Lisha Wasem: Suleika'nın 13 yaşındaki kız kardeşidir. Ablasıyla birlikte seküler bir ailede büyüyen Lisha, İslam'a dair neredeyse hiçbir şey bilmemektedir. Tıpkı Suleika ve Kerima gibi İbbe tarafından kandırılan Lisha, ikisinden farklı olarak sınırda yakalanmamış ve Rakka'ya kaçırılmıştır. Rakka'dayken kendisine kol kanat geren Pervin'i, kendisini de alarak İsveç'e kaçmaya çalışırken IŞİD militanlarına ihbar etmiş ve öldürülmesine neden olmuştur. Lisha da dine ilgi gösterdikten sonra radikalleşip IŞİD'e katılan bir diğer karakterdir.

Kerima: Suleika ve Lisha'yla birlikte Jarva Gard adlı lisede öğrenci olan Kerima, dizinin başında son derece seküler olarak resmedilen bir karakterdir. Alkolik babasının şiddetinden kaçtığı bir gece kendisini takip eden İbbe tarafından kurtarılmış ve bir süre onun evinde yaşamaya başlamıştır. En yakın arkadaşı Suleika gibi İbbe'nin propagandasıyla radikalleşen Kerima, iki arkadaşıyla birlikte Rakka'ya gitmeye çalışırken Türkiye'de yakalanmıştır. Duygusal olarak dengesiz bir karakter olan Kerima, sınırda yakalanıp İsveç'e götürüldükten sonra intihar girişiminde bulunmuş ve başarısız olmuştur. Lisha gibi dini bilgisi oldukça zayıf olan Kerima, aynı zamanda saf bir karakter olarak resmedilmiştir. İsveç polislerinin elinden kaçtıktan sonra İbbe tarafından ortak bir intihar eylemi yapacaklarmış gibi kandırılan Kerima, gönderildiği konser alanında İbbe tarafından üzerindeki bombanın patlatılmasıyla hayatını kaybetmiştir.

Pervin: Öncesinde normal bir yaşantısı olduğu söylenen Pervin, dindarlaştıktan sonra radikalleşmiş ve Rakka'ya giderek IŞİD'e katılmıştır. Burada aradığını bulamayan Pervin pişman olmuş ve bebeğiyle birlikte ülkesine dönüşün yollarını aramaya başlamıştır. İsveç Güvenlik Servisi'nden Fatima Zukic'le iletişime geçen Pervin, Rakka'dan kurtarılmak karşılığında örgütün planladığı saldırıya dair bilgilere ulaşmış Zukic'e aktarmaktadır. Dizinin son bölümünde Zukic'in de yardımıyla örgütten kaçmaya çalışan Pervin, Lisha'nın ihbarı sonucu İsveçli örgüt üyelerinden Omar Al Soudani tarafından öldürülmüştür.

Husam: Pervin'in kocası olan Husam, Arap asıllı bir İsveçlidir. Normalde dinden uzak, seküler bir tipken bir yer altı mescidine gitmeye başlayıp birkaç hafta içinde hızla radikalleşmiş ve IŞİD'e katılmıştır. Psikolojik olarak güçsüz bir karakter olan Husam, örgütle birlikte yaptığı bazı eylemlerden vicdan azabı duysa da yaptıklarının dinen doğru şeyler olduğuna kendini inandırmaya çalışmaktadır. Hem psikolojik sorunlarından hem de ölüm korkusundan dolayı cephede savaşmak istemese de güçsüz biri olarak görünmek istemediği için uzunca bir süre hem kendine hem de etraftakilere bu durumu itiraf edememiştir. Husam, aynı zamanda İsveç'te gerçekleştirilecek terör saldırılarının planlayıcılarından biridir. Omar Al Soudani tarafından intihar saldırısı düzenlemeye zorlanan Husam, ölmek istemediği için karısıyla beraber ülkesine dönme fikrine ikna olmuştur. Dönüş yolunda karısını kaybetse de kendisi Rakka'dan çıkmayı başarmıştır. Husam da dindarlaştıktan sonra radikalleşen bir diğer karakterdir.

Jakob ve Emil Johannison: İbbe tarafından İsveç'te saldırı düzenlemek üzere eğitilen Jakob ve Emil, sonradan Müslüman olmuş iki kardeşlerdir. Sabıkalı bir suçlu olan abi Jakob hapiste Müslüman olmuş ardından kardeşi Emil de ona katılmıştır. Her iki karakter de duygusal olarak oldukça dengesiz bir şekilde resmedilmiştir. Annesinden nefret ettiği bilinen Jakob, saldırıdan önce evine giderek onu öldürmüştür. İkili saldırıyı gerçekleştirmeden güvenlik güçlerince olay yerinde öldürülmüştür.

Omar Al Soudani: Hakkında fazlaca bilgi verilmeyen Soudani, oldukça dindar bir karakter olup, İsveç'te gerçekleştirilecek saldırıyı planlayan ekibin başındadır. Örgütten kaçmaya çalışan Pervin'i öldürmüş, hemen arkasından Fatima Zukic tarafından öldürülmüştür.

Ahmed: Rakka’daki İsveçlilerden olan Ahmed, Müslüman olmadan önce tecavüz, hırsızlık, cinayete teşebbüs gibi suçlardan sabıkası olan bir suçludur. Örgüte katıldıktan sonra da kadınlara olan düşkünlüğü azalmamıştır. Hüsam’ın karısı Pervin’le birlikte olmak istemektedir. Hüsam hava saldırısında yaralandıktan sonra evine gidip Pervin’e tecavüz etmiş, ardından Pervin tarafından öldürülerek cesedi kuyuya atılmıştır.

Abu Jibril: İsveçli örgüt militanlarının baba gibi gördüğü, İsveç’te yaşayan terör destekçisi bir “alim”dir. Saldırlardan 2 yıl kadar önce İsveç Güvenlik Servisi Ortadoğu Sorumlusu Nadir El Shahrani’ye çalışmaya başlayan Abu Jibril, sağladığı istihbaratla saldırının önlenmesini sağlamıştır.

Ghaddah: İbbe ile birlikte IŞİD için çalışan Ghaddah, İsveç’te yaşayan kadın bir teröristtir. İbbe’nin ağına düşürdüğü kızlarla ilgilenip örgüte katılmaları için Rakka’ya götürmektedir.

5.3.2.2. Seküler Kimliğin Temsili

Süleyman Wasem: Suleika ve Lisha’nın babası olan Süleyman, Arap asıllı bir göçmendir. Ait olduğu kültürden nefret eden Süleyman, bütünüyle asimile olmuş ve Batılı yaşam tarzını sahiplenmiştir. Öyle ki kültürlerini korudukları için kendisi gibi Arap olan eşinin akrabalarından hazzetmemektedir.

Resim 1



Dizide, kültürünü reddetmeyen göçmen temsili de son derece oryantalist bir yaklaşımla inşa edilmiştir. İstemeyerek de olsa eşinin akrabalarının davetine katılan Süleyman ile ev sahibi arasında geçen konuşma söz konusu oryantalist yaklaşımı belirginleştirmektedir:

Ev sahibi: Süleyman, biraz konuşalım. İki kızın var değil mi?

Süleyman: Evet. Suleika 15, Lisha 13 yaşında. (Gülerek) Hep yaramazlık yapıyorlar.

Ev sahibi: (Ciddi bir ses tonuyla) Erkek adam çocuklarını hep dövmelidir.

Süleyman aynı zamanda neredeyse İslam düşmanı bir karakter olarak resmedilmektedir. Kızlarının din-darlaşmasından son derece rahatsız olan Süleyman, bu konuda kızının başörtüsünü güç kullanarak çıkaracak kadar ileriye gidebilmektedir.

Resim 2



Burada Süleyman'la ilgili kayda değer nokta, kızlarının radikalleşmesinden değil dindarlaştmasından da rahatsız olmasıdır. Suleika'nın IŞİD'e olan meyli babası tarafından bilinmezken yalnızca seküler değerleri bırakıp dine uygun bir yaşam sürmeye başlaması bile Süleyman'ı çileden çıkarmaya yetmiştir. Örneğin kızına neden basketbol oynamaya gitmediğini soran Süleyman, "Haram." cevabını aldıktan sonra karısının yanına giderek, "Haram? Kendi evimde bu kelimeyi duymam mı gerek?... Dini nedenlerle basketbolu bırakması sence normal bir şey mi?" şeklinde sitem eder. Kızının dini gerekçelerle "seküler" yaşam tarzından uzaklaşması onu rahatsız etmektedir. Söz konusu sahnenin devamında eşi Tuba endişeli bir sesle Süleyman'ı çağırır ve Suleika'nın bilgisayarında bulunan IŞİD videosunu gösterir. Bu noktada izleyiciye verilen mesaj, dindarlaştmanın radikalleşmeye yol açacağıdır. Dizi boyunca süren "ya seküler ya radikal" şeklindeki ikilik bu sahnede oldukça somutlaşmaktadır.

Dindarlaştmanın radikalleşmeyle sonuçlanacağı mesajının açık şekilde verildiği bir diğer sahne ise kızı Suleika'nın IŞİD'e katılmasını engellemek isteyen Süleyman'ın, bu konuda deneyimli olan Khalid'le yaptıkları konuşmada verilir. Somali'de Eş-Şebab için savaşırken ölen oğlundan bahseden Khalid, oğlunun yaşadığı olumsuz dönüşümün suçlusu olarak İslam'ı göstermektedir: "Spanga lisesinde okumuştum. İyi bir İsveç lisesidir. Sosyal Demokrat Parti Gençlik Kolu üyesiydi. Avukat olacaktı. Çok güçlüydü. Benden çok daha güçlü. On yedi yaşında tüm aileyi parmaklarında oynatırdı. Sonra birden İslam çıktı." Görüleceği üzere seküler Müslüman göçmen kimliğinin karşısına bir kez daha radikal dindar kimliği yerleştirilmiş; dindarlaştırma radikalleşmeyle eşdeğer tutulmuştur.

Tuba Wasem: Süleyman'ın karısı olan Tuba, kocası gibi İslam'a yönelik bir düşmanlık içerisinde bulunmamakla birlikte, seküler bir yaşam tarzına sahip bir karakter olarak resmedilmektedir. Kocası kadar kendi kültürüne yabancılaşmamış olsa da içerisinde yaşadığı toplumun değerleri ve yaşam tarzıyla uyumlu görünmektedir.

Fatima Zukic: Annesiyle birlikte 5 yaşında Bosna'dan İsveç'e kaçan Fatima, İsveç Güvenlik Servisi Ortadoğu Bölümü'nde çalışmaktadır. Köken olarak Müslüman olan Fatima son derece seküler bir karakterdir. İş arkadaşı olan evli bir adamla ilişki yaşayacak, uyuşturucu kullanacak kadar İslam'dan uzak bir yaşam tarzına sahiptir. İş hayatında da başarısız bir görüntü çizen Fatima, kendisine ulaşan Pervin'in vereceği bilgilerle hem terör saldırısını engellemeye hem de kariyerini kurtarmaya çalışmaktadır. Kanında uyuşturucu izine rastlandığı ve amirlerinin emirlerine itaatsizlik ettiği gerekçesiyle açığa alınan Fatima, gayri resmi olarak davanın peşini bırakmamış ve Pervin'e yetkilerinin elinden alındığını söylememiştir. Süreç içerisinde amiri Nadir'in teröristlerle birlikte çalıştığından şüphelenmiş, yaptığı yasadışı işler yüzünden gözaltına alınmışken Nadir'in saldırıları önlemesiyle yanıldığını anlamıştır. Fatima, bundan dolayı zaman zaman vicdan azabı duysa da Pervin'i defalarca istediklerini yapmaması halinde Rakka'dan kurtarmamakla tehdit etmiştir. Pervin'den sürekli daha fazlasını istemiş, kurtarma operasyonunu ertelemiştir. Verdiği sözü yerine getirmek için kişisel kontağını kullanarak Rakka'ya gitse de Pervin'in öldürülmesine engel olamamıştır.

Nadir El Shahrani: İsveç Güvenlik Servisi Ortadoğu Bölümü sorumlusu Nadir El Shahrani, köken olarak Müslüman olmakla birlikte hakkında çok fazla bilgiye yer verilmeyen bir karakterdir. Karakterin dine veya dindarlığa dair herhangi bir temsille yer bulmayışı, görece seküler bir karakter olduğunu düşündürmektedir.

Sonuç

Batılı toplumlarda giderek histerik bir hal alan İslamofobinin üretilmesi ve yayılmasında medyanın etkisi son derece fazladır. Özellikle sinema filmleri ve dizilerde kullanılan İslamofobik söylem, bu platformların sahip oldukları güç nedeniyle oldukça tehlikeli sonuçlar doğurabilmektedir. Daha önce değinildiği gibi medyada İslamofobik söylem her zaman açık bir şekilde yer bulmayabilir. Bu noktada medya metinlerinin arka planında saklı olan ideolojik inşanın ortaya açığa çıkarılması için, metne içkin söylemlerin çözümlenmesi gerekmektedir. İsveç yapımı Kalifat dizisindeki Müslüman temsillerinin incelendiği bu çalışmada da söz konusu inşanın ortaya çıkarılabilmesi için söylem analizi yöntemine başvurulmuştur.

Çalışmanın sonucuna göre, dizide Müslüman kimliği iki aşırı uçta temsil edilmiştir. Dizide dindar olarak temsil edilen karakterlerin bütünü İŞİD’le ilişkilidir. Dindar olarak gösterildiği halde İŞİD’i desteklemeyen, “makul” bir dindar kimliğiyle hayatını sürdüren hiçbir karakter yoktur. Sonradan Müslüman olan karakterler de köken olarak Müslüman oldukları halde dine sonradan yönelen karakterler de istisnasız olarak İŞİD’e katılmış ya da katılmaya çalışmıştır. Dindarlaştırmanın radikalleşmeyle sonuçlanacağı mesajı, özellikle dindar karakterlerin dönüşümleri üzerinden birçok kez verilmiştir. Buna paralel olarak dizide İŞİD’i desteklemeyen Müslüman kökenli karakterlerin tamamı son derece seküler yaşamlarla temsil edilmişlerdir. Kızının başörtüsünü şiddet kullanarak açacak kadar İslam’a karşı olan baba, eşi gibi İslam’dan nefret etmese de seküler bir yaşam tarzına sahip olan anne, evli bir adamla ilişki yaşayıp uyuşturucu kullanan dedektif, kızına şiddet uygulayan alkolik baba, dizinin dindar-radikal Müslüman kimliğine karşı konumlandığı karakterlerdir.

Görülebileceği üzere Kalifat dizisinde sıradan bir dindar Müslüman’a yer yoktur. Dizinin tasavvurundaki İsveç’te Müslüman bir göçmen ya dindarlaşıp terörist olur ya da kendi kültürünü ve değerlerini bir kenara bırakarak seküler bir yaşam sürer. Bu anlamda Kalifat dizisi iki ucun arasında kalan ve halen İslam dünyasında ana akımı teşkil eden “makul”ü öldürmüş; dindarlığı terörizmle eşdeğer şekilde sunmuş ve böylelikle Müslümanlara yönelik saldırıların giderek arttığı İsveç’te İslamofobinin yeniden üretilmesine aracılık etmiştir.

Nitel bir yöntem kullanılarak tekil bir örneğin ele alındığı bu çalışma, doğası gereği herhangi bir genellebilirlik iddiası taşımamaktadır. Bununla birlikte İslamofobi’nin yükselişe geçtiği ülkelerde, görsel medyada Müslüman karakterlerin temsil ediliş biçimleriyle bu ülkelerde İslamofobi’nin yükselişte olması arasındaki olası ilişkinin araştırılmasının literatüre büyük bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ek olarak, diğer Avrupa ülkelerindeki görsel medyada da Müslüman karakterlerin yalnızca radikal-seküler ikiliği üzerinden mi yoksa gerçeğe uygun biçimde “makul” temsillere de yer verilerek mi temsil edildiklerinin araştırılması, sonraki çalışmalar için bir öneri olarak ortaya konulabilir.

Son Notlar

¹ Avrupa’da yükselen aşırı sağ ve İslamofobi ile ilgili detaylı bilgi için bkz. Bayraklı, E., ve Hafez, F. (Dü.). (2020). European Islamophobia Report 2019. SETA: İstanbul.

² Konuyla ilgili örnekler için bkz. a: <https://www.dailysabah.com/world/europe/far-right-french-politician-le-pen-calls-for-nationwide-headscarf-ban> b: <https://www.morocoworldnews.com/2021/04/339802/geert-wilders-attacks-islam-muslims-holy-month-of-ramadan> c: <https://tr.sputniknews.com/20200830/isvectek-asiri-sagci-grup-kuran-i-kerim-yakti-sokaklar-karisti-1042749792.html>

Kaynakça

- Abdullahi, M. (2016). *Forgotten women: The impact of Islamophobia on Muslim women in Sweden*. European Network against Racism, Brüksel.
- Aguayo, M. (2009). Representations of Muslim bodies in the Kingdom: Deconstructing discourses in Hollywood. *Global Media Journal*, 2(2), 41-56.
- Ahmed, S., and Matthes, J. (2017). Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis. *The International Communication Gazette*, 79(3), 219-244.
- Akgül Durakçay, F. ve Güneş Güllal, A. G. (2017). Fransa’da yükselen nefret söylemi ve nefret suçu: Tematik bir çözümleme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(10), 126-145.
- Altuntas, A. (2019, Nisan 18). *Half of internet hate crimes target Muslims in Sweden*. <https://www.aa.com.tr/en/europe/half-of-internet-hate-crimes-target-muslims-in-sweden/1457252> adresinden alındı
- Arvas, N. (2016). Hollywood sinemasında öteki sorunsalı bağlamında Müslüman kimlik temsili. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden alındı
- Aydın, M. Z. ve Yardım, M. (2007). Belçika’da İslamofobi. K. Canatan ve Ö. Hıdır (Ed.) içinde, *Batı Dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm* (s. 373-403). Ankara: Eski Yeni Yayınları.

- Bayraklı, E. (2020). Islamophobia in Germany: National report 2019. E. Bayraklı, and F. Hafez (Ed.) içinde, *European Islamophobia Report 2020* (s. 329-356). İstanbul: SETA.
- Bayraklı, E., and Hafez, F. (2018). The state of Islamophobia in Europe. E. Bayraklı, and F. Hafez (Ed.) içinde, *European Islamophobia Report 2017* (s. 7-31). İstanbul: SETA.
- Bayraklı, E., & Hafez, F. (2020). The state of Islamophobia in Europe in 2019. E. Bayraklı, and F. Hafez (Dü) içinde, *European Islamophobia Report 2020* (s. 7-31). İstanbul: SETA.
- Buehler, A. F. (2014). İslamofobi: Batı'nın "karanlık tarafı"nın bir yansıması. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 55(1), 123-140.
- Burr, V. (2012). *Sosyal inşacılık*. Ankara: Nobel.
- Cervi, L., Tejedor, S., and Gracia, M. (2021). What kind of Islamophobia? Representation of Muslims and Islam in Italian and Spanish media. *Religions*, 12(6), 427.
- Çağlar, Ş. (tarih yok). *Medya analiz yöntemleri*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Çelik, H. ve Ekşi, H. (2008). Söylem analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(27), 99-117.
- Demir, T. (2020). Amerikan Hollywood sinemasında İslamofobi: Keskin Nişancı film örneği incelemesi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden alındı
- Deniz, Ş. (2010). Türkiye'de yazılı basında kadınların siyasal temsili: 3 Kasım 2002 ve 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri. *Journal of Yaşar University*, 5(19), 3199-3220.
- Ekinci, B. T. (2014). ARGO filmi bağlamında Hollywood sinemasında söylem ve yeni oryantalizm. *Atatürk İletişim Dergisi*(6), 51-66.
- European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia. (2006). *Muslims in the European Union: Discrimination and Islamophobia*. EUMC.
- Fatima, S. (2016). Muslim in movies: The Hollywood construction. *Pakistan Journal of Society, Education and Language (PJSEL)*, 2(1), 54-75.
- Gardell, M., and Muftic, M. (2018). Islamophobia in Sweden: National report 2017. E. Bayraklı, and F. Hafez (Ed.) içinde, *European Islamophobia Report 2017* (s. 617-646). İstanbul: SETA.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015). Haber medyası ve mülteciler: Suriyeli mültecilerin Türk yazılı basınındaki temsili. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(41), 229-256.
- Gölcü, A. ve Aydın Varol, F. B. (2018). Yükselen bir trend olarak İslamofobi endüstrisi: Amerikan medyasına yönelik araştırmaların bir panoraması. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 1(1), 73-88.
- Gölcü, A. ve Çuhadar, M. (2017). Batı toplumlarında İslamofobi'nin üretilmesinde medyanın rolü. *Ombudsman Akademik*(7), 71-99.
- Hall, S. (2003). Introduction. S. Hall (Ed.) içinde, *Representation* (s. 1-12). London: Sage Publications.
- Halliday, F. (1999). 'Islamophobia' reconsidered. *Ethnic and Racial Studies*, 22(5), 892-902.
- Hussain, D. (2015, Ocak 12). *The rise of Islamophobia and the far-right in Sweden*. <https://5pillarsuk.com/2015/01/12/the-rise-of-islamophobia-and-the-far-right-in-sweden/> adresinden alındı
- Kabir, N. (2006). Representation of Islam and Muslims in the Australian media, 2001-2005. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 26(3), 313-328.
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel söylem çözümlemesinin eleştirel haber araştırmalarına katkısı ve sunduğu perspektif. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 31-46.
- Kiran, U., Qamar, A., Adnan, M., and Youssef, E. Y. (2021). Muslims depiction in Hollywood movies: A qualitative study. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(8), 1126-1136.
- López, F. B. (2011). Towards a definition of Islamophobia: Approximations of the early twentieth century. *Ethnic and Racial Studies*, 34(4), 556-573.
- Oumlil, K. (2009). Arabs and Muslims in Hollywood: Breaking down The Siege. M. Guggisberg, and D. Weir (Ed.) içinde, *Understanding Violence: Context and Portrayals* (s. 15-24). Oxford: Inter-Disciplinary Press.

- Özer, Ö. (2011). *Haber söylem ideoloji: Eleştirel haber çözümlenmeleri*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Polat, H. (2018). Geleneksel medyada temsil sorunu: Alternatif bir mecra olarak yeni medya. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*(38), 45-60.
- Posos Devrani, A. E. (2017). Medyada “öteki”nin temsili: Etnik komediler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 926-949.
- Reid, J. (2015). The age of sympathy: Re-examining discourses of Muslim terrorism in Hollywood beyond the ‘pre-’ and ‘post 9/11’ dichotomy. *PLATFORM: Journal of Media & Communication*, 6(2), 95-107.
- Reiermann, J., and Andersen, T. (2019, Ekim 21). *Hver fjerde dansker: Muslimer skal ud af Danmark*. <https://www.mm.dk/artikel/hver-fjerde-dansker-muslimer-skal-ud-af-danmark> adresinden alındı
- Riots in Sweden after far-right activists burn copy of Quran*. (2020, 29 Ağustos). <https://www.aljazeera.com/news/2020/8/29/riots-in-sweden-after-far-right-activists-burn-copy-of-quran> adresinden alındı
- Sarı, E. ve Klein, L. (2020). Fransız popüler sinemasında Fransız Müslümanların temsili ve kültürlerarasılığın inşası. *Intermedia International e-Journal*, 7(12), 217-237.
- Sevimli, M. A. ve Kasım, M. (2019). Alışıldık tanımlamaların gölgesinde İslami inancın Batı Sineması’nda yeniden sunumu: Taken 2. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (AKİL)*, 2019, 340-357.
- Shaheen, J. G. (2003). Reel bad Arabs: How Hollywood vilifies a people. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 588, 171-193.
- Söğüt, F. (2019). Yeni medya ve temsil: İnternet gazeteciliğinde cinsiyet kimliklerinin sunumu. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (AKİL)*(31), 212-231.
- Temel, M. (2019). Türkiye’de medya ve İslamofobi araştırmaları. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 2(1), 93-121.
- Temel, M. ve Koçak, Ö. F. (2020). İslam karşıtı söylemlerin Avrupa mediasındaki izleri. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 3(2), 181-196.
- The Runnymede Trust. (1997). Islamophobia a challenge for us all. <https://www.runnymedetrust.org/companies/17/74/Islamop> adresinden alındı
- Tomson, D. L. (2020). The rise of Sweden democrats: Islam, populism and the end of Swedish exceptionalism. <https://www.brookings.edu/research/the-rise-of-sweden-democrats-and-the-end-of-swedish-exceptionalism/> adresinden alındı
- Türkdoğan, O. ve Gökçe, O. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemi*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Türkmen, M. Y. ve Özçınar, M. (2020). 11 Eylül sonrası Hollywood sinemasında İslamofobinin yeniden üretimi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1321-1343.
- Uluç, G. ve Küngerü, A. (2018). Sinemada Arapların temsiline bir örnek: “Keskin Nişancı” filmi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*(68), 1-13.
- van Dijk, T. A. (1997). The study of discourse. T. A. van Dijk (Ed.) içinde, *Discourse as Structure and Process* (s. 1-34). London: SAGE Publications.
- van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.
- Varol, S. F. (2014). Medyada yer alan temsillerin kimlik edinme sürecindeki rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*(26), 301-313.
- Willig, C. (1999). Introduction: Making a difference. C. Willig (Dü.) içinde, *Applied Discourse Analysis: Social and Psychological Interventions* (s. 1-21). Buckingham: Open University Press.
- Yardıı, M. (2017). Aşırı sağ ve çokkültürlülük: Avrupa’da ötekileştirilen “göçmenler”. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 12(2), 217-234.
- Yel, A. M. (2018). Medya ve sinemada temsil edilme biçimleriyle İslam karşıtlığı. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 1(1), 5-16.

Killing the “Average”: Representation of Muslim Identity in Kalifat

Şükrü BALCI

Muhammet Emin ÇİFÇİ

Extended Abstract

With the rise of the far right in the United States and Europe, Islamophobia has also gained momentum. The concept of Islamophobia is defined as “unfounded hostility towards Islam” in the report of The Runnymede Trust (1997, s. 4), a large-scale study on Islamophobia in England. Islamophobia, which causes discrimination and hate speech against Muslims, is not limited to psychological violence, but also causes terrorist acts in which many Muslims are killed, as in the example of Christchurch attack. Along with many factors, the media has been influential in the strengthening of Islamophobia. The Western media, which associates Islam and Muslims with terrorism especially in the news after September 11, is considered the most effective tool in the production of Islamophobia (Gölcü & Çuhadar, 2017).

Buehler (2014) states that the Western media has been trying to establish a relationship between Islam and terrorism. According to him, while in any event involving a Muslim perpetrator, the perpetrator’s religious identity is brought to the fore; no relationship between the religion and followers of the religion is established with the violent acts committed by people from different religions and geographies. Similarly, Ahmed and Matthes (2017), in their meta-analysis of 345 articles published between 2000 and 2015, found that Islam was associated with violence in the Western media and Muslims were represented through negativity. According to Kabir (2006), the media “effectively demonizes all Muslim people” through their representations based on Islamic militancy (s. 326). This “demonization” of Muslims has justified attacks against them, as in the examples of Afghanistan and Iraq (Oumlil, 2009).

However, the production of Islamophobia is not limited to the news media, other media products are also used for this purpose (Gölcü & Çuhadar, 2017). The role played by Hollywood cinema in the reproduction and circulation of Islamophobia has been the subject of many studies. Shaheen (2003), examined over 900 Hollywood productions produced over a 100-year period and found that almost all of these productions portrayed Arabs in bad forms such as “heartless”, “brutal”, “uncivilized” and only five percent of productions featured a normal Arab character.

The role that movies and TV series play in the identity formation processes of individuals makes the problem of representation a vital issue for these platforms. While media organizations highlight a certain social group according to the identity policies shaped by the organizations’ political or economic interests, they can overlook a different group or misrepresent them (Varol, 2014). The media shapes the perception that people have towards certain social groups with their representations, and these perceptions become “social reality” over time (Deniz, 2010). Through representation, certain patterns are presented to people and how the audience will see themselves, others and events is shaped (Söğüt, 2019). Thus, the media is effective in defining “us” and “others” in the identity formation processes of individuals (Posos Devrani, 2017).

The TV series called Kalifat, which is the subject of this study, is a Swedish production. Sweden is a country where Muslims are subjected to Islamophobic hate crimes, and the Christian Democrats, an anti-Muslim far-right party, are the third largest party in its parliament. For this reason, the issue of how Muslim identity is represented in a Swedish-made series in which Muslim characters are at the center, is of great importance. In this study, that focuses on how Muslim identity is represented in the Swedish TV series Kalifat, the method of discourse analysis is used to reveal how Muslim identity is constructed. According to the results of the study, Muslim identity was represented at two extremes in the series. All of the characters represented as religious in the series are related to ISIS. There is no character who, although portrayed as religious, did not support ISIS and lives with an “average” religious identity. The characters who later converted to Islam, and the ones who became religious despite being Muslim in origin, also joined or tried to join ISIS without exception. The message that religiousness will result in radicalization has been given many

times, especially through the transformations of religious characters. Parallel to this, all of the Muslim-origin characters who do not support ISIS in the series are represented by living extremely secular lives. The father, who is so anti-Islam that takes his daughter’s hijab off by using violence; the mother, who has a secular lifestyle even though she does not hate Islam like her husband; the detective who has a relationship with a married man and uses drugs; and the alcoholic father who abuses his daughter are the characters that the series positions against the religious-radical Muslim identity.

As it is seen, there is no place for an ordinary devout Muslim in the Kalifat series. According to the vision of the series, a Muslim immigrant in Sweden either becomes religious and a terrorist or leads a secular life by leaving his own culture and values aside. In this sense, the Kalifat series killed the “average” who is in between the two extremes and still constitutes the mainstream in the Islamic world; presented religiosity as equivalent to terrorism and thus, mediated the reproduction of Islamophobia in Sweden.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

The authors' contribution rates in the study are equal.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.



MEDIAAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 251-262

Geliş: 08.11.2021 | Kabul: 14.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1020796

11 Eylül Sonrası Valeurs Actuelles ve L'express'de Medeniyetler Çatışması ve İslam Algısı

Müşerref YARDIM*
Betül KARAKOYUNLU**

Öz

İçinde bulunduğumuz dijital çağda pek çok konuda olduğu gibi İslam dünyası ile ilgili bilgi de kitle iletişim araçları ile üretilmektedir. Yazılı basın, televizyon, dergi ve gazeteler bir yandan islamofobik üretime katkıda bulunurken diğer yandan İslam ve Müslümanlara yöneltilen nefret söylemlerini meşrulaştırma ve yaygınlaştırma işlevi görmektedir. Batı ana akım medyası bu konuda etkin biçimde kullanılmakta, hayali ya da öteki İslam ve Müslüman inşası artarak sürmektedir. Medeniyetler Çatışması tezi ile temelleri atılan çatışma ortamı, 11 Eylül İkiz Kule Saldırıları'nın katkısı ile medya için oldukça elverişli bir propaganda zeminine dönüşmüştür. Medeniyetler çatışmasının yanı sıra Aydınlanmanın akli merkeze alarak kutsala karşı tavır takınması Batı'nın dinle husumetini artırmaktadır. Öte yandan İslam'ın sosyal hayatın her alanını kapsayıcı kodlara sahip olması seküler değerlerle çelişmekte ve özelde İslam'a karşı agresif tutumları ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda zalim, despot, barbar ve gerici Doğu'nun demokrasi, eşitlik ve hukukun üstünlüğü gibi evrensel değerlere sahip Batı'ya karşı savaş açtığı bir portre çizilmektedir. Özellikle 11 Eylül Saldırıları sonrasında atmosfer medyanın İslam ve Müslüman karşıtlığını körüklediği tartışılmazdır. Bu durumun temel nedeni hem Batı'nın işgalci hareketlerini sağlam bir meşruiyet zemininde inşa etmek hem de Batı toplumlarındaki öteki algısını diri tutmak sureti ile Batılı kimliğin inşasını sürdürmektir. Bu çalışmanın amacı Batı ana akım medyasının öteki olarak İslam'ın inşa edilmesindeki rolüne yönelik çıkarsamada bulunmaktadır. Bu bağlamda Fransa'da yayın yapan yüksek tirajlı iki derginin kapak seçimleri nitel araştırma tekniklerinden göstergebilimsel analiz yolu ile çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda her iki derginin de kullandığı görsellerin, renklerin, dilin ve kelime öbeklerinin amaçlı olarak tasarlandığı tespit edilmiştir. Bu tasarımda Batı ve Doğu, din ve coğrafya bakımından karşı karşıya getirilmekte, iki ayrı medeniyetin çatışması vurgulanmaktadır. Öte yandan göstergelerin ayrıntılı olarak izi sürüldüğünde, Doğu'nun artan nüfusu karşısında Batı toplumlarının endişe duymasının amaçlandığı ve Hristiyanlığın İslam karşısında giderek zayıflayacağına yönelik kaygı ortamı yaratılmaya çalışıldığı ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, Medya, Oryantalizm, 11 Eylül Saldırıları

The Conflict of Civilizations and the Perception of Islam in Valeurs Actuelles and L'Express after 11 September

Abstract

In the digital age we live in, information about the Islamic world is produced by mass media, as is the case with many issues. While the print media, television, magazines and newspapers contribute to islamophobic production, on the other hand, It functions to legitimize and spread hate speech against Islam and Muslims. Western mainstream media is used effectively in this regard, and the construction of imaginary or other Islam and Muslims continues. The conflict environment, whose foundations were laid with the Clash of Civilizations thesis, is quite favorable for the media with the contribution of the September 11 Twin Tower Attacks. It has become a propaganda ground. In addition to the clash of civilizations, the Enlightenment was sanctified by centering the mind. Taking a stance against religion increases the hostility of the West to religion. On the other hand, the fact that Islam has codes covering all areas of social life contradicts secular values and reveals aggressive attitudes towards Islam in particular. In this context, the cruel, despotic, barbaric and reactionary East has universal values such as democracy, equality and the rule of law. A portrait is drawn against which he wages war. Especially after the September 11 attacks, the atmosphere media has changed the way of Islam and Muslim. It is indisputable that it fueled opposition. The main reason for this situation is to give a solid legitimacy to the invading movements of the West. It is to continue the construction of the Western identity by building on the ground of the other and keeping the perception of the other in Western societies alive. The aim of this study is to determine the role of Western mainstream media in the construction of Islam. In this context, the cover selections of two high-circulation magazines published in France analyzed using semiotic technique. As a result of the research, it was determined that the images, colors, language and phrases used by both magazines were designed with purpose. In this design, West and East, religion and geography the conflict of two different civilizations is emphasized. On the other hand, it is aimed that Western societies should be worried about the increasing population of the East. According to this idea, Christianity is getting weaker in the face of Islam.

Keywords: Islamophobia, Media, Orientalism, September 11 Attacks

ATIF: Yardım, M. ve Karakoyunlu, B. (2021). 11 Eylül sonrası Valeurs Actuelles ve L'express'de Medeniyetler Çatışması ve İslam algısı. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 4(2), s. 251-262.

* Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, myardim@erbakan.edu.tr | <https://orcid.org/0000-0001-8090-4146>, Konya, Türkiye
** Dr. Betül Karakoyunlu, sosyologkarakoyunlu@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-2772-3500>, Konya, Türkiye

Giriş

İslam karşıtlığının kökeni ABD ve Batı Avrupa'da yüzyıllar evveline dayansa da 11 Eylül saldırıları sonrası sistematik bir biçime büründüğü ve gündelik olana sirayet ettiği kabul edilmektedir. İslamofobi gerçek bir korkudan ziyade tasarlanmış, üretilmiş ve rasyonel olmayan bir korkuyu ifade etmektedir. Bu tasarımda bugüne değin ortaya atılan pek çok çatışma fikrinin etkisi bulunmaktadır. Sovyetler Birliği'nin tarih sahnesinden çekilmesi ile beraber çift kutuplu dünya düzeni ortadan kalkarken, yıkılan komünist bloğun yerine yeni bir düşman arayışı için fikirler üretilmeye başlamıştır. Bu bağlamda ABD ve Avrupa ülkelerinin mevcudiyetini sürdürebilmesi için komünizm yerine İslam'ı işaret eden fikirler ortaya atılmıştır. Samuel Huntington'un (2006) *Medeniyetler Çatışması* tezi, Batı ile İslam'ı tarihin yeni bloğu yapmayı hedefleyen anlayışa en önemli katkıyı sunan fikirler arasındadır. Gerek Batı'nın yeni bir öteki arayışı gerekse medeniyetler çatışması tezinin bir tezahürü olarak, 1990'lı yıllardan itibaren özellikle Batı ülkelerinde yaşayan Müslümanlar şiddet içeren pek çok ayrımcı tutuma maruz kalmıştır. Özellikle 11 Eylül saldırıları, başta ABD olmak üzere Fransa, Hollanda ve İngiltere gibi Avrupa ülkelerinde İslamofobik eğilimlerin artışında kilit rol oynamıştır. Diğer yandan İslamofobi Müslümanların öteki olarak inşa edilmesinde bir alçı görevi görmüştür. Esasında her toplumun içinde nefret gruplarının var olması kaçınılmazdır. Ancak önemli olan toplumu yönlendiren aktörlerin nefretin yönelimi hakkında nasıl bir duruş sergilediği ile ilgilidir. Bu aktörler içinde medya, kitlelerin dizayn edilmesi için en etkili araçtır. Nitekim medyanın manipüle etme, örtme ya da açığa çıkarma kabiliyeti düşünüldüğünde toplumsal tabana yayılmış olan bir düşmanlığın şekillenmesindeki payı tartışılmazdır. Sorunsala ilişkin medyanın takındığı tavrın kimi durumlarda iktidarın takındığı tavidan daha önemli olduğu bilinmektedir. Bugün vatandaşlar kendisi yaşayıp görmediği ya da hemen hiç bilgi sahibi olmadığı pek çok konu hakkındaki görüşlerini kitle iletişim araçları ile şekillendirmektedir. Bireylerin zihinsel haritaları televizyon, sinema, radyo, gazete ve dergilerde üretilen amaçlı içeriklere maruz bırakılmak suretiyle inşa edilmektedir. İslamofobinin tüm dünyada giderek yükselmekte olan siyasi bir duruş arz ettiği bilinmektedir. Bu süreçte dünyanın "öteki olarak İslam" konusunda ikna edilmesinde Batı ana akım medyası en etkili araç olmuştur. Medyanın kullanımında eşitlik, tarafsızlık ve nesnellik gibi ilkelere karşın var olandan değil gösterilmek istenenden bahsedilmektedir. Bu bağlamda tedavüle sokulan Müslüman imajı üzerinde, nefret duygusunu artırıcı içerikleri yaygınlaştırma kabiliyetine sahip medyanın önemi ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada Fransa'nın yüksek tirajlı yayınlarından olan *Valeurs Actuelles* ve *L'Express* dergilerinin kapak seçimleri göstergebilimsel analiz yolu ile İslamofobi ve medeniyetler çatışması bağlamında ele alınmıştır.

11 Eylül İkiz Kule Saldırıları Öncesi ve Sonrası Batı Medyasında Müslümanlar

11 Eylül 2001 tarihinde New York'ta bulunan Dünya Ticaret Merkezine düzenlenen saldırılarda, ABD resmi kaynaklarına göre üç bine yakın insan hayatını kaybetmiştir. Uçaklardan birinin kuleye çarpma ve kulelerin yıkılma görüntülerini tüm dünya canlı yayınla seyretmiştir. Kaçırılan uçaklardan birinin görüntüleri olmamakla beraber ABD Savunma Bakanlığı Pentagon'a çarptığı, bir diğerinin ise Washington'u hedef aldığı halde, içindeki yolcuların uğraşları ile Pensilvanya'da düşürüldüğü aynı kaynaklarca dünyaya servis edilen bilgiler arasındadır. Saldırı sonrasında ABD tarafından küresel bir politika olarak Müslüman dünyayı hedef alan propagandalar başlamıştır. Medyada üretilen kampanyalarla İslam'la terörizmin, savaşın ya da yoksulluğun yan yana getirilmesi hedeflenirken, diğer yandan Müslüman coğrafyada başlatılan yağmacı ve işgalci hareketlerin meşruiyetine zemin oluşturulmuştur. Abrahamian'a göre (2003, s. 529) bu süreçte ana akım medya 11 Eylül'ü İslam, kültür ve medeniyetler bağlamında medeniyetler çatışmasına başvurarak açıklama yoluna gitmiştir.

Dönemin başkanı George W. Bush'un olayların ardından "haçlı savaşını başlatıyoruz" (The Wall Street Journal, 21 Eylül 2001) şeklindeki ifadeleri aynı zamanda İslam dünyasına yönelik bir savaş ilanı olarak okunmaktadır. Ardından yürürlüğe sokulan Vatansızlık Yasası ile İslamofobinin kanuni bir düzlemde tartışılmasının yolu açılmıştır. İslamofobi medyada Amerikan başkanlık seçimlerinde de sıklıkla kullanılan bir argüman olmuştur. Örneğin Obama'nın ABD başkanlığına aday olmasının ardından ülkede İslamofobi ağının başını çeken Clarion Fund, 70 gazeteciyi aracı kılarak, 28 milyon adet "Obsession" (Radikal İslam'ın Batı ile Savaşı) adlı filmin kopyasının, kararsız eyaletlerde ücretsiz olarak dağıtılmasını sağlamıştır. Bu karşıt seçim kampanyasının amacı halkı İslam hakkında korkutmak ve bu korku nedeni ile Obama'ya oy vermelerini engellemektir. Nitekim Barack Obama'nın Müslüman olduğuna yönelik kaygılar başkanlık seçimleri sonrasında değin sürmüştür.¹ Donald Trump'ın seçim kampanyalarında kullandığı dil de benzer mahiyettedir. Trump "Ülkemizin temsilcileri neler olup bittiğini anlayana kadar ABD'nin kapılarını tüm Müslümanlara tamamen kapatmak istiyorum" diyerek başından beri İslam karşıtı bir duruş sergilemiştir. Öte yandan konuşmalarında artık dünyanın farklı bir tehditle karşı karşıya olduğunu ifade ederken "radikal İslami terör" söylemini kullanmaktadır. Nitekim Irak, Afganistan ve Pakistan'a karşı sürdürülen küresel terörle mücadele ile bu söylemler hayata geçirilmiştir.

11 Eylül saldırıları sonrasında ABD'nin gerçekleştirdiği fiziki işgaller yanında algı işgalinden de söz etmek mümkündür. Batı medyasında yürütülen enformasyon bombardımanı ile, İslam'ın amaçlı bir fotoğrafı resmedilmeye, Müslüman kimliği ile ilgili mesaj verilmeye çalışılmaktadır. Bu mesaj Müslümanların ve İslam'ın öteki olarak dizayn edilmesi yanında terör ile yan yana getirilmesi talebini içermektedir. Kitle iletişim araçları ise bu süreçte dünyanın düşünce coğrafyasını şekillendirmek için en elverişli araç olmuştur. Bu bağlamda Hollywood film sektörü başta olmak üzere ABD ve Avrupa'nın televizyon, radyo, dergi ve gazeteleri mesajın verilmesi için etkili biçimde kullanılmıştır. Müslüman imajı 11 Eylül saldırıları sonrasında başta ABD olmak üzere tüm Batı medyasını kapsayacak şekilde şiddetle özdeşleştirme aşamasına geçmiştir. Böylece İslam ile terörü, Müslüman ile şiddeti aynı karede işleyen pek çok içerik üretimi ile Müslüman kimliği üzerinde kodlama çalışmaları yapılmaktadır.

Batı'nın düşünce mirasına bakıldığında İslam düşmanlığının yeni bir oluşum olmadığı göze çarpmaktadır. 11 Eylül saldırılarının İslam düşmanlığı üzerindeki etkisi tartışılmazdır ancak Amerika ve Avrupa'da daha evvelinde de İslamofobik eğilimler mevcuttur (Brown, 2000, s. 7). Örneğin 1995 yılında Oklahoma hükümet binasına gerçekleştirilen terör saldırısı sonrası, ABD medyası "İslami köktendinci terör" söylemini kullanarak sahte bir algı üretmeye başlamıştır. Katilin yakalanması ile saldırıların Ortadoğu kaynaklı olmadığı anlaşılmışsa da ABD halkının zaten hazırda bekleyen kanaatlerini ve medyanın ürettiği yargıları kırmaya yetmemiştir. Canatan, ırkçı ve İslamofobik eğilimlerin varlığının 11 Eylül saldırılarından bağımsız olduğunu vurgulamaktadır (2007, s. 19). Bu bağlamda İkiz Kule saldırıları İslam ve Müslüman karşıtlığını belirgin hale getirmiş, sosyal ve siyasal hayattaki İslamofobik söylem ve eylemlere meşruiyet sağlamıştır. Şu halde ortaçağdan bu yana ABD ve Avrupa'da var olan ve güncelleştirmeyi bekleyen İslamofobi, 11 Eylül saldırılarından sonra kitle iletişim araçlarının desteğini alarak etki nispetini artırmıştır.

Medyanın İslam'ı ele alırken kullandığı dil, kelime öbekleri ya da vurgular amaçlı bir yönelime sahiptir. Bu yönelim olumsuz bir İslam ve Müslüman stereotipi inşa etmeyi amaçlamaktadır. Amerikan medyasında Washington Post ve New York Times gazetelerinde İslam'ın kurgulanmasına yönelik içerik analizi gerçekleştiren bir çalışmaya göre, 10 Ağustos-10 Kasım 2011 tarihleri arasında 247 yayın yapıldığı ifade edilmektedir. Haberlerin çoğunluğunun gazetelerin ilk sayfasında ya da özel başlıklarla verilmiş olması dikkat çekicidir. Haber içerikleri ekseriyetle 11 Eylül terör olayları, Arap Baharı ve İslam' da kadın gibi başlıklara yer vermektedir. Öte yandan istila, barbar, cihat, tehdit, terör, fanatik, hoşgörüsüz ya da gayri medeni gibi mesajların gerek açık gerekse örtülü olarak verilmiş olması, gazetelerin İslam karşıtı içerik üretme konusundaki talebini gözler önüne sermektedir (Göksu ve Saygılı, 2012, s. 96-97). Avrupa medyasında da durum pek farklı değildir. İngiltere mensheli "The Telegraph", "The Guardian" ve "The Independent" gazetelerindeki haberlerin benzer kodlar içerdiği görülmektedir (Paçacı, 2013, s. 458). Hıdır'a göre Batı medyasında İslam hakkında oluşturulmaya çalışılan imaj "kılıç yolu ile yayılmış, ötekini yok etmeyi hedefleyen, şiddete meyilli, akıldışı bir din olduğuna yöneliktir (2007, s. 85). Batı medyası kendi içinde de bir çelişme içindedir. Pek çok Batı ülkesinde milyonlarca insanın öldürülmesine ve şiddet örneği olmasına karşın, medyanın içerik üretme biçimi çatışmanın yalnızca Müslüman ülkelerde var olduğuna yöneliktir. Örneğin 1995 yılında Oklahoma saldırılarını gerçekleştirenin Timothy Mackey olduğu anlaşılmasına ve saldırganın ideolojik eğilimlerini açıklamasına karşın, kendisi halen Hristiyan terörist olarak değil "yerel terörist" olarak anılmaktadır. Öte yandan medya "yerel teröristleri" psikolojik sorunları olduğu argümanı ile sunma yoluna gitmektedir. Ancak failin Müslüman olduğu durumlarda haberler içeriklerinin din bağlamında üretildiği görülmektedir.

Batı ana akım medyası imal etmek istediği Müslüman tipolojisi için Hollywood film sektörünü de yoğunlukla kullanmaktadır. 1990'lı yılların ilk çeyreğinde ABD filmlerinde Müslüman rolü Arap asıllı olarak karakterize edilmiştir. Bu roller, ekseriyetle zengin Batılı kadınları haremlerine dahil etmek isteyen fırsatçı zengin Arap şeyhleri olarak işlenmiştir. Müslüman karakterlerin geri kalmış, vahşi, medeniyet yoksunu, şehvet düşkün, fırsatçı ve çok eşli olarak işlendiği dikkat çekmiştir. 1980'li yıllarda ise geri kalmış Müslümanların karşısında ileri bir medeniyet olarak Batılı imajı kendini göstermektedir. Bu bağlamda kılıçla silahın karşıtlığında, ileri teknoloji ile Batı'nın türdeşliği vurgulanmaktadır. 1980'li yıllardan sonra ABD'lilerin Arap ülkelerine giderek toplum içindeki kötü unsurlarla savaştığı portreler filmlerde kendine yer bulmuştur. Bu imaj ABD'nin Ortadoğu ülkelerine barış götürdüğü ve halkın içinde yer alan kötü unsurlarla savaştığına yönelik düşüncenin pekiştirilmesine hizmet etmiştir. 2011 İkiz Kule saldırılarından sonra ise filmlerde İslamofobik eğilimler aleni hale gelmiş, Kur'an-ı Kerim, dua ve Müslüman imgesi ile terör, vahşet ve barbarlık yan yana getirilmiştir. 2006 yapımı "Uçuş-93" filmi 11 Eylül saldırılarında yolcuların müdahalesi ile Pensilvanya'da düşürülen uçağı konu almaktadır. Filmde uçak korsanlarının Kuran okuduğu ya da dua ettiği görüntülere yer verilerek, Müslüman ile suç imgelerini ve kutsal kitap ile terörü yan yana getirmek hedeflenmiştir. Yine 2006 yapımı "Dünya Ticaret Merkezi", 2007 yapımı "Kralık" ve 2004 yapımı "Çarpışma" isimli filmler İkiz Kule saldırılarından güç alarak

çekilmiş yapıtlardır. Bu filmlerde mesaj, evrensel değerlere sahip Batıya karşı terör, şiddet düşkünlüğü, yoksulluk, savaş ya ve cehaletle ilişkilendirilen Müslüman dikotomisi ile aktarılmaktadır.²

Said, İran krizinin Kur'an okuyan Müslümanların görüntüsü ile birlikte servis edilmesinin de benzer bir amaca hizmet ettiğini vurgulamaktadır. İslam'ın görsel olarak sınırlanmasının yarattığı tehlikelere işaret eden yazara göre, Batı'nın itici ve olumsuz bir şeyle karşı karşıya olduğu yönündeki düşünceler kuvvetlendirilmektedir (2008, s. 121). Dahası ABD'de yaşayan 14 yaşındaki Müslüman bir çocuğun, evde yaptığı saatin bomba sanılarak gözaltına alınmasına yönelik haberler, durumun vahametini gözler önüne sermektedir (BBC, 2015). Öte yandan imal edilmiş Müslüman imajının üretilmesi için her zaman masum Müslümanların seçilmediği görülmektedir. Kimi zaman da sözde İslam toplumlarından devşirilen müsait örneklerin kullanıldığı bilinmektedir. Bu bağlamda IŞİD ve DAESH gibi örgütlerin ateşe benzin döktüğü yadsınamaz bir gerçektir. Bu örgütler de kitle iletişim araçlarını kullanmakta ve bir anlamda İslamofobik medya içeriklerinin üretimine katkıda bulunmaktadır.

Batı medyasında İslam düşmanlığını körükleyen yargılı içeriklerin örneklerini çoğaltmak mümkündür. Gazete, dergi, film, TV ya da radyo tarafından üretildiği fark etmeksizin kitle iletişim araçlarının üzerinde uzlaşmış olduğu ortak bir dil dikkat çekmektedir. Buna göre Batı özgürlük, adalet ve eşitlik gibi evrensel değerlerin yegâne temsilcisidir. Buna karşın İslam ve Müslümanlar dünya için bir tehdit oldukları kadar, ilerleme konusunda da isteksizdirler. Dahası bu geri kalmışlık yalnızca Müslümanların tutumundan değil aynı zamanda İslam'ın doğasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda İslam, ilerlemenin önünde engel bir din olarak servis edilmekte ve geri kalmışlık dini bir kader olarak tasvir edilmektedir. İkiz Kule saldırılarının Batı medyasında sunulan nefret dilini körüklediği bir gerçektir. Ancak 2001 öncesi döneme bakıldığında da İslam ve Müslümanlarla ilgili olumlu bir portre çizilmediği görülmektedir. İkiz kule saldırılarının kitle iletişim araçları için en önemli sonuçlarından biri, en iyi ihtimalle subliminal formda verilen İslamofobik mesajların bilinçli bir gösteriye dönüşmüş olmasıdır. Yardım ve Dalkılıç'a göre ifade özgürlüğü adı altında azınlık gruplara yönelik yıpratıcı, aşağılayıcı, manipülatif ve dışlayıcı haberler yapılmaktadır. Bu bağlamda 11 Eylül Saldırıları sonrası Müslümanlara yönelik islamofobik içerikli nefret söylemin üretilmesinde olduğu kadar yaygınlaştırılmasında da medya ilk sırada zikredilmektedir (2018, s. 98). Günümüz dünyasında iletişime dinamik boyut sağlayan internet gün geçtikçe geometrik olarak artmaya devam eden üye sayısı ile bir kitle iletişim aracına dönüşmektedir. İnternet yalnızca çağdaş insanın geniş, karışık ve anonim bir izleyici kitlesine hızlı bir şekilde kamu mesajlarını iletmek için kullandığı bir teknolojik araç değil, aynı zamanda dünyadaki herkese ulaşma potansiyeline sahip küresel bir ortam yaratmaktadır (Ohiagu, 2011, s. 225). Üye ve abone sayılarının yanında internet, gazete, dergi, televizyon ve radyo kanalları gibi iletişim araçlarında İslamofobik söylemin daha hızlı ve daha geniş bir kitleye ulaşmasına imkân sağlamaktadır. Bu yayın organlarının sosyal medya hesaplarının olması ulaşılan kitle sayısı yanında mesajın hız ve yayılımını arttırıcı özelliğe sahiptir. Örneğin Valeurs Actuelles Dergisi'nin 290 Bin, L'Express Dergisi'nin 1.4 Milyon Twitter takipçisi olduğu düşünüldüğünde ulaşılan ve manipüle edilen kitle hakkında fikrimiz belirginleşmektedir. Bilindiği gibi sosyal medya bugün toplumların düşünce yapısının şekillenmesinde ve ideolojilerin yayılmasında yazılı basından daha kuvvetli bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda her iki dergi de aynı zamanda sosyal medyanın gücünü kullanmış olmaktadır.

Batı Medyasında Medeniyetler Çatışması ve İslamofobi

İslamofobinin etimolojik olarak başlangıcı, *Runnymede Trust* (1997) isimli ABD dönemsel yayınının Şubat 1991 tarihli sayısını işaret etmektedir. Ardından terim 1997 yılında "Oxford English Dictionary" ye girmiş ve halen yer almaktadır. İslamofobi yabancı korkusunu işaret eden zenofobiye benzemekle beraber, İslam'dan ve Müslüman kimlikten duyulan dehşet, korku ya da endişeye gönderme yapmaktadır (Lorraine, 2006, s. 317).

İslamofobinin imar edilmesindeki temel motivasyon, soğuk savaşın bitmesinin ardından komünizmin yerine İslam'ın ikame edilmesine yönelik arzudur. Bu bağlamda yeni bir öteki ya da düşman arayışındaki Batı, Beyaz Saray'ın Ulusal Güvenlik Konseyi Üyesi Samuel Huntington'ın (2006) *Medeniyetler Çatışması* tezi ile tanımlanmış düşman talebini pekiştirmiş ve İslam coğrafyası hedef tahtasına oturtulmuştur. Samuel Huntington bu tezi ilk olarak 1993 yılında *Foreign Affairs* dergisinde yayınladıktan sonra, 1996 yılında *Medeniyetler Çatışması ve Dünya Düzeninin Yeniden Kurulması* başlığı ile kitaplaştırmıştır. Teze göre dünya 16. ve 17. yüzyıldan sonra dört ana siyasi evreden geçmiştir. Fransız Devrimine kadar süren ilk aşamada dünyayı güçlü egemenliğe sahip olanlar yönetmiştir. Fransız İhtilali ile birlikte ulus devlet yükselmiş ve birbirine neredeyse eşit olan aktörler, aynı çıkarlar doğrultusunda karar vermiştir. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından dünya, komünizm ve faşizmin yükselişine sahne olurken kutupların keskinleştiği bir siyasal düzen hâkim olmuştur. İkinci Dünya Savaşı ile giderek keskinleşen kutuplar, soğuk savaş dönemini beraberinde getirmiştir. Bilindiği gibi Batı Avrupa

ve Amerika II. Dünya Savaşından sonra komünizmle uzunca yıllar mücadele etmiş, 1990'lı yıllarda komünizm tehlikesi kontrol altına alınmıştır. Soğuk savaş boyunca kendini anti-komünist eksen üzerinden tanımlayan Batı'nın yeni öteki ve yeni düşman arayışı başlamıştır. Huntington'a göre 21. yüzyılda, ideolojiler üzerinden yürütülen çatışmaların yerini medeniyetler arasındaki çatışmalar alacaktır. Dünyayı sekiz medeniyet bölgesine ayıran Huntington, bu medeniyetler arasında ortaya çıkacak çatışmaya dikkat çekmiştir. Bu bağlamda yeni bir dünya savaşı ihtimalinden söz eden yazar, bu savaşın medeniyetler arası bir savaş olacağını vurgulamaktadır. Ancak bu yeni düzen içinde asıl büyük çatışma, Batı ile İslam arasında ortaya çıkacak ve İslam'ın doğasından kaynaklı olacaktır.

Böylece Batı'nın yeni düşman arayışı, komünizm yerine ikame edilen İslam ile sonuçlanmaktadır. Dahası ilerleyen yıllarda öteki Müslüman, kötü Müslümana dönüş(türül)ecektir. Öteki arayışı Batı'nın kendi meşruiyetini var etmesinin ve öteki üzerinden özgürlük ve adalet arayan "biz" in inşa edilmesinin zaruri bir çıktısı mahiyetindedir. Nitekim Batı, kendi özgürlük ve demokrasi anlayışını diğerleri üzerinden tanımlamış ve kendi tanımını üretmiştir. İki kutuplu dünyanın son bulması ile meşruiyet sebebini, diğer bir deyişle ötekini kaybeden Batı, zatına yeniden hayat vermek için İslam'ı bir tehlike olarak tanımlama yoluna gitmiştir. Öte yandan Batı Aydınlanma ile akli merkeze alarak kutsalın karşısında bir tutum sergilemiş ve dinin bizzat kendisi ile arasına mesafe koyarak seküler değerleri benimsemiştir. Batı'nın evrensel değerlerinin yayılması önünde engel teşkil ettikleri iddia edilen Müslümanların aynı zamanda Avrupa gibi seküler özelliğe sahip Batı toplumlarında bir sorun oluşturdukları da dile getirilmektedir. İslam doğası gereği sosyal bir dindir ve Müslümanlar'ın gerek kılık kıyafet gerekse ibadet talepleri nedeniyle Müslüman görünürlüğü kamusal alanda sorun olarak görülmektedir. Dahası Müslümanlar'ın Batı ülkelerini işgal ederek anayasayı değiştireceğine inananlar da bulunmaktadır. Nitekim Huntington (2006) tezini savunurken İslam'ın sınırlarının kanlı olduğu, baskın bir merkezden yoksun olması nedeniyle istikrarsızlığın kaynağı olduğu, kültürler arası savaşta kaybedenin kültür olacağı ya da kültürün gücü izleyeceği gibi argümanlara başvurmaktadır.

Batı ile İslam arasında yaşanacak çatışmanın kaçınılmaz olacağına yönelik teoriler özellikle Müslüman göçmenlerin yoğun olduğu ülkeler tarafından sahiplenilmiştir. Medeniyetler Çatışması tezinin yanı sıra kitle iletişim araçlarında benzer mahiyetteki konuların tartışmaya açılması, Avrupa ülkelerinde yükselen İslam düşmanlığını körüklemiştir. Huntington'un Batı'yı evrensel değerlerle tanımlaması çatışmayı artırıcı işlev görürken aynı zamanda Müslümanlara yöneltilen saldırıların meşruiyet zeminini oluşturmuştur. 11 Eylül saldırıları ile yaygınlık kazanmışsa da İslamofobinin yükselişi 1980'li yıllara tekabül etmektedir. Buna mukabil İran İslam Devrimi, Tahran Rehine Krizi ve Körfez Savaşı gibi olgular, 11 Eylül saldırılarından evvel ABD ve Avrupa'da İslam karşıtlığının yükselmesine hizmet etmiştir. Daha yakın tarihte gerçekleşen Belçika ve Paris saldırıları, İstanbul'da Sinagog ve İngiliz Bankasında gerçekleştirilen eylemler, Madrid ve Londra'daki metro saldırılarının da İslam düşmanlığının körüklenmesindeki payı tartışılmazdır. Daha evvel siyasetçiler tarafından sürdürülen İslamofobi kampanyaları 11 Eylül Saldırıları ile beraber halk katına inmiş ve olumsuz İslam düşüncesi iyice gün yüzüne çıkmıştır. Öte yandan muhafazakâr ve aşırı sağcı partilerin göçmen düşmanlığı üzerinden yürüttüğü popülist söylemler de halk nazarındaki nefret suçlarının artışı üzerinde etkilidir. Nitekim Batı Avrupa ve Kuzey Amerika 1990'ların sonundan itibaren krize girmiş, ekonomi bozulmuş ve işsizlik artmıştır. Bu aşamada bozulan ekonomi ve artan işsizlik oranları için Müslüman göçmenler günah keçisi olarak belirlenmiştir. Böylece Batı'da zaten var olan İslamofobik tutumlar gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir. Müslüman göçmenler her geçen gün etki nispeti artan dışlayıcı ve ayrıştırıcı bir üsluba maruz kalmaktadır.

İslam merkezlerine yönelik saldırılar, cami kundaklamaları, cami yapımlarına konulan ambargolar, Müslümanlar'a uygulanan vize sınırlandırmaları, iş hayatında uygulanan ayrımcılık, sözlü ve fiziki saldırıların yanı sıra Müslümanlar'ın potansiyel terörist olarak gözetim altında tutulması İslamofobinin emarelerinden yalnızca bir kısmıdır. İslamofobiden kaynaklı şiddet üretimleri görünür ya da görünmez olarak pek çok biçimde ortaya çıkmaktadır. Nitekim Müslümanların en iyi ihtimalle küçümsendiği, alay edildiği, görmezden gelindiği ya da küçümsendiği dikkat çekmektedir. Özellikle Batı'da ana akım medyanın kullandığı ötekileştirici dil, nefret suçlarını artırdığı kadar Müslümanlar'a yöneltilen saldırıları normalleştirmiştir. Müslüman evlerinin hedef gösterilmesi, öğrencilere uygulanan tacizler ya da Hindistanlı bir kadının başörtüsü taktığı için Müslüman sanılarak öldürülmesi gibi pek çok örnek üzerinden Müslüman nefretini ifade etmek mümkündür. İslamofobi her zaman bir cami kundaklaması kadar görünür olmayabilmektedir. Şu halde İslamofobinin psikolojik görünümlerinin ispat edilmesi, fiziki şiddet kadar talihli değildir.

1990'lı yıllardan itibaren ABD'nin yanı sıra Almanya, İngiltere, Hollanda, İspanya ve Fransa gibi kıta Avrupa ülkelerinde Müslümanlar'a yönelik şiddetin her geçen gün arttığı kaydedilmektedir. 11 Eylül saldırılarının

İslamofobinin yayılımı bakımından bir miat olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Ancak medeniyetler çatışması Huntington'un vurguladığı gibi İslam'ın doğasından değil, Batı'nın doğasından kaynaklanmaktadır. Batı dünyasının "biz" ve "öteki" olarak inşa ettiği dışlamacı dünya algısı mütemadiyen düşman üretmekte ve diğerlerinin reddi yoluna gitmektedir. Nitekim ABD ve Batı'da ayrımcılığın kökenini çok daha eskilere dayandırmak mümkündür. Kızılderililer, Siyahiler, komünistler, Meksikalılar, Yahudiler ve bugün Müslümanlara yöneltilen ötekileştirici yaklaşım düşünüldüğünde asıl sorunun Batı'nın tutumundan kaynaklandığı düşünülmektedir.

Valeurs Actuelles ve L'Express'de Medeniyetler Çatışması ve İslamofobi

Yöntem

Batı ana akım medyasının Müslümanlara yönelik önyargı ve kalıp yargıya dayalı yayınlarının, İslam medeniyeti ve Batı medeniyetini karşı karşıya getirerek İslamofobinin artmasına katkıda bulunduğu tartışılmaktadır. Avrupa medyası 11 Eylül İkiz Kule saldırıları öncesi olduğu gibi sonrasında da Müslümanları hedef tahtasına oturtturarak Batı değerleri ile uyumlarını sorgulamaktadır. Oryantalist perspektif doğrultusunda Batı medyasının İslam ve Müslümanlara yaklaşımı dışlayıcı ve ötekileştirici özelliğe sahiptir. Bu bağlamda saldırılardan 10 yıl sonra Fransa'nın yüksek tirajlı yayınları arasında yer alan *Valeurs Actuelles* ve *L'Express* dergilerinin Ekim sayılarının göstergebilimsel analizinden yola çıkılarak İslamofobi ve medeniyetler çatışmasının ilişkisi analiz edilmiştir.

Göstergebilimin kurucularından olan Saussure, göstergebilimi dil bağlamında ele almıştır. Buna göre dil sembolleri, sözcükleri ya da birbirinden ayrı anlam katmanlarını içeren bir göstergeler dizisidir. Saussure'a göre gösterge gösteren ile gösterilenden oluşmakta ve ikisi arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Gösteren bir resim, görüntü ya da nesne olabilir ancak gösterilen, nesnenin somut varlığından ziyade göstergenin zihinde beliren soyut ya da kavramsal boyutuna gönderme yapmaktadır (Saussure, 1998). Saussure'ün modelini popüler kültür, fotoğraf ve reklamlara uyarlayarak genişleten Barthes (1993) göstergelerin farklı kültürlerde farklı anlamlar üretebileceğine dikkatimizi çekmektedir. Nitekim toplumların kültürleri, değer yargıları ya da inançları göstergelerin üretim kabiliyetini etkilemektedir. Saussure'ün göstergebilim yaklaşımına düzenlem ve yan anlam kavramlarını ekleyen Barthes'a göre kendisinden başka bir şey karşılık gelen gösterge hem düz hem de yan anlama sahiptir. Bu anlam ne söylendiği ve nasıl söylendiği ile yakından ilgilidir. Düz anlam göstergenin ne söylediğine işaret ederken yan anlam o şeyin nasıl söylendiğine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda düz ve yan anlamların bir araya gelmesi ile göstergeler mit denilen yeni anlamları ortaya çıkarmaktadır. Barthes'a göre (1991) mitler yazılı, sözlü ya da görsel mahiyette olabilirler ancak önemli olan mitlerin amaçlı bir yönelime sahip olması ve alıcıda istenen duyguyu ortaya çıkarmak için tasarlanmasıdır. Tıpkı göstergeler gibi mitler de anlamlarını üretirken içinde belirledikleri toplumun kültürel bağlamından etkilenmekte ve popüler kültür tarafından üretilmektedir. Şu halde bir miti ele alırken ideoloji ya da figürün amacı ve üretmek istediği anlamın yanı sıra bu ideoloji ya da figürün popüler kültürde neyi temsil ettiği son derece önemlidir. Öte yandan bir mitin inşa edilmesindeki asıl amaç o toplumdaki hâkim anlayışın ideolojisini doğal hale getirmektir.

Bu çalışmada *Valeurs Actuelles* ve *L'Express* dergilerinin önemli gösterge ve kodlarının temel söylemlere nasıl anlam kazandırdığı analiz edilerek belirlenmeye çalışılmıştır. Böylelikle medyanın göstergeleri dönüştürme sureti ile yeni mitler ürettiği üzerinde durulmakta ve Batı toplumunun kültürel değerleri doğrultusunda İslam'ın bir figür ya da ideoloji olarak neyi temsil ettiği analiz edilmektedir.

Valeurs Actuelles ve L'Express Dergileri Örneği

Resim 1. Valeurs Actuelles, Ekim 2011 Sayısı: İslam, Fransa ve Avrupa'yı Nasıl Değiştirecek / Dönüştürecek?



Resim 2. L'Express, Ekim 2011 Sayısı: Batı İslam'a Karşı



Son yıllarda Batı medyasında Avrupalı Müslümanlar medeniyetler çatışması çerçevesinde haber yapılmaktadır. *Valeurs Actuelles* ve *L'Express* dergilerinin Ekim 2011 tarihli sayıları da Fransa ve Avrupa'da Müslümanlar ve dolayısıyla İslam'ı ele almaktadır. *Valeurs Actuelles*'in sayısının arka fonunda İslam'ı sembolize eden yeşil renk dikkat çekmektedir. *L'Express*'in sayı kapağında ise gökyüzünü sembolize eden mavi arka fon üzerine önde ve daha görkemli cami minaresi ile arkada ve biraz silik kalan kilise çan kulesi görülmektedir. İslam ve Batı büyük karakterle yazılmışken diğer kelimeler daha küçük karakterlerle başlıkta yerlerini almaktadır. Her iki kapakta da İslam ve ona bağlı değerler daha ön plana çıkartılmaktadır. Böylelikle her iki örnekte de İslam'a hem kavram olarak hem de görsel olarak vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu vurgu daha çok bir korku unsuru olma özelliğini taşımaktadır. Ayrıca her iki örnekte arka fonda kullanılan renkler de dikkat çekmektedir. Renklerin, psikolojik etkileri olduğu kadar sembolik anlamlar da taşıdığı düşüncesinden yola çıkıldığında yapılan haberlerin ideolojik bir anlam taşıdığı anlaşılmaktadır.

Kapak sayfalarında “İslam, Fransa ve Avrupa'yı nasıl değiştirecek / dönüştürecek?” ve “Batı, İslam'a karşı” şeklindeki başlıklarla bir din olan İslam'ın karşısına Fransa ve Avrupa coğrafi olarak konumlandırılmaktadır. Özellikle medya tarafından son yıllarda bilinçli şekilde din ile coğrafi bölgenin karşı karşıya getirilmesi sıkça başvurulan bir yöntemdir. Bu örnekler “İslam ve Avrupa” veya “İslam ve Batı” konularını ele alırken İslam ile Avrupa'nın dini ve kültürel mirasının temelini oluşturan Hristiyanlığa vurgu yapmaktadır. Tartışma medyanın belirlediği kavramlar üzerinden sürdürülmektedir. Stuart Hall'in (1974, s. 18-21) ifadesiyle “kitle iletişim araçları, kamuoyunu ilgilendiren sorun ve konuların tanımlanmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Sorunların “merkezi” veya marjinal olarak tanımlandığı terimleri belirlemektedir”. Aslında medyanın tanımladığı ve biçimlendirdiği kavramlar, bir tarafta İslam medeniyeti diğer tarafta ise Hristiyan kökenli Avrupa medeniyeti

olarak tarihten bu yana çatışma halinde olan ve birbirinden her boyutuyla farklı iki dünya kurgulamaktadır. Batı'nın İslam ve Müslümanlara düşmanca yaklaşımının tarihçesi oldukça eskiye dayanmaktadır. Oryantalizm tarihi, Doğu-Batı/ İslam-Hristiyanlık arasında kurgulanan polarizasyonunu yansıtmaktadır. Bir başka ifadeyle her birinin kendine özgü özellikleri, kimliği, düşünme ve dünyayı görme biçimleri ve tarihleri bulunan ve birbirinin zıddı olarak sunulan iki farklı dünya, iki farklı medeniyet tasavvur edilmektedir. Oryalist düşüncenin Doğu-Batı ayrımında Müslüman Doğu medeniyeti katı, zalim, hoşgörüsüz, irrasyonel ve medeniyet seviyesine ulaşamayan şekilde tasvir edilirken, Batı gibi gelişmediği ve geri kaldığı gerekçesi ile ötekileştirilmiştir. İslami değerler ve Müslümanlar Hristiyan Batı literatüründe “düşman” ve “tehdit” olarak nitelendirilmişlerdir. Nitekim o dönemlerde İslam ve Müslümanlar “dışarıdaki düşman” ve “dışarıdaki öteki” olarak görülmekteydi.

Batı medyasının, İslam ve Müslümanları ele alırken gerçeklerden çok hayali bir kurgu olan “ben ve öteki” ve “biz ve onlar” ayrımına sıkça başvurduğu görülmektedir. Edward Said, *Covering Islam* (1981, s. 169) başlıklı çalışmasında Batı medyasının İslam ve Müslümanları haber yapma noktasında oldukça etkili ve başarılı olduğunu vurgularken bu başarının, gerçekliğe veya kesinliğe dayanmadığını, sadece onu üreten kişi ve kurumların siyasi etkisine bağlı olduğunu savunmaktadır. Ötekileştirme süreci ırk ve din üzerinden yapılmaktadır. Saeed (2007, s. 443-449) Müslümanların medyada “yabancı bir öteki” olarak tasvir edildiğini ve bu yanlış beyanın, “ırkçılık”ın, dolayısı ile “öteki”nin kültürel temsillerinde bulunan İslamofobinin gelişimiyle bağlantılı olabileceğini öne sürmektedir. Hem dini hem de kültürel anlamda Hristiyan Batı’ dan farklı olan Müslümanlar için Batı’nın sınırları dışında, Doğu’da, yaşayan bir düşman tanımı yapılmaktaydı. Ancak 20. yüzyıldan itibaren tarihi düşmanın statüsü değişime uğramıştır.

Asırlar önce şekillendirilen Müslüman Doğu ile Hristiyan Batı arasındaki uçurum bugün de tazeliğini korumaya devam etmektedir. Son zamanlarda daha da alevlenen Avrupa’daki göçmen tartışması Müslüman ve İslam’a odaklanmaktadır. Batı’nın sömürge altına aldığı ülkelerden gelen ve özellikle 20. yüzyılda Türkiye gibi ülkelere Avrupa’ya göç dalgası ile dışarıdaki düşman Batı’nın topraklarına yerleşmiş ve iç düşmana dönüşmüştür. *Valeurs Actuelles* ve *L’Express* dergi kapakları da tarihten gelen düşmanlığın bugüne yansımalarını tartışmaya açmaktadır. Görseller ve başlıklarda “içimizdeki düşman medeniyetimizi tehdit ediyor” mesajı verilirken İslam ve Müslümanların Avrupa’da varlıkları tartışma konusu yapılmaktadır. İslam ve Müslümanlar Avrupa’nın sosyokültürel ve sosyopolitik peyzajında yer alsalar da farklılıklarından dolayı dini ve kültürel kimliğe tehdit olarak algılanmakta ve ötekileştirilmektedir.

Bu bağlamda *Valeurs Actuelles* ve *L’Express* dergileri Ekim 2011 sayıları Samuel Huntington’un yıllar önce savunduğu *Medeniyetler Çatışması* (1993) tezini hatırlatmaktadır. Sovyetler Birliğinin sona ermesiyle birlikte kadim düşman yaklaşımı medeniyetler çatışması ile alevlenmiştir. Huntington’un medeniyetler çatışması tezi- ne göre Soğuk Savaş’tan sonra çatışmalar ekonomik ya da ideolojik nedenlerle değil kimlik ve kültür eksenli olacaktır. Daha açık bir ifadeyle çatışma medeniyetler arasında kurgulanmaktadır. Huntington çalışmasında İslam medeniyetinin, en üstün medeniyet olarak değerlendirdiği Batı medeniyeti için bir tehdit oluşturduğu düşüncesini savunmaktadır.

1990’lı yıllarda gündeme gelen *Medeniyetler Çatışması* teorisine vurgunun 11 Eylül saldırılarından sonra arttığı gözlemlenmiştir. Özellikle 11 Eylül İkiz Kule saldırıları sonrası Müslümanların tehdit, düşman ve terörist olarak algılanması ivme kazanmıştır. Medeniyetler arasında bir çatışma çerçevesinde değerlendirildiğinde saldırıların, Müslümanların Batı değerlerine açtıkları bir “savaş” olduğu düşüncesi şaşırtıcı değildir. Bir başka ifadeyle zulüm, zorbalık ve terörü temsil eden barbarların (Müslümanların) demokrasi, insan hakları ve hukuk üstünlüğü için mücadele eden medeniyete (Batı) karşı savaşı sembolize edilmektedir. Batı’nın çatışma algısında Müslümanlar, savaşılması gereken birer terörist olarak değerlendirilmektedir. Sadece akademide değil medya ve siyasi arenada da benzer söylemler ortaya çıkmaktadır. Manuel Valls ve Nicolas Sarkozy’nin 2015 tarihinde kullandıkları “medeniyetler savaşı” kavramı Emmanuel Macron tarafından *El-Mundo* (27 Aralık 2017) gazetesine verdiği bir röportajda kullanılmıştır. Medeniyetler çatışması, kimliklerin manipüle edilmesinde önemli politik bir rol oynamaya devam etmektedir. Bu yaklaşım, çatışmaları tüm karmaşıklıkları içinde kavramak yerine, tanımlanmış okuma biçimlerine göre yorumlamayı mümkün kılar. Ancak oryantalist düşünür Bernard Lewis de benzer görüşleri paylaşmaktadır. Ona (1990) bu çatışma eski rakip olan İslam medeniyetinin Batı’nın Musevi-Hristiyan mirasına, mevcut laikliğine ve her ikisinin de küresel genişlemesine karşı tarihsel bir tepkidir. *Valeurs Actuelles* ve *L’Express* dergi kapaklarında da Fransız siyasetçiler veya oryantalistin önde gelen isimlerinden Lewis örneğinde olduğu gibi İslam medeniyetinin, Batı medeniyetini tehdit eden homojen ve totaliter bir ideoloji olduğu yaklaşımı ön plana çıkmaktadır.

Dergi kapaklarında öne çıkan diğer bir nokta Batı’da İslam’ın daha baskın hale gelerek Batı’yı dönüştüreceği ve Batılı değerleri değiştireceğidir. Bu bağlamda Müslüman görünürlüğü, nüfus sorunu olarak görül-

mektedir. Müslümanların çoğalarak yayıldıkları ve bir müddet sonra Batı toplumlarında hakimiyetlerini ilan edecekleri korkusu dillendirilmektedir. Bu düşünce *Valeurs Actuelles* dergisinin kapak başlığında ve *L'Express* dergisinde cami ve kiliseyi bir araya getiren görselde ortaya çıkmaktadır. Bu söylem daha çok aşırı sağ taraftan dile getirilse de medyanın kayıtsız kalmadığı görülmektedir. *Causeur* dergisinin Eylül 2021 sayısı, Avrupalı nüfusun hızlı bir artış gösteren Müslüman nüfusu karşısında azınlık konumuna düşeceğini iddia etmektedir. Görsel olarak esmer renkli bebeklerin beyaz renkli bebeklerin önüne geçtiği dikkat çekmektedir. Azınlıkta olan Müslüman göçmen çocuklarının birkaç sene sonra çoğunlukta olacakları, aynı şekilde çoğunlukta olan Avrupalıların azınlıkta kalacakları vurgulanmaktadır. Böylelikle çoğunlukta olan Müslümanların Avrupa'nın toplumsal, siyasal, kültürel ve dini yapısını değiştireceği iddia edilmektedir.

Sonuç

Müslümanların Batı medyasındaki temsilleri önyargı ve kalıp yargılara dayalı yayınlarla aşağılama, küçümseme, dışlama ve ötekileştirme etrafında şekillenmektedir. Böylelikle Müslümanlar temsil sorunu yaşamakla beraber Batı medeniyeti ile sürekli çatışma halinde olduklarına dair algı kurbanı olmaktadır. İslam medeniyetinin Batı tarafından dini ve kültürel kimlik kaynaklı ötekileştirilmesi yeni bir olgu değildir. Tarihsel sürece bakıldığında İslam ve Müslümanların barbar, zalim ya da medeniyet yoksunu gibi olumsuz nitelenelelere maruz kaldıkları görülmektedir. 21. yüzyılda da durumun farklı olduğunu söylemek oldukça zordur. Tarihsel süreçte tekrarlanan bütün önyargı ve kalıp yargılar dün olduğu gibi bugün de medya tarafından kullanılmaktadır. Bu bağlamda İslam ve Müslümanların bir düşman olarak işaret edildiği dikkat çekmektedir.

Valeurs Actuelles gibi *L'Express* dergisi de kullandığı görsel ve başlıklarla tarihten gelen bu düşmanlığı hatırlatmaktadır. Dünyayı İslam ve Avrupa olarak iki blok halinde kurgulayan dergiler, tarihi düşmanın tehdidine dikkat çekmektedirler. Özellikle Haçlı Seferleri ile daha belirgin hale gelen Müslümanların düşman olarak görülmeleleri sonraki dönemlerde de çeşitli yapıtlarla ortaya konmuştur. 21. yüzyılda dergilerin İslam ve Müslümanları “eski düşman” olarak ele alışlarında da devamlılık söz konusudur. Dergi kapaklarında İslam ve Müslümanlar tarihi eskilere dayanan düşman ve öteki perspektifinden okuyucuya sunulmaktadır. Bu bağlamda bir tarafta bütün olumsuzlukları, şiddet ve barbarlığı simgeleyen İslam medeniyeti, diğer tarafta kendini medeniyetin sembolü olarak tanımlayan Batı medeniyetinin çatışması gündeme getirilmektedir. *Valeurs Actuelles* ve *L'Express* dergileri kullandıkları görsel ve başlıklarda tarihte dış düşman olarak algılanan Müslümanların iç düşman olarak ülkelerini tehdit ettiklerini savunmaktadır. Ayrıca çatışan iki medeniyet tasavvurunda İslam medeniyetinin Batı medeniyetini zayıflatarak varlığını zora sokacağı ifade edilmektedir. Bir başka ifadeyle İslam medeniyeti tarafından tehdit edilen Batı medeniyetinin her açıdan zayıflama sürecine girdiği vurgulanmaktadır. Bu zayıflama ile beraber ilerleyen dönemde İslam medeniyetinin Avrupa'da egemenliği ele geçirecek çoğunluğu oluşturacağı iddia edilmektedir. Müslümanların Batı medyasındaki temsili, olumsuz unsurlara dayanmaya devam ettikçe, Batı toplumlarında bir “öteki” ve bir “düşman” olarak görülmeye devam edilmesi kaçınılmazdır.

Son Notlar

¹ TRT İslamofobi Belgeseli (2008). 4. Bölüm'den yararlanılmıştır.

² 1991 ABD Yapımı “Kızım Olmadan Asla”, 1991 ABD yapımı “Şeyh”, 1942 ABD yapımı “Arap Geceleri”, 1944 ABD yapımı “Ali Baba ve Kırk Haramiler” ve 1947 ABD yapımı “Denizci Sinbad” bu filmlere örnek olarak verilebilir.

Kaynakça

- Abrahamian, E. (2003). The US media, Huntington and September 11. *Third World Quarterly*, 24(3) 529-544.
- BBC. (22 Eylül2015). *Yaptığı saat bomba sanılan Ahmet Muhammed'e Google'dan jest*. https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/09/150922_ahmed_muhammed_google
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel serüven*. Çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (1991). *Mythologies*. Çev. Annette Lavers, New York: The Noonday Press.
- Brown, M. D. (2000) *Comparative perspectives on racism*. Ed. Jessika Ter Wal ve Maykel Verkuyten. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Canatan, K. (2007). İslamofobi ve Anti-İslamizm - kavramsal ve tarihsel yaklaşım. *Batı dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm* İçinde. Ed. Kadir Canatan ve Özcan Hıdır. Ankara: Eskiyeeni Yayınları.

- Göksu, V. ve Saygılı, R. (2012). Amerikan medyasının İslam algısı. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi Sempozyumu*. Ed. Osman Alacahan ve Betül Duman. Sivas: İbn-i Hüman Vakfı Yayınları.
- Hall, S. (1974). Black men, white media. *Journal of the Caribbean Artists Movement*, 9(10), 18-21.
- Hıdır, Ö. (2007). Anti-Semitizm ve Anti-İslamizm: Benzerlikler ve farklılıklar. *Batı dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm İçinde*. Ed. Kadir Canatan ve Özcan Hıdır. Ankara: Eskiyei Yayınları.
- Huntington, S. (2006). *Medeniyetler çatışması ve yeni dünya düzeninin yeniden kurulması*. çev. Mehmet Turhan, Cem Soydemir. İstanbul: Okyanus Yayınları.
- Lewis, B. (1990). The roots of Muslim rage. *The Atlantic Monthly*, 47-60.
- Lorraine P. S. (2006). Islamophobia pre-and post-september 11th, 2001. *Journal of Interpersonal Violence*, 21(3), 317-336.
- Ohiagu, O. (2011) The internet: The medium of the mass media. *Kiabara Journal of Humanities*, 16(2), 225-232.
- Paçacı, M. (2013) İslamofobi. *Kutlu Doğum Haftası Hz. Peygamber ve İnsan Onuru Sempozyumu*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Saeed, A. (2007). Media, racism and Islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the media. *Sociology Compass*, 1(2), 443-462.
- Said, E. W. (1981). *Covering Islam: How the media and the experts determine how we see the rest of the world*. New York: Pantheon Books.
- Said, E. W. (2008). *Medyada İslam*. İstanbul: Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Saussure, F. (1998). *Genel dilbilim dersleri*. Çev. Berke Vardar, İstanbul: Multilingual Yayınları.
- The Runnymede Trust. (1997). *İslamophobia. A Challenge For Us All*.
- The Wall Street Journal, 21 Eylül 2001.
- Yardıı, M. ve Dalkılıç, M. (2018). Nefret söylemi ve ifade özgürlüğü tartışmaları çerçevesinde İslamofobyaya: L'Express dergisi örneği. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 1(1), 89-109.

The Conflict of Civilizations and the Perception of Islam in Valeurs Actuelles and L'Express after 11 September

Müşerref YARDIM

Betül KARAKOYUNLU

Extended Abstract

The September 11 Twin Tower attacks are of vital importance in terms of Islamophobia in the West and therefore the perception of Muslims living in Western countries. From this date on, a visible momentum in the opposition to Islam and Muslims has not gone unnoticed. Blaming Muslims for the September 11 attacks has created a negative and hostile atmosphere such as physical and psychological violence, discrimination, exclusion and marginalization. These attacks targeted Islam in the context of culture and civilization, and Muslims were treated as potential terrorists. Immediately after the attacks, a call for war based on religion and civilization was developed using a confrontational language. The official discourse since the then-president of the state, George W. Bush, has been based on the fact that Muslims are an enemy to be fought. A clash based on culture and civilization expressed by the media, intelligentsia and politicians overlaps with the Clash of Civilizations thesis written by Samuel Huntington. Expressing that the conflicts will be based on culture and civilization, Huntington exhibits an orientalist approach to Islam and Muslims. From this point of view, it is argued that the September 11 attacks are a conflict between Western civilization and Islamic civilization.

In the representation of Muslims in the Western media, the September 11 attacks are cited as a turning point. The role of the mass media in creating a negative image about Muslims is indisputable, with the disinformation, intense campaigns and propaganda they carry out. The view in the media that Muslims were prone to violence, which existed before 9/11, was put forward in clearer terms after the attacks. Especially cinema, television, radio, magazines and newspapers should be mentioned in the first place in the formation of the perception that Muslims are terrorists. Western media has tended to feed the clash of civilizations with representations based on prejudices. It is seen that the reactions to the September 11 attacks and the stigmatization of Muslims as terrorists because of their beliefs have become a routine, giving legitimacy to islamophobic hate speech and hate crimes.

Although many years have passed since the September 11 attacks, the idea of a clash of civilizations in the Western media is still current today. 10 years after the September 11 attacks, Valeurs Actuelles and L'Express magazines published publications presenting Islamic civilization and Western civilization in conflict. The background, such as the green color used on the covers of Valeurs Actuelles and L'Express magazines, visuals such as churches and mosques, and "How will Islam change / transform France and Europe?" and "West against Islam" emphasize the East-West distinction that orientalism has been expressing for centuries. Prejudice, stereotypes, and intolerant and hostile attitudes towards Islam and Muslims began to emerge with the emergence of Islam. Throughout history, the Christian West has marginalized the Muslim East with different methods. Two opposite worlds, positive and negative, are perceived by orientalism. In Valeurs Actuelles and L'Express magazines, Islam and Muslims are mentioned not only as the opposite pole of the West, but also as the "external enemy" that turns into an "internal enemy". Islam and Muslims are perceived as an "internal threat" that does not belong to Western lands, does not comply with Western values, even conflicts and fights. This discourse turns Muslims into an "undesirable" minority group in the Western lands.

By placing geographical regions such as Europe or France on the covers of the magazines, the emphasis is on Christianity. In the media's construction of the Self and the Other, the "imaginary Eastern Muslim" Other is made. The media not only creates an unrealistic image of Muslims, but also turns Islam and Muslims into fear. The existence of Muslims, who are perceived as a danger and a threat, in Western societies is ques-

tioned. This fear is based on the idea that Muslims will soon dominate Western societies by gaining a majority in numbers. When we go into a little more detail, it is seen that the fertility rates of Muslims, especially the spread of Islamic names such as Muhammad by giving children in Western societies, the visibility of Muslims in the public sphere and the demands for freedom of religion and conscience are met with concern. In addition to different segments of the society, especially the media draws attention in the formation of the fear that those in the minority will become the majority and impose their own order. This situation is also evaluated as the weakening and disappearance of Western values based on the Judeo-Christian tradition in the face of Islamic values. In the images used on the covers, this idea emerges with the mosque minaret, which is presented more magnificently opposite the church bell tower. It is stated that just as the minaret dominates the church bell, Muslims will also dominate over the Westerners.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

The authors' contribution rates in the study are equal.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.



MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 263-280

Geliş: 14.07.2021 | Kabul: 16.11.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.971701

Amerikan Dış Politikası ve Dinsel İmgeler Bağlamında “Messiah” Dizisinin İncelenmesi

Pınar BASMACI*

Öz

Atfedilen anlamlar ve beklenen kişiler farklı olsa da üç büyük din olarak kabul edilen Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam'da Mesih inancı bulunmaktadır. Yeni bir çağ başlatmak için geleceğine inanılan Mesih ile birlikte tüm kötülüklerin sona ereceği ve dünyaya güzelliklerin hâkim olacağı düşünülmektedir. En başından beri Tanrı ile birlikte olduğuna inanılan Mesih'in önemi Yahudilik ve Hristiyanlık dininde çok büyüktür. Yahudilikte Mesih'in Davud, Hristiyanlık'ta ise İsa olduğuna inanılmakla birlikte, gelecek olan Mesih'in dünyayı kurtaracağı düşünülmektedir. İslam'da ise kurtarıcı imgesi yer almamakla birlikte, Hristiyanlık'taki gibi Mesih'in İsa olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda Mesih kavramının ana temasını oluşturduğu Messiah dizisinin ele alındığı çalışmada, Mesih imgesinin dizide dinsel kodlar bağlamında ele alınıp alınmadığını ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Mesih'e dair nasıl bir temsiliyetin olduğunu saptamak da çalışmanın problemidir. Çalışmanın örneklemini ise dizinin tüm bölümleri oluşturmaktadır. Betimsel analiz yönteminin kullanıldığı çalışmada, dizi Mesih kavramı ile Amerikan dış politikası bağlamında irdelenmiştir. Bu perspektifle, dizide yeni bir Mesih imgesinin yaratıldığı ve bu Mesih'in dinsel bir simgeden ziyade, kökeni özgürlüğe dayanan ve ideal hale getirilen ancak hiçbir zaman uygulanmayan Amerikan dış politikasının, gerçeğe aktarımını ortaya koyan bir temsil olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Mesih, Yahudilik, Hristiyanlık, İslam, Amerikan Dış Politikası

The Examination of the “Messiah” Series in the Context of American Foreign Policy and Religious Images

Abstract

Although the attributed meanings and expected persons are different, there is a belief in the Messiah in Judaism, Christianity, and Islam. Although it is believed that the Messiah is David in Judaism and Jesus in Christianity, it is thought that the coming Messiah will save the world. Although there is no savior image in Islam, it is accepted that the Messiah is Jesus, as in Christianity. In this context, the study aims to reveal whether the Messiah image is discussed in the context of religious codes in the series, in which the Messiah series is the main theme of the concept of Christ. It is also the problem of the study to reveal what kind of representation there is for Christ. The sample of the study consists of all parts of the series. In the study, in which the descriptive analysis method was used, the series was examined in the context of the concept of Messiah and American foreign policy. With this perspective, it has been concluded that a new image of Christ was created in the series and that this Christ is a representation that reveals the realization of the American foreign policy, which was based on freedom and idealized but was never implemented, rather than a religious symbol.

Keywords: Messiah, Judaism, Christianity, Islam, American Foreign Policy

ATIF: Basmacı, P. (2021). Amerikan dış politikası ve dinsel imgeler bağlamında “Messiah” dizisinin incelenmesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 263-280.

* Arş. Gör. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, pinarkovaci@gmail.com | orcid.org/0000-0002-2552-7955, Niğde, Türkiye

Giriş

Mesih inancının konu edinildiği *Messiah* dizisinin ele alındığı çalışmada, dizide ortaya konan Mesih imgesi irdelenmiştir. Konunun seçilme nedeni dizinin yayınlandığında çok tartışılması ve gelen tepkiler üzerine yayınlandığı platform olan Netflix’in dizi iptal etme kararı almasıdır. Ayrıca diziyi iptal etme kararı alması da çalışmayı önemli kılmaktadır. Bu bağlamda Mesih’in dinsel kodlar çerçevesinde irdelenip irdelenmediğini tespit etmek çalışmanın amacını oluştururken; sorunsalını da Mesih’e dair nasıl bir sunum ortaya konduğunu oluşturmaktadır. Örneklemler olarak dizinin tüm bölümleri, başka bir deyişle tüm evren seçilmiştir. Bu doğrultuda da yayınlanan 10 bölüm incelenmiştir. Betimsel analiz yöntemi kullanılan çalışma, Mesih kavramı ile Amerikan dış politikası temel alınarak çözümlenmiştir. Çalışmada irdelenen sorular ise şu şekildedir:

- Araştırma Sorusu 1: Dizide Mesih hangi dinin temsilcisidir?
- Araştırma Sorusu 2: Amerikan dış politikasıyla ilintili sahnelerde öne çıkan unsurlar nelerdir?
- Araştırma Sorusu 3: Dizideki temsiller gerçeklikle bağdaşmakta mıdır?
- Araştırma Sorusu 4: Dizide Mesih nasıl konumlandırılmaktadır?

Bu noktadan hareketle de çalışmada öncelikle Mesih kavramından, sonrasında Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam’daki Mesih inanışlarından bahsedilecektir. Ardından, dizinin Amerikan yapımı olması ve Amerikan dış politikasıyla bağlantılı sahnelerin olmasından dolayı Amerika ve dış politikasına da değinilecektir. Sonrasında dizi, dinsel imgeler ve Amerikan dış politikası bağlamında analiz edilecektir. Sonuç bölümünde ise elde edilen bulgular tartışılacaktır. Fakat tüm bunlardan önce, *Messiah* dizisinin tartışıldığı yazılara yer vermemek çalışmayı eksik kılacağından öncelikle kısaca söz konusu yazılardan bahsedilecek, daha sonra literatüre geçilecektir.

Bu bağlamda Poorthuis (2020, s. 11), *Messiah* dizisini incelediği çalışmasında, Mesih ile İncil’deki İsa arasındaki benzerliğin kuvvetli olduğunu söylemektedir. Poorthuis, İsa’nın Mesih tasvirinin, İsa’nın zihinsel sağlığı hakkında şüpheler, mucizeler yapamama, kaçamak ve esrarengiz cevaplar, sosyal olarak yıkıcı unsurlar gibi Hristiyanların bile aşına olmadığı yönleri içerdiğini belirtmektedir. Ayrıca Hristiyanlığın yanı sıra Amerikan siyasetine yönelik de eleştirinin olduğunu ve aynı şekilde, İsrail siyaseti ile radikal İslam’ın da eleştirildiğini eklemektedir.

Başka bir yazı da Mesih dizisinin iptal edilmesine dairdir. Yazıda, İncil’den üretilen Mesih’in, din, inanç ve politika arasındaki çizgileri araştırdığı bilgisi yer almaktadır. Dizide CIA görevlisinin, Mesih’in bir dolandırıcı mı yoksa ilahi bir varlık mı olduğunu ortaya koymayı amaçladığı belirtilmektedir. Fakat dizinin bazı tartışmalara ve tepkilere neden olduğu, bu yüzden de change.org üzerinden dizi boykot çağrılarının olduğu, ayrıca Ürdün Kraliyet Film Komisyonu’nun, dizinin Müslümanların çoğunlukta olduğu ülkede gösterilmemesini istediği yazılmaktadır (Andreeva, 2020).

Türkiye’de yayınlanan bir yazıda ise Mesih ile ilgili üç argüman ortaya atılmaktadır: Karakterin İsa eew-Mesih olduğu, illüzyonist bir şarlatan olduğu ya da sahte Mesih Deccal olduğu. Yazıda, Mesih’in kum fırtınasında yemeden içmeden vaaz verdiği, yaralanan çocuğu dokunarak iyileştirdiği, kasırganın ortasında ayakta kaldığı, insanlar üzerindeki güçlü etkisi, su üzerinde yürümesi ve ajanları dirilttiği için Mesih İsa olabileceği söylenmektedir. Bununla birlikte, doğa olaylarının rastlantısal olabileceği, net cevaplar veremediği, amcasının illüzyonist olması, akıl hastanesinde tedavi görmesi ve teröristle olan bağı dolayısıyla illüzyonist bir şarlatan olabileceği belirtilmektedir. Öte yandan ise ilk olarak Şam’da ortaya çıkması, hitabet yeteneği, kederli görüntüsü, dünyayı dolaşmaya başlaması, illüzyonlar ile insanları şaşırtması, tüm dünyanın onu duyması, Yahudi asıllı bir aileden gelmesi ve ölümleri diriltmesi ile de Mesih Deccal olabileceği ifade edilmektedir. Yazının sonunda ise bu argümanlardan yola çıkılarak, Mesih’in, Deccal olduğu iddia edilmektedir (Keleş, 2020).

Bir başka yazıda da Mesih’in, Hz. Muhammed tarafından tarif edilen Mesih tiplerine uygun olarak, uzun saçlı, esmer, orta boylu ve sarı elbiseli olduğu belirtilmektedir. Fakat bunun yanı sıra Mesih olarak ortaya konan karakterin Mesih değil, Deccal olduğu savunulmaktadır. Çünkü Mesih karakteri dizide “Ben şeytanın gözünün içine baktım” demekte, insanlara kutsal metinlere dönmelerinin onları kurtarmayacağını söylemekte, Tanrı’nın tufan istediğini belirtmekte, ölümleri diriltmekte ve kendisini Mesih olarak nitelendirmemektedir (www.kaanintavsiyesi.com).

Söz konusu iddialara karşı Güleroğlu (2020) ise yazısında, Mesih’in Deccal olduğu fikrine karşı çıkarak, dizideki yapıcı ve uyarıcı mesajların görmezden gelindiğini savunmaktadır. Mesih’in herhangi bir dinle ilişkilendirilmediğini, bu yüzden de İslam karşıtı olmadığını veya Hristiyanlığı ya da Museviliği övmediğini söylemektedir. Bunun yanı sıra herhangi bir dinin, peygamberin veya kutsal kitabın da eleştirilmediğini ekleyen Güleroğlu, son olarak da Mesih karakterinin, insanların ihtiyacı olan sevgiyle yüklü olduğunu ve dizinin en önemli mesajının dünya barışı olduğunu iddia etmektedir.

Son olarak Koç ve Güler (2021, s. 81), dizinin Mesih'in dönüşümünü mü yoksa Mesih'in dönüşünü mü ele aldığı sorguladıkları çalışmalarında, dizinin, dinin ideolojik tarafına vurgu yaptığını ve bu bağlamda da dinin ayrıştırıcı ve birleştirici özelliğinin altını çizdiğini söylemektedirler. Ayrıca dizinin din ve inançları tartışarak, yeni bir din ile söylem düzeni kurduğunu belirtmektedirler. *Messiah* dizisiyle ilgili yazılanlara değinildikten sonra, dizinin Mesih söylemi üzerine kurulu olmasında ötürü öncelikle Mesih inancından bahsedilecektir.

1. Mesih İnancı

Geleceğe dair konuları baz alan apokaliptik metinlerin temel düşüncelerinden biri, yeni bir çağ başlatmak için Mesih geleceği düşüncesidir (Ayğın, 2019, s. 232). Kelime olarak ele alındığında ise Aramice Meşia ve İbranice Meşiah olan Mesih kelimesi Arapça kökenlidir ve “*elle sıvazlamak, boyutunu anlamak için eli bir şeyin üzerine koymak, el sürmek, yağla mesh etmek, yağ sürmek*” anlamlarına gelmektedir (Waardenburg, 2004, s. 306).

Bununla birlikte Mesih kelimesi, kral ve kâhin anlamlarına da gelmekte ve Eski Antlaşma ön bildirimlerinden vadeliden kral ile baş kâhinin İsa olduğuna işaret edilmektedir (McDowell ve Larson, 2013, s. 22). Fakat öte yandan Mesih inancının ilk olarak ne zaman ve nasıl ortaya çıktığı tespit edilememektedir (Akben, 2007, s. 6).

Öz olarak Mesih'i, ahir zamanda dünyaya gelerek, yeryüzünü hâkimiyeti altına alacak bir lider olarak tanımlamak mümkündür (Akben, 2007, s. 5). Mesih ayrıca, ete bürünmüş sözdür ve “Başlangıçta Söz vardı. Söz Tanrı'yla birlikteydi ve Söz Tanrı'ydı” ile de Mesih'in her zaman Tanrı ile birlikte olduğu ortaya çıkmaktadır (McNeill, t.y., s. 59).

Yahudi ve Hristiyan inancında Mesih, kurtarıcıya işaret ederken; Mesih'in, Tanrı ile inananları barıştırmak için geleceğine inanılmaktadır (Ayğın, 2019, s. 228; McNeill, t.y., s. 8). Hristiyanlık ve Yahudilik'te Mesih ve İslamiyet'te ise Mehdi inancı vardır. Mesih inancı bilhassa Hristiyanlık ile Yahudilik'te önem arz etmektedir (Fığlalı, 1982, s. 179).

Mesih'in Yahudi apokaliptik metinlerinde, askeri bir kişilikte olduğu ve insanoğluna benzediği ifade edilmekte, ancak aynı zamanda tekrardan dirilmek gibi üstün özellikler de Mesih'e yüklenmektedir (Ayğın, 2019, s. 233). Bu bağlamda Irenaeus'a göre, eskiden görülen Tanrı, Mesih'ten başkası değildir ve bunun anlamı, Oğul'un Tanrılığı için mücadele ederken Baba'yı dışlamak değildir. Kutsal Kitap'ta yazılanların amacı aynıdır. Mesih, yaşayanların Baba'sıyla birlikte Tanrı'dır (McNeill, t.y., s. 74).

Bununla birlikte, apokaliptik metinlerde Mesih'in gelişinden öncesi, ahlaksızlığın, dinsizliğin ve kötülüğün çok arttığı bir dönem olarak anlatılmaktadır. Mesih'in ise tüm bu kötülükleri ortadan kaldıracığına inanılmaktadır. Ayrıca tüm dini inanışlarda Mesih'in karşısına bir kötülük figürü resmedilmektedir. Mesih'in söz konusu kötü güçlerle mücadele ederek, yeneceği düşünülmektedir. Yahudilik inancında bu kötü güç Beliar ve Hristiyanlık'ta Antichrist'dir (Ayğın, 2019, s. 237). Müslümanlıkta ise Deccal'dir. Mesih inancından kısaca bahsedilen bu başlığın ardından, Yahudilik, Hristiyanlık ve Müslümanlıktaki Mesih anlayışları ayrı ayrı ele alınacaktır. Bu yüzden sonraki başlıkta Yahudilik'teki Mesih anlayışı irdelenecektir.

1.1. Yahudilik'te Mesih

Yahudilik'te güçlü bir inanç olan Mesih inancı, ileride gelecek olan kurtarıcıya işaret etmektedir. Yahudi inanışa göre beklenen Mesih henüz gelmemiştir (Waardenburg, 2004, s. 306). Bu inançta Mesih ayrıca yağlanmış, kutsanmış ve seçilmiş kişiye işaret etmektedir (Akben, 2007, s. 8). Bu bağlamda da yağlanmanın bir ritüel olduğu Yahudilikte, bu ritüel krallar için de yapılmaktaydı ve böylece kral kutsallık kazanarak, Tanrı'nın halkını Tanrı'nın adına yönetme yetkisine sahip olmaktadır (Russell, 1964, s. 304). Daha başka bir deyişle de krallara da Mesih'in özellikleri atfedilmekte ve krallar, Tanrı'nın yansıması olarak kabul edilmektedir.

Geleceğine inanılan Mesih'in ise Hz. Musa'nın, İsrailoğullarını sıkıntıdan kurtaran ve dini simgeleyen en önemli figür olmasına rağmen, Davud olduğuna inanılmaktadır. Bu yüzden Yahudi inancında Davud, ideal kral ile Mesih modelidir (Ayğın, 2019, s. 228). Ayrıca Mesih'in, bakire bir kızıdan doğarak, adının İmmanuel olacağı ve doğumunu Mikail'in ilan edeceğine inanılmaktadır (Sarıkçıoğlu, 2002, s. 278).

Fakat Mesih'den önce İlyas Peygamber'in geleceğine inanan Yahudiler, İlyas'ın, Mesih'in gelmesinden üç gün önce Filistin dağlarında görüneceğini ve Mesih'in gelişini müjdeleyeceğini düşünmektedirler. Gelirken kutsal suyu, kudret helvasını, Harun'un asasını ve mesh yağını da getireceği söylenen İlyas'ın, Yahudilerin aile hayatlarını ve dini meseleleri düzenleyeceği belirtilmektedir (Sarıkçıoğlu, 1997, s. 88).

İlyas Peygamber'in gelişiyi ilgili İşaya' şu cümleleri kurmaktadır: “Dağları aşıp gelen müjdecinin ayakları ne güzeldir! O müjdeci ki, barış haberi duyuruyor, iyilik müjdesi veriyor, kurtuluşu ilan ediyor, Sion'a “Tanrın

kral oldu!” diyor... Telaş içinde çıkmayacaksınız, kaçarak gitmeyeceksiniz. Çünkü Yehova önünüzden gidecek; İsrail’in Tanrısı ardınızda muhafız olacak” (İşaya: 52).

İşaya ayrıca Mesih’in gelişyle ilgili ise tepeden bakanların aşağılanacağını, insanoğlunun kibrinin kırılacağını, değersiz olan tüm ilahların ortadan kalkacağını ve insanların, O’nun dehşetinden kaçacağını belirtmektedir (İşaya: 2). Bu da Yahudi inanisinde Mesih’in gelişine atfedilen önemi ortaya koymaktadır ki yine İşaya da bu önem sıklıkla pekiştirilmektedir. Bu bağlamda da Mesih geldiğinde çöllerin ve bozkırın yeşilleneceği, Mesih’in insanları kurtaracağı, körlerin gözlerinin görmeye, sağırın kulaklarının duymaya, topalların yürümeye, dilsizlerin konuşmaya başlayacağı belirtilmektedir. Ayrıca çöllerde suların fışkıracağı, bozkırda derelerin akacağı, göllerin ve pınarların ortaya çıkacağı ve yeşil çayırların olacağı belirtilmektedir (İşaya: 35).

Bunlara ek olarak Mesih’in, dünya üzerindeki her türlü zulmü kaldırarak, adaleti hâkim kılacağını, halkı sefaletten kurtaracağına, fakirlere yardım edeceğine ve ülke topraklarını güzelleştireceğine inanılmaktadır (Akben, 2007, s. 12). Ayrıca Mesih’in, Kudüs’ü düşmanlardan temizleyerek, oraya yerleşeceği, İsrailoğulları, buldukları memleketlerden, toplanıp Filistin’e geldiklerinde, yeniden dirilme zamanının da gelmiş olacağı düşüncesi yer almaktadır (akt. Akben, 2007, s. 12).

Öte yandan İşaya Mesih geldiğinde bir yolun daha olacağı ifade etmektedir. Kutsallık Yolu denecek olan bu yoldan temiz olmayanların geçemeyeceğini, Mesih’i seçenlerin yolu olacak olan bu yolda, akılsızların dolanamayacağını, bedelle kurtarılanların o yolda yürüyeceği ve onların yüzlerinin sonsuza dek güleceğini, kederin ve iniltinin de uçup gideceğini söylemektedir (İşaya: 35). Yahudilik’teki Mesih inanisinin ele alındığı bu başlığın ardından sonraki başlıkta ise Hristiyanlık’taki Mesih inanisinden bahsedilecektir.

1.2. Hristiyanlık’ta Mesih

Yahudiler’den farklı olarak Hristiyanlar gelecek Mesih’in, Hz. İsa olduğuna ve Hz. İsa’nın ikinci defa dünyaya geleceğine inanmaktadırlar (Waardenburg, 2004, s. 306). Çünkü Hristiyan teolojisinde, Yeni Antlaşma metinleri yazarları ile kilise babaları, Eski Antlaşma metinlerini, Yahudiler’inkinden farklı olarak, kendilerine özgü bir şekilde okumaktadırlar. Bu okumaların merkezinde de İsa Mesih bulunmaktadır (Seyfeli & Tanrıkulu, 2019, s. 25). Esasında İsa Mesih inancının, Hristiyan inancının kökenini meydana getirdiğini belirtmek gerekmektedir. Bilhassa İsa’nın dirilişi, Hristiyanlığın ana temasını oluşturmaktadır (Küçük, 2016, s. 230).

Bununla birlikte Hristiyan teolojisi, insanın yaratılışı üzerine kuruludur ve bu bağlamda da inaniştaki evren ile insan algısı, yaratılış fikrine dayanan asli günah ile ölüm, cennet ile cennetteki yaşam, insanın düşüşüyle dünya hayatını meydana getirmektedir. Ancak bunun İsa Mesih düşüncesindeki tezahürü ise tersten bakmayı gerektirmektedir. Çünkü İsa Mesih, kurtarıcı olarak dünyaya gelmiş ve ölmüş insan aracılığıyla cennetteki günahsızlıkla sonsuz yaşama erişme olanağını insana yeniden vermiştir (Seyfeli & Tanrıkulu, 2019, s. 24-25).

Bu yüzden Hristiyanlar İsa Mesih’in ikinci kere tekrar geleceğine inanmaktadırlar. İlk gelişinde hakarete uğrayarak, başarısız olan Mesih, ikinci olarak kıyamet vaktinde gelecek ve zafere ulaşacaktır (akt. Aka, 2009, s. 11). Ancak şunu da belirtmek gerekmektedir ki Hristiyanlık’ta İsa’nın ölümünün ve dirilişinin, insanoğlu için kurtuluş olduğu fikri hâkimdir. Ayrıca İsa’nın kendisini tüm insanlık için feda ettiği ve dirilerek, göğe yükseldiği düşünülmektedir. Bu yüzden de Hristiyan inanisinde İsa Mesih, inanç ve ibadet bakımından figürlerin en önemlisidir (Küçük, 2016, s. 231).

Bu bağlamda da İncil’de, inanmayanların İsa Mesih aracılığıyla Tanrı’yla barıştıkları, Mesih’in Tanrısızlar için öldüğü, başka bir deyişle Mesih’in, inanmayanların günahlarından dolayı öldüğü ve Mesih’in kanı ile Tanrı’nın gazabından kurtulacakları yazmaktadır (Romalılar: 5).

Seyfeli ve Tanrıkulu’ya (2019, s. 25, 34, 38) göre ise Hristiyan inanisinde İsa Mesih, Hayat Ağacı olarak adlandırılmaktadır. Çünkü ikisinin de en belirgin özelliği ölümsüzlük; başka bir deyişle sonsuz yaşamdır. Bunun Kutsal Kitap’ta açıkça yazmadığını, ancak ikisinin de anlatımında ortak özelliklerin olduğunu ifade eden Seyfeli ve Tanrıkulu, Hayat Ağacı’nın cennete kavuşmak anlamında kullanıldığını söylemektedirler. İsa Mesih’in varoluşuna dair mucizeleri ortaya koyan bu teolojide ayrıca, İsa ile İsa’nın hayat sunan özelliğine dair yaşamında bulunan temel noktaların söz konusu olduğunu da eklemektedirler. Bu noktalar, “*babasız ve bakireden doğum, vaftiz, son akşam yemeği, çarmıh ve ölüm, diriliş ve yükseliş*”dir.

Ancak bunların yanı sıra Hristiyan inanisinde İsa Mesih’e farklı bir bakış açısı da söz konusudur. Bu bakışı sahip McDowell ve Larson’a (2013, s. 79-81) göre, İsa Tanrı’nın yetkisine sahip olduğunu söylemiş, bu bağlamda da kendisine tapınılmasını kabul etmiş, diriltme yetkisinin olduğunu ifade ederek, Tanrı gibi konuşmuştur.

Ayrıca Hristiyan inanisinde İsa Mesih’e Tanrı’nın özellikleri de atfedilmiştir. Bu bağlamda Tanrı’nın beş özelliğinden bahseden McDowell ve Larson (2013, s. 68-78), bu özelliklere İsa Mesih’in de sahip olduğundan bahsetmektedirler. Bunlar, *Tanrı her yeredir: Matta İncil’de, Mesih’in de her yerde olduğu ve Mesih’e iman*

edenlerin içlerinde Hz. İsa'nın yaşadığını yazdığını belirtmekte ve sonrasında da ölümlü bir kişinin nasıl yeryüzündeki tüm inananların yüreklerinde yaşadığını iddia edebileceğini sormaktadırlar. *Tanrı her şeyi bilir:* Tanrının her şeyi bilmesine dair, Yeni Antlaşmada, Mesih'in tüm bilgiye sahip olduğunu, geçmişten, bugünden ve gelecekte haberdar olduğunu ifade etmektedirler. *Tanrı her şeye gücü yetendir:* Tanrı'nın her şeye gücünün yetmesi bağlamında Mesih'in bu özelliğinin bazen fiziksel güç şeklini aldığını, bazen de yaratılış üzerindeki yetkisini gösterdiğini belirtmektedirler. Mesih'in günahları bağışlama yetkisinin de olduğuna ve bu her şeye gücün yetmesinin kutsallık, bilgelik ve iyilikle dolu olduğuna değinmektedirler. *Mesih'in ezelden varoluşu:* Kutsal Yazılardaki birçok ayetin Mesih İsa'nın varoluştan önce de bir varlık olduğu konusunda hemfikir olduğundan bahsetmektedirler. *Mesih'in sonsuzluğu:* Kutsal Kitap'ta Tanrı gibi İsa'nın da sonsuz olduğunun ve İsa'nın bir başlangıcının olmadığını yazdığını söylemektedirler.

McDowell ve Larson İsa Mesih'e karşı farklı bir bakış açısı ortaya koymakta ve İsa Mesih'in Tanrı ile bir görülmesini, Tanrı'nın özelliklerinin ona yüklenmesini eleştirmektedirler. Ayrıca İsa Mesih'in, kendisini Tanrı'nın yerine koyduğunu ve Tanrı adına konuştuğunu belirtmektedirler. Ölümlü bir kişinin Tanrı ile özdeş olmayacağını ifade eden McDowell ve Larson, bu inancı eleştirmektedirler. Hristiyanlık'taki Mesih inancından sonra ise İslam'daki Mesih inancı ele alınacaktır.

1.3. İslam'da Mesih

Kur'an'da Mesih, Hristiyanlıktakinden farklı olarak, Hz. İsa'nın ölümünden sonra tekrar dirilmesi üzerine değil, doğumundan itibaren Hz. İsa için kullanılmaktadır. Ayrıca Mesih kelimesi Kur'an'da, Hristiyanlıkta kullanılan anlamından ziyade, Hz. İsa'nın peygamber olduğu anlamındadır (Wardenburg, 2004, s. 309).

Bu bağlamda İslam inancına göre de Mesih'in, İsa olduğu söylenebilir. Allah tarafından gönderilen peygamber olarak kabul edilen İsa'ya İncil isminde bir kitap indirildiğine inanılmaktadır (Tekin, 2020, s. 242). Ayrıca İslam kaynaklarına göre, Hz. İsa'ya Mesih adı, dokunarak hastalara çare olduğu, çok gezdiği, doğduğu zaman şeytandan korunması adına Cebrail'in kanadıyla dokunduğu, yağla mesh edilmiş şekilde doğduğu ve yüzü güzel olduğundan dolayı verilmiştir (akt. Tekin, 2020, s. 239). Bu noktada Mesih'e anlam olarak Yahudi inanışındaki anlamın yüklendiğini, fakat Mesih olarak Hristiyan inanışındaki gibi Hz. İsa'nın görüldüğü söylenebilir.

Buna ek olarak Hz. İsa'nın Kur'an'da nasıl geçtiğine bakmak gerekmektedir. Hz. İsa, Mesih ve peygamber olarak geçmekte, annesinin bakire Meryem olduğu, beşikte konuşmaya başladığı, kendisine İncil'in gönderildiği, hastaları iyileştirerek, ölüleri diriltiren Hz. İsa'nın, kendisini ilah olarak ilan etmediği, onu böyle addedenlerin kâfir olduğu ve ise Hz. İsa'nın ölmeyip, göğe yükseldiği anlatılmaktadır (Tekin, 2020, s. 245).

Bu doğrultuda Maide Suresi 17. Ayette, Allah'ın, Meryem oğlu Mesih olduğunu söyleyenlerin küfre düştüğü, her şeyin sahibinin Allah olduğu, dilediğini yaratan Allah'ın her şeye gücünün yettiği anlatılmaktadır (kuran.diyar.net.gov.tr). Yine Maide Suresi'nin 73. ve 75. Ayetlerinde, Mesih'in yalnızca bir elçi olduğu ve ondan önce de elçilerin olduğu, ayrıca Allah'ı için üçü olarak görenlerin kâfir oldukları, Allah'tan başka ilah olmadığı yazılmaktadır (www.kuranmealı.com). Öz ile Hristiyan inancından farklı olarak, Mesih, İsa olarak görülse de Allah ile İsa'nın bir olmadığı, İsa'ya Tanrısal özellikler atfedilemeyeceği ve İsa'nın Allah'ın elçisi olduğu vurgulanmaktadır.

Öte yandan İslamiyet'te Mehdi inancı da bulunmakta ve bu inanç, Mesih'in İslam kültüründeki karşılığını temsil etmektedir (akt. Gün, 2017, s. 105). Mehdi kelime olarak hidayete ermiş anlamına gelmektedir. Ayrıca Mehdinin, ahir zamanda ortaya çıkacağı ve İslam'ı yeryüzüne yayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda dünyayı adaletle dolduracağına, zulmü kaldıracağına, İslam memleketlerini egemenliği altına alarak, Müslümanları kendisine bağlayacağına inanılmaktadır (Gün, 2017, s. 101-103).

Molla Halil'den aktarıldığı üzere, O'na göre Hz. İsa Şam'daki beyaz minare üzerine inecektir. Hz. İsa'nın inince Deccal'i öldüreceğini ifade eden Molla Halil, İsa'nın, Hz. Muhammed'in şeriatıyla hükmedeceğini, Hristiyanlığa son vereceğini, yedi yıl hüküm sürüp öleceğini belirtmektedir (Tekin, 2020, s. 251-252).

Fiğlalı (1982, s. 196) da buna ek olarak, Deccal'ı öldürdükten sonra Mesih'in, sabah namazında Kudüs'te olacağını söylemektedir. Müslümanların imamı Mehdi, yerini Mesih'e vermek istese de Mesih kabul etmeyecek, Mehdi'nin arkasında namaz kılacaktır. Ardından domuzu öldürerek, haçı kıran Mesih, kendisine inanmayı reddeden Hristiyanlarla Yahudileri öldürecek ve tüm insanlar Müslüman olacaktır. Mesih kırk yıl kalıp, ardından ölecek ve namazı da Müslümanlarca kılınacaktır. Sonrasında ise Medine'ye, Hz. Ebu Bekir ile Hz. Ömer'in arasına defnedilecektir.

Öte yandan Gün (2017, s. 99-100) çalışmasında Mehdiliğin, toplumların kültürel ve siyasi yapılarıyla bir bağı olduğunu ve sonradan inanç haline getirilen bir olgu olduğunu söylemektedir. Ayrıca Mehdiliğin, dini

bir olgudan ziyade sosyo-kültürel yapıda siyasi bir kavram olduğunu iddia etmektedir. İslam’da erken dönem akaid eserlerinde Mehdiliğin yer almadığını da eklemektedir.

Aynı perspektifle, Kur’an ile Kitab-ı Mukaddes metinlerinin arasındaki farklara dikkat çeken Aygün (2019, s. 256), apokaliptik metinlerin ilahi metinler olarak değerlendirilemeyeceğini belirtmektedir. Bundan dolayı da bu metinlerin çizdiği kurtarıcı beklentisinin, İslamiyet’te bir karşılığı olmadığını, daha öz bir deyişle İslamiyet’te bir kurtarıcı düşüncesinin bulunmadığını belirtmektedir. Daha kısa bir deyişle, Mesih inancının yerini, İslamiyet’te Mehdi almaktadır. Ancak Yahudilik ve Hristiyanlık’tan farklı olarak bir kurtarıcıya işaret etmeyen bu inanış akaid eserlerinde de bulunmamaktadır. Bu bağlamda İslamiyet’teki Mesih ve Mehdi inancından bahsedilen bu başlığın ardından, dizinin Amerikan yapımı olması ve Amerikan dış politikası ile ilgili sahnelerin daha iyi anlamlandırılabilmesi için sonraki başlıkta Amerika’nın dış politikasına değinilecektir.

2. Amerika’nın Ortadoğu Politikası

Çalışmanın uygulama kısmında ele alınan dizide İsrail, Filistin, Suriye ve IŞİD ele alındığından bu başlık, Amerika’nın Ortadoğu politikasıyla sınırlandırılmıştır. Ancak Amerika’nın Ortadoğu politikasına geçmeden önce kısaca Amerika’nın dış politikasından bahsetmek çalışma açısından faydalı olacaktır.

Küresel bir güç olan ABD’nin dış politika alanındaki uygulamalarını farklı dönemler üzerinden sınıflandırmak mümkündür. Bu çerçevede 1823 ile 1939 yılları arasında Amerika’nın dış politikası, eyalet sistemiyle diğer ülkelerle ilgili Amerikan sistemi arasındaki gerilim ve söz konusu gerilimi etkileyen unsurlardan oluşmaktadır (Ülker Erkan, 2010, s. 185). 1865-1900 yılları ise Amerika’nın dış politikasının oluşmasında sanayileşmeye birlikte, ekonomik bir güç statüsüne yükselmesinden dolayı ayrı bir döneme karşılık gelmektedir (Sümer, 2008, s. 124).

Amerika’nın dış politika konusundaki tutumu, uluslararası ilişkilerde güç boşluğu oluşmaması için tarihin tüm dönemlerinde liderliğe ihtiyaç olduğunu savunulması ve bu görevi en iyi kendisinin yapacağını düşünmesi prensibine dayanmaktadır. Süper güç olması da bunu pekiştirmektedir. Bu nedenle Amerika var olduğundan bu yana bir Amerikan kültürü yaratmaktadır (Sümer, 2008, s. 131-132).

Bununla birlikte, Amerika’nın günümüzdeki dış politikasının oluşmasında Sovyetler Birliği ile aralarında geçen Soğuk Savaş’ın önemli bir rol oynadığını belirtmek gerekmektedir. Söz konusu savaş aracılığıyla günümüzdeki güçlü lider konumunu oluşturmuştur (Sümer, 2008, s. 124). Amerika’nın politikalarının büyük kısmı da Rusların yayılmasını ve kendilerine tehdit oluşturmasını engellemek içindir. Amerika’nın stratejisinin amacı kendi güvenliği ile dünyada var olan güçler arasındaki dengenin sağlanmasını temel almaktadır (Ülker Erkan, 2010, s. 192).

Öte yandan Ermağan (2012, s. 22), Amerika’nın, dış politikasına dair 1766’da ortaya koyduğu Bağımsızlık Bildirgesi’nde dört kavramı vazgeçilmez olarak nitelendirdiğini ve bu kavramların eşitlik, özgürlük, halkın egemenliği ile doğal haklar olduğunu söylemektedir. B. Ayça Ü. Erkan (2010, s. 186) da Amerikan dış politikasının anahtar kavramlarının fırsat, barış ve demokrasi olduğunu belirtmektedir.

Amerika’nın devlet politikası ise barışçıl ve demokratik olma eğilimindedir. Ayrıca sosyal tabakalar arasındaki eşitliği baz alan bir tutum ortaya koyduğundan komünizm ile sosyalizme de uzak durmaktadır (Ülker Erkan, 2010, s. 186). Amerika’nın dış politikasındaki yaygın düşüncenin özgürlük ideali olduğunu belirtmek gerekmektedir. Diğer bir yaygın düşünce de Amerika’nın sürekli olarak kendisini savunmak zorunda olduğu ve diğer güçlerden saldırılara uğradığı iddiasıdır. Bunlara ek olarak, var olan doğruları değiştirmek veyahut yeni doğrular ortaya koymak da Amerikan dış politikasına ait özelliklerdendir (Sümer, 2008, s. 132-133).

Bu noktada Selin M. Bölme, Amerika’nın dış politika stratejisini eleştirerek, gittiği yere askeri gücünü götürün ve oradan çıkmayan Amerika’nın politikasının özgürlük değil, Amerikan yayılmacılığı olduğunu söylemektedir. Ayrıca gittiği bölgeden üst düzey askeri üstler kuran Amerika’nın bölgeyi kontrol altına alması çabasında olduğuna da dikkat çekmektedir (akt. Ermağan, 2012, s. 26).

Fakat öte yandan Cenap Çakmak (2011, s. 4) ise Amerika’nın çok iyi bir dış politika tasarımına sahip olduğunu belirtmektedir. Ayrıca söz konusu dış politikası aracılığıyla potansiyelini kullandığını eklemektedir. Bilhassa 20. yüzyılda bir dünya devleti haline gelen Amerika’nın sırrının dış politika anlayışında olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte, bu dış politika tasarımı, her türlü sorun ve duruma göre çözüm üretebilme esnekliğine sahip olduğunu da söylemektedir.

Söz konusu görüşlerin ışığında, ABD’nin küresel ölçekte bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Çeşitli coğrafyalardaki ülkelerin iç ve dış siyaseti üzerinde önemli bir role sahip olan ABD, bu yönüyle güçlü bir devlet kapasitesine sahiptir. Devletin ana aygıtlarını aktif bir şekilde kullanarak ilişkilerinde olduğu ülkeleri yönlendiren ABD, kendi çıkarları için stratejik hamlelerde bulunmaktadır. Bu noktada Ortadoğu ülkeleri ile yakın bir ilişki içinde olarak güncel siyasete etki etmektedir. Söz konusu duruma istinaden çalışmanın bu kısmında ABD ile İsrail arasındaki ilişkiyi ele almak araştırmaya yarar sağlayacaktır.

2.1. Amerika'nın İsrail Politikası

İsrail Devleti kurulduğunda, İsrail'i fiili olarak ilk tanıyan ülke Amerika Birleşik Devletleri olmuştur (Özdemir ve Akbaş, 2020, s. 50). Hukuki olarak İsrail'i ilk kez Sovyetler Birliği tanısa da İsrail ile ABD arasında ilişki daha sıcak bir görünüme sahiptir. Nitekim 1976'dan sonra sürekli olarak Amerika'dan en fazla dış yardım olan ülke olmuştur. Amerika'nın İsrail'e yönelik politikasının temellerini oluşturan tarihsel, moral ve stratejik nedenler bu ülkenin dolayısıyla da bölgenin güvenliğinin kalıcı bir hale dönüştürülmesi için Mısır'a da büyük oranda yardım yapılmasını gerektirmiştir (Arı, 1999, s. 238).

Amerika Soğuk Savaş döneminde, Sovyetler Birliği'nin Ortadoğu'da etki alanını genişletmesini önlemek, bölgedeki petrole Batı'nın ulaşmasını garanti altına almak adına İsrail ile müttefik olmuştur. İsrail'in bölgede Sovyet etkisine karşı bariyer görevi görmesi ve askeri üstünlüğü ile Arap rejimlerine karşı Amerika yanlısı olması, Amerika için İsrail'i vazgeçilmez kılmıştır. Nixon yönetimi ile birlikte de Amerikan askeri yardımların da desteğiyle İsrail, Ortadoğu'da Amerika'nın karakolu konumuna yerleşmiştir. İsrail'in Amerikan yanlısı Arap rejimlerinin iç ayaklanmalar ile devrilmesini önleyici bir role sahip olduğu da iddia edilmektedir. Bunların yanı sıra İsrail'in Ortadoğu'daki diğer ülkelere nispeten daha demokratik olması, soykırımdan dolayı Yahudilere sempati duyulması ve Amerika'da var olan güçlü Yahudi lobisi de etkilidir (Kasım, t.y., s. 121-122).

Bu bağlamda Yahudi lobisinin Amerika'nın İsrail'e yaptığı askeri ve ekonomik yardımları teşvik ettiğini ve bunları takip ettiğini belirtmek gerekmektedir. Bu yüzden de söz konusu Yahudi lobisi Amerika'nın dış politika yapımcılarının bakış açılarının İsrail lehine olmasında önemli bir başarı ortaya koymaktadır (Kasım, t.y., s. 125). Bu noktada Amerika'nın İsrail'e desteğinin nedenlerinin Yahudi lobisi, stratejik ortaklık ve dini faktörler olduğu söylenebilir (Oruç, 2014, s. 6-8).

Bu yönüyle karşılıklı ilişki içinde olan ABD ve İsrail lobisi, Amerika'nın Filistin politikası üzerinde de belirleyici etkiye sahiptir. ABD'de güçlü olan İsrail diasporasının etkisiyle siyasi ve iktisadi açıdan kararların alınmasında bu bağın önemli olduğunu söylemek mümkündür.

2.2. Amerika'nın Filistin Politikası

Amerika'nın esasen belirli bir Filistin politikası bulunmamaktadır. Amerika, Filistin sorunu noktasında, 1967 yılından önceki sınırlara geri dönülmesi, Yahudi yerleşimlerin sınırlandırılması, Filistinli mültecilerin ülkelerine dönemlerinin sağlanması ve iki devletli bir çözüm söylemi dile getirmesine rağmen, İsrail'in uzlaşmaz tutumundan dolayı bir şey yapmamıştır. Çünkü genel olarak Amerika'nın, İsrail'e karşı yumuşak bir tavır ortaya koyarken, Filistin'e karşı ise sert bir politikayı tercih ettiği söylenebilir. Bu yüzden de Filistin topraklarından ve bilhassa Gazze sınırında İsrail topraklarına yapılan saldırılar dolayısıyla İsrail'in savunma hakkını kullandığı ve önleyici güç kullanmasının meşru olduğu savunulmaktadır. Bununla birlikte, Amerika'nın Filistin politikasının altında yatan nedenin, yalnızca güvenlik politikası olduğunu söyleyenlerin yanı sıra İsrail'le birlikte Gazze'yi Batı Şeria'dan ayırarak, nihai bir Filistin devletinin İsrail ve Ürdün arasına sıkıştırılmasını sağlamak olduğu da iddia edilmektedir (Oruç, 2014, s. 4-5).

Bu yönüyle söz konusu ülkeler ve coğrafya üzerinde stratejik olarak kendi çıkarları çerçevesinde hareket eden ABD, Filistin özelinde de benzer bir tutum ortaya koymaktadır.

2.3. Amerika'nın Suriye Politikası

Stratejik ve jeopolitik açıdan farklı amaçları bulunan ABD ve Suriye, İsrail politikasındaki tutumları nedeniyle de sağlıklı bir diplomatik ilişki dili kuramamıştır. Bu noktada Suriye'nin dış güvenliğe karşı kaygılarının temelini oluşturan İsrail'in, Amerika tarafından desteklenmesinin Suriye ve Amerika ilişkilerini etkilediğine dikkat çekmek gerekmektedir (akt. Sağlam, 2002, s. 124).

Öncelikle Suriye'nin yakın tarihine bakıldığında, 17 Kasım 1970'de gerçekleştirilen askeri darbe neticesinde Hava Kuvvetleri Komutanı Hafız Esad'ın iktidara geldiği ve uzun süren iktidarı boyunca Amerika ve Sovyetler Birliği ile dengeli bir politika izlediği görülmektedir. Hafız Esad'ın vefatının ardından oğlu Beşşar Esad Cumhurbaşkanlığı görevine gelmiştir (Deniz, 2013, s. 317).

Suriye'nin son yılları ele alındığında, 2000'li yıllarda yaşanan Arap Baharı'nın birçok Arap ülkesine yayılmasının ardından, 15 Mart 2011'de Suriye'ye de sıçradığı görülmektedir. Diğer ülkelerde kısa süre içerisinde sonuçlanan Arap Baharı, Suriye'de ise farklı seyretmiştir. İki yıldan fazla devam eden süreçte halk, muhalefet ya da Esad somut bir sonuca varamamıştır. Yaşanan gelişmelerin ardından Suriye'de üç muhalif grup ortaya çıkmıştır: Özgür Suriye Ordusu, Suriye Ulusal Konseyi ve Protestocu Muhalifler. Amerika'nın bu noktadaki tutumu ise Suriye'ye yönelik ekonomik yaptırımların uygulanması yönünde olmuştur. Bu bağlamda da Suriye'nin gelirinin neredeyse %30'unun petrole dayanmasından dolayı, Amerika da petrol bazlı ekonomik yaptırımlar konusunda ısrarcı davranmaktadır. Amerika, Suriye politikasını ise Esad'ın gitmesini isteyerek ortaya

koymaktadır. Çünkü olası bir İran ile Suriye ortaklığı, İsrail’in güvenliği açısından risk taşımaktadır (Deniz, 2013, s. 318, 321-322).

Söz konusu gelişmeler ve hedefler çerçevesinde şekillenen ilişkiler, ABD’nin Suriye politikası üzerinde belirleyici olmaktadır. ABD’nin güncel dış siyaseti içinde de önemli bir yere sahip olan Suriye meselesi, bu bağlamda ABD’nin Ortadoğu coğrafyasındaki hedeflerini gerçekleştirebilmesi adına kritik öneme sahiptir. Öyle ki ABD’nin bu çerçevede çeşitli silahlı örgütleri desteklediği de bilinen bir gerçektir.

2.4. Amerika’nın IŞİD Politikası

1980’li yıllarda kurulan Irak ve Şam İslam Devleti (IŞİD) terör örgütü ile 2014 yılından beri mücadele edildiğini söylemek gerekmektedir. IŞİD’in tarihine bakıldığında ise 80’li yıllarda pek çok Selefi grupça Sovyetler Birliği, Amerika ve Batılı ülkeler karşısında evrensel çapta cephe oluşturulmuş ve cihat adındaki vekâlet savaşları başlamıştır. Sonrasında El-Kaide örgütünün öncülüğünde yayılmaya devam eden söz konusu cephe, daha sonra da IŞİD adındaki İslam Devleti örgütüne dönüşmüştür (Abubaker ve Ilgıt, 2019, s. 528). IŞİD’in kurulmasında, Ebu Musab el-Zerkavi önemli bir rol oynamıştır (Şenol, Erdem ve Erdem, 2016, s. 278-279). Bununla birlikte, Amerika liderliğinde IŞİD’e karşı uluslararası bir koalisyon oluşturulmuştur (Oktav, 2019, s. 48).

Ancak Amerika’nın dış politikası bağlamında IŞİD ele alındığında ise Sharghi’nin söylemleri önem arz etmektedir. Bu bağlamda da Sharghi (2020, s. 280-281) çalışmasında, Amerikan yönetiminden Obama’nın akıllı güç stratejisini benimseyerek, dış politika kurallarını genel kabul görmüş değerlere ve ahlaki ilkelere göre belirlediğini, Bush yönetiminin aksine uluslararası iş birliğini benimsediğini belirtmektedir. Ayrıca Arap iktidar partilerinin desteği olmadan, Ortadoğu politikasını uygulayamayacağını kanaat getirerek, ılımlı Arap ülkeleriyle yakın ilişki sürdürdüğünü ve Amerika’nın çıkarlarını üstün gördüğünü söylemektedir. Amerika’nın dış politikasının ana hedefinin statükoyu korumak olduğunu ifade eden Sharghi, bu politikanın bir sonucu olarak da bölge halkının tek sığınağının terör örgütleri ve IŞİD olduğunu belirtmektedir. Bundan dolayı da IŞİD’in geniş toprakları işgal ederek, küresel çapta bir terör örgütü olmasının nedenin Obama dönemindeki pasif ve çıkar odaklı Amerikan politikalarının bir sonucu olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca Amerika’nın IŞİD’i tamamen yok ederek, Ortadoğu’da barış ve güvenliği sağlayacak yeni bir başlangıca yol açması mümkün iken bunu yapmadığını da eklemektedir. Amerika’nın Ortadoğu’daki dış politikasının ele alındığı bu başlığın ardından sonraki başlıkta dizi analiz edilecektir.

3. Messiah Dizisi’nin İncelenmesi

3.1. Betimsel Analiz Yöntemi

Dizinin analizi betimsel analiz yöntemiyle yapıldığından, kısaca söz konusu yöntemden bahsedilecektir. Betimsel analiz yönteminde verileri tanımlama, sınıflandırma ve yorumlama esastır. Söz konusu yöntemde, belirli temalar belirlenmekte ve ele alınan metin, belirli bir kategorizasyonun ardından bu temalara göre yorumlanmaktadır (Ritchie, Spencer ve O’Connor, 2003, s. 237-238).

Betimsel analizin amacı, elde edilen verilerin düzenlenmesi ve yorumlanmasıdır. Söz konusu yorumlama da önceden belirlenen temalar bağlamında yapılmaktadır. Yorumlama yapılırken, elde edilen bulgular arasında neden-sonuç ilişkisi kurulmakta ve eğer gerekli ise karşılaştırma yapılmaktadır. Söz konusu yöntemde, öncelikle analiz yapabilmek adına bir çerçeve oluşturulmakta, daha sonra bu çerçeveye göre veriler işlenmekte, ardından bulgular tanımlanmakta ve son olarak da bulgular yorumlanmaktadır. Betimsel analiz yöntemi araştırmacıya, betimlemelerden hareketle, öznel yorumlar yapabilme ve çıkarımda bulunabilme imkânı sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 224, 239-240). Kısaca betimsel analiz yöntemi, ele alınan metnin, belirli temalar çerçevesinde sınıflandırılması ve yorumlanmasına dayanmaktadır.

3.2. Messiah Dizisinin Konusu

Amerikan yapımı olan *Messiah* dizisi Suriye’de Şam’da ortaya çıkan, ardından İsrail’e ve son olarak da Amerika’ya giden Payam Golshiri isimli birinin halk tarafından Mesih olarak kabul edilmesi ile ilgilidir. Tanrısal özelliklere de sahip olan Mesih, tüm dinlerde kendisine destekçi toplayabilmektedir. Fakat destekçisi olduğu kadar onu sahtekâr ilan edenler de bulunmaktadır. Kitleler üzerindeki etkisinin farkında olan CIA de Mesih’i tutuklamaya çalışmaktadır.

3.3. Messiah Dizisinin Analizi

Dizi ele alındığında ana karakterin yalnızca Mesih kavramı ile değil, Amerikan dış politikasıyla da yakından ilişkili olduğu tespit edilmektedir. Bu bağlamda dizi incelenirken üç büyük dindeki Mesih inancı ile Amerikan dış politikası esas alınacaktır. Mesih’in temsili bağlamında hangi dine daha yakın durduğu tartışılacaktır. Dizi, Amerikan dış politikası perspektifiyle incelenirken ise söz konusu dış politikaya ilaveten Amerika’nın

özellikle İsrail, Filistin, Suriye ve IŞİD ile olan dış politikası dikkate alınarak analiz yapılacaktır. Öz ile dizideki Mesih kavramı ile Amerikan dış politikası kavramı irdelenecek olup, ortaya konan temsillerin ve öne çıkan söylemlerin neler olduğu çözümlenecektir.

3.4. *Messiah* Dizisindeki Mesih Temsili

Üç büyük kitapta da geçen Mesih inancı üzerine kurulu olan dizi, rüya gören bir çocukla başlar. Anne-siyle çocuğun arasında geçen konuşmada, annesinin “Çünkü Kur’an’da öyle yazar, Allah’ın bize yazdığından başkası başımıza gelmez” söylemiyle Müslüman oldukları bilgisi verilir. Ardından annesinin, Allah’ın çocuk için farklı planlarının olduğunu söylemesiyle de bu çocuğun Mesih olduğu iması yapılır. Esasında ise Hz. İsa olduğu ifade edilir. Daha öncede değinildiği üzere, İslam inancında Mesih, yalnızca Hz. İsa’nın dirilişine gönderme yapmamakta, doğduğundan itibaren Hz. İsa için kullanılmaktadır. Çocuğun yaşının küçük olması da İslam’daki bu inanışla örtüşmektedir. Ancak dizide Mesih karakteri daha açık bir temsille izleyici karşısına çıktığında, küçük çocukla ilgili Mesih beklentisi ortadan kalkmaya başlar. Cibril karakterini canlandıran çocuk da diğer inananlar gibi Mesih’in yolunu ve öğretilerini takip etmeye başlar.

Resim 1. Mesih Halka Konuşma Yaparken



Daha sonra konuşma yapan Mesih görülür ve “Allah’ın bize yazdığından başkası başımıza gelmez” cümlesini kurar. Bu cümle, Mesih tarafından Kur’an da geçen bir ayetten alıntılanmıştır. Çünkü Mesih figürü, özellikle bulunduğu coğrafya sebebiyle Müslümanlığa oynamakta ve onların inançlarına dönük kutsal ifadelerle seslenişte bulunmaktadır. Mesih’in dizinin başında bir çocuğa annesi tarafından söylenen ifadelerin aynı-sını kullanması, bir an için söz konusu çocuğun büyüüp Mesih olarak ortaya çıktığı fikrini yaratır. Yani bu sahne, kurgusal dizilimden dolayı, dizinin başındaki çocukla, ekranda beliren ve oradaki topluluğa seslenen kişiyi aynı kişi sanma yanılgısını seyircide oluşturmaktadır. Mesih karakterinin insanlardan fiziksel olarak yüksek bir yere çıkıp aynı ifadeleri kullanması, izleyicinin algısında konuşan kişinin, söz konusu çocuk yani Cibril olduğu fikrini giderek güçlendirir. Ancak çocuk, dinleyiciler arasında görüldüğünde ikisinin aynı kişi olduğu düşüncesi ortadan tamamen kalkar. Bu sadece anlatımsal bir merak uyandırma amacıyla yapılmış sinemasal bir kurgulama mantığının ürünüdür. “Allah’ın bize yazdığından başkası başımıza gelmez” ifadesiyle seslendiği topluluğun dikkatini çekerek, Müslümanların kutsal kitabında yer alan Mesih figürünü canlandırmaya başlayan Mesih karakteri, kendisini dinleyenlerin dikkatini daha çok çekmeye başlar. Söylemlerinin dışında fiziksel görünümü de Müslüman topluluğun ona inanma ihtimalini güçlendirir. Çünkü tıpkı İslam inancında belirtilen Mesih gibi sarı bir cübbeyle ortaya çıkar. Bu durum onu imgesel olarak daha inanılır hale getirir. Bu noktadan sonra söylemleri çok daha güçlü kanıtlar sayılmaya başlanır. Dizinin ilerleyen kısımlarında da görüleceği gibi Mesih figürünün giyimi, yalnızca Müslümanlar’ın beklentilerini karşılayacak biçimde kalmaz. Bu giyim ve giyimle örtüşen söylem biçimi, her coğrafya ve inanca uygun ölçülerde değişim gösterir. Sesleneceği coğrafyada yaşayanların inanç beklentilerine ve yaşam biçimlerine uygun bir giyim biçimine anlık olarak bürünebilmektedir. Mesih, görsel ve işitsel olarak bütün insanların inançlarına ve yaşamlarına uyumlanıp, onlardan biri gibi hareket ederek, her defasında mucizenin müjdesini insanlara vermekte ve her defasında mucizesi gerçekleşmektedir. Bu da Yahudi ve Hristiyan inancında olan Mesih’in gelişiyile gerçekleşecek mucizeleri göstermektedir.

Bununla birlikte, insanların Mesih diye bağırarak toplanmaya başlanması ve bu durumun CIA’in dikkatini çekmesi de önemlidir. Mesih, kendisini takip eden 2 bin kişiye Allah’tan başka ilah olmadığını söyler ve böylece yine O’nun Müslüman olduğu izlenimi yaratılır. Ardından İsrail sınırına, kendisini takip edenlerle birlikte yürüyen ve sınırda tutuklanan Mesih’in sorgulama esnasında söyledikleri ise bu durumu değiştirir. İbranice konuşmasının üzerine sorgusunu yapan Mossad Ajanı Aviram’ın “Filistinli değil misin?” sorusuna, “Niye öyle olduğumu düşündün?” der. Ardından Aviram, Yahudi olup olmadığını sorar, Mesih aslen olduğunu söyler, şimdi ne olduğunu sorduğunda ise Tanrı ile birlikte olduğunu belirtir. Suriye’de ne yaptığını sorduğunda ise Baba’sından gelen mesajı ilettiğini söyler. Aviram’a adıyla hitap eden Mesih’e Aviram, adını nereden bildiğini sorar. Mesih de Baba’sının kitabında geçtiğini söyleyerek, O’nunla ilgili kimsenin bilmediği özel bilgilerden bahseder. Ardından Mesih, hapishanedeki bir görevlinin yardımıyla hücreden kaçar.

Bu perspektifle, Mesih’in yalnızca söylemleri değil, İslam inancında olduğu gibi Şam’da ortaya çıkarak İsrail’e doğru yürümesi de yine Müslüman olduğu inancını desteklemektedir. Ancak Aviram ile aralarında ge-

çen konuşmadan sonra aslen Yahudi olduğunu ve yalnızca Tanrı ile birlikte olduğunu söylemesi ile esasında hiçbir dinin sahip olduğu hükümlere tam anlamıyla ait olmadığını ve Mesih inancıyla ilgili birbiriyle çelişen görüşleri tam olarak desteklemediğini ortaya koyar. Diğer bir ifadeyle, bütün dinlerin Mesih inancı ve Mesih konumlandığı yer birbirinden farklılık arz eder. Ancak bütüne bakıldığında, Mesih’in yerine getireceğine inanılan mucizeler ve işlevler aynıdır. Her birinde Mesih, kurtarıcı ve bütün acıları ortadan kaldırıcı, dünyayı düzene koyucu bir figür olarak görülür. Mesih karakteri, inançlardaki Mesih figürlerinin tümünü gerektirdiği yerde farklı biçimde temsil eder. Burada inançların inanılan tek bir figür üzerinde bile ortak bir paydada buluşamaması eleştirel bir gözle de okunabilir. Mesih karakteri, insanüstü bir güce sahip olduğu halde, bulunuşunu tek bir zeminde ve tek bir gerçeklik biçiminde ortaya koymaz, insanların bilinçaltına sirayet etmiş olan dinsel belirlenimlerin tümünü temsil eder. Tek bir doğruyu ortaya koyarak karmaşa yaratmaz. Çünkü Müslümanlık, Hristiyanlık ya da Yahudilik inançlarındaki ayrımlarının asla bütünleşemeyeceğini ve kendine olan inancın tesis edilemeyeceğini bilmektedir. Hristiyanlıktaki Baba söylemi ile Hristiyanlığa yakın dururken, diğer taraftan Yahudi kökenli olduğunu ve başka söylemlerde Müslüman bir yapı barındırdığını ifade etmesi bundandır. Bu bağlamda dizide, özünde hem hiçbir dine ait olmazken hem de hepsine ait olduğuna işaret edilmektedir. Ancak her şeyin ötesinde, Mesih figürü dinsel olmasının dışında, dini inancı ve inananlarını ortak bir amaçta birleştirmeye çalışır görünür. Yine de tam anlamıyla dinsel ve tanrısal bir öze çağrı için mi bunu yaptığı açık değildir. Dini inanca sahip insanları, yalnızca kendisine bağlı kılmak için dini söylemleri kullanıyor gibi de görünür. Bununla birlikte, Mossad Ajanı’nın adının Aviram olması önemlidir. Aviram, İncil’de Musa’ya başkaldırandır ve bu yüzden yer yarılarak, diri diri ölmüştür (Kutsal Kitap, Çölde Sayım). Dizide de tıpkı İncil’de yazdığı gibi Aviram Tanrı’yı reddeden, O’na inanmayan ve Mesih’i de yakalamaya çalışan bir karakterdir.

Bir başka sahnede ise Mesih, Mescidi Aksa’da konuşma yaparken, İsraili askerler ateş açar ve bir çocuk vurulur. Mesih, eliyle dokunarak yarayı iyileştirir ve ölen çocuğu diriltir. Çocuğun vurulmasının, CNN’deki haberlerde İsrail polisinin, Müslüman turistlere ateş açtığı şeklinde verilmesi dikkat çekicidir. Bu sırada Mesih, Müslümanlar arasında farklı görüşlere neden olur ve O’nun, Muhammed’in sözlerini çarpıttığını ve kâfir olduğunu söyleyenler ortaya çıkar. Öte yandan O’nun Şam’da sarı bir cübbeyle kutsal metinlerde yazdığı gibi görüldüğünü belirtenler de vardır.

Resim 2. Mesih, Ölen Çocuğu Dokunarak Diriltirken



Mesih tıpkı dini inanışlarda olduğu gibi dokunarak iyileştirme özelliğine sahiptir. Ancak bunun da ötesinde McDowell ve Larson’ın da eleştirisinin merkezini olan Tanrısal bir özelliğe sahiptir ve ölen birisini diriltmektedir.

Resim 3. Ayakta kalan tek yapı olan Kilise



Daha sonra Mesih Amerika Texas’taki Dilley kasabasına geçer. Bu kasabadaki maddi olarak zor durumda olan Peder Felix, kilisedeki dosyaları yok etmek için kiliseyi yakmak üzereyken, kasırga çıkar. Her yer yıkılırken, yalnızca kilise ayakta kalır ve Mesih kasırganın ortasında durup, hiç zarar görmez. Tanrı kum fırtınasının ardından bu kez kasırgayla kendisini gösterir. Her yeri yıkarken kiliseyi ayakta bırakmasıyla da mesajını verir.

Bu olayın ardından birçok kişi Mesih’i görmek ve şifa bulmak için Dilley’e gelir. Daha sonra Mesih tutuklanır ve bu süreçte CIA Ajanı Eva’yla görüşen Mesih’in, Eva ile ilgili de kimsenin bilmediği detayları bilmesi değinilmesi gereken sahnelerdendir. Sonrasında Mesih mahkemeye çıkar. Fakat halk mahkemeyi protesto etmek için toplanır. Mahkemede Mesih konuşur: “Kimse doğacağı yere karar veremez. Doğum yerimizi kader belirledi. Siz burada doğdunuz. Ben orada doğdum. Bizi ayıran ne? Sınır dediğimiz şanslıların kararlaştırdığı bir fikirdir. Bugün şanslıların koltuğundasınız... Sizi oraya neyin oturttuğunu unutmayın. Kader. Kader dediğimiz

Tanrı'nın eli değil de nedir?" Müslüman ve İranlı olduğu düşünülen Mesih'e dini sorulu ve Mesih de "Ben herkesle yürürüm" cevabını verir. Mesih'e mahkeme sığınma hakkı verir.

Birçok kişinin Mesih'ten şifa bulmak için kasabaya gelmesi dini inanışlardaki Mesih'in dokunarak şifa veren, hastaları iyileştiren özelliğine gönderme yapar. Mesih'in Aviram gibi Eva'ya dair detayları da bilmesi, O'nun Hristiyan inancındaki gibi Tanrı'nın bir sureti olduğu inancını ortaya koyar. Mesih için halkın protesto etmesi ise halkın da O'nu Hz. İsa'nın geri dönmüş hali olarak gördüğüne işaret eder. Bunların yanı sıra Mesih'in "Ben herkesle yürürüm" söylemiyle, O'nun hem hiçbir dine ait olmadığı hem de bütün dinleri kapsadığı söylemi yinelenir.

Mesih, Peder ve ailesiyle Washington'a gider. Arkasında ise onları takip eden binlerce araç bulunur. Mesih, Beyaz Saray'ın önünde bir konuşma yapar ve "Kutsal kitaplarınıza dönmek sizi kurtarmayacak. Diz çökmek artık kimseyi hoşnut etmeyecek. O günler geride kaldı. Vakit geldi..." der. Ardından suyun üzerinde yürür. Mesih'in kitapların ve diz çökmenin kimseyi kurtarmayacağı söylemi önemlidir. Her biri birbirinden ayrıştığı için hiçbir koşulda mutlak iyiyi ya da güzeli kutsal kitaplar nezdinde bulmanın mümkün olmadığını kastettiği, yoksa seküler olana yakın durmak ve kendi tarafına çekmek için mi bu söylemleri geliştirdiği açık değildir. Bu noktada kutsal kitaplara dönmenin kimseyi kurtarmayacağını ifade etmekle, Mesih'in hiçbir dine ait olmadığı fikri desteklenirken; suyun üzerinde yürümesiyle (ki bu Hristiyan inancındaki Mesih'e ait bir özelliktir) insanüstü özelliklere sahip olduğu düşüncesi insanların gözünde pekişmektedir. Orada bulunan söz konusu insanlar, doğal olmayana duydukları ilkel korkuları ve gizemlere duydukları ürpertiyle Mesih'e çekilmektedir.

Resim 4. Mesih Suyun Üzerinde Yürürken



Mesih'in suyun üzerinde yürümesi tartışılırken, Mesih'in abisi CIA'ye konuşur ve Mesih'in küçüklüğünden beri hikâye anlatmayı çok sevdiğini, çok yalan söylediğini belirtir. Babalarının Yahudi, annelerinin Hristiyan olduğunu söyleyen abisi, ailesinin öldüğünü ve onları amcasının büyüttüğünü, amcasının bir sihirbaz olduğunu, illüzyon numaralarını onlara öğrettiğini söyler.

Öte yandan Mesih ise dizi boyunca kendisini Tanrı'nın bir sureti, Tanrı'nın sözü olarak sunar. Bu da "Başlangıçta Söz vardı. Söz Tanrı'yla birlikteydi ve Söz Tanrı'ydı" ile Mesih'in her zaman Tanrı ile birlikte olduğu (McNeill, t.y., s. 59) inancını hatırlatmakta ve Mesih'in kendisini niye Tanrı'nın sözü olarak nitelendirdiğini açıklamaktadır.

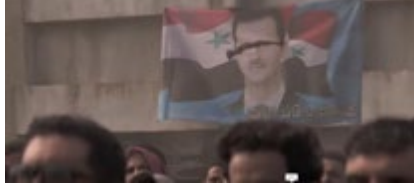
Daha sonra Mesih, Amerikan Başkanı ile görüşür. Mesih ile Başkan arasında Amerika'nın her yerdeki birliklerini geri çekmesi üzerine bir konuşma geçer. Bunun üzerine Başkan'ın adamı, Başkan'dan gizli bir şekilde İsrail ile iş birliği yaparak Mesih'e tuzak kurar. Mesih, Başkan'ın adamının yaptığı gayri resmi konuşmaların ardından, Aviram ile Amerika'dan ayrılır. Gizli bir uçuş ile İsrail'e gider. Fakat Başkan'ın adamı, uçağın kaza yapmasını sağlar. Mesih'in Aviram ile yaptığı konuşmayla, uçağın düşeceğini bildiği iması yapar ve sonrasında da uçak düşer. Mesih'e hiçbir zarar gelmez. Mesih önce Aviram'ı, ardından da uçaktaki iki görevliyi diriltir. Bu sahne dizinin bir başka çok önemli sahnelerindendir. Burada yine Mesih'e Tanrısal özellikler yüklenerek, ölenleri diriltme gücü verilir. Ayrıca uçaktan herhangi bir zararı olmadan çıkması ve uçağın düşeceğini bilmesi de vurgulanması gereken noktalardandır. Bu sahne özünde Hristiyan inanışında, İsa'nın Tanrısal özellikleri olduğuna inanılması ve Tanrı'nın oğlu olarak kabul edilmesinden dolayı Hristiyan inancına yakın durmaktadır. Ayrıca, söz konusu sahneyle, Mesih'in bir yalancı mı yoksa Tanrı'nın bir sureti mi olduğu sorusuna da açıklık getirilmektedir.

3.5. *Messiah* Dizisine Amerikan Dış Politikası Bağlamında Bir Bakış

Dizide Amerikan dış politikası bağlamında değinilmesi gereken ilk sahne bir haberdır. Haberde IŞİD'in Suriye'de tekrar canlanması ile Amerikan dış politikasının bir kez daha eleştiri oklarının hedefi olduğu söylenir ve Suriye Şam'daki görüntüler paylaşılır. Suriye'deki toprakların Güneyli Halife'nin elinde olduğu bilgisi verilir ve bu toprakların Halife'nin eline geçmesini ancak bir mucizenin engelleyebileceği söylenir. Bu bilgiler Amerika vurgusu ile Suriye'nin kurtulmasının bir mucizeye bağlanmasından ötürü önemlidir. Ayrıca sahnenin

önemi, eski Dışişleri Bakanlarından John Kerry'nin “Başlangıçta Esad yönetimini devirmeye çalıştığı için IŞİD terör örgütüne müdahale etmedik” söylemi ve IŞİD'in ABD destekli, hatta ABD yapımı bir terör örgütü olduğu iddialarıyla birlikte artar (Doster, 2018; Doster, 2020; Doster, 2021). Dizide de Suriye'nin işgal altında olmasının sorumlusunun ABD'nin IŞİD ile olan ilişkisi olduğuna işaret edilir.

Resim 5. Esad'ın Posteri



Bir başka sahne ise Mesih konuşmasını yaparken, arkada Esad'ın gözlerinin üzeri çizilmiş bir afişinin olması dikkat çekicidir. Mesih, Allah'ın onlara yardım edeceğini bilgisini verir ve o anda bir kum fırtınası çıkararak, Suriye'nin kurtulmasını sağlar. Esad'ın gözleri çizili afişi, Esad'ın iktidarının son bulduğuna, başka bir deyişle de 'üzerinin çizildiğine' işaret eder.

Bununla birlikte, Suriye ve İsrail'deki gelişmeleri CIA'in takip etmesi ve 2 bin kişinin toplanması üzerine dikkatlerini çekerek, takibe başlamaları, ABD'nin dış politikasındaki 'müdahaleci' ve 'kontrolcü' yaklaşımını açık bir şekilde göstermektedir. Bu bağlamda ABD'nin, tehdit olarak algıladıkları bir sorun karşısında hemen harekete geçtiği fikri ortaya konulmaktadır.

Öte yandan Suriye'deki olaylarla ilgili CNN'deki haberlerin İsrail polisini suçlayarak verdiği görülür. Ancak İsrail ve Filistin arasında yaşanan olaylarda CNN'deki haberlere bakıldığında ise söylemlerin, dizide üretilen söylemlerden çok farklı bir yönde durduğu görülür. Bu içeriklerden birini örnek olarak vermek gerekirse, 14 Mayıs 2021 tarihli haberde, İsrail polislerinin Filistinlilerle çatıştığı yazmakta ve yaşananlar çatışma olarak geçmektedir. Filistinlilerin taş ve sersemletici bomba attığı, Gazze'deki Filistinli militan gruplar tarafından yüzlerce roketin daha ateşlendiği belirtilmektedir. İsrail'in de Gazze'de kara istilası olacağı korkusuyla yedek kuvvet çağırdığı eklenmektedir. Ayrıca İsrail'deki bazı şehirlerin şiddetli çatışmalarla sarsıldığı ve İsrail'in Demir Kubbe hava savunma sistemini, Çarşamba günü Gazze'den atılan bir roketi durdurmak için devreye aldığı söylenmektedir (CNN, 2021). Söz konusu haberdeki temsilin ABD'nin Filistin ve İsrail siyaseti ile örtüştüğünü söylemek mümkündür. Kuruluşundan günümüze kadar İsrail ile olumlu bir ilişkiye sahip olan ABD'nin küresel ölçekteki en önemli iletişim araçlarından olan CNN'in haberi, mevcut krizdeki politikalara uygun olduğu görülmektedir. Fakat diziyeye dönüldüğünde ise gerçektekinin aksine İsrail'i suçlayan söylemler yer almaktadır. Mesih'in Müslümanlar arasında bölünmeye sebep olması da ayrıca önemlidir.

Bunların yanı sıra dizide Aviram ile CIA Ajansı Eva arasında geçen konuşma önemlidir:

Aviram: İsrail'de ne yapıyorsun?

Eva: İşimi... İşim, durumu kontrol altına almak.

Aviram: Senin şehrin değil, Siz Amerikalıların sorunu her işe burunuzu sokmak.

Eva: Sıkışınca bize geliyorsunuz... Burası senin şehrin olabilir ama İsrail kaybederse biz de kaybederiz. Bu bölge patlarsa, ucu hepimize dokunur. O yüzden bu hepimizin sorunu.

Eva ve Aviram arasında geçen konuşma, Amerika ve İsrail arasındaki ilişkiyi yansıtmaya bakımından önemlidir. İsrail kaybederse, Amerika'nın da kaybedeceği vurgusu ile İsrail'deki olaylar ile ilgili CIA ajanının hızlı bir şekilde İsrail'e gelmesi ve olayları kontrol altına almaya çalışması yine dizideki mühim sahnelerdendir.

Daha sonra ise Mesih, Amerika'da Dilley kasabasına gelir ve burada tutuklanarak mahkemeye çıkarılır. Mahkemede Yargıç, Başkan'ın adamı tarafından kendisine baskı yapılmasına rağmen, Mesih'e sığınma kararı verir ve bu sahneyle de 'Amerika'nın adaleti' vurgulanır. Ancak bu adalet, kadim Amerikan adaleti, yani ideolojik anlatıların tümünden aşına olduğumuz mutlak adalet idealinin yansıması değildir. Aksine dizide, Amerika'nın iktidar ve güç mekanizmaları Mesih'in korunmasına şiddetle karşı çıkmaktadır. Mesih'in koruma altına alınmasını sağlayan mekanizma, sözde Amerikan adalet ideali değil, alternatif kararları uygulamaya koyma gücüne sahip olan iktidar harici karar alıcıların varlığıdır. Çünkü Amerikan adaletini sağlayan yazılı kanunların ya da Amerikan demokratik ve özgürlük ideallerinin hiçbirinin yeryüzünde geçerliliği yoktur. Bu idealler yalnızca, sözde ideallerdir. Uygulandığı iddia edilen ve herkesi kapsayıcı olan bu sözde ideallerin ne ulusal ne de uluslararası ölçekte gerçekliği yoktur.

Bu arada Eva, Mesih'in adının Payam Golshiri olduğunu bulur. Ayrıca Tahran'da siyaset okuduğunu ve uluslararası terörist olan Oscar Wallace'in, O'nun hocası olduğunu öğrenir. Mesih'in de sık sık bu kitaptan alıntılar yaparak konuştuğunu anlar. Bu sahne Mesih ile ilgili soru işaretlerine neden olsa da Amerika'nın her türlü bilgiye ulaşabilmesi mesajından dolayı önemlidir.

Söz konusu gelişmeler ABD-İran ilişkileri bağlamında ele alındığında ise CIA ajanın Golshiri hakkında elde ettiği bilgiler ve söylemler Amerika'nın İran'a olan bakış açısını göstermektedir. Mesih karakterinin İran'da siyaset okumasına ve hocasının terörist olmasına dikkat çekilerek İslamofobik bir söylem ortaya konulmaktadır. Bu yönüyle sahneyi İran ve ABD arasındaki diplomatik krizlerin bir yansıması olarak değerlendirmek mümkündür.

Ardından Washington'a gelen Mesih, Beyaz Saray'ın önünde yaptığı konuşmada "Etrafınıza bakın ne görüyorsunuz? Dünyanız iyi mi kötü mü? Suçlu kim? ... Siz nesiniz? ... Özgürlük ve adalet için duruyorsunuz... Ne zaman özgürlük getirdiniz? Nereye adalet getirdiniz? ..." der. Bu sahne dizideki en önemli sahnelerdendir. Konuşmanın Beyaz Saray'ın önünde yapılması, özgürlük ve adalet ülkesi olarak anılan Amerika'ya ithafen, Amerikalılara ne zaman ve nereye, adalet ile özgürlük verdiklerinin sorgulanması düşündürücüdür.

Daha sonra ABD Başkanı ile yaptığı görüşmede Mesih, Washington'a gelme sebebinin Başkan'ın kendisi olduğunu söyler. Sonrasında Başkan'a her yerdeki tüm Amerikan birliklerini geri çekmesini, bin yıllık barış için bunun gerekli olduğunu, bunu yaparsa barış başkanı olarak hatırlanacağını ifade eder. Başkan ise bu birliklerin barış amaçlı olduğunu savunur. Bu sahne, dünyanın yeniden başlamak üzere olduğu vurgusu ve Amerika'nın, diğer ülkelerdeki birliklerinin barış maksadıyla olduğunu söylemesinden dolayı önemlidir. Daha önce değinildiği üzere Amerika'nın, dış politikasını kurduğu kavramlardan biri de barıştır ve Başkan'ın söylemleriyle de bunun altı çizilmektedir.

Söz konusu sahnede geçen diyaloglar aynı zamanda ABD'nin siyasi, iktisadi ve kültürel gücüne de işaret etmektedir. ABD'nin küresel ölçekte kabul gören otoriteye sahip olduğunu yansıtan temsilleri içinde barındıran sahneleri bir yumuşak güç unsuru olarak ele almak da mümkündür. Öyle ki ABD sahip olduğu medya gücüyle algıların şekillenmesinde evrensel çapta belirleyici olabilmektedir. Nitekim söz konusu sahnede de barışı getiren bir otorite olarak temsil edilen ABD, söz konusu gücünü pekiştirmektedir. Öte yandan askeri birliklerin dünyaya huzur getirmek için var olduğu söylemiyle ABD'nin askeri gücüne, askeri kapasitesine de işaret edilmektedir. Kısacası, söz konusu sahnede ABD'nin yumuşak güç ve sert güç aygıtlarını görmek ve etkili kullandığını söylemek mümkündür.

Bu sırada ise Florida'da sel felaketi olur. Haberlerde en az 25 milyar dolarlık hasarın olduğu bilgisi verilir. İlk olarak Şam'da, sonrasında Dilley'de ve son olarak da Florida'da ortaya çıkan felaketler, Mesih'in daha önce Tanrı'nın tufan istediği söylemini destekler.

Suriye'ye döndüğünde ise Mesih'e inanan ve inanmayan Müslüman gruplar ortaya çıkar ve inanmayanlar, inananlara canlı bombalı saldırı düzenler. Bu noktada Müslümanların temsili dikkat çekicidir. Tamamıyla kutsal kitaptan alıntı yaparak, ortaya çıkışına dair Müslümanların inançlarına dönük mutlak kalıplarla söylemler ortaya koymasına rağmen Mesih'e dair bir anlaşmazlık ve çatışmanın oluşması, Müslümanların diğer din mensuplarından daha az gelişmiş oldukları yönünde bir algıya neden olur. Özellikle sadece Müslümanlar nezdinde bu türlü bir çatışmanın seyirciye gösterilmesi, Müslümanlığa dair gelişmiş olan Amerikan dış politikasının bir yansımasıdır. Bu politikada, Müslümanların kendi içinde ve dışında, kendi görüşünü benimsemeyen her türlü karşıtlığa yoğun bir nefret ve şiddet eğilimi gösterdiği inancı hâkimdir. Müslümanlığın daima terörizmle ilişkilendirilmesinin sebebi de buradan kaynaklanmaktadır. Dizi her ne kadar semavi dinlerin tümü hakkında eleştirel bir yan bulundursa da dinlerin hiçbirisi arasında ortak bir paydanın bulunamayacağını ve olası bir şiddetin her an çıkabileceğini Müslümanlar arasındaki çatışma üzerinden göstermektedir. Bu durum, dizinin Amerikan dış politikasını eleştiren yanını çelişkili bir zemine ait kılmaktadır.

Müslümanların saldırıyı düzenledikleri sıralarda, ABD Başkanı ise Mesih'in söylediği gibi her yerden birliklerini geri çekme kararı alır. Buna ek olarak, ABD Başkanı'nı ikna etmesi ve Amerikan birliklerinin geri çekilmesi, yeniden başlayan dünya göndermesiyle önemlidir. Bu sahne ayrıca, yeniden başlayan dünya düzeni için Amerika'nın merkezi konumda olması, bu düzenin başlaması için Amerikan Başkan'ı ile konuşulması, başka bir deyişle de işbirliği yapılması ve söz konusu yeni düzen içinde Amerika'nın öncü role bürünmesi, yine Amerika'nın dış politikasıyla yakından ilgilidir. Çünkü Amerika'nın dış politikasının önemli kavramlarını eşitlik, özgürlük, barış ve demokrasi oluşturmaktadır. Bu bağlamda dizide esasen eğer dünyada yeni bir düzen başlayacaksa, bunun liderliğini Amerika'nın yapacağı vurgusu ve buna ek olarak, söz konusu yeni düzenin ancak Amerika isterse olabileceği ortaya konmaktadır. Bu da Amerika'nın kendisini koyduğu önemli yere işaret etmektedir.

Sonuç

Hristiyan ve Yahudi inanışında bir kurtarıcıya işaret eden, fakat İslam’da ise Hz. İsa için kullanılan Mesih için yeni bir çağı başlatacağı inancı hâkimdir. Her zaman Tanrı ile olduğu düşünülen Mesih için, genel olarak gelişi itibariyle büyük mucizelerin gerçekleşeceği fikri söz konusudur.

Yahudilik’te Davut olduğuna inanılan ve henüz gelmediği düşünülen Mesih imgesi çok önemlidir. Hristiyanlık’ta da aynı şekilde önemli olan Mesih’in ise Yahudilik’ten farklı olarak Hz. İsa olduğu ve ikinci kez geleceği inancı vardır. İslam’da Mesih, Hristiyanlık’taki gibi Hz. İsa için kullanılsa da asıl beklenen Mehdi’dir. Fakat Mehdi, bir kurtarıcıya işaret etmemektedir. Mesih’in ise diğer dinlerdeki gibi kutsal olduğu inancı olsa da Tanrısal özellikler atfedilmemektedir.

Bu bağlamda çalışmada *Messiah* dizisi, söz konusu üç dindeki Mesih inancı ve dizinin Amerikan yapımı olmasından dolayı da Amerikan dış politikası bağlamında incelenmiştir. Bu perspektifle elde edilen bulgular şu şekildedir: Dizi, Müslüman bir anne ve oğul ile başlamaktadır. Bu yüzden Mesih’in Müslüman olduğuna dair seyirci tarafından çıkarım yapılma olasılığı yüksektir. Yaratılan bu yanılgı, gerçek Mesih karakterinin, dizinin başında yer alan Müslüman çocukla aynı fiziksel ortamda bulunmasıyla ortadan kalkmaktadır.

İşgal altında olan Suriye ile ilgili haberlerde CNN, IŞİD’in yükselişini Amerika’nın dış politikasına bağlamaktadır. Çünkü IŞİD’in yayılmasının nedenlerinden birinin Amerika’nın pragmatist ve pasif dış politikasının bir sonucu olduğu iddia edilmektedir. Buna ek olarak da Amerika’nın eski Dışişleri Bakanı’nın Esad’ı devirmeye çalıştığından IŞİD’e müdahale etmedikleri söylemi ve dizideki gözleri bağlı Esad afişi de sahneyi anlamlı kılmakta ve Amerikan dış politikasının önemi ortaya konmaktadır.

Şam’da ortaya çıkarak, İsrail’e yürüyen Mesih’in Müslüman olduğu düşüncesi seyirci nezdinde giderek güçlenirken, Mossad Ajanı’na aslen Yahudi olduğunu, Tanrı ile birlikte olduğunu ifade etmesi ve kullandığı Baba söylemi ile bu bakış açısı değişmektedir. Mesih bu sahneye, Müslümanlığın yanı sıra Hristiyanlık ile Yahudiliği de kapsamakta, fakat hiçbirine ait olmadığı mesajını da vermektedir.

Mossad Ajanı ile CIA Ajanı arasında geçen Amerika ve İsrail’e dair konuşma ve İsrail kaybederse Amerika’nın da kaybedeceği söylemi, Amerika’nın dış politikası bağlamında İsrail’in Amerika’nın Ortadoğu’daki karakolu olduğu düşüncesini pekiştirmektedir. Dizide, bir çocuğun İsrail askeri tarafından vurulmasının ardından CNN’de askeri suçlayan bir dille haber yapılması, fakat gerçek haberlerde ise tam tersinin olması, Amerika’nın Filistin’e dair belirli bir dış politikasının olmamasından ve İsrail’in savunma hakkını kullandığını savunan dış politikasından kaynaklanmaktadır.

Ayrıca Mesih’in mahkemede herkesle yürüdüğünü söylemesi, yine hiçbir dine ait olmadığını ortaya koyarken, baskılara rağmen mahkemenin sığınma hakkı vermesi, Amerikan dış politikasının en önemli kavramlarından olan özgürlük ve demokrasiye işaret eder görünür. Fakat bununla birlikte durumun böyle olmadığını farkında olan Mesih, Beyaz Saray’ın önünde yaptığı konuşmada, Amerika’nın özgürlük ve adalet anlayışını sorgular, böylelikle dizide Amerika’ya yönelik adalet eleştirisi de dile getirilir.

CIA’in Mesih ile ilgili bulduğu bilgiler, O’nun Mesih olup olmadığı sorusunu ortaya koyarken, öte yandan ölenleri diriltmesi ve her şeyi bilmesi ile Tanrısal özelliklerine gönderme yapılmaktadır. Ancak bununla birlikte Mesih’in kutsal kitaplara dönmenin insanlığı kurtarmayacağı söylemi de Mesih’in dinlere olan mesafesini tekrar doğrulamaktadır.

Amerikan Başkanı’yla aralarında geçen konuşmada ise Tanrı’nın sözü olarak kendisini nitelendirmesi yine sahip olduğuna inandığı Tanrısal özelliklerine işaret etmektedir. Ayrıca sıklıkla “Baba” söylemini kullanmaktadır ki bu söylem Hristiyanlık inanışında vardır. Fakat aynı zamanda İslam ve Yahudi inanışına özgü söylemler de kullanmaktadır.

Dizide değinilmesi gereken önemli bir başka nokta da Tanrı’nın tufan istediği söylemi ve Tanrı’nın Mesih aracılığıyla istekleri gerçekleşmeden önce kum fırtınası, kasırga ve sel gibi felaketler vermesidir. Mesih bu türlü söylemlerle, Tanrı ile kurduğu bağın gücünü ve tamamen insanüstü bir yapıya sahip olduğunu insanlara kanıtlamaya çalışmakta ve böylece kendisine inananların sayısını ve bağlılığını arttırmaya odaklanmaktadır. Gerçekten tanrısal bir bağlantının ürünü olarak mı bunları yaptığı tartışmalı görülebilir. Ancak fiziksel olarak birbirinden çok uzak mesafelerin, zamansal olarak oldukça kısa sürelerde aşılması, Mesih’in tanrısal bir bağ ile hareket ettiği çıkarımını güçlendirir. Bunun yanında ölüleri diriltmesi ya da herkesin öldüğü bir kazadan tek bir yara almadan çıkması, onun dizideki konumlanışını insanüstü olmaktan farklı göstermez. Bu türlü bir bakış, seküler dünyadaki dinsel eğilimin canlı olduğu bir tarafa inanmakla mümkündür. Aksi halde Mesih’in her şeyden haberdar olduğu, kum fırtınalarını, kasırgaları ya da selleri önceden bilerek o bölgeye gittiği ve amcasının bir sihirbaz olması ile bağlantılı olarak kendisinin de sihirsel gücüyle sahte mucizeler gösterdiği yönündeki

çıkarımlar, seküler olan ve tamamıyla dini olanı reddeden salt rasyonalist bir bakışa sahip olarak diziye odaklanmakla mümkündür. Ancak burada asıl konu Mesih'in ne bakımdan gerçek olduğu değil, Mesih'in neden olduğu ve yerleşik ideolojileri ve iktidar ve güç yapılarını ne kadar sarstığı ile ilgilidir.

Bu bağlamda şunu söylemek gerekmektedir ki hem dinlerdeki Mesih kavramına karşılık gelen, hem de onlardan farklı bir yerde duran Mesih ile yeni bir Mesih imgesi yaratılmaktadır. Kutsal metinlerin kimseyi kurtarmayacağı ve yeni bir çağın başladığı söylemleri ile barış fikrinin hâkim olması da yeni Mesih'e işaret etmektedir. Daha açık bir deyişle, her dinin inanişinde olan Mesih'in, kendi dinlerini yaymak için geleceği fikrinde bağımsız olarak, herhangi bir dini övmeyen ya da eleştirmeyen bu yeni Mesih'in yegâne gayesi dünyaya barışı ve adaleti getirmektir.

Bütün bunlardan hareketle, dizide yeni ve dinler üstü bir Mesih imgesinin yaratıldığı ve bu Mesih'in tüm dinleri kapsamakla birlikte, tüm dinlerden ayrı durduğu, Tanrı'nın sözü olarak herhangi bir dini yaymak değil, dünyaya barışı getirmek amacıyla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Fakat esas olarak ise Mesih'in Amerikan dış politikasının ideal yansımasını gerçekleştirmek üzere var olan bir figür olduğu sonucuna varılmıştır. Çünkü Amerikan dış politikası, özgürlük ideali ile söz konusu politikanın anahtar kavramlarından olan fırsat, barış ve demokrasi gibi vurguların etrafında gelişir, ancak hiçbiri gerçeklik boyutuna vadettiği gibi ulaşmaz. Bu noktada, Mesih, dinsel bir imgeden ziyade, Amerika'nın bir ideal olarak geliştirdiği, ancak ideolojik olmaktan öteye gidemeyen dış politikasını uygulamaya sokmak amacıyla taşıyan bir temsil olarak varlık göstermektedir.

Son Notlar

¹ İşıya, MÖ 7. yüzyılda Tanah'ta Yeşaya ismiyle anılan peygamberdir (www.ortodokslartoplulugu.org).

Kaynakça

- Abubaker, S. S. ve Ilgıt, Aslı (2019). İslam Devleti Örgütü'nün (İŞİD) Irak'ta çıkış ve yayılmasının sebepleri: 2003-2018. *Alternatif Politika Dergisi*, 11(3), 527-555.
- Aka, M. (2009). *Sabatay Sevi ve Sabataycılık*. Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Akben, M. (2007). *Hz. İsa'nın nüzülü meselesi: Dini ve politik yaklaşımlar*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Andreeva, N. (2020). 'Messiah' canceled by Netflix after one season. 18. 05. 2021 tarihinde <https://deadline.com/2020/03/messiah-canceled-netflix-one-season-1202893659/#pagetop> adresinden alındı
- Arı, T. (1999). ABD-İsrail ilişkileri ve Orta Doğu barış süreci. *Avrasya Dosyası Dergisi*, 5(1), 233-249.
- Ayğan, F. (2019). Geleceğe dönük kurtarıcı beklentisinin apokaliptik temelleri: Mesih/Mehdi tasavvuruna ilişkin bir analiz. *Siirt Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6(2), 225-259.
- CNN. (2021). *Tensions between Israel and Palestinians are sky-high. Here's what you need to know*. 17. 05. 2021 tarihinde CNN: <https://edition.cnn.com/2021/05/12/middleeast/israel-palestinian-explainer-intl-cmd/index.html> adresinden alındı
- Çakmak, C. (2011). Giriş: Neden dış politika; neden Amerikan dış politikası? V. Çakmak, C. Dinç ve A. Öztürk içinde, *Yakın Dönem Amerikan Dış Politikası: Teori ve Pratik* (s. 1-14). Ankara: Nobel Kitap.
- Deniz, T. (2013). Suriye'nin durumu, ABD - Rusya ve Türkiye'nin tutumu. *Marmara Coğrafya Dergisi*(27), 314-332.
- Doster, B. (2018). *ABD, Suriye'den ne kadar çekilir?*. 16. 05. 2021 tarihinde Cumhuriyet Gazetesi: <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/baris-doster/abd-suriyeden-ne-kadar-cekilir-1178040> adresinden alındı
- Doster, B. (2020). *ABD-İran gerilimi, Irak'ı nasıl etkiliyor?*. 16. 05. 2021 tarihinde Cumhuriyet Gazetesi: <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/baris-doster/abd-iran-gerilimi-iraki-nasil-etkiliyor-1713705> adresinden alındı
- Doster, B. (2021). *Amerikancılık, NATO'culuk, Atlantikçilik*. 16. 05. 2021 tarihinde Cumhuriyet Gazetesi: <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/baris-doster/amerikancilik-natoculuk-atlantikcilik-1817720> adresinden alındı
- Ermağan, İ. (2012). Soğuk savaş sonrası dönemde ABD dış politikası - Obama dönemi ve Ak Parti. *Elektronik Siyaset Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 21-35.
- Fiğlalı, E. R. (1982). Mesih ve Mehdi inancı üzerine (Mezhepler tarihi açısından bir bakış). *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 25(1), 179-214.

- Gözünüzü Açın: Messiah Dizisi Hakkında 7 İlginç Detay! 18. 05. 2021 tarihinde kaanintavsiyesi: <https://www.kaanintavsiyesi.com/kesfet/gozunuzu-acin-messiah-dizisi-hakkinda-7-ilginç-detay-160> adresinden alındı
- Güleroğlu, A. (2020). Messiah dizisinden korkma hatası! 18. 05. 2021 tarihinde <https://www.medyafaesi.com/kose-yazisi/messiah-dizisinden-korkma-hatası/931084> adresinden alındı
- Gün, F. (2017). Mehdilik inancı üzerine bir inceleme. *Artuklu Akademi Dergisi*, 4(1), 99-130.
- Kasım, K. (tarih yok). Soğuk savaş dönemi sonrası A.B.D.-İsrail ilişkileri. 22. 05. 2021 tarihinde <https://www.21y-tye.org/assets/uploads/files/121-138%20kamer%20kasim.PDF> adresinden alındı
- Keleş, A. (2020). Messiah dizisinin detaylı incelenmesi. 18. 05. 2021 tarihinde <https://dokuzdiyar.com/inceleme/messiah-dizisinin-detayli-incelemesi/> adresinden alındı
- Koç, M. ve GÜLER, M. (2021). Messiah Dizisi'nin eleştirel söylem analizi: Mesih'in dönüşü mü? Mesih'in dönüşümü mü?. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 81-104.
- Kutsal Kitap, Çölde Sayım*, 16. 17. 04. 2021 tarihinde <https://incil.info/kitap/Colde+Sayim/16> adresinden alındı
- Küçük, M. A. (2016). İkonografiden inanca “İsa Mesih'in diriliş/paskalya” süreci”. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(Özel Sayı Aralık), 230-274.
- McDowell, J. ve Larson, B. (2013). *Mesih İsa'nın Tanrısallığı*. (F. Böcek, Çev.) İstanbul: Zirve Yayıncılık.
- McNeill, J. T. (tarih yok). *Calvin Hristiyan dininin temelleri, birinci kitap-yaratan Tanrı hakkında bilgi*. New York: Mubi Yayınları.
- Oktav, Ö. Z. (2019). Suriye krizi, Türkiye- İsrail çatışan çıkarları ve küresel aktörlerle ilişkileri. R. Akkaş içinde, *Türk-Arap İlişkileri: Çok Boyutlu Güvenlik İnşası* (s. 47-51). İstanbul: TASAM Yayınları.
- Oruç, H. (2014). *ABD'nin İsrail-Filistin politikası*. 17. 04. 2021 tarihinde researchgate: https://www.researchgate.net/publication/316967531_ABD'nin_Israil-Filistin_Politikasi adresinden alındı
- Özdemir, L. ve Akbaş, Z. (2020). Türkiye-İsrail ilişkilerinin Amerikan dış politikası eksenli değerlendirmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 11(1), 48-75.
- Poorthuis, M. (2020). The Messiah on Netflix: Between confusion and inspiration. *American Journal of Humanities and Social Science*, 6, 1-12.
- Ritchie, J., Spencer, L., and O'connor, W. (2003). Carrying out qualitative analysis. J. Ritchie, and J. Lewis içinde, *Qualitative Research Practice-A Guide for Social Science Students and Researchers* (s. 219-262). London: SAGE Publications.
- Russell, D. S. (1964). *The method and message of Jewish apocalyptic*. Philadelphia: Westminster Press.
- Sağlam, Z. (2002). Türkiye-ABD ilişkilerinde Suriye boyutu. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 2(3), 121-133.
- Sarıkcıoğlu, E. (1997). *Dinlerde Mehdi tasavvurları*. Samsun: Sidre Yayınları.
- Sarıkcıoğlu, E. (2002). *Başlangıçtan günümüze Dinler Tarihi*. Isparta: Fakülte Kitapevi.
- Seyfeli, C. ve Tanrıku, M. (2019). Hristiyanlıkta hayat ağacı: İsa Mesih. *Dicle İlahiyat Dergisi*, 20(2018/2), 16-41.
- Sharghi, A. (2020). ABD'nin Ortadoğu politikası ve IŞİD. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Sümer, G. (2008). Amerikan dış politikasının kökenleri ve Amerikan dış politik kültürü. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5(19), 119-144.
- Şenol, D., Erdem, S. ve Erdem, E. (2016). IŞİD: Küresel bir terör örgütü. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(2), 277-292.
- Tekin, S. (2020). Molla Halil'e (1754-1843) göre Mesih/İsa'nın nüzulü. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 237-256.
- Ülker erkan, B. A. (2010). Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği arasındaki soğuk savaş yıllarında Amerikan dış politikası. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 183-193.
- Waardenburg, J. (2004). Mesih. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 29, 306-309.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

The Examination of the “Messiah” Series in the Context of American Foreign Policy and Religious Images

Pınar BASMACI

Extended Abstract

The three major religions, Judaism, Christianity, and Islam, have the belief in the Messiah. Although it is believed that the Messiah is David in Judaism and Jesus in Christianity, it is thought that the coming Messiah will save the world. Although there is no savior image in Islam, it is accepted that the Messiah is Jesus, as in Christianity. In this context, the study aims to reveal whether the Messiah image is discussed in the context of religious codes in the series, in which the Messiah series is the main theme of the concept of Christ. It is also the problem of the study to reveal what kind of representation there is for Christ. The sample of the study consists of all parts of the series. In the study, in which the descriptive analysis method was used, the series was examined in the context of the concept of Messiah and American foreign policy.

With this perspective, the findings of the study are as follows: In the news about occupied Syria, CNN attributes the rise of ISIS to America’s foreign policy. Because it is claimed that one of the reasons for the spread of ISIS is the result of America’s self-interested and passive foreign policy. In addition to this, the former US Secretary of State’s statement that they did not intervene in ISIS because they tried to overthrow Assad, and the blindfolded Assad poster in the TV series also makes the scene meaningful and reveals the importance of American foreign policy.

While the implication that the Messiah, who appeared in Damascus and marched to Israel, is a Muslim, increases, this point of view changes with the Mossad Agent’s statement to the Mossad Agent that he is originally Jewish, that he is with God, and the discourse of the Father he uses. With this scene, the Messiah includes Christianity and Judaism as well as Muslims but also gives the message that he does not belong to any of them.

The conversation between the Mossad Agent and the CIA Agent about America and Israel, and the statement that if Israel loses, America will lose, too, reinforces the idea that Israel is America’s outpost in the Middle East in the context of America’s foreign policy. In the series, after a child is shot by an Israeli soldier, CNN is reported with a military-blaming language, but the opposite is true in real news, due to America’s lack of a specific foreign policy towards Palestine and its foreign policy, which argues that Israel is using its right of defense.

In addition, the fact that Christ said that he walked with everyone in the court, again reveals that he does not belong to any religion, while the court’s granting the right to asylum despite the pressure points to freedom and democracy, which are among the most important concepts of American foreign policy. However, in his speech in front of the White House, his questioning of America’s understanding of freedom and justice is the series’ critique of America.

While the information found by the CIA about the Messiah raises the question of whether he is the Messiah, on the other hand, references are made to his divine attributes by resurrecting the dead and knowing everything. However, Christ’s statement that returning to the holy books will not save humanity reaffirms Christ’s distance from religions.

In his conversation with the President, his characterization of himself as the word of God points to the divine attributes he believes he has. In addition, he often uses the phrase “Father”, which is in the Christian belief. However, it also uses discourses specific to Islam and Jewish beliefs.

Another important point to be mentioned in the series is the discourse that God wants a flood and God’s disasters such as sandstorms, hurricanes, and floods before their wishes are fulfilled through Christ.

Based on all of these, the fact that the Messiah’s father is Jewish and his mother is a Christian, and he’s saying that he is with God and that he walks with everyone, while it is thought to cover all religions with

the implying that he is Muslim from the rhetoric at the beginning of the series, reveals that he is beyond all religions. His omniscience, resurrection of the dead, and walking on water place him in a superhuman position by ascribing divine attributes to him. On the other hand, in the series where the reality of the Messiah is also questioned, the emphasis is on the fact that the Messiah is a word of God, the image of God, and superhuman.

However, it should be noted that a new image of Christ is created with the Messiah, which corresponds to the concept of Christ in religions and stands in a different place from them. The dominance of the idea of peace with the discourses that the sacred texts will not save anyone and that a new age has begun also points to the new Messiah. In other words, the sole purpose of this new Messiah, who does not praise or criticize any religion, is to bring peace and justice to the world, regardless of the idea that the Messiah, who is a believer in all religions, will come to spread their religion.

In this context, it has been found that a new and supra-religious image of the Messiah was created in the series, and that this Messiah was separate from all religions although it included all religions, and that he did not aim to spread any religion as the word of God but to bring peace to the world. But mainly because of Christ’s emphasis on the ideal of freedom, which is the most common thought of American foreign policy, and the key concepts such as opportunity, peace, and democracy, rather than a religious image, it is essentially a representation and spreader of American foreign policy and the embodiment of this policy.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed



MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 281-299

Geliş: 03.09.2021 | Kabul: 22.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.990506

Sosyal Medyada İslamofobik Paylaşımlar: Twitter Örneği

Mehmet Sinan TAM*

Öz

Günümüzde milyarlarca kişi tarafından takip edilen sosyal medya uygulamalarıyla İslamofobinin kendisi canlı kalmakla birlikte, söz konusu durum yeni bir boyut kazanarak sanal âleme taşınmıştır. Müslüman dünyası dışında kendini konumlandırıran bir kavram olmakla birlikte, günümüzde artık İslam coğrafyalarında da İslamofobik durumlara karşılaşılmaktadır. Sosyal medyada İslamofobik paylaşımları konu edinen bu araştırmada; 25.10.2020 – 03.01.2021 tarihleri arasında Twitter’da Allah (c.c.) kullanıcı adıyla paylaşımda bulunan hesabın tweetleri (250) ve bu hesabı takip edenlerin bu tweetlere yaptığı paylaşımlar (9440) Maxqda programıyla alınmıştır. Nitel anlamda incelenen verilerle ilgili hesap ve takip edicilerin Allah, peygamberler, melek, Kur’an-ı Kerim, Müslümanlar, ahiret inancı ve farzlar (namaz, oruç) başta olmak üzere dini değer ve söylemleri alaya alan İslamofobik paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir. Araştırmada ele alınan örnek özelinde geleneksel medyada periyodik aralıklarla gündeme gelen İslamofobik söz ve eylemlerin her an sosyal medyada üretildiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma; İslam özelinde yapılan bu tür tahkirlere ilişkin Türkiye’nin uluslararası kuruluşlarla yapılacak manevi değerlerin korunmasını öncü rol oynamasını gündeme getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, Anti-İslamizm, Türkiye, Twitter

Islamophobic Posts on Social Media: The Twitter Case

Abstract

Although Islamophobia itself remains alive with social media applications followed by billions of people today, the situation in question has taken on a new dimension and moved into the virtual world. Although it is a concept that positions itself outside the Muslim world, nowadays Islamophobic cases are also encountered in Islamic geographies. In this research, which deals with Islamophobic posts between 25.10.2020 and 03.01.2021 on social media, the tweets (250) of the account which were shared on Twitter with the username Allah and the shares (9440) of those who follow this account to these tweets were taken with the Maxqda program. The data analyzed qualitatively mock religious values and discourses. It has been determined that the account made Islamophobic posts, in particular on Allah, prophets, angels, Qur’an, Muslims, belief in the hereafter, and obligatory prayers (prayer, fasting). It has been concluded that Islamophobic words and actions that come to the agenda in traditional media periodically are produced in social media at any time. The study brings forward that Turkey should play a leading role in the protection of moral values to be made with international organizations regarding such insults made specifically against Islam.

Keywords: Islamophobia, Anti-Islamism, Islam, Turkey, Twitter

ATIF: Tam, M. S. (2021). Sosyal medyada İslamofobik paylaşımlar: Twitter örneği. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 281-299.

* Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi, mehmetsinantam@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0001-9897-0803>, Trabzon, Türkiye

Giriş

İslamofobinin tam olarak ne zaman kitlesel bir hale dönüştüğünü kestirmek mümkün değildir. Bu durum kavramsallaştığı tarihin 20. yy'a rast geldiği ve burada dönüm noktası olan tarihinse 11 Eylül 2001 olduğu söylenebilir. Bu tarihten sonra Müslümanlara karşı duyulan nefret, korku ve İslam karşıtlığı söylemler önceki yıllara nisbeten daha fazla artmıştır (Sheridan, 2006, s. 317). 2000'li yılların başlarında yaşanan terör eylemleri, İslamofobik fikirlerin hızla yayılmasına adeta zemin hazırlamıştır (Massoumi, Mills ve Miller, 2017). İslamofobik düşüncelerin kitlelerce benimsenmesinde; anti-İslamik duygu ve tutumlar, Müslümanlara karşı benimsenen ön yargılar, komplo teorileri, İslam dininden ve Müslümanlardan korkma, nefret etme ve öğrenme de etkili olmuştur (Uenal, Bergh, Sidanius vd., 2021, s. 280). Bu olumsuz fikirleri benimseyenler, kendi ideolojik veya dini öğretilerine ters düşse dâhi İslamofobik düşünceleri rahatlıkla içselleştirebilmektedir (López, 2011, s. 569).

Teknoloji, bilgi ağları, kültür ve iletişimin küresel bir boyut kazanması; toplum ve yasalar arasında ciddi değişim/dönüşümlere neden olmuştur (Perry ve Olsson, 2009, s. 196). Bu durum yeni küresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Siber suçlar altında sınıflandırılan nefret, kin, ayrımcılık, küçük düşürme, alaya alma vb. durumlar bu değişim/dönüşümün sonucunda ortaya çıkan problemler olmuştur. Siber suçlar genellikle sosyal medyanın araç olarak kullanılmasıyla küresel bir boyuta dönüşmektedir (Burnap ve Williams, 2015). Bir takım gruplar tarafından kasti olarak yürütülen kampanyalarla; inanç sistemlerine, kültürel değerlere, kimlik ve göçmenlere yönelik daha çok siber saldırılar yapılmaktadır (Douglas, McGarty, Bluc ve Lal, 2005; Chau ve Xu, 2007).

Her ne kadar ilk bakışta İslamofobik tutumlar, İslam inancının az sayıda kişilerce benimsendiği coğrafyalarda daha fazla yaşandığı düşünülse de bu tarz ideolojik saplantılar, nüfusunun büyük bir kesimi Müslüman olan ülkelerde bile yaşanabilmektedir. Türkiye'de son yıllarda İslamofobiye; hukuk, üniversite, iş yeri, reklam ve televizyon görüntüleri, film ve pembe dizilerin araç yapıldığı mecralarda karşılaşılmaktadır (Yel ve Nas, 2014). Bu İslamofobik eğilimlerin geniş tabanlara yayılmasında ise medya kanalının benimsediği ideoloji ve politikadaki şahsiyetler önemli bir role sahip olmuştur (Temel, 2020, s. 164; Terri, 2019). Öte yandan özellikle sosyal medya uygulamalarıyla ana akım ve politika düzleminde gerçekleşen İslamofobik durumlar, farklı formatlara dönüştürülerek sosyal medya platformlarıyla yeniden üretilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya platformları da İslamofobik fikirlerin kitlesel bir hale dönüşmesinde belirleyici olmaktadır.

Literatürde Twitter özelinde yapılan İslamofobik çalışmalar, Müslüman dünyasından ziyade daha çok Müslüman nüfusun azınlıkta kaldığı ülkeleri konu edinmiştir. Türkçe paylaşımlarla İslamofobiye meşru laştıran Twitter hesaplarına ilişkin ise herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda ele alınan çalışma; Twitter'da Müslümanların maddi ve manevi değerlerine ilişkin Türkçe paylaşılan İslamofobik tweetleri ortaya çıkartmayı amaçlamıştır. Türkçe içeriklerle İslamofobik paylaşımlar yapan onlarca Twitter hesabı bulunmaktadır. Araştırmada en çok takipçi sayısına sahip (222,2 Bin) Allah (c.c.) adlı @CenabiAllah kullanıcı isimli Twitter hesabı ve bu hesabı takip edenlerin 25.10.2020 – 03.01.2021 tarihleri arasındaki erişime açık yazılı tweetleri incelenmiştir. Söz konusu tweetler, nitel araştırmalar içerisinde sıklıkla kullanılan içerik analizi yöntemiyle ele alınmış ve Maxqda programıyla analizleri gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada; sosyal medya ve İslamofobi ilişkisinde nelerin ön planda olduğu, takip edicilerin İslamofobik paylaşımlara hangi tepkileri verdiği ve hangi İslamofobik görünümünün sıklıkla Twitter'da paylaşıldığı sorularına cevap aranmıştır. Bu sorular ışığında araştırma; self oryantalist bakış açısından hareketle, Twitter'da gerçekleşen İslamofobik görünümleri keşfetmeyi hedeflemektedir. Araştırma neticesinde; gündelik yaşantıda periyodik aralıkla geleneksel medyada gündeme gelen İslamofobik söz ve eylemlerin her an sosyal medya hesaplarında üretildiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma, üç dinin ortak argümanı ve evrensel bir değer olan yaratıcıya yönelik yapılan bu tür tahkirlere ilişkin uluslararası kuruluşlarla yapılacak manevi değerlerin korunmasında, başta Türkiye olmak üzere, İslam coğrafyasının sonuç odaklı roller oynamasını gündeme getirmektedir.

İslamofobi / Anti-İslamizm

En genel anlamıyla İslamofobi; İslam dini ve bu dinin mensuplarına karşı takınılan negatif tutum veya duyguları ifade etmektedir (Bleich, 2012, s. 185). Kökeni Fransızca '*Islamophobie*' kelimesinden gelen İslamofobi kavramı, ilk kez 1920'lerde kullanılmıştır. 1970'lere gelindiğinde ise İran Devrimiyle birlikte İslamofobi, İslam dinine inanan kişilerin geleneklerini reddetme veya yok sayma şeklinde kendini göstermiştir. Bu dönemde özellikle Müslüman kıyafetlerini korkutucu görenler İslamofobik tutumları daha fazla benimsemiştir. İran Devrimi dışında ırk veya ten rengine yönelik gerçekleştirilen fiillerle de İslamofobi, milenyum öncesi dönemde kendini farklı şekillerde görünür kılmıştır. 1997'de Runnymede Trust tarafından yayımlanan '*İslamofobi: Hepimiz İçin Bir Zorluk*' raporuyla, kavram günümüzdeki kullanımına yakın bir anlamda ifade edilmiştir. Daha sonraki yıllarda ise dünya üzerinde gelişen özellikle de siyasi cereyanlarla birlikte, kavramın içeriği farklı yönlere evrilmiştir (Allen, 2007; Allen, 2010c). İlgili rapordan hareket eden Kumar (2007) ile Abbas (2011) İslamofobik

fikirlerin temelinde şu düşüncelerin yattığını belirtmişlerdir: Müslüman kültürler monolitikdir, İslam cinsiyetçi bir dindir, Müslüman zihni rasyonellik ve bilim yeteneklerine sahip değildir, şiddet İslam'ın doğasında vardır, batı demokrasiyi, İslam ise terörizmi yayar, İslam kültürü diğer kültürlerden önemli ölçüde farklıdır, İslam amansız bir tehdit unsurudur, İslam taraftarları siyasi ve askeri avantaj elde etmek için inançlarını kullanırlar, batılı toplumların İslam hakkındaki eleştirileri batılılar tarafından tamamen reddedilir, İslam korkusu ırkçılıkla karıştırılır ve İslamofobik eylemler doğal ve sorunsuz olarak kabul edilir.

Sosyal medyada İslam ve Yahudi inancına yönelik takınılan aykırı ve ayrılıkçı fikirler; siber suçlar veya nefret söylemi başlığı altında birleşmektedir. Yahudi inancına sahip olanlar Antisemitizmle özellikle kıta Avrupası'nda tarih boyunca karşılaşmıştır. Bilinen en son ve en büyük Antisemitizm ise II. Dünya savaşı döneminde yaşanmıştır. İslamofobi ve Antisemitizm nefret söylemi bağlamında ortak bir zeminde buluşmaktadır Fakat Antisemitizmde ırk/soy/köken hedeflenirken, İslamofobi de ise dini değerler ve Müslümanlar nefret söylemine konu olmaktadır (Meer, 2013). Son yıllarda Avrupa ülkelerinde İslamofobik eylemler, aynı zamanda İslam'ın yaşandığı coğrafyalardaki ulus kimliklere (*Turkophobia* vb.) yönelik yapılan ayrımcılık, şiddet, korku ve nefret davranışlarıyla birlikte yapılmaktadır (Bayraklı ve Hafez, 2020). İslamofobi kavramı, her ne kadar bir ırk veya ulusa ait insanlık dışı takınılan tutum ve değerleri içinde barındırsa da söz konusu kavramın çıkış ideasından farklılaşarak, insanlığın manevi değerlerini tahkir etmeye yönelik şekillendiği ifade edilebilir. Öte yandan İslamofobi, Antisemitizmden farklı olarak hala tüm dünyada resmî anlamda kabul görülen bir ayrımcılık/ötekileştirme olarak görülmemektedir. Bu durum İslamofobik eylemlerin göz ardı edilmesine ve yapılanın olağan görülüp yayılmasına da meşru bir zemin hazırlamaktadır.

Üç dinin ortak argümanlarından biri olan Allah (c.c.) kavramı, 11 Eylül'den sonra kavramın taşıdığı anlama ilişkin tartışmaları da beraberinde getirmiştir. 11 Eylül saldırılarından sonra Evanjelist Hristiyanlar, Müslümanlarla ortak olan bu kavramın kendi Tanrı inançlarıyla farklılık taşıdığını ifade ederek, bu noktada Allah lafzına yönelik İslamofobik söylemlerin artmasına zemin hazırlamıştır (Cimino, 2005, s. 165; Jung, 2012). Evanjelistler, Kuran-ı Kerim'de geçen ayetler üzerinden hareket ederek Allah'ın; şiddeti teşvik ettiği, Müslüman olmayanların öldürülmesini ve terörü hedeflere ulaşmada bir araç olarak Müslümanlara sunduğuna dair bâtil düşünceleri kitlelerin zihinlerinde oluşturmaya çalışmıştır (Gökmen, 2018, s. 93). Nitekim bu tarz mesnetsiz söylemler, sonraki yıllarda Allah lafzı kullanılarak fakat bu kez karikatürize bir biçimde kitlelere sunulurken kara propagandaya uğramıştır (Büyüktopçu ve Gündoğdu, 2019).

Edward Said (1978) tarafından ortaya konulan oryantalizm düşüncesinde batının, doğu medeniyetleri başta olmak üzere, diğer medeniyetlere karşı kendini üstün görme bakış açısını konu edinmektedir. Burada batılı medeniyetler tarafından değil de doğulu medeniyetlerin kendileri hakkındaki oryantalist bakış açısına ise self-oryantalizm kavramı kullanılarak ifade edilmiştir (Dirlik, 1996). Dolayısıyla self oryantalist düşünce sisteminde; doğu medeniyetlerinin bizatihi kendileri, öz değerlerine ilişkin çeşitli ön kabulleri ve ön yargıları benimsemesini içermektedir. Bu fikirlerin benimsenmesinde edebiyat, toplumlararası ilişkiler ve medyanın önemli oranda etkisi bulunmaktadır (Özçelik, 2021). Müslüman toplumlar içinde self-oryantalist fikirler, aynı zamanda İslam inancı üzerine de yapılmaktadır. Bu noktada gerçekleşen İslamofobik durumlar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir (Bayraklı & Yerlikaya, 2017). Türkiye, Pakistan, Mısır, Arnavutluk ve Malezya özelinde yapılan araştırmalarda bu durum akademik anlamda ortaya konulmuştur. Ülke bazında değerlendirildiğinde, Türkiye'de gerçekleştirilen İslamofobik olaylarda; başörtüsü, sakal ve yöresel kıyafetler cumhuriyet projesi önünde bir engel olarak görülmüştür. Burada sıralanan dış görünüşlerden hareket eden bazı kesimler, belli dönemlerde İslamofobik düşüncelerini söz veya eylemlerle gerçekleştirmiştir. Bu yaklaşımı benimseyenlerin sığındığı slogan cümle ise '*İslam'ın çağdaş medeniyetler seviyesine ulaşmada bir engel olacağı*' yanılığısıdır. Öte yandan İslamiyet'in Arap yarımadasından çıkması nedeniyle, bu tarz giyinişler, İslamofobik bakışların yanı sıra zaman zaman ırkçı yaklaşımları da beraberinde getirmiştir (Yel, 2021).

Türkiye'de İslamofobik söylemler seküler milliyetçiler tarafından laiklik başlığı altında yapılırken, kıta Avrupa'sında yer alan Arnavutluk'ta; Avrupa'nın diğer devletleriyle Arnavutluk'un müttefik/dost olmasında engel teşkil eden durum, ülkedeki Müslüman nüfusun çoğunlukta olması görülmektedir. Ülke içinde gerçekleşen İslamofobik söylemler bu yönde kamuoyu oluşturmaktadır (Aslan, 2019, s. 88; Beka, 2019, s. 55). Pakistan'da liberal seküler elitler, Malezya'da yoğun olarak ırkçılık ve medya eliyle, Mısır'da ise siyasi arena ve televizyon şovlarıyla İslamofobik söylemler vücut bulmaktadır (Shah, 2019, s. 69; Osman, 2019, s. 171; Zahed, 2019, s. 156). Tüm bu İslamofobik söylemlere maruz kalan kesimin daha çok kadınlar olduğu, burada söylemler dışında (*terörist, kafanı kopartacağım, vb.*) fiili saldırı veya psikolojik baskılara uğramada da yine yoğun bir şekilde karşılaşan kadınlar olmuştur (Himmat, 2004).

Sosyal Medyada İslamofobik Paylaşımlar

Türkiye'de geleneksel medya araçlarında İslamofobik paylaşımların izlerini görmek mümkündür. Bu noktadaki yayım/yayınlar; Gırgır, Lemana, Uykusuz ve Penguen dergilerinde, Cumhuriyet, Milliyet ve Hürriyet

gazetelerinde ve Yeşilçam sinemasında örtük veya açık bir şekilde yapılmıştır. Örneğin, Penguen Dergisi tarafından 2011 yılında yayımlanan bir karikatürde; “Allah Yok Din Yalan” şeklindeki yazı, Arapça fonla imam-hâtip önünde çizilerek İslamofobik sınırları da aşan bir skandala imza atılmıştır (Akıner ve Mencet, 2016, s. 176; Bayraklı ve Yerlikaya, 2017, s. 58). Medyanın sergilediği bu tavır sadece günümüzle sınırlı değildir. Geçmiş dönemlerde de medya, İslam değerlerini karalamaya yönelik birtakım kirli ideolojilere bilerek hizmet etmiştir (Zaal, 2012, s. 556). Ülkemizde medya eliyle yapılan İslamofobik haberlerde sıklıkla dindar - dinsiz, laik – anti-laik ve çağdaş/modern - gerici/yobaz gibi nitelermeler üzerinden haber dili oluşturulmuştur (Kurtuluş, 2009, s. 152). Anti-İslamist tavırlar sadece medyayla kısıtlı kalmayarak farklı dönemlerde birtakım kişi ve/veya kurumlarca da popüler hale getirilmeye çalışılmıştır (Kaya ve Akıncı, 2018, s. 88). Son yıllarda geleneksel medyadaki kişiler ve kurumlar dışında sosyal medya platformlarında da İslamofobik izler görülmektedir.

Sosyal medya uygulamalarında dijital nefret ve terörizm, geçmişe kıyasla %25 oranında artmıştır. Bu siber suçların 10.000’den fazla forum, web portalı, sosyal medya hesabı, blog, video ve oyun tabanlı web sayfasında bulunduğu tespit edilmiştir (Jaishankar, 2008). İslamiyet’e inanan kesime ilişkin yapılan olumsuz eylemlerin İslamofobiyle ilgili olmadığı, bunun nefret söylemi içerisinde gerçekleşen bir siber suç olduğunu belirten bir düşünce de bulunmaktadır (Aguilera-Carnerero ve Azeez, 2016). Bu yönüyle konu, hukuki bakımdan bir suç potansiyeline de sahip olduğundan, ilgili yasa koyucular tarafından bir ulus veya bir toplumun benimsediği maddi ve manevi değer, kişi ve tarihi öğelere yapılan tahkirler başlığı altında, söz konusu durum hakkında cezai müeyyideler hazırlanabilir.

11 Eylül saldırısından sonra sahte haberler ve dezenformasyonlarla İslamofobi hiç olmadığı kadar hızlı bir şekilde medya aracılığıyla yayılmıştır. Sosyal medya araçlarıyla, sahte haberler, komplo teorileri ve dezenformasyonlarla sadece geleneksel medya ve seçkinleri değil, sosyal medyayı deneyimleyen neredeyse her kullanıcı da bu sürecin bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya sadece İslamofobiye zemin hazırlamamış, aynı zamanda Müslümanlar adına hareket ettiğini düşünen DEAŞ, Eş-Şebab vb. terör gruplarının taraftar toplamasına da aracılık etmiştir. Bu terör gruplarının eylemleri, zamanla sosyal medyada İslamofobik paylaşımların üretilmesine de kaynaklık etmiştir (Abbas, 2019). İslam adına hareket ettiğini öne süren ve bu savı destekleyici hiçbir tutarlı delil buldurmeyen illegal örgütler, İslamofobik eylemlere karşı direniş göstermiş gibi görünse de en nihayetinde yaptıkları eylemlerle, sosyal medyada yeni İslamofobik fikirlerin üremesine neden olmuştur.

İlk dönemlerde internetteki birtakım web sayfalarıyla gerçekleştirilen İslamofobik eylemler, sosyal medyayla yeni bir mecraya taşınmakla kalmamış daha da yaygın hale gelmiştir. Hatta belirli dönemlerde sıradan kişiler dışında, politikacılar da kendi ülkelerinde yeni seçmen kitleleri kazanmak veya gündeme gelmek adına sosyal medya araçlarında İslamofobik paylaşımlarda bulunmuştur. Bu yola tevessül edilmesindeki asıl maksat; bir taraftan yeni siyasi taraftarlar kazanmak diğer taraftansa aynı minvalde düşünen mevcut seçmen kitesini bilhassa da kemikleşmiş tabanını korumaktır. İngiltere’de İşçi Partisi tarafından başlatılan İslam’ın Britanya topraklarından çıkartılmasına yönelik kampanya, burada örnek olarak verilebilir (Allen, 2010a). Bu tarz kampanyaların sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilmesi, bu medya ağlarının İslamofobik tutumların sergilendiği bir araca dönüşmesine yol açmıştır.

Müslümanların gündelik yaşamdaki dini ritüellerine karşı olan kesim, sadece geleneksel yolların efektif kullanılmasıyla değil aynı zamanda sosyal medyadan faydalanarak da İslam dinine inanan kesime saldırmaktadır (Andre, 2016). Sosyal medyanın katılım ve paylaşım kültürü, bu tür eylemleri organize etme ve taraftar toplamada önemli bir vazife görmektedir. Sosyal medyada sadece kişisel hesaplardan İslamofobik paylaşımlar yapılmamakta, aynı zamanda ağa bağlı birçok sözlük ve wiki sayfaları kullanılarak da İslamofobik içerikler üretilmektedir. Google tarayıcısı üzerinden “İslam” kelimesi aratıldığında, karşımıza çıkan ilk sayfaların başında Vikipedi bulunmaktadır. Sayfada İslam ve Müslümanlar hakkında yer alan bilgiler arasında, İslamofobik söylemlerle yetinmeyip onları karalamaya dönük ifadelere de yer verildiği, bunların dışında kaynağı verilmeyen veya kaynağı İslam’ın ana eserlerine dayanmayan bilgilerle İslam dini ve mensuplarının okuyuculara tanıtıldığı görülmektedir (vikipedi, t.y.).

Sosyal medyada İslamofobik paylaşımlarla neredeyse her mecrada karşılaşmak mümkündür. Bazı platformlar sadece kendi grup üyeleriyle erişimi sınırlayarak bu eylemleri gerçekleştirirken, bazıları da herhangi bir erişim sınırı getirmeyerek kamuya açık bir biçimde İslamofobik içerikleri ve yazışmaları paylaşmaktadır. Facebook özelinde gerçekleştirilen bir çalışmada; özellikle Müslüman toplulukları hedef alan Facebook gruplarının kurulduğu, bu grupların ana gayesinin ise Müslüman kesime yönelik stereotipler veya sanal şiddet unsurları yaymak olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, Facebook duvarlarında bulunan yazı ve fotoğraflarda; sıklıkla Müslüman kadınların ülke güvenliği için büyük bir tehdit oluşturduğu, Müslümanların terörist olarak görüldüğü, tarih boyunca yapılan haçlı seferlerinin haklılığına vurgu yapıldığı, Müslümanların ülkelerinden çıkarılmasını ve Müslümanların tecavüzcü olduğuna dair karalayıcı yakıştırma, muzır benzetme ve nitelermelerin çok sık bir biçimde istemli ve hedef göstererek paylaşıldığı tespit edilmiştir (Awan, 2016, s. 10).

Ana akım medyaya alternatif yayın yapma imkânı tanıyan YouTube'da da İslam dini ve mensuplarına yönelik karalayıcı, lekeleyici ve tahkir edici duygu ve tutumlar içeren yorumlar bulunmaktadır. Yapılan yorumlarda; hoşgörüsüzlük, şiddet, göç, komplo teorileri ile bu içeriklere karşı doğal olarak kendi inancını müdafaa refleksi geliştiren kitlelerin görüşlerinin sıklıkla paylaşıldığı belirlenmiştir (Yusha'u, 2015, s. 182). YouTube'da kullanıcıların içeriklere yaptıkları yorumlar dışında, İslamofobik görüntü, yazı veya sesleri içeren videolar da paylaşılmıştır. Bu tür videolarda; İslam dininin bulunduğu coğrafyaların yakın gelecek için bir tehdit oluşturduğu, Müslümanların gayrimüslimleri İslam dinini kabul etmesi için çeşitli aldatmacalara başvurabileceğini ve Müslümanların ana hedeflerinin tüm dünyayı İslam'ın belirlemiş olduğu kıstaslarla tek elden yönetmeyi hedeflediğine dair fikirler paylaşılmıştır (Tsuria, 2013, s. 223). Komplo teorileri dışında, bilhassa Müslüman kadınların giyim tarzlarına yönelik cinsiyetçilik temelli İslamofobik videolar da bu mecra da yer bulmuştur (Shirin, 2012). Bu tarz içerikler daha çok ana akım medyasında popülist yaklaşımlarla desteklenerek üretilmiştir (Cherribi, 2011, s. 47). Bu bağlamda; gündemde yer edinen bir konunun İslam dini eleştirisi üzerinden saptırılmış ve kasıtlı olarak eksik bırakılmış yorumlamalar üzerinden değerlendirilmesi, aslında popüler olmak ve tıklanma başarısına, İslamofobik fikirlerin sosyal medya platformlarında şuurlu bir biçimde üretildiğini ortaya koymaktadır.

Facebook ve YouTube özelinde yapılan bu İslamofobik paylaşımların dışında, başta Avrupa'daki ülkeler olmak üzere, siyasi partiler tarafından desteklenen cami inşaatlarını engelleme kampanya ve girişimleri yine sosyal medya platformları kullanılarak kamuoyu oluşturulmaya çalışılmıştır (Allen, 2010b). Bunun dışında son yıllarda Suriye ve Afgan göçmenlerin Avrupa kıtasına geçme isteği, Avrupa'da yeni İslamofobik söylemlerin politika ve halk tarafından ileriki yıllarda üretilmesine zemin oluşturabilir. Nitekim Gorman ve Culcasi'nin (2021, ss. 178-179) Amerika Birleşik Devletleri, Batı Virjinya eyaletinde gerçekleştirdikleri bir araştırmada; Suriyeli mültecilerle özelinde İslamofobik tutumların göçmenlerle birlikte arttığını bulgulamıştır.

Twitter özelinde İslamofobik bakışla yapılan çalışmalarda ise yoğun olarak yurtdışındaki politikacılar, belirli medya organlarının yayın/yayımları, ülke içinde yaşanan terör saldırıları ve Twitter'da gündeme getirilen farklı sosyolojik problemlere sıklıkla yer verilmiştir. Yapılan bu çalışmaların sonucunda; özellikle Müslümanlara karşı siber nefret söylemlerinin Twitter kullanıcıları arasında yaygın olarak kullanıldığı bulgulanmıştır (Awan, 2014; Magdy, Darwish ve Abokhodair, 2015; Puschmann, Ausserhofer, Maan, & Hametner, 2016; Kanbur, 2020; Türkoğlu ve Türkoğlu, 2021). Tüm diğer sosyal medya mecralarda olduğu gibi Twitter özelinde yapılan araştırmalarda da daha çok yurtdışındaki Twitter hesaplarında gerçekleşen İslamofobik paylaşımlara odaklanılmıştır. Türkçe içerikli Twitter hesaplarına ilişkin herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Diğer Müslüman ülkelerdeki Twitter hesaplarında gerçekleşen İslamofobik durumlara yoğunlaşan çalışmaların ise oldukça sınırlı bir sayıda olduğu gözlemlenmiştir.

Sosyal medya uygulamalarının her bir platformu, kendine has özellikleri barındırmaktadır. Bu platformların tefrikalarına rağmen, İslam'ın toplumsal düzeni zedelediği, yapılan İslamî ritüellerin irticai faaliyeti olarak lanse edildiği, İslamî yaşamı benimseyen ve bu noktada giyinen kesimin sosyal yaşamda yeri olmadığına yönelik itibar suikastı içeren İslamofobik fikirlere neredeyse her sosyal medya platformunda karşılaşılmaktadır (Temel, 2020, s. 53). Müslüman kimliklere yönelik gerçekleştirilen bu İslamofobik tavırlardan dolayı, sosyal medyayı deneyimleyen yeni nesil Müslümanlar, bu tarz söylemlere cevap vermek ya da bu söylemlerin dışında kendilerini konumlandırmak adına karşı paylaşımlar yaparak kendilerini müdafaa etmektedir (Saeed, 2016, s. 154). Böylece her iki kesim, karşı tarafı kendince ikna etme dili kullanarak anti-İslamofobist söylemlere girişmektedir. Bu durum beraberinde, karşılıklı olarak belli bir ölçüde siber zorbalığı da getirebilmektedir.

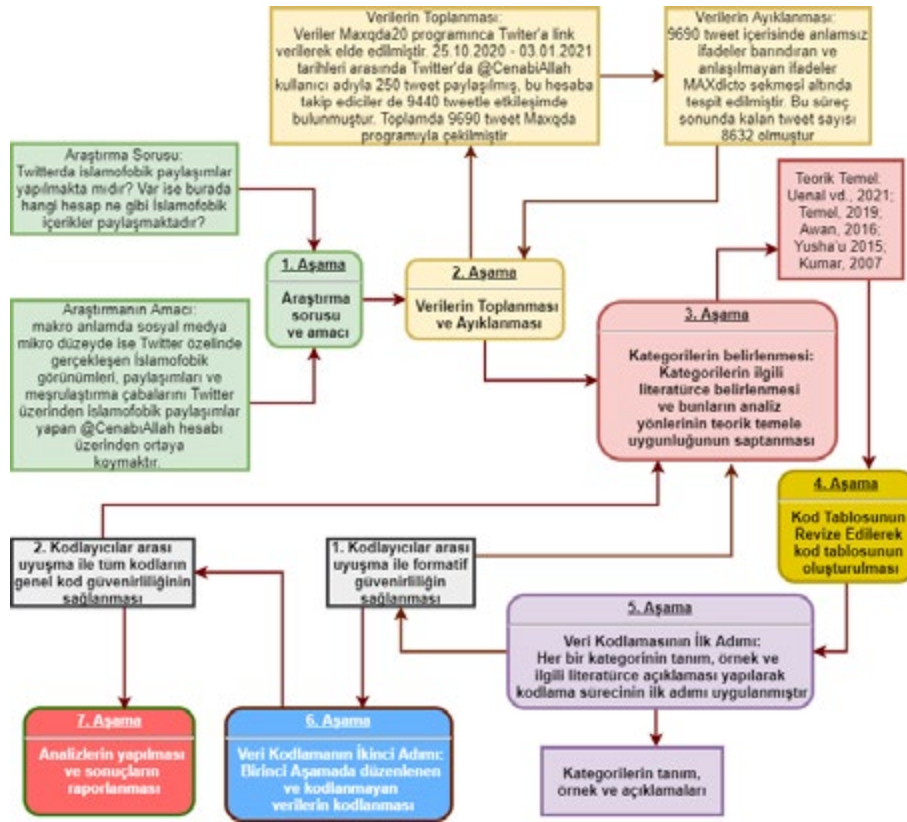
Metodoloji

Üç semavi dinin (İslamiyet, Hristiyanlık ve Yahudilik/Musevilik) inancında yegâne ve tek olarak adlandırılan yaratıcıya inanılmaktadır. Her bir inançta yüce yaratıcıya farklı isimlerle (*Allah (c.c.)*, *God/Tanrı* ve *YHVH/Yehova*) seslenilmektedir. Araştırmada, üç semavi din tarafından farklı adlarla ifade edilen yaratıcıya ve Müslümanların maddi ve manevi değerlerine ilişkin Twitter üzerinden yapılan İslamofobik paylaşımlar irdelenmiştir. Konu bu yönüyle sadece İslamofobiyle sınırlı kalmayıp diğer semavi dinlerin de ilgi alanına girecek güncelliğe sahiptir. Çalışmada amaçlanan; makro anlamda sosyal medya, mikro düzeyde ise Twitter özelinde gerçekleşen İslamofobik görünüm, paylaşım ve meşrulaştırma çabalarını Twitter üzerinden İslamofobik paylaşımlar yapan @CenabiAllah hesabı üzerinden ortaya koymaktır. Araştırma, Twitter özelinde gerçekleştirilen İslamofobik çalışmalardan iki önemli fark içermektedir. İlki; İslamofobik paylaşımları İslam dininin benimsendiği bir ülkede araştırması, ikincisi ise İslamofobinin daha önceki çalışmaların ortaya koyduğu nefret söylemi içerisinde çıkartarak (Vidgen ve Yasser, 2020, s. 75) bu söyleme konu olan anti-İslam/Müslüman fikirlerin yoğunlaştığı diğer ilişkili alt başlıkları da tespit etmesidir.

Nitel araştırmaların amaçlı örnekleme daha uygun olması nedeniyle, çalışmada amaçlı örneklemin ölçüt tipinden hareketle örneklem belirlenmiştir (Forman, Creswell, Damschroder, Kowalski ve Krein, 2008, s.

767; Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2018, ss. 94-95). Araştırmada incelenen Twitter hesabının seçilmesinde takipçi sayısı baz alınmıştır. Söz konusu araştırma örneğine giren Allah (c.c.) ismiyle açılan Twitter hesabı; @CenabiAllah menşinini kullanmakta ve 222,2 Bin takipçi sayısı ile Türkçe içerikli paylaşımlar yapmaktadır. Araştırmada ilgili hesabın 25.10.2020 – 03.01.2021 tarihleri arasındaki tweetleri nitel araştırma desenleri içerisinde vaka çalışması desenine göre incelenmiştir (Yin, 2018). Söz konusu hesabın 03.01.2021 tarihinden 24.06.2021 tarihine kadar paylaşımlarına ara verdiği, 25.06.2021 tarihi itibarıyla yeni tweetler paylaştığı görülmüştür. İlgili hesap Ekim 2021’de kapatılmış, fakat bu kez de @cenabiaallah2 hesabı üzerinden paylaşımlarına devam etmiştir.

Araştırmada zaman ve maliyet kısıtlıkları göz önüne alınarak ilgili hesabın 25.10.2020 – 03.01.2021 tarihleri arasındaki metinsel tweetleri ve bu tweetlere takipçilerin yaptığı yazılı etkileşimlerle çalışma sınırlandırılmıştır. Söz konusu tweetlere ilişkin gerçekleştirilen içerik analizinde hem veri deseninden çıkan yeni kategoriler hem de daha önce sosyal medya ve İslamofobi konusunu işleyen çalışmalardan hareketle kodlamalar yapılmıştır (Uenal vd., 2021; Temel, 2019; Awan, 2016; Yusha’u, 2015; Kumar, 2007). Kodlama süreci; sözcük ve cümleler esas alınarak iki düzeyde gerçekleştirilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 233). Kodlama süreci sonucunda kategoriler kendi içinde alt kategorilere daha sonraki süreçte ise ayrıştırma yoluyla bu kodlanmış veriler, belirli temalar altında birleştirilerek toplatılmıştır (Schreier, 2012, ss. 59-65). Alan yazında önerilen (Kirk ve Miller, 1986; Neuendorf, 2002) kadıyıcılar arası uyum testiyle söz konusu kodlamaların literatürce belirlenen (Kassarjian, 1977, s. 14; Graham, Milanowski ve Miller, 2012, s. 7) yüksek güven aralığına denk düştüğü bulgulanmıştır (Cohen’s Kappa= %86,2). Mayring (2000) ve Schreier (2012)’den hareketle geliştirilen aşağıdaki diyagramla; araştırmanın amaç ve sorusu, veri setinin toplama, kodlama ve raporlaştırma süreçleri adım adım çözülmüştür.



Şekil 1. Veri Setinin Toplama, Kodlama ve Raporlaştırma Aşamaları (Mayring, 2000; Schreier, 2012)

Araştırma Soruları

Sosyal medyada İslamofobik paylaşımları ele alan bu çalışmada, aşağıda belirtilen sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır:

1. Twitter'da Allah (c.c.) adıyla çevrimiçi tweetler atan hesap hangi konularda paylaşımlar yapmaktadır?
2. @CenabiAllah hesabını takip edenler hangi konularda bu hesaba cevap yazmaktadır?
3. @CenabiAllah hesabı ve onu takip edip etkileşimde bulunanlar arasında İslamofobik konularda farklılık ve benzerlikler görülmekte midir?

4. @CenabiAllah Twitter hesabı ile bu hesabı takip edenler hangi etiketlerle paylaşımlarını gerçekleştirmektedir?

5. İslamofobik paylaşım yapan Allah (c.c) Twitter hesabına kullanıcıların verdiği karşıt tepkiler nasıldır?

6. İslamofobik paylaşımlar ile diğer tüm kategoriler arasında nasıl bir ilişki söz konusudur? Bu ilişkide öne çıkan hususlar nelerdir?

Bulgular

Araştırmaya konu olan hesabın profil sayfasına ait bilgileri veren aşağıdaki görselde; Yüzüklerin Efendisi filminde önemli bir karakter olan Gandalf'ın bir sahnede durduğu an ve söylem (YOU SHALL NOT PASS) profil resmi olarak kullanılmıştır. Twitter hesabını yöneten kişi/kişiler kendi kimliklerini ifşa edecek herhangi bir bilgiye profil sayfasında yer vermemiştir. İlgili Twitter hesabının profil görünümünde ilk bakışta bile İslamofobik öğelerin olduğu göze çarpmaktadır. Gerek Allah lafzı ile Cenabi Allah nitelemesini hesap adı olarak kullanması gerekse de konum (Her yer) ve 'Kızıldeniz'i İkiye Yardırtan' cümlesiyle İslami değerleri tiye aldığı ilk bakışta anlaşılmaktadır. 2013 yılında açılan hesabın ulaşılan ilk tweeti 31.05.2013 tarihli; "Taksimdeki Direniş Büyüyor. Onbinler Faşizme karşı yürüyor. #direngeziparki" etiketli paylaşım olmuştur. Söz konusu hesabın geçmişe yönelik bazı tweetlerini sildiği, özellikle 2018 yılından sonra İslamofobik paylaşımlara ağırlık verdiği gözlemlenmiştir. Hesabın Twitter'daki profil görünümü resim 1'de verilmiştir.

Resim 1. @CenabiAllah Hesabının Profil Görünümü



Allah (c.c.) isimli sayfa, yurtdışında God (@TheTweetOfGod) kullanıcı adıyla 6.2 milyon takipçisi bulunan Twitter hesabını ilham alarak hareket etmektedir. İngilizce tweet atan bu hesap, yoğun olarak Hristiyanlık inancını hedefe koyarak dini değer ve inanışları mizah görüntüsü altında ötekileştirmektedir. @CenabiAllah hesabı belli aralıklarla takipçilerine gündem, siyaset ve İslamiyet hakkında sorular sormaktadır. Daha sonra verilen cevaplara göre bir sonraki paylaşımını kurgulayarak takip edicilerine bunu paylaşmaktadır. Söz konusu sayfanın içeriklerini retweet eden veya ona cevap yazan hesapların Twitter hesaplarındaki profil bilgisinde (fotoğraf, profil yazıları ve duvar yazıları) genellikle LGBT ağırlıklı mesaj ve görseller kullanıldığı göze çarpmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Twitter'da Allah (c.c.) adıyla çevrimiçi tweetlerde bulunan hesap, hangi konularda paylaşımlar yapmaktadır?

Araştırma Sorusu 2: @CenabiAllah hesabını takip edenler hangi konularda bu hesaba cevap yazmaktadır?

Araştırma Sorusu 3: @CenabiAllah hesabı ve onu takip edip etkileşimde bulunanlar arasında İslamofobik konularda farklılık ve benzerlikler görülmekte midir?

@CenabiAllah hesabı ve onu takip edenlerin tweetlerinde; İslamofobi, kendini nitelendirme, dil, politika, diğer semavi dinler, propaganda, sesleniş, etkileşim ve kadınları aşağılama temalarında ortak paylaşımlar yapılmıştır. Allah (c.c.) kullanıcı adındaki hesap, haber kaynakları; takip edicilerse, ırkçılık temasında farklılık oluşturmuştur. Söz konusu hesabın kendine ait tema ve kategorileri Şekil 2'de, takip edicilerin bu hesaba yönelik yaptığı yorumlar ise Şekil 3'de gösterilmiştir.

Her bir temaya ait kategoriler değerlendirildiğinde Twitter hesabı ve bu hesabı takip eden takipçilerin paylaşımlarında öne çıkan kategori ve başlıklar şu şekilde sıralanmıştır: İslamofobik konularda; dini değer ve söylemler %59,4 - %17,4 , Kur'an-ı Kerim %12,5 - %10,3, Müslümanlar %8,3 - %0,5 melekler %4,2 - %0,8, Allah'ı küçümseme 3,1 - %3,3, ahiret inancı %3,1 - %4,7, peygamberler %2,1 - %0,7, Günah Kavramını Alaya Alma %2,1 - %29,4, Allah'ın vasıfları %2,1 - %5,7, farzlar -namaz,oruç vb.- %1,0 - %0,2, Arapça %1,0 - %10,4 ve dini kurum ve şahıslar hakkında %1,0 - 16,4 oranında tweet atılmıştır. Takip ediciler hesap dışında ayrıca sarık ve sakal %0,1 ile İslami isimler %0,1 noktasında da İslamofobik paylaşımları olmuştur. Sadece İslam dini değil aynı zamanda Hristiyanlık (%83,3 - %97,2) ve Musevilik (%16,7 - %2,8) değerlerinin tahkire uğradığı paylaşımlar da bulunmuştur.

İlgili hesap ve onu takip edenlerin daha çok İslam akaidi ve Müslümanlar üzerinden hareket ederek İslamofobik paylaşımlarda bulunduğu bulgulanmıştır. İslam dini dışında tek ilahlı diğer iki inancın da burada fobik söylemlere maruz kaldığı görülmektedir. Söz konusu İslamofobik teması altında atılan bazı tweetler ile bu tweetlere kullanıcıların verdiği yanıtlar orijinal halleriyle aşağıda verilmiştir.

Hesap: *Dört kitap gönderdim çünkü bu da benim mizah anlayışım; Artık kilo verme rejimini de ibadetten sayıyoruz. Her verdiğin kilo başına 1000 sevap points kazanıyorsunuz; Bugün benim için ne içtiniz; gece içilen içkilere günah points yazmıyorum. Bendensiniz; İşiniz miko:ya kaldı; Allah'ın Allah belasını versin; Biz de kitaplarımızda 3 tane "ki" kullanıyoruz: 1- Bağlaç olan ki 2- Ek olan ki 3- Şüphesiz ki; Bugün içilen içkilerin günahını diyanete yazıyorum; O nasıl bir duaydı lan yataktan fırladım; Günaydın çamurdan yarattıklarım; Rakı için buz yağdırdık daha ne istiyorsunuz; Günaydın kulişkolar; Kendini Allah diye tanıtıp para karşılığında seni peygamber yapacağım diyenlere itibar etmeyiniz!; Sen ne güzel ol'muşsun elime sağlık.*

Takipçiler: *Niyet ettim spora başlamaya, Allahım sen kabul et yarabbim; Mikaille çok içirme, içince sapıtıyor; Özellikle son kitap bizi hiç güldürmedi; O kadar kitap indirmiş/göndermiş, ondan daha iyi yazarlık dersi veren olmaz. Gerçi son kitabında ciddi kurgu hataları, tekrarlar, kopukluklar ve yüzeysel karakterler var ama neyse; Yılbaşında içtiklerimizde diyanete yazarmısın ulu manitu. Ona göre içelim; İnşallah cünabetin Hz.; Paso yeni dinler gönderiyorsun, bir sürü din oldu yeryüzünde sanki siyasi parti gibiler, hep onların iktidarı sana ulaşıp cennet ölümsüzlük huriler falan ile ödüllendirecek diye vaat ediyorlar. Sana göre en kârlı din hangisi?; 120 bin peygamber. Her biri ortalama 30 yıl yaşasa, etti sana 3 milyon 600 bin yıl. 2.5 milyon yıl önce Homo cinsi görüldü. O zaman ilk peygamber taraklı sürüngen miydi? @CenabiAllah açıklama bekliyoruz; Bu akşam da içtim yüz-ü hürmetine. Günahını hangi iban'a göndereyim?; Günahları yobazlara yazarsan bende iki duble atarım.(Sevmediğim halde); @CenabiAllah Rabia isareti yapanları mi alıyorsun herkezi sen yaratin simdi adam seciyon 2 dk allah ol mk.*

Her iki hesabın ortak temasında bulunan politika başlığında (Bkz. Dipnot 1) iç gündem %75 - %11,1, Selahattin Demirtaş %9,1 - %41,1, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan %6,8 - %6,5, Devlet Bahçeli %4,5 - %2,8, Ömer Faruk Gergerlioğlu %2,3 - %38,2 ve Kemal Kılıçdaroğlu %2,3 - %0,3 oranında yer bulmuştur. Twitter kullanıcılarının paylaştığı politik içerikli tweetlerin büyük bir bölümü, HDP'ye yönelik olmuştur. Söz konusu bu tweetlerde daha çok Demirtaş'a yönelik pozitif bir vurgu yapılırken, Erdoğan ve Bahçeli hakkında ise negatif bir tavrın olduğu belirlenmiştir.

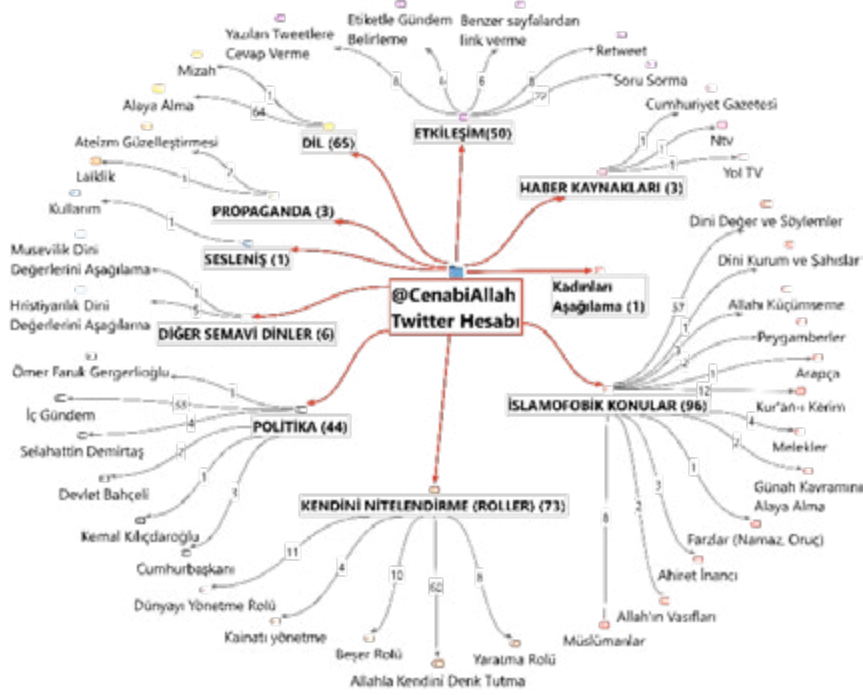
Yapılan analizlerde Allah (c.c.) hesabı ve takip edicilerin tweetlerinde dil teması altında dört kategori keşfedilmiştir. Buna göre; alaya alma %98,5 ve mizah %1,5 @CenabiAllah hesabında bulgulanırken, takip ediciler de ise alaya alma %74, nefret dili %12,7, küfür/hakaret %8,6 ve mizah %4,8 oranında Twitter paylaşımlarında yer bulmuştur. İlgili tweetlerde hesap tarafından takipçilere kullarım; takip ediciler ise hesaba Allah'ım (%50,2) ve Tanrım (%49,8) ifadeleriyle seslenmiştir. Öte yandan söz konusu söylemlerde bazı konular bilinçli bir biçimde propaganda edilmiştir. Ateizm (%66,7) ve laiklik (%33,3) konuları hesap tarafından propaganda edilirken, takip ediciler tarafından ateizm (%13,9) dışında, komünizm (%44,4) ve PKK propagandası (%41,7) içeren içerikler de Twitter'da paylaşılmıştır.

Araştırmaya konu olan hesap, Twitter'da kendini yaratıcının bir vasfına büründürerek paylaşımlarda bulunmuştur. Burada Allah'la kendini denk tutma %64,5, dünyayı yönetme %11,8, yaratma %8,6 ve kâinatı yönetme %4,3 düzeyindeyken, beşerî vasıflarını yansıttığı paylaşımlar ise %10,8 oranında olmuştur. @CenabiAllah Twitter hesabı, yoğun olarak paylaşımlarında kendini üç semavi dinin ortak bir argümanı olan yaratıcı/ilah şeklinde konumlandırmıştır.

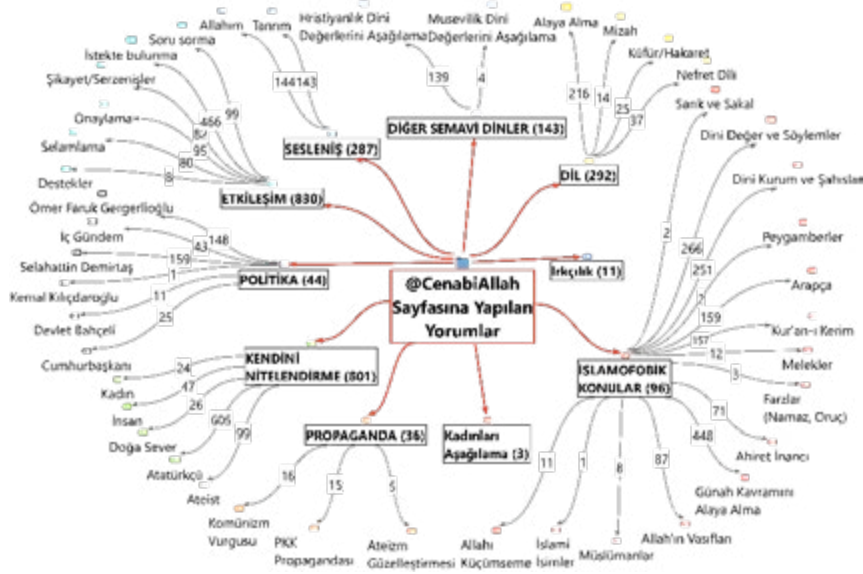
Sayfayı takip eden kesimin ulaşılabilen profil sayfalarında, kendileri için; Atatürkçü (%75), ateist (%12,4), insan (%5,9), doğa sever (%3,2) ve kadın (%3) nitelemelerini sıklıkla kullanmıştır. Takip ediciler, @CenabiAllah hesabına yönelik tweetlerde istekte bulunma (%56,1), soru sorma (%11,9), onaylama (%11,4), şikâyet etme

(%9,9), selamlama (%9,6) ve destekle (%1,0) etkileşimde bulunurken, hesap ise soru sorma (%44), yazılan tweetleri cevaplama (%16), retweet (%16), benzer sayfalardan link verme (%12) ve etiketle gündem belirleme (%12) ile bu etkileşimi gerçekleştirmeye çalışmıştır.

Kamuoyu önündeki kadınlara veya eylemlerine yönelik aşağılayıcı tweetler hem hesap hem de takip ediciler tarafından paylaşılmıştır. Hesap tarafından atılan bir tweette; “*Şu üç kadın tipini cehenneme almayı düşünüyoruz 1- spor konuşan 2- ünlü kişilere aşık olan 3- twitter’da story atan*” ifade edilirken, takip edicilerse bu tweete, Emine Erdoğan ve Hilal Kaplan özelinde, kadın onuruna yakışmayacak tabir ve betimlemeler kullanılarak cevap yazmıştır. Erdoğan ve Kaplan hakkında atılan tweetlerde sıklıkla politik söylemlerden hareket edilerek aşağılayıcı tweetler atılmıştır.

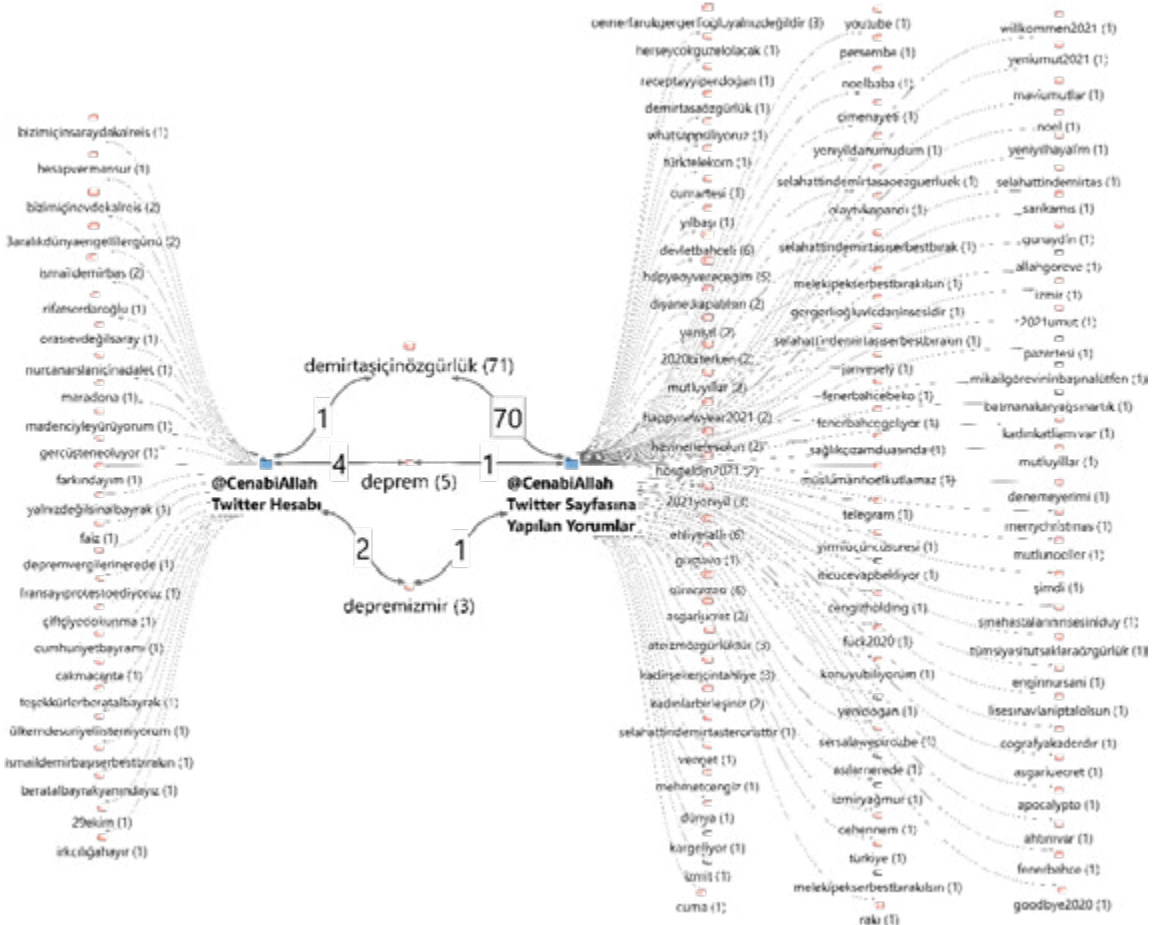


Şekil 2. @CenabiAllah Twitter Hesabının Paylaşımlarına Dair Tema ve Alt Kategoriler



Şekil 3. @CenabiAllah Twitter Hesabını Takip Edenlerin Tweetlerine Dair Tema ve Alt Kategoriler

Araştırma Sorusu 4: @CenabiAllah Twitter hesabı ile bu hesabı takip edenler hangi etiketlerle paylaşımlarını gerçekleştirmektedir?



Şekil 4. @CenabiAllah Twitter hesabı ile bu hesabı takip edenlerin Kullandığı Etiketler (#)

Twitter üzerinden İslamofobik paylaşımlarda bulunan Allah (c.c.) kullanıcı adlı hesap ile bu hesabı takip edenlerin yazdığı bazı tweetlerde etiketleme (#) yoluna başvurulmuştur. Takip ediciler ve hesap tarafından üç etiketin ortaklaşa kullanıldığı (#demirtaşiçinözgürlük, #deprem ve #depremitizmir) diğer etiketlerinse birbirlerinden farklılık arz ettiği görülmüştür. #demirtaşiçinözgürlük (71) etiketi tüm etiketler içinde en sık paylaşılan hashtag olmuştur.

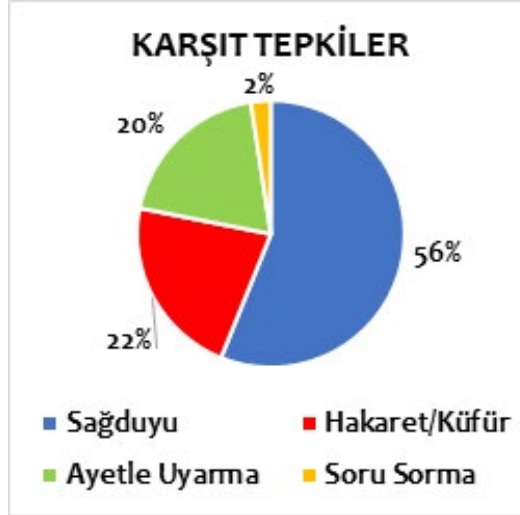
@Cenabi Allah hesabı; Twitter'daki paylaşımlarında sıklıkla politik konuları ilişkilendirecek şekilde tweetler paylaşmıştır. Burada sıklıkla hükümeti hedef alan ve hükümeti eleştiren gündemdeki etiketlerden yola çıkarak paylaşımlarda bulunmuştur. Takip ediciler bu iki başlık dışında; Selahattin Demirtaş, Devlet Bahçeli, Ekrem İmamoğlu gibi siyasi karakterle Twitter'da gündem olan konuların etiketleriyle ilgili hesaba cevaplar yazmıştır. Söz konusu hesap ve takip edicilerin tweetlerinde kullandığı etiketler şekil 4'de verilmiştir.

Araştırma Sorusu 5: İslamofobik paylaşım yapan Twitter hesabına kullanıcıların verdiği karşıt tepkiler nasıldır?

Yapılan İslamofobik paylaşımlara Twitter kullanıcıları dört başlık altında karşıt tepkilerde bulunmuştur. Bu tepkilerin gösterildiği şekil 6'da sağduyulu çağrılar %56 oranına sahipken, bunu hesaba yönelik küfür/hakaret (%22), ayetle uyarma (%19,5) ve soru sorma (%2,4) takip etmiştir. Daha çok Müslüman olan kesim tarafından karşıt tepkilerin yazıldığı tweetlerde; @CenabiAllah hesabının yaptığı paylaşımlara cevap vermekten ziyade kullanıcılar yapılanın insanî bir davranış olmadığını altını çizmiştir. Aşağıda Twitter kullanıcılarının @CenabiAllah hesabına yönelik karşıt tepkilerini ifade eden tweetler bulunmaktadır.

Seni yaradan allaha senin adına af dilicem; Valla yazık sizin gibi insanlara; Şu an bir sürü şey demek isterdim ama adabım el vermiyor Rabbim ıslah etsin sizi ve sizin gibileri; Şöyle, benim değerlerime saygısızlık yapılmadığı sürece susarım, bende saygı gösteririm. Fakat saygısızlık yapılsa konuşurum, o yüzden çevremdeki insanlar saygısızlık yapmadığı için susardım; @CenabiAllah Yani bu biraz fazla saygısız olmuş hiç etik değil; Senide senin sahibinide sana kemik atanıda besleyeninde senden olanıda senden birlikte olanıda yedi ceddini gelmişini gecmişini; Sen bir soysuzsun; Lan geri zekalı ahmak sen kendini ne zaneyyorsun iblisin yavuklusu Allah er

geç belanızı verecek beyinsiz Ahmaklar; Sonra kötülük yapanların akıbeti, akıbetlerin en kötüsü oldu. Allah'ın ayetlerini yalanlayıp alaya aldılar. (Ya da; "Ayetleri yalanlamaları ve alaya almaları nedeniyle en kötü akıbet düçar oldular.") (30/Rûm 10); Hak kendilerine gelince elbette, onu yalanladılar. Alaya aldıkları (şeyin) haberleri onlara gelecektir. (Neyi alaya aldıklarını anlayacaklar.) (6/En'âm 5); KAÇ İNSANI HAKK YOLUNDAN ÇIKARDIĞININ FARKINDA MISIN SEN?



Şekil 5. İslamofobik Paylaşımlara Karşıt Tepkiler

Araştırma Sorusu 6: İslamofobik paylaşımlar ile diğer tüm kategoriler arasında nasıl bir ilişki söz konusudur? Bu ilişkide öne çıkan hususlar nelerdir?

Sadece ilişkili olan konuların analize tutulduğu, ilişki dışında kalan başlıkların analize çıkarıldığı şekil 6'da gerek takip ediciler gerekse @CenabiAllah hesabı tarafından yapılan İslamofobik paylaşımların daha çok hangi kategorilerle ilişkili olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Allah'ın vasıfları, peygamberler, Müslümanlar, melekler, Allah'ı küçümseme ve günah kavramı yoğun olarak alaya alma ile ilişkili bulunmuştur. Ateizm ile ahiret inancı da yine yoğun ilişkiye sahip bir başka İslamofobik başlık olmuştur. Bunların yanı sıra nefret dili, istekte bulunma, soru sorma ve Allah'la kendini denk tutan paylaşımların da İslamofobik paylaşımlarla ilişkili olduğu max maps tarafından ortaya konulmuştur. Tüm bunlar dışında kategoriler arasında daha düşük düzeylerde gerçekleşen ilişki ağları da tespit edilmiştir (Bkz. Şekil 7).

Yapılan ilişki testinde İslam akaidi ve Müslümanlara yönelik fobik paylaşımlar, mizah görüntüsü altında alaya alınarak meşrulaştırılmaya çalışılmıştır. Öte yandan ateizm fikrini benimseyenlerin fobik içerikli tweetlerinde daha çok ahiret inancıyla ilişkili olacak şekilde paylaşımlar yapılmıştır. Özetle, Twitter'da İslamofobik paylaşımlar; mizah, politika, diğer semavi dinler, medya ve ideolojik fikirlerle ilişkili bir biçimde üretilmiştir.

İslamofobik paylaşımlarda bulunan kişiler; Twitter’da kendileri gibi düşünen insanları etkilemek ve/veya bu insanların da İslamofobik söylemlerini dile getirmesini teşvik etmek amacıyla mizah ve nefret diline başvurduğu söylenebilir. Kendi inançlarına yönelik yapılan bu tahkirleri görenler veya bu tür İslamofobik söylemlere taraftar olmayan Twitter kullanıcıları ise sağduyu (%56,1), küfür/hakaret (%22), ayetle uyarma (%19,5) ve soru sorma (%2,4) ile karşı tepkilerde bulunmuştur. Bu karşı tepkilerde daha çok bireylerin inançlarına saygı duyulması konusuna vurgu yapılmıştır. Twitter’da İslamofobik paylaşımlara karşı çıkan kesim ile bu içerikleri üretenler arasında daha çok politik bağlamda karşılıklı düello şeklinde tweetleşmeler meydana gelmiştir. Bu politik içerikler sıklıkla günübürlük siyasi polemikler, liderlerin söylemleri ve iç gündeme ait konular özelinde vuku bulmuştur. Dolayısıyla İslamofobik içeriklerin üretilmesinde politika ve ülke gündeminin oldukça büyük bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

İslamofobik tweetler, sıklıkla iç gündemdeki konuların etiketlenmesiyle kurgulanmıştır. Cumhuriyet İttifakı özelinde yapılan eleştirilerle bu fobik söylemler perçinlenmeye çalışılmıştır. Yine yoğun bir şekilde Selahattin Demirtaş başta olmak üzere HDP taraftarlığıyla da anti-İslamist fikirler siyasi söylem bazında bir zemine oturtulmuştur. Bu durum İslamofobik tutumlarda faşizan tutumların da etkin rol oynadığını göstermektedir. Nitekim paylaşılan tweetlerde PKK başta olmak üzere, çeşitli terör örgütleri tarafından İslamofobik söylemler siyaset ve milliyetçilik fikirleriyle kurgulanarak paylaşılmıştır. @CenabiAllah hesabı ve takip ediciler, paylaştıkları siyasi içerikli tweetlerde kendilerini Cumhuriyet İttifakı karşısında konumlandırarak HDP ve Selahattin Demirtaş taraftarlığıyla politik içerikler paylaşmıştır. Öte yandan ilgili hesap ve takipçiler; göçmenler, Diyanet İşleri Başkanlığı, laiklik ve Twitter’da gündem olan farklı konular (*asgari ücret, faiz, yılbaşı vb.*) özelinde de İslamofobik paylaşımlarda bulunmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen bu çıktılar, İslamofobi ile ilgili yapılan daha önceki çalışmaların bulgularıyla da benzerlik taşımaktadır (Imhoff ve Recker, 2012; Fritzsche ve Nelson, 2020).

İslamofobik içerikli paylaşımlar yapan kesimin profil bilgilerine bakıldığında, bu kişilerin aynı zamanda cumhuriyet değerlerini benimseyen kişiler olduğu görülmüştür. Fakat burada önemli bir tezatlık ortaya çıkmaktadır. Bu kişiler hem kendileri dışındaki diğer insanların inanç hürriyetlerine saygı duymamakta hem de bu kesimlere yönelik hakaret etme haklılığını kendinde görmektedir. Bu durum cumhuriyet ülküsünün içerdiği değerlerle kişilerin anladıkları cumhuriyet fikri arasındaki tezatlığı ortaya çıkarmaktadır. Bu grup içinde aynı zamanda Twitter hesaplarında herhangi bir dini inanca sahip olmadığını ve kendini sözde hümanist ve doğa dostu olduğunu ifade eden kesimler de olmuştur. Ortaya çıkan bu sonuçlarla bireylerin benimsediği dünya görüşleri ile yaptıkları arasında ciddi bir ikilem yaşadıkları rahatlıkla ifade edilebilir. Tüm bu kesimler dışında @CenabiAllah hesabını takip edenler içinde aynı zamanda LGBT taraftarlarının da olduğu tespit edilmiştir. Demokratik bir zeminde fikirlerini rahatça ifade edemediklerini belirten bu kesim, yaptıkları paylaşımlarla Müslümanların değer yargılarını kendi demokratik zemini için kurban etmiştir. Sözde demokratik anlamda faaliyetlerini sergileyen bu tarz yapılanmalar, aslında kendileri için ‘öteki’ olarak atfettiği inançlara ve toplumun hassasiyetlerine bağnazca ve kutuplaştırıcı bir dille yaklaşmıştır. Bireylerin benimsediği ideolojiler ve kendilerini niteledikleri sıfatlar dışında, Twitter’da İslamofobik içerikler paylaşmada; C neslinin teknolojiye olan düşkünlüğü, tıklanma, takip edilme, gündemde olma ve beğenilme gibi narsist düşüncelerin de önemli birer belirleyici unsur olduğu söylenebilir.

Genel anlamda bu tür sosyal medya hesapları için yapılan tek hukuki yaptırım, ilgili hesabın kapatılması olmaktadır. Her ne kadar ilgili hesaplara kapatma yoluyla erişim engeli getirilse de farklı adlarla yeni hesaplar kurulabilmektedir. Nitekim @CenabiAllah hesabı Ekim 2021’de kapatılmış fakat aynı kişi/ler tarafından yine aynı adla (*Allah (c.c) @cenabiallah2*) yeni bir Twitter hesabı açılmıştır. Tüm bu sonuçlar ışığında burada öne çıkan soru; bu işin çözüm merkezinin kimler tarafından ve nasıl yapılacağıdır. Çalışmada elde edilen sonuçlar ışığında, İslam dini ve mensuplarına yönelik yapılan bu tür tahkirlere ilişkin; Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin muhatabı Devletler ve uluslararası kurum/kuruluşlarla paydaşlık ve eşgüdüm içerisinde hareket etmesini ve manevi değerlerin korunması noktasında uluslararası düzeyde yapılacak somut çalışmalarda öncü rol oynamasını gündeme getirmektedir. Öte yandan, Diyanet İşleri Başkanlığı da bu tarz durumlarda daha aktif bir biçimde rol oynamalıdır. Kurumun burada benimsemesi gereken dil ve söyleminse İslam’ın değer yargılarına uygun düşecek (*kavl-i leyyin*) şekilde yapması olacaktır. Araştırmada, Twitter özelinde gerçekleşen İslamofobik paylaşımlara odaklanılmıştır. Twitter dışındaki diğer sosyal medya platformlarında da yerli İslamofobik görünümlerin başka noktalarını keşfetmek adına güncel veriler ışığında yeni çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Son Notlar

¹ İlk yüzde @CenabiAllah hesabı ikinci yüzde bu hesabı takip eden kişilerin paylaşımlarına karşılık gelen yüzdeyi ifade etmektedir

Kaynakça

- Abbas, T. (2011). Islamophobia in the United Kingdom: Historical and contemporary political and media discourses in the framing of a 21st-century anti-Muslim racism, Islamophobia. J. Esposito, and İ. Kalin içinde, *The Challenge of Pluralism in the 21st Century* (s. 67-76). Oxford : Oxford University Press.
- Abbas, T. (2019). *Islamophobia and radicalisation: A vicious cycle*. New York: Oxford University Press.
- Aguilera-Carnerero, C., and Azeez, A. H. (2016). Islamonausea, not Islamophobia': The many faces of cyberhate speech. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 9(1), 21-40. doi:10.1386/jammr.9.1.21_1
- Akner, N. ve Mencet, M. S. (2016). Türkiye'de islamofobi: Mizah dergilerinde İslam'ın temsili. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 11(2), 169-196. doi:10.17550/aid.62268
- Allen, C. (2007). Islamophobia and its consequences. S. Amghar, A. Boubekur, and M. Emerson içinde, *European Islam-Challenges for Public Policy and Society* (s. 144-167). Brussels: Centre for European Policy Studies.
- Allen, C. (2010a). *Islamophobia*. Surrey: Ashgate Publishing.
- Allen, C. (2010b). West Midlands case study. J. G. Mazer, and R. Lambert içinde, *Islamophobia and anti-Muslim hate crime: UK case studies* (s. 147-181). Exeter: University of Exeter.
- Allen, C. (2010c). Fear and loathing: The political discourse in relation to Muslims and Islam in the British contemporary setting. *Politics and Religion Journal*, 4(2), 221-236.
- Andre, V. (2016). Thai cyber-actors: Evidence of an Islamophobic effect. D. Pratt, and R. Woodlock içinde, *Fear of Muslims?: International Perspectives on Islamophobia* (s. 111-130). Switzerland: Springer.
- Aslan, A. (2019). The politics of Islamophobia in Turkey. E. Bayraklı, and F. Hafez içinde, *Islamophobia in Muslim Majority Societies* (s. 71-92). London: Routledge.
- Awan, I. (2014). Islamophobia and Twitter: A typology of online hate against Muslims on social media. *Policy & Internet*, 6(2), 133-150. doi:10.1002/1944-2866.poi364
- Awan, I. (2016). Islamophobia on social media: A qualitative analysis of the Facebook's walls of hate. *International Journal of Cyber Criminology*, 10(1), 1-20. doi:10.5281/zenodo.58517
- Balcı, Ş. ve Karadeniz, B. (2021). Nefret söylemi pratiği olarak İslamofobi: Fransa'da yükselen İslamofobik söylemlerin Türk yazılı basınında yansıtılma biçimleri. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(1), 5-31. doi:10.47951/mediad.907354
- Bayraklı, E. ve Hafez, F. (2020). European Islamophobia Report. İstanbul: SETA. Erişim adresi: https://www.islamophobieurope.com/wp-content/uploads/2020/06/EIR_2019.pdf
- Bayraklı, E. ve Yerlikaya, T. (2017). Müslüman toplumlarda islamofobi: Türkiye örneği. *Ombudsman Akademik*, 2(7). doi:10.32002/ombudsmanakademik.440210
- Beka, R. (2019). Islamophobia in the contemporary Albanian public discourse. E. Bayraklı, and F. Hafez içinde, *Islamophobia in Muslim Majority Societies* (s. 45-58). London: Routledge.
- Bleich, E. (2012). Defining and researching Islamophobia. *Review of Middle East Studies*, 46(2), 180-189. doi:10.1017/S2151348100003402
- Burnap, P., and Williams, M. L. (2015). Cyber hate speech on Twitter: An application of machine classification and statistical modeling for policy and decision making. *Policy & Internet*, 7(2), 223-242. doi:10.1002/poi3.85
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüktopçu, M. B. ve Gündoğdu, S. (2019). Alman karikatürleri örneğinde İslamofobi. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Fuat Sezgin Özel Sayısı*, 91-102. doi:10.9775/kausbed.2019.020
- Chau, M., and Xu, J. (2007). Mining communities and their relationships in blogs: A study of online hate groups. *International Journal of Human-computer Studies*, 65(1), 57-70. doi:10.1016/j.ijhcs.2006.08.009

- Cherribi, S. (2011). An obsession renewed: Islamophobia in the Netherlands, Austria, and Germany. J. L. Esposito, and İ. Kalin içinde, *Islamophobia: The Challenge of Pluralism in the 21st Century* (s. 47-62). Oxford: Oxford University Press.
- Cimino, R. (2005). "No God in common:" American Evangelical discourse on Islam after 9/11. *Review of Religious Research*, 47(2), 162-174. doi:10.2307/3512048
- Deeb, L. (2010). Gendering Islamophobia and Islamophilia: The case of Shi'i Muslim women in Lebanon. A. Shryock içinde, *Islamophobia / Islamophilia Beyond the Politics of Enemy and Friend* (s. 94-110). Bloomington: Indiana University Press.
- Dirlik, A. (1996). Chinese history and the question of orientalism. *History and Theory*, 35(4), 96-118.
- Douglas, K. M., McGarty, C., Bliuc, A. M., and Lal, G. (2005). Understanding cyberhate: Social competition and social creativity in online white supremacist groups. *social science Computer Review*, 23(1), 68-76. doi:10.1177/0894439304271538
- Forman, J., Creswell, J. W., Damschroder, L., Kowalski, C. P., and Krein, S. L. (2008). Qualitative research methods: Key features and insights gained from use in infection prevention research. *American Journal of Infection Control*, 36(10), 764-771. doi:10.1016/j.ajic.2008.03.010Get
- Fritzsche, L., and Nelson, L. (2020). Refugee resettlement, place, and the politics of Islamophobia. *Social & Cultural Geography*, 508-526. doi:10.1080/14649365.2019.1672775
- Gorman, C. S., and Culcasi, K. (2021). Invasion and colonization: Islamophobia and anti-refugee sentiment in West Virginia. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 39(1), 168-183. doi:10.1177/2399654420943897
- Gökmen, H. (2018). Hollandalı politikacı Geert Wilders'ın "Fitna" filmi çerçevesinde bir algı ve imaj olarak islamofobi. *Antakiyat*, 1(1), 84-98.
- Graham, M., Milanowski, A., and Miller, J. (2012). Measuring and promoting inter-rater agreement of teacher and principal performance ratings. *The Center for Educator Compensation and Reform (CECR)*, 1-33. Erişim adresi: <https://eric.ed.gov/?id=ED532068>
- Himmat, H. (2004). Islamophobia and its consequences on young women. I. Ramberg, *Seminar report for the council of Europe: European Youth Centre* içinde (s. 85-90). Budapest: Directorate of Youth and Sport of the Council of Europe.
- Imhoff, R., and Recker, J. (2012). Differentiating Islamophobia: Introducing a new scale to measure Islamoprejudice and secular Islam critique. *Political Psychology*, 33(6), 811-824. doi:10.1111/j.1467-9221.2012.00911.x
- Jaishankar, K. (2008). Cyberhate: Antisocial networking in the Internet. *International Journal of Cyber Criminology*, 2(2), 16-20.
- Jung, J. H. (2012). Islamophobia? Religion, contact with Muslims, and the respect for Islam. *Review of Religious Research*, 54(1), 113-126. doi:10.1007/s13644-011-0033-2
- Kanbur, Y. (2020). İslamofobik "kimlikçilik hareketi"nin Twitter görünümü. *MEDIAD*, 3(2), 265-284. doi:10.47951/mediad.837405
- Kassarjian, H. H. (1977). Content analysis in consumer research. *Skip Nav Destination*, 4(1), 8-18. doi:10.1086/208674
- Kaya, C. ve Akıncı, A. (2018). Türkiye'de İslamofobinin yansımaları. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 7(13), 82-89. Erişim adresi: <http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs>
- Kirk, J., and Miller, M. L. (1986). *Reliability and validity in qualitative research (Qualitative research methods series)*. London: Sage.
- Kumar, D. (2007). Islam and Islamophobia. *International Socialist Review*, 52, 26-32.
- Kurtuluş, Y. (2009). 11 Eylül 2001 sonrası İslam'la ilgili medya değerlendirmeleri. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- López, F. B. (2011). Towards a definition of Islamophobia: Approximations of the early twentieth century. *Ethnic and Racial Studies*, 34(4), 556-573. doi:10.1080/01419870.2010.528440

- Magdy, W., Darwish, K., & Abokhodair, N. (2015). Quantifying public response towards Islam on Twitter after Paris attacks. *ArXiv, abs/1512.04570*
- Massoumi, N., Mills, T., and Miller, D. (2017). Islamophobia, social movements and the state: For a movement-centred approach. N. Massoumi, T. Mills, and D. Miller içinde, *What is Islamophobia?: Racism, Social Movements and the State* (s. 3-34). London: Pluto Press.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung/Qualitative Social Research, 1*(2), 1-10. doi:10.17169/fqs-1.2.1089
- Meer, N. (2013). Racialization and religion: Race, culture, and difference in the study of antisemitism and Islamophobia. *Ethnic and Racial Studies, 36*(3), 385-398. doi:10.1080/01419870.2013.734392
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. California: Sage.
- Osman, M. N. (2019). The confluence of race and religion in understanding Islamophobia in Malaysia. E. Bayraklı, and F. Hafez içinde, *Islamophobia in Muslim Majority Societies* (s. 161-174). London: Routledge.
- Özçelik, T. G. (2021). Self-orientalism and the media's role in Turkey before 2000. *OPUS, 11*(35), 2179-2208. doi:10.26466/opus.856102
- Perry, B., and Olsson, P. (2009). Cyberhate: The globalization of hate. *Information & Communications Technology Law, 18*(2), 185-199. doi:10.1080/13600830902814984
- Puschmann, C., Ausserhofer, J., Maan, N., and Hametner, M. (2016). Information laundering and counter-publics: The news sources of Islamophobic groups on Twitter. (s. 143-150). *The Workshops of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media in the Newsroom: Technical Report WS-16-19*. May 17-20, 2016, Cologne, Germany.
- Saeed, T. (2016). *Islamophobia and securitization: Religion, ethnicity, and the female voice*. Lahore: Palgrave Macmillan.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. London: Penguin.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. London: Sage publications.
- Shah, S. Z. (2019). Post-coloniality, Islamization and secular elites: Tracing Islamophobia in Pakistan. E. Bayraklı, and F. Hafez içinde, *Islamophobia in Muslim Majority Societies* (s. 59-70). London: Routledge.
- Sheridan, L. P. (2006). Islamophobia pre- and post-September 11th, 2001. *Journal of Interpersonal Violence, 21*(3), 317-336. doi:10.1177/0886260505282885
- Shirin, H. (2012). What's the point? Anti-racism and students' voices against Islamophobia. *Race Ethnicity and Education, 15*(1), 101-120. doi:10.1080/13613324.2012.638867
- Temel, M. (2019). Türkiye'de siyaset yönelimli İslamofobik retorik: Refahiyol hükümeti dönemi basını örneği. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Temel, M. (2020). Türkiye'de basın-iktidar ilişkileri çerçevesinde islamofobik söylem. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD), 3*(1), 29-59.
- Terri, A. W. (2019). Islamophobia: Social distance, avoidance, and threat. *Sociological Spectrum, 39*(6), 359-374. doi:10.1080/02732173.2019.1704668
- Tsuria, R. (2013). The video Three Things About Islam: Islamophobia online or a religious dialogue? *Scripta Instituti Donneriani Aboensis, 25*, 222-231. doi:10.30674/scripta.67442
- Türkoğlu, H. S., and Türkoğlu, S. (2021). Orientalism, Islamophobia, and the concept of otherization through civil conflict, digital platform Netflix: The example of the Messiah series. I. Tombul, and G. Sarı içinde, *Handbook of Research on Contemporary Approaches to Orientalism in Media and Beyond* (s. 730-759). IGI Global. doi:10.4018/978-1-7998-7180-4.ch042
- Uenal, F., Bergh, R., Sidanius, J., Zick, A., Kimmel, S., and Kunst, J. R. (2021). The nature of Islamophobia: A test of a tripartite view in five countries. *Personality and Social Psychology Bulletin, 47*(2), 275-292. doi:10.1177/0146167220922643

- Vidgen, B., and Yasseri, T. (2020). Detecting weak and strong Islamophobic hate speech on social media. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(1), 66-78. doi:10.1080/19331681.2019.1702607
- wikipedi. (t.y.). İslam. Erişim adresi: <https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%Boslam>
- Yel, A. (2021). Islamophobia as cultural racism. *Insight Turkey*, 23(2), s. 169-190. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/27028545>
- Yel, A. M. ve Nas, A. (2014). Insight Islamophobia: Governing the public visibility of Islamic lifestyle in Turkey. *European Journal of Cultural Studies*, 17(5), 567-584. doi:10.1177/1367549413515258
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications*. Los Angeles: Sage.
- Yusha'u, M. J. (2015). Extremism or terrorism: Communicating Islamophobia on YouTube in the Norwegian attacks. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 8(2), 171-191. doi:10.1386/jammr.8.2.171_1
- Zaal, M. (2012). Islamophobia in classrooms, media, and politics. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 55(6), 555-558. doi:10.1002/JAAL.00066
- Zahed, S. E. (2019). Internalized Islamophobia: The making of Islam in the Egyptian media. E. Bayraklı, and F. Hafez içinde, *Islamophobia in Muslim Majority Societies* (s. 137-160). London: Routledge.

Islamophobic Posts on Social Media: The Twitter Case

Mehmet Sinan TAM

Extended Abstract

In the most general sense, Islamophobia refers to negative attitudes or feelings towards Islam or Muslims (Bleich, 2012, p. 185). It is not possible to predict exactly when Islamophobia turned into a mass state, but it is striking that the date when this situation was conceptualized coincides with the 20th century and the turning point here is September 11, 2001. The hatred and fear of the Islamic identity, especially after the attack on the World Trade Center in the 21st century, has led to an increase in anti-Islam discourses relative to previous years (Sheridan, 2006, p. 317). Although Islamophobic tendencies have emerged outside the Islamic world, this trend is also encountered in countries with a large majority of Muslims. This situation has been demonstrated academically in studies conducted in Turkey, Pakistan, Egypt, Albania, and Malaysia. When evaluated on a country basis, Islamophobia is frequently seen in the law, university, business, and media sectors in Turkey in recent years, while it is heavily processed in traditional media with advertisements and television images, films, and soap operas (Yel and Nas, 2014). The first pillar of Islamophobic tendencies in Turkey is produced in the press or on the political ground. Then, the subject is moved to the media or political arena according to the place where it was first produced and operated mutually (Temel, 2019, p. 164). Then, the subject is moved to the media or political arena according to the place where it was first produced and operated mutually (Temel, 2019, p. 164). In daily life, the people who are exposed to Islamophobic discourses are mostly women, and some women are intensely exposed to actual attacks or psychological pressures, apart from discourses (terrorist, I will cut off your head, etc.) (Himmat, 2004).

Method

In the study, although it is expressed with different names by the three monotheistic religions, Islamophobic posts on Twitter regarding the creator, which is a common value, and the material and spiritual values of Muslims are examined. The study aims to reveal the Islamophobic views, shares, and legitimation efforts on the micro-level of social media in the macro sense, through the @CenabiAllah account, which makes islamophobic posts on Twitter. Since qualitative research is more suitable for purposive sampling, the sample of the study was determined based on the criterion type of purposive sampling (Forman et al., 2008, p. 767; Büyüköztürk et al., 2018, pp. 94-95). The number of followers was taken as a basis in the selection of the Twitter account examined in this research. The Twitter account opened under the name of Allah, which is included in the sample of the research in question, uses the origin of the @CenabiAllah and is the most followed account with 222.2 thousand followers in Turkish. In the research, the tweets of the relevant account between 25.10.2020 and 03.01.2021 were examined according to the case study design among the qualitative research designs (Yin, 2018).

Results

The @CenabiAllah account was opened in 2013, and the first tweet reached was dated 31.05.2013, "The Resistance in Taksim is Growing. Tens of thousands are marching against Fascism. #direngeziparki" was shared with the tag. It has been observed that the account in question deleted some of its past tweets, and it focused on Islamophobic posts, especially after 2018. In the tweets of the @CenabiAllah account, which is still actively shared on Twitter, and those who follow this account, common posts were made on the themes of Islamophobia, self-qualification, language, politics, other heavenly religions, propaganda, addressing, interaction, and humiliating women. The account under the username of Allah made a difference in the theme of news sources and followers on the theme of racism. The Twitter account Allah and its followers shared Islamophobic tweets about religious values and discourses, the Qur'an, Muslims, angels, contempt of Allah, belief in the hereafter, prophets, mocking the concept of sin, the qualities of Allah, fard, Arabic, and religious institutions and individuals. It has been found that not only the religion of Islam but also the values of Christianity and Judaism have been undermined. Twitter users reacted to the Islamophobic posts under four headings. These responses were respectively prudent calls (56%), swearing/insulting (22%), warning with verses in the Qur'an (19.5%), and asking questions (2.4%). Attributes of Allah, prophets, Muslims, angels, contempt

of Allah, and the concept of sin have been extensively associated with ridicule. Atheism and belief in the hereafter have also been other Islamophobic titles with an intense relationship.

Discussion

As a result of the research, the account, which was opened in 2013 under the image of an ordinary Twitter account, has over time become a common meeting and a discourse point of different segments that carry Islamophobic thoughts. Islamophobic tweets in Turkey are produced and shared under the headings of politics, immigrants, religion, and secularism. In addition, narcissistic thoughts such as the C generation's fondness for technology, being clicked, followed, being on the agenda, and being liked can also cause Islamophobic thoughts to be produced. The study raises the need for Turkey to play a leading role in the protection of moral values to be made with international organizations regarding such insults made specifically against Islam and to prepare legal regulations for the protection of material and moral values with social media representatives in Turkey.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed



MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 301-315

Geliş: 31.10.2021 | Kabul: 06.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1016873

Sosyal Medyada Paylaşılan Hadislerin Dinî Yaşantıya Etkisi: Balıkesir Üniversitesi Öğrencileri Örneği¹

Recep Emin GÜL*

Öz

Bu çalışmada sosyal medyada paylaşılan hadislerin dinî yaşantıya olan etkisi incelenmiştir. Araştırmada nicel yöntem benimsenmiş, araştırma verileri hazırlanan anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın evrenini Balıkesir Üniversitesi öğrencileri, örneklemini ise basit rastlantısal yöntemle seçilmiş 317 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı günümüzde bilgi paylaşım araçlarından biri haline gelen sosyal medyada paylaşılan hadislerin örneklem grubunun dinî yaşantısına ne oranda etki ettiğini tespit etmektir. Bu amaca uygun olarak katılımcılara sekiz ana başlıkta bazı önermeler sunulmuştur. Araştırmada elde edilen verilere göre katılımcıların çok büyük bir kısmı sosyal medyaya ve burada paylaşılan hadislere güvenmemektedir. Bununla birlikte katılımcıların sekiz ana başlıktan üçünü %50'nin altında bir oranla; beş başlığı ise %50'nin üzerinde dinî yaşantılarına aktardığı tespit edilmiştir. Araştırmada ulaşılan sonuçlardan hareketle sosyal medya kullanıcılarının gizil (örtük) öğrenme yöntemiyle sosyal medyada paylaşılan hadislerdeki dinî bilgileri öğrendiklerini ve dinî yaşantılarına aktardıklarını söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Hadis, Sosyal Medya, Dinî Yaşantı, Üniversite Öğrencileri, Balıkesir

The Effect of Hadith Shared on Social Media on Religious Life: The Sample of Balıkesir University Students

Abstract

In this study, the effect of hadiths shared on social media on religious life was examined. A quantitative method was adopted in the research, and research data were collected through a questionnaire. The population of the research consists of Balıkesir University students, and the sample consists of 317 students selected by a simple random method. Following this aim, some suggestions were presented to the participants under eight main headings. According to the data obtained in the research, the majority of the participants do not trust social media and the hadiths shared here. However, it was determined that the participants transferred three of the eight main headings to their religious life with a rate below 50%, and the five headings over 50%. Based on the results of the research, it is possible to say that social media users learn the religious information in the hadiths shared on social media with the latent (implicit) learning method and transfer them to their religious lives.

Keywords: Hadith, Social Media, Religious Life, University Students, Balıkesir

ATIF: Gül, R. E. (2021). Sosyal medyada paylaşılan hadislerin dinî yaşantıya etkisi: Balıkesir Üniversitesi öğrencileri örneği. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 301-315.

* Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, emingulo8@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-0976-650X>, Balıkesir, Türkiye

Giriş

İnsanlık tarih boyunca farklı alanlarda bilgi üretmiş ve çeşitli yollarla bu bilgileri sonraki nesillere aktarmıştır. Yirmi birinci yüzyılın önemli bilgi aktarma araçlarından birisinin ise sosyal medya olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İnsanlar hayatın hemen her alanıyla ilgili bilgileri bu mecradan paylaşabilmektedir. Paylaşılan bu bilgiler arasında dinî alanı ilgilendirenlerin yoğunluğu ise ayrıca dikkat çekmektedir. Sosyal medya kullanıcıları bu mecrada çoğunluğunu ayet-hadis ve din büyüklerinin sözlerinin oluşturduğu dinî bilgiler paylaşmaktadır. Bu durum aslında kullanıcıların, dinî bilgilerin paylaşımı için sosyal medyayı uygun bir araç olarak gördüklerini ve bu mecrada dinî bilgi paylaşmanın faydalı olduğunu düşündüklerini göstermektedir (Korukcu, Cengil, & Ardahanlı, 2015, s. 530). Hatta sosyal medya, dinî bilgilerin paylaşıldığı bir mecra olarak, gençler tarafından dinî bilgiye ulaşmada ilk başvuru kaynaklarından kabul edilmektedir (Ayaz, 2015, s. 118; Demir, 2019, s. 73; Yavuz, 2020, s. 126). Nitekim bazı araştırmalarda katılımcıların büyük çoğunluğunun interneti ve sosyal medyayı bilgi almak amacıyla kullandığı tespit edilmiştir (Altuntaş & Kul, 2015, s. 422; Çiftçi, 2018, s. 429).

Konuyla ilgili Ayaz'ın yaptığı araştırmada ise özellikle ergenlik dönemindeki gençlerin sosyal medyadaki dinî toplulukların paylaşımlarını takip ettikleri, sosyal medyayı kendileri için sanal bir tekke, zaviye veya cemaat evi gibi gördükleri tespit edilmiştir (2015, ss. 115-116). Gençlerin bazı dinî bilgilerini sosyal medyadan öğrendiklerini belirtmeleri de bu durumun bir göstergesidir (Demir, 2019, s. 73). Gençler, sosyal medyanın tebliğ ve irşat hizmetleri için önemli bir araç olduğunu, sosyal medyada karşılaştıkları bilgilerin dini öğrenme merakını artırdığını, bu mecradaki dinî içerikli paylaşımları daha dikkatli okuduklarını, sosyal medya sayesinde hadisler hakkında daha fazla bilgi sahibi olduklarını ifade etmektedir (Bildik, 2019, ss. 97-101; Dereli, 2020, ss. 239-242). Bununla birlikte gençlerin önemli bir kısmı sosyal medyada kaynağıyla birlikte paylaşılan dinî bilgilere güvendiklerini ve bu bilgilerin dinî yaşantılarına etki ettiğini belirtmektedir (Bildik, 2019, ss. 104-107). İşte bu noktada sosyal medyada paylaşılan dinî bilgiler için verilen kaynakların ne derece güvenilir olduğu önem arz etmektedir. Zira özellikle sosyal medyada paylaşılan hadislerin çoğu zaman yanlış kaynak kullanılarak paylaşıldığını söylemek mümkündür (Gül, 2016, ss. 172, 175-177). Farklı alanlarda yapılan çalışmalarda da aynı soruna dikkat çekildiği görülmektedir (Korukcu vd., 2015, s. 514; Demir, 2019, s. 149).² Çok yaygın ve genel bir tavır olmasa da sosyal medyanın dinî bilgi edinme kaynağı olarak kullanılıyor olması içerisinde yer alan dinî bilgilerin de güvenilir olmasını gerekli kılmaktadır. Bu noktada özellikle dinî, dünyevî, kişisel vb. bazı çıkarlar sebebiyle istismara açık veya bağlamından koparılan ve tek başına anlaşılması güç hadis paylaşımlarına ayrıca dikkat çekmek gerekmektedir.

Sosyal medyanın dinî bilgi edinme aracı olarak kullanılması gizil (örtük) öğrenme metodunu akla getirmektedir. Bu öğrenme türünde bireyler algıda seçicilik veya dikkat dağılması gibi nedenlerle bazı bilgileri farkına varmadan öğrenirler. Birey ancak ihtiyaç duyduğunda bu bilginin farkına varır. Eğitimciler “bilişsel harita”, “bilişsel senaryo” ve “yan ürün” olmak üzere gizil öğrenmenin üç türünden bahsederler (Bacanlı, 2002, s. 192, 2015, s. 245; Karip, 2014, s. 139). Sosyal medyada karşılaşılan dinî bilgilerin farkına varılmadan öğrenilmesini de “yan ürün” kategorisine dâhil etmek mümkündür. Zira kullanıcılar sosyal medyayı o bilgileri öğrenmek için kullanmazlar ancak karşılaştıklarında farkına varmadan öğrenirler.

Yukarıdaki bilgilerden anlaşıldığı kadarıyla sosyal medyanın dinî bilgi edinme kaynağı olarak kullanılması hakkında farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Ancak sosyal medyada paylaşılan bu dinî bilgilerin kullanıcıların dinî yaşantısına etkisi konusunda yapılmış herhangi bir çalışma ise tespit edilememiştir. Bu sebeple çalışmada sosyal medyada paylaşılan dinî bilgiler içerisinde önemli bir yere sahip olan hadislerin üniversite öğrencilerinin dinî yaşantılarına etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun için öncelikle sosyal medyanın dünya ve Türkiye'deki kullanım verilerine değinilecek, ardından çalışmanın yöntemi açıklanacak ve son olarak da elde edilen bulgular aktararak yorumlanacaktır.

1. Sosyal Medya Kullanım Verileri

Dünya genelindeki 4.2 milyar sosyal medya kullanıcısı günde yaklaşık 2 saat 25 dakikasını sosyal medyada geçirmektedir. Çalışmanın kapsamına alınan Facebook dünya genelinde 2.2 milyar, Türkiye'de 38 milyon; Instagram dünya genelinde 1.2 milyar, Türkiye'de 46 milyon; Twitter dünya genelinde 363.1 milyon, Türkiye'de 13.6 milyon; Whatsapp ise dünyada 2 milyar kişi tarafından kullanılmaktadır. Türkiye Facebook kullanımında dünyada on ikinci, Instagram kullanımında altıncı, Twitter kullanımında ise yedinci sıradadır (Wearesocial, 2021).

Türkiye'nin 2020 yılı itibarıyla nüfusu 84.69 milyondur. Türkiye'deki aktif sosyal medya kullanıcısı ise 60 milyondur (nüfusun %70.8'i). Türkiye'de aktif sosyal medya kullanıcısı bir önceki yıla göre 6 milyon artmıştır. Türkiye günde 2 saat 57 dakikasını sosyal medyada geçirmektedir. Türkiye'de internet kullanıcılarının en fazla

kullandıkları platformlar sırasıyla Youtube, Instagram, Whatsapp, Facebook ve Twitter'dır. Türk insanı aylık ortalama 19.7 saat Instagram'da; 15 saat Whatsapp'ta, 13.1 saat Facebook'ta ve 7.8 saat Twitter'da vakit geçirmektedir (Datareportal, 2021).

Türk gençliğinin sosyal medya kullanımına yönelik yapılan araştırmalar da yukarıdaki bilgileri doğrular niteliktedir. Nitekim Eldem ile Elibol'un yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin zamanlarının büyük bir kısmını Instagram'da harcadıkları belirtilirken (2020, s. 163); Altuntaş ile Kul'un çalışmasında ise üniversite öğrencilerinin %75,2'sinin sosyal medyayı sürekli kullandığı ve en fazla kullanılan sosyal medya uygulamasının %82,6 ile Facebook olduğu sonucuna varılmıştır (2015, s. 421). Yine diğer bir araştırmada katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyada 3-6 saat arası vakit geçirdiği tespit edilmiştir (Özgür Güler, Veysikarani, & Keskin, 2019, s. 4). İnce ile Koçak'ın araştırmasında ise üniversite öğrencilerinden oluşan katılımcıların en çok Facebook, Twitter ve Instagram kullandığı ve orta düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu sonucuna varılmıştır (2017, ss. 742-746). Üniversite öğrencileri üzerine yapılan bir başka araştırmada ise katılımcıların %67,5'inin uykudan kalktıklarındaki ilk on beş dakika içinde sosyal medya hesaplarını kontrol ettiği tespit edilmiştir (Ö. Avcı & Sürücü, 2018, s. 505). Karaboğa tarafından yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi 4 saat 15 dakika olarak tespit edilirken öğrencilerin en çok Instagram, Whatsapp, Twitter ve Facebook kullandığı belirtilmiştir (2018, ss. 922-925). 704 üniversite öğrencisi üzerinde yapılan diğer bir araştırmada da katılımcıların büyük çoğunluğunun günlük 3-6 saat arası sosyal medyada zaman harcadığı ve Instagram, Whatsapp, Twitter ve Facebook'un en çok kullanılan uygulamalar olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Caz & Bardakçı, 2019, s. 1107).

Yukarıdaki verilerden anlaşıldığı kadarıyla Türk insanı ve özellikle gençler gününün önemli bir kısmını sosyal medyada geçirmekte, farklı amaçlarla birlikte bilgi paylaşımı ve kaynağı olarak da sosyal medyanın imkânlarını kullanmaktadır. Bu nedenle sosyal medyanın Türkiye'deki etkisini görmezden gelmek mümkün değildir. Her türlü bilginin paylaşımına imkân tanınması sosyal medyayı aynı zamanda dinî bilgilerin ve özellikle hadislerin de paylaşım alanı durumuna getirmektedir. Her gün çok sayıda hadis veya hadis olduğu iddia edilen metin sosyal medyada paylaşılmaktadır. Bu noktada sosyal medyada paylaşılan hadislerin toplumun dinî yaşantısına etki edip etmediği veya ne derece etki ettiği araştırılması gereken önemli bir konu olarak değerlendirilmiştir.

2. Yöntem

Araştırmanın amacı sosyal medyada paylaşılan hadislerin insanların dinî yaşantılarına etki derecesini belirlemektir. Bu çalışma, günümüzde artık önemli bir iletişim aracı olan ve insanların her türlü bilgiye kolayca ulaşabildiği sosyal medyanın insanların dinî yaşantılarına etkisinin boyutunu tespit edebilmek adına önemlidir.

Nicel desende tasarlanan araştırmada hazırlanan anket yoluyla toplanan veriler analize tabi tutulmuştur. Örneklem grubuna uygulanan ankette 4 demografik soru, katılımcıların dinî yaşantılarıyla ilgili bir dizi önerme içeren 13 adet beşli likert madde (hiçbir zaman, nadiren, bazen, çoğu zaman, her zaman) ve katılımcıların sosyal medya ve burada paylaşılan bilgilere güven düzeyini ölçmeye yönelik bir dizi önerme içeren 5 adet beşli likert madde (kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kısmen katılıyorum/kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum) olmak üzere toplam 22 maddeye yer verilmiştir. Anketin katılımcılara uygulanabilmesi için Balıkesir Üniversitesi'nden gerekli izinler ve Etik Kurul Onayı alınmıştır. Covid-19 Pandemi koşulları göz önünde bulundurularak anket formu öğrencilere matbu olarak değil online ulaştırılmıştır. Çalışmada genel olarak sosyal medyada paylaşılan hadislerin kullanıcıların dinî yaşantısına etki oranını tespit etmek amaçlandığından ve elde edilen verilerin frekans dağılımları çalışmanın amacına uygun düştüğünden bu çalışmada frekans dağılımları ile yetinilmiştir.

Anketin oluşturulma sürecinde öğrencilerle yapılan görüşmeler ve uzman görüşleri doğrultusunda çalışmada kullanılan kategorilerden "Her Zaman", "Çoğu Zaman" ve "Bazen" kategorilerinin birleştirilerek olumlu yönde; "Nadiren" ve "Hiçbir Zaman" kategorilerinin de birleştirilerek olumsuz yönde değerlendirilmesine karar verilmiştir. Yine "Kesinlikle Katılmıyorum" ve "Katılmıyorum" kategorileri birleştirilerek olumsuz; "Kesinlikle Katılıyorum" ve "Katılıyorum" kategorileri birleştirilerek olumlu; "Kararsızım/Kısmen Katılıyorum" kategorisi ise nötr olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda çalışmanın hipotezleri ise şu şekildedir:

1. Sosyal medya, Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin günlük yaşantısında önemli bir yere sahiptir.
2. Sosyal medyada paylaşılan hadisler Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin ilgi alanına girmektedir.
3. Sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan dinî bilgiler Balıkesir Üniversitesi öğrencilerinin dinî yaşantısına belli oranda etki etmektedir.

2.1. Etik Kurul Raporu

Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etki Komisyonu'nun 17/06/2021 tarihli kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir. Etik değerlendirme kararı belge tarihi: 23/06/2021. Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: E-89312250-900-41938

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Balıkesir ilinde eğitim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı en sık kullanan yaş grupları içerisinde yer almaları araştırmanın hedef kitlesi olarak seçilmelerinde belirleyici olmuştur.³ Araştırmanın örneklemini ise Balıkesir Üniversitesi'nde eğitim gören ve rastlantısal örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan, 3. ve 4. sınıfta öğrenim gören 220 (%69,6) kız, 97 (%30,4) erkek olmak üzere toplam 317 öğrenci oluşturmaktadır. Bu öğrencilerden 125'i (%39,4) İlahiyat Fakültesi öğrencisi, 192'si (%60,6) ise diğer fakültelerin öğrencisidir. Ayrıca sosyal medya platformlarının çeşitliliği ve fazlalığı göz önünde bulundurularak çalışma Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformları Instagram, Facebook, Whatsapp ve Twitter ile sınırlı tutulmuştur.

Araştırma verileri 2020-2021 eğitim-öğretim yılının Bahar döneminde elde edilmiştir. Çalışmanın evrenini oluşturan Balıkesir Üniversitesinde 2020-2021 eğitim-öğretim yılında 13.242 kız, 16.291 erkek olmak üzere toplam 29.533 öğrenci kayıtlıdır. İlahiyat Fakültesinde ise aynı dönemde 373 kız, 283 erkek olmak üzere toplam 656 öğrenci kayıtlıdır. Çalışmanın örneklemini oluşturan 317 öğrenci toplam evrenin % 1,07'sini oluşturmakta ve % (+ -) 5 hata payıyla temsil kabiliyetinin bulunduğu düşünülmektedir (Baş, 2006, s. 47). İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin almış oldukları hadis eğitimi göz önünde bulundurularak araştırmada elde edilen veriler, İlahiyat Fakültesi öğrencileri ve diğer fakülte öğrencileri arasında bir karşılaştırmaya da tabi tutulmuştur.

3. Bulgular

3.1. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına Dair Bulgular

Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları hadislerde yer alan dinî bilgileri hayatlarına aktarma oranlarını tespit edebilmek için öncelikle sosyal medyayı ne sıklıkla kullandıklarını belirlemek gerekmektedir. Bu amaçla katılımcılara "Sosyal medyayı kullanım" önermesi yöneltilmiştir.

Tablo 1. Sosyal Medya Kullanım.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	78	30	108	34,1
Çoğu Zaman	104	47	151	47,6
Bazen	27	12	39	12,3
Nadiren	9	8	17	5,4
Hiçbir zaman	2	0	2	0,6
Toplam	220	97	317	100

Tablodan anlaşılacağı üzere katılımcıların büyük bir kısmının (%94; 298 kişi) sosyal medyayı sıklıkla kullandığı; az bir kısmının ise (% 6; 19 kişi) sosyal medyayı neredeyse hiç kullanmadığı tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların %95'i (209 kişi) sosyal medyayı sık kullanırken; erkek katılımcıların ise %92'si (89 kişi) sosyal medyayı sıklıkla kullanmaktadır. Bu rakamlardan anlaşıldığı üzere katılımcıların çok büyük bir kısmı aktif sosyal medya kullanıcıdır. Böylece çalışmanın ilk hipotezinin bu verilerle doğrulandığını söylemek mümkündür. Türkiye'deki sosyal medya kullanım verilerine dair yukarıda verilen bilgilerle çalışmada elde edilen verilerin uyumlu olduğu ve gençlerin sosyal medyayı aktif bir şekilde kullandıkları anlaşılmaktadır.

Katılımcıların sosyal medyada paylaşım yapma oranları ise yukarıdaki verilere oranla daha düşüktür. Nitekim katılımcıların %63'ü (200 kişi) sosyal medyada paylaşım yaptığını belirtirken geri kalan %37'lik (117 kişi) kısım ise paylaşım yapmadığını ifade etmiştir. Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları hadisleri diğer kulla-

nıcılarla paylaşma oranı ise daha düşüktür. Katılımcıların sadece %33,8'i (107 kişi) sosyal medyada karşılaştıkları hadisleri diğer kullanıcılarla paylaştıklarını ifade ederken %66,2'si (210 kişi) ise paylaşmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların sosyal medyaya olan güvenlerinin de son derece düşük olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yalnızca %2,2'si (7 kişi) sosyal medyaya güvenirken %55,5'i (176 kişi) güvenmemekte; %42,3'ü ise (114 kişi) ise kararsız olduğunu bildirmektedir.

3.2. Sosyal Medyada Paylaşılan Hadislerin Katılımcıların Dinî Yaşantısına Etkisine Dair Bulgular

Hadislerin sıhhatini belirlemede öncelikli olarak yapılması gereken işlemlerden birisi şüphesiz ki kaynak tespiti olmalıdır. Bu durum sosyal medyada paylaşılan hadisler için daha da önem kazanmaktadır. Zira sosyal medyada paylaşılan hadislerde çoğu zaman kaynak verilmediği, verildiği zamanlarda ise yanlış kaynaklara atıf yapılabildiği görülmektedir (Gül, 2016, ss. 170-173). Bu sebeple katılımcıların kaynak bilinçlerini ölçmeye yönelik olarak sosyal medyada paylaşılan hadislerin kaynaklarını araştırma oranlarını tespiti yönelik bir önerme yöneltilmiştir.

Tablo 2. Sosyal medyada paylaşılan hadislerin kaynağını araştırırım.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	13	8	21	6,6
Çoğu Zaman	37	12	49	15,5
Bazen	57	28	85	26,8
Nadiren	58	31	89	28,1
Hiçbir zaman	55	18	73	23
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %51,1'inin (162 kişi) kaynak araştırması yapmadığı, %48,9'unun (155 kişi) ise sosyal medyada karşılaştığı hadislerin kaynaklarını araştırdığı tespit edilmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin %59'u (74 kişi); diğer fakülte öğrencilerinin ise %42'si (81 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerin kaynaklarını araştırdığını ifade etmektedir. Anlaşıldığı kadarıyla İlahiyat Fakültesi öğrencileri aldıkları hadis eğitiminin bir sonucu olarak diğer fakülte öğrencilerine oranla daha fazla kaynak bilincine sahiptirler. Nitekim Kesgin tarafından yapılan bir araştırmada örneklem grubunu oluşturan İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin büyük çoğunluğu bir hadisin kaynağını araştırmayı ve hadisi kaynağından bulmayı bildiğini ifade etmiştir (2016, s. 31). Bununla birlikte tespit edilen bu oran katılımcıların kaynak bilinci bakımından aslında olumlu bir noktada olduklarını göstermesi açısından önemlidir. Bu durumda katılımcıların %46,1'inin (146 kişi) hadis eğitimi almış olmasının etkisinin olduğu da söylenebilir. Araştırmada katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları hadislerin içeriklerine dikkat etme oranı da tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların %81,4'ü (258 kişi) hadislerin içeriğine dikkat ederken %18,6'sı (59 kişi) ise dikkat etmemektedir. Katılımcıların gerek sosyal medyada paylaşılan hadisleri diğer kullanıcılarla paylaşma oranları gerekse büyük bir çoğunluğunun hadislerin içeriğine dikkat etmesi çalışmanın ikinci hipotezini doğrular niteliktedir.

Katılımcıların yarısından fazlasının sosyal medyada paylaşılan hadislerin kaynağını araştırma ihtiyacı hissetmesinin, sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenmemeleriyle bağlantılı olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenirim.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Kesinlikle Katılıyorum	0	0	0	0
Katılıyorum	6	15	21	6,6

Kısmen Katılıyorum / Kararsızım	128	53	181	57,1
Katılmıyorum	56	17	73	23
Kesinlikle Katılmıyorum	30	12	42	13,2
Toplam	220	97	317	100

Yukarıdaki tabloda da görüleceği üzere katılımcıların %36,2'si (115 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenmediğini belirtmektedir. Sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenenlerin oranı %6,6 (21) iken katılımcıların büyük kısmının (%57,1, 181 kişi) ise kararsız olduğu anlaşılmaktadır. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin %49'u (62 kişi); diğer fakülte öğrencilerinin ise %28'i (53 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenmemektedir. Görüldüğü üzere İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medyada paylaşılan hadislere güven oranı diğer fakülte öğrencilerine göre daha düşüktür. Kesgin tarafından İlahiyat Fakültesi öğrencileri üzerine yapılan araştırmada da katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenmediği tespit edilmiştir (2016, s. 37).

Sosyal medyada paylaşılan hadislerin katılımcıların dinî yaşantısına etki oranını ölçmek üzere katılımcılara zikir, dua, nafil ibadetler, ahlâkî kurallar, kılık-kıyafet önerileri vb. içerikli hadisleri hayatlarına aktarma oranlarına dair önermeler yöneltilmiştir. Toplam sekiz başlıkta yöneltilen bu önermelerden üçünde yer alan bilgileri katılımcılar %50'nin altında bir oranla dinî yaşantılarına aktarırken beş önermede ise bu oran %50'nin üstüne çıkmıştır.

Hz. Peygamber'in (sas) günlük yaşamda yapılmasına yönelik ümmetine birçok zikir öğrettiği ve tavsiye ettiği bilinmektedir. Bu durum göz önünde bulundurularak katılımcılara "Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim zikirleri yapmaya özen gösteririm." şeklinde bir önerme yöneltilmiştir.

Tablo 4. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim zikirleri yapmaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	2	2	4	1,3
Çoğu Zaman	32	11	43	13,6
Bazen	65	33	98	30,9
Nadiren	76	24	100	31,5
Hiçbir zaman	45	27	72	22,7
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %45,8'i (145 kişi) sosyal medyada karşılaştığı hadisten öğrendiği zikirleri günlük yaşantısında yapmaya özen gösterdiğini belirtmiştir. Bu oran İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde %48 (60 kişi), diğer fakülte öğrencilerinde ise %44'tür (85 kişi). İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin diğer fakülte öğrencilerine oranla sosyal medyada karşılaştığı hadislerde yer alan zikirleri dinî yaşantısına aktarma oranı az bir farkla da olsa daha yüksektir. Katılımcıların %54,2'sinin (172 kişi) ise sosyal medyada paylaşılan hadislerden öğrendiği zikirleri dinî yaşantısına aktarmadığı anlaşılmaktadır.

Katılımcıların sosyal medyada karşılaştıkları hadislerde hakkında bilgi verilen nafil namazları⁴ dinî hayatlarına aktarma oranı da tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 5. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim nafile namazları kılmaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	1	3	4	1,3
Çoğu Zaman	12	4	16	5
Bazen	45	23	68	21,5
Nadiren	55	27	82	25,9
Hiçbir zaman	107	40	147	46,4
Toplam	220	97	317	100

Yukarıdaki verilerden anlaşıldığı üzere katılımcıların % 27,8'inin (88 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerden öğrendikleri nafile namazları dinî yaşantılarına aktardığı, %72,2'sinin (229 kişi) ise aktarmadığı tespit edilmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin %69,5'i (87 kişi), diğer fakülte öğrencilerinin ise %74'ü (142 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerden öğrendiği hadislerde yer alan nafile namazları dinî yaşantısına aktarmaktadır. Görüldüğü üzere İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin diğer fakülte öğrencilerine oranla sosyal medyada paylaşılan hadislerden öğrendikleri nafile namazları dinî yaşantılarına aktarma oranı %4,5 daha yüksektir.

Katılımcıların dinî yaşantılarına aktarma oranlarının %50'nin altında kaldığı diğer bir madde ise sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan nafile oruç konusudur.

Tablo 6. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim nafile oruçları tutmaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	6	3	9	2,8
Çoğu Zaman	15	4	19	6
Bazen	46	21	67	21,1
Nadiren	52	31	83	26,2
Hiçbir zaman	101	38	139	43,8
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %29,9'u (95 kişi) bu oruçları tutmaya özen gösterdiğini ifade ederken %70,1'i (222 kişi) ise tutmadığını belirtmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinden %29'u (36 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan nafile oruçları tuttuğunu belirtirken bu oran diğer fakülte öğrencilerinde %30,6 (59 kişi) ile az da olsa yükselmiştir.

“*Sen elbette üstün bir ahlâka sahipsin.*” (Kalem 68/4) ayetiyle Allah (cc) tarafından bizlere en güzel örnek olarak gösterilen Hz. Peygamber (sas) ümmetinin de ahlâklı birer birey olması için çok sayıda uyarı ve tavsiyede bulunmuştur. Hz. Peygamber'in bu uyarı ve tavsiyelerini içeren çok sayıda hadis yahut hadis olduğu söylenen metin sosyal medyada paylaşılmaktadır. Bu nedenle katılımcıların sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan ahlâkî kurallara uyma oranları ölçülmüştür.

Tablo 7. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim ahlâkî kurallara (yalan söylememek, iftira atmamak, yardımlaşmak vb.) uymaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	47	25	72	22,7
Çoğu Zaman	104	39	143	45,1
Bazen	35	13	48	15,1
Nadiren	20	12	32	10,1
Hiçbir zaman	14	8	22	6,9
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların en yüksek oranda dinî yaşantılarına aktardıkları alanın hadislerde yer alan ahlâkî kurallara yönelik bu uyarı ve tavsiyeler olduğu görülmektedir. Nitekim katılımcıların %82,9'u (237 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan ahlâkî kurallara yönelik tavsiyeleri dinî yaşantısına aktarmaya özen gösterdiğini ifade ederken sadece %17,1'i (80 kişi) bu tavsiyeleri dikkate almadığını belirtmiştir. Görüldüğü gibi katılımcıların çok büyük bir kısmı sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan yalan söylememek, iftira atmamak, yardımlaşmak vs. gibi ahlâkî kurallara yönelik bilgileri dinî yaşantılarına aktarmaktadır. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde bu oran %87 (108 kişi) iken diğer fakülte öğrencilerinde ise %80,5 (155 kişi) olmuştur. Sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan ahlâkî kuralları İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin diğer fakülte öğrencilerine oranla daha fazla dinî yaşantılarına aktardıkları anlaşılmaktadır.

Katılımcıların yüksek oranda dinî yaşantılarına aktardığı diğer bir başlık ise sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan dualar olmuştur.

Tablo 8. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim duaları yapmaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	9	3	12	3,8
Çoğu Zaman	49	23	72	22,7
Bazen	73	27	100	31,5
Nadiren	51	24	75	23,7
Hiçbir zaman	37	20	57	18,3
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %58'i (182 kişi) bu duaları günlük yaşantısında yapmaya özen gösterdiğini, %42'si (135 kişi) ise bu duaları yapmadığını belirtmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde bu oran %57 (72 kişi) iken diğer fakülte öğrencilerinde %59,6'dır (114 kişi). Görüldüğü üzere hem genel katılımcılarda hem de İlahiyat Fakültesi öğrencilerine oranla diğer fakülte öğrencilerinde sosyal medyada paylaşılan hadislerde geçen duaları dinî yaşantıya aktarma oranı yüksektir. Burada aslında İslâm dininde birbirinden ayrı düşünülemez olan zikir ve duanın katılımcılar tarafından farklı karşılandığı söylenebilir. Zira yukarıda da belirtildiği üzere katılımcıların sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan zikirler ile duaları dinî yaşantılarına aktarma oranları arasında %12,2'lik bir fark vardır.

Hız. Peygamber'in (sas) ahlâklı bireylerden müteşekkil düzenli bir toplum oluşturmaya yönelik çabalarından birisi de kılık-kıyafete dair olmuştur. Hız. Peygamber her zaman temiz ve düzenli olmuş ve bir Müslümanın da temiz ve düzenli olması gerektiğini birçok defa dile getirmiştir (Ebû Dâvûd, "Libâs", 25; "Tereccül", 1; Mâlik b. Enes, 2004, "Libâs", 1). Sosyal medyada da konuya ilişkin çok sayıda hadis paylaşıldığını görmek mümkündür. Bu nedenle katılımcılara kılık-kıyafete yönelik bu paylaşımlardaki bilgileri hangi oranda dinî yaşantılarına aktardıkları sorulmuştur.

Tablo 9. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim kılık-kıyafet kurallarına uymaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	10	5	15	4,7
Çoğu Zaman	62	25	87	27,4
Bazen	53	27	80	25,2
Nadiren	36	18	54	17
Hiçbir zaman	59	22	81	25,6
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %57,3'ü (182 kişi) kılık-kıyafetle ilgili bu bilgileri günlük yaşantılarında uygulamaya özen gösterdiğini, %42,7'si (145 kişi) ise göstermediğini ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin söz konusu bilgileri dinî yaşantılarına aktarma oranı %63 (79 kişi); diğer fakülte öğrencilerinde ise %53,5 (103 kişi) şeklindedir. Görüldüğü üzere sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan kılık-kıyafet ile ilgili bilgilerin dinî yaşantıya aktarılma oranı İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde diğer fakülte öğrencilerine oranla daha yüksektir.

Hız. Peygamber kendisine vahyolunan Kur'an'ın zihinlerdeki tazeliğini koruması ve insan hayatına aktarılması amacıyla hem kendisi sürekli Kur'an okumuş hem de ümmetine Kur'an okumayı tavsiye etmiştir. Bu durum, hem genel olarak Kur'an'ın fazileti hem de özel olarak sûrelerin fazileti şeklinde, sahih hadislere yansıdığı gibi uydurma hadislere de konu olmuştur.⁵ Sosyal medyada paylaşılan hadisler arasında sûrelerin faziletine dair yapılan paylaşımlar da önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle katılımcıların bu paylaşımlardan öğrendikleri bilgileri dinî yaşantılarına ne oranda aktardıkları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 10. Sosyal medyada sûrelerin fazileti ile ilgili paylaşılan hadislerde bahsedilen sûreleri okumaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	7	4	11	3,5
Çoğu Zaman	42	21	63	19,9
Bazen	75	25	100	31,5
Nadiren	56	24	80	25,2
Hiçbir zaman	40	23	63	19,9
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %54,9'u (174 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerde faziletinden bahsedilen sûreleri okumaya gayret ettiğini belirtirken %45,1'i (143 kişi) ise bu sûreleri okumadığını ifade etmektedir. Diğer fakülte öğrencilerinin %56,8'lik (109 kişi) oranla İlahiyat Fakültesi öğrencilerine (%52, 65 kişi) göre faziletinden bahsedilen sûreleri okumaya daha fazla özen gösterdiği tespit edilmiştir.

Müslümanlar için Kadir gecesi başta olmak üzere bazı mübarek gün ve gecelerin ibadet etmek, Allah'a (cc) olan yakınlığını artırmak gibi bazı açılardan ayrı bir önemi vardır. Bu sebeple olsa gerek sosyal medyada da hakkında en fazla hadis paylaşılan konulardan birisi mübarek gün ve geceler ile bu zamanlarda yapılacak olan dualar, zikirler ve nafil ibadetlere yöneliktir. Katılımcıların bu tür paylaşımları nasıl karşıladıklarını tespit etmeye yönelik olarak da katılımcılara bir önerme yöneltilmiştir.

Tablo 11. Sosyal medyada paylaşılan bir hadisten öğrendiğim mübarek gün ve gecelerde yapılması söylenen nafil ibadetleri yapmaya özen gösteririm.

Kategoriler	Kadın	Erkek	Toplam	Yüzde
Her Zaman	6	4	10	3,2
Çoğu Zaman	54	19	73	23
Bazen	67	23	90	28,4
Nadiren	55	28	83	26,2
Hiçbir zaman	38	23	61	19,2
Toplam	220	97	317	100

Katılımcıların %54,6'sı (173 kişi) bu paylaşımlardan öğrendiği nafil ibadetleri yapmaya özen gösterdiğini, %45,4'ü (144 kişi) ise yapmadığını ifade etmiştir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde bu oran %46,5'te (59 kişi) kalırken diğer fakülte öğrencilerinde %59 (114 kişi) ile önemli bir seviyeye ulaşmıştır. Görüldüğü üzere diğer fakülte öğrencileri mübarek gün ve gecelerde sosyal medyada paylaşılan hadislerden öğrendikleri nafil ibadetleri dinî yaşantılarına daha fazla aktarmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

İnternet hizmetlerinin ve iletişim araçlarının hızla geliştiği günümüzde sosyal medya araçlarının kullanımını da yaygınlaştırmaktadır. Yapılan araştırmalar Türk insanının ve özellikle gençlerin sosyal medyayı sık kullandığını, gününün önemli bir vaktini sosyal medyada geçirdiğini, eğlence, iletişim kurmak gibi bazı amaçlarla birlikte sosyal medyayı bilgi edinme aracı olarak da kullandığını göstermektedir. Kullanıcılar tarafından sosyal medya aracılığıyla elde edilen bilgiler arasında dinî bilgiler de önemli bir yer tutmaktadır. Dinî bilgiler arasında hadislerin ise ayrı bir önemi vardır. Sosyal medyada her gün çok sayıda hadis yahut hadis olduğu iddia edilen metin kullanıcılar tarafından paylaşılmaktadır. Sosyal medyanın bir bilgi edinme aracı olarak kullanılabilirliği düşünüldüğünde paylaşılan bu hadislerde yer alan dinî bilgilerin de kullanıcılara ulaştığı bir gerçektir.

Bu çalışmada sosyal medyada paylaşılan hadislerde yer alan dinî bilgilerin kullanıcıların dinî yaşantılarına ne kadar etki ettiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla bir anket formu hazırlanmış ve Balıkesir Üniversitesi'nde eğitim gören 317 öğrenciye uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre katılımcıların büyük çoğunluğunun (%94; 298 kişi) sosyal medyayı sık kullandığı, küçük bir kısmının ise (%6; 19 kişi) az kullandığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımındaki bu yüksek veriye rağmen katılımcıların sosyal medyaya güvenmedikleri görülmektedir. Nitekim katılımcıların sadece %2,2'si (7 kişi) sosyal medyaya güvenirken %55,5'i (176 kişi) güvenmemektedir. Bu durumun bir uzantısı olarak katılımcıların sadece %6,6'sı (21 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislere güvendiğini belirtmektedir. İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin sosyal medyada paylaşılan hadislere güvenme oranı ise %4'tür (5 kişi). Diğer fakülte öğrencilerinde ise rakam %8'dir (16 kişi). Dolayısıyla İlahiyat Fakültesi ile diğer fakülte öğrencilerinin arasında büyük bir fark olduğu söylenemez. Bu durum İlahiyat Fakültelerindeki hadis derslerinde sosyal medyada paylaşılan hadislerle ve bu hadislerin güvenilirliğine ayrıca dikkat çekmek gerektiğini göstermektedir. Katılımcılardaki bu güvensizliğin bir sonucu olarak sosyal medyada paylaşılan hadislerin kaynaklarını araştırmaları beklense de bunun yüksek oranda gerçekleşmediği anlaşılmaktadır. Zira katılımcıların %48,9'unun (155 kişi) sosyal medyada paylaşılan hadislerin kaynaklarını araştırdığı görülmektedir. Bu oran İlahiyat Fakültesi öğrencilerinde %59 (74 kişi), diğer fakülte öğrencilerinde ise %42'dir (81 kişi). Bu verinin oluşmasında da İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin almış oldukları hadis eğitiminin etkisi olduğu söylenebilir.

Katılımcıların sosyal medyada paylaşılan hadislerden öğrendikleri bilgileri dinî yaşantılarına aktarma oranlarına bakıldığında özellikle nafile namaz (%27,8) ve nafile oruç (%29,9) içerikli hadisler ile zikir içerikli (%45,8) hadislerin oranlarının düşük olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın ahlâkî kurallar (%82,9), dua (%58), kılık-kıyafet kuralları (%57,3), sûrelerin fazileti (%54,9) ve mübarek gün ve gecelerde yapılması önerilen nafile ibadetler (%54,4) içerikli hadislerin katılımcılar tarafından dinî yaşantıya aktarılma oranının ise yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara bakarak katılımcıların sosyal medyaya ve burada paylaşılan hadislere güvenmeseler de bu hadislerde yer alan dinî bilgileri gizil (örtük) öğrenme yoluyla öğrendiğini ve dinî yaşantısına aktardığını söylemek mümkündür. Zira beş maddede yer alan içeriklerin yüzde ellinin üzerinde dinî yaşantıya aktarılması bunun önemli bir göstergesidir. Ayrıca zikir içerikli hadislerin de %45,8 oranında dinî yaşantıya aktarılmasının da dikkate alınması gerekmektedir. Elde edilen bu veriler çalışmanın üçüncü hipotezini destekler niteliktedir.

Sonuç olarak sosyal medyada paylaşılan hadislerin %50'den fazla bir oranda katılımcıların dinî yaşantılarına aktarıldığını söylemek mümkündür. Araştırmada elde edilen veriler bu görüşü destekleyecek niteliktedir. Bu noktada sosyal medyada paylaşılan hadislerin güvenilirliği akla gelmektedir. Zira yapılan bazı araştırmalar sosyal medyada paylaşılan hadisler içerisinde sahihler olduğu gibi zayıf ve mevzu olanların da bulunduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte sahih olan hadislerin nasıl anlaşılması ve yorumlanması gerektiği de ayrı bir tartışma konusudur. Bu nedenle aşağıdaki önerilerde bulunmanın gerekli olduğu düşünülmektedir:

1. Kullanıcıların sosyal medyaya ve burada paylaşılan hadislere güvenmeseler de gizil (örtük) öğrenme yoluyla bu hadislerde yer alan bilgileri dinî yaşantılarına aktardıkları göz önünde bulundurularak sosyal medyanın dinî bilgi aktarımında önemli ve etkin bir araç olduğunu kabul etmek gerekmektedir.

2. Sosyal medyada paylaşılan hadislerin tamamının kontrolü mümkün olmasa da bu hadislerin güvenilirlikleri konusunda kullanıcılara farklı mecralar aracılığıyla bilgilendirmeler yapılmalıdır.

3. İlahiyat Fakültelerindeki hadis derslerinde, farklı kitap veya kaynaklara yönelik olarak ele alındığı gibi, günümüzde sıkça kullanılan sosyal medyada paylaşılan hadislerin güvenilirliği ve kaynak bilinci konusu işlenmelidir.

4. Üniversitelerin ortak seçmeli dersleri arasında medya/sosyal medya okuryazarlığı derslerine yer verilmelidir.

5. Sosyal medyada paylaşılan hadislerin güvenilirliği, kaynakları, anlaşılması ve yorumlanması ile dinî, siyasî veya başka amaçlarla istismar edilmesi gibi problem alanları hakkında akademik çalışmalara ağırlık verilmelidir.

Son Notlar

¹ Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi İlahiyat Fakültesi tarafından 01.04.2021 tarihinde kabul edilen "Sosyal Medyada Paylaşılan Hadislerin Dinî Yaşantıya Etkisi -Lise ve Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma (Balıkesir Örneği)-" isimli araştırmada elde edilen verilerden faydalanılarak hazırlanmıştır.

² Diğer bir çalışmada ise gençlerin sosyal medyada paylaşılan dinî bilgilere güvenmedikleri tespit edilmiştir (Demir, 2019, s. 78).

³ Sosyal medyaya karşı temkinli olunması gerektiğine dair bir yorum için bk. (Arslan, 2019, s. 488).

⁴ Gençlerin sosyal medya kullanım tercihleri için bk. (Arslan, 2019, s. 481; Subrahmanyam & Smahel, 2011).

⁵ Sosyal medyada farz ibadetler yerine daha çok nafile ibadetlere yönelik hadis paylaşımları yapıldığını tespit etmemiz nedeniyle katılımcılara farz ibadetler yerine nafile ibadetler sorulmuştur.

⁶ Sûrelerin faziletine dair hadislerin değerlendirilmesi için bk. (Kanarya, 2016, ss. 81-106; Sancaklı, 2001; Avcı, 2011, ss. 546-551).

Kaynakça

Altuntaş, F., ve Kul, M. (2015). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı alışkanlıklarının ölçülmesi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi örneği. *Akademikbakış Dergisi*, (51), 414-423.

Arslan, M. L. (2019). *İletişim, sosyal medya ve gençlik*. 479-490. İstanbul: DİB.

Avcı, Ö., ve Sürücü, Ç. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya etkileşimleri: Bartın Üniversitesi Örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (40), 500-514.

Avcı, S. (2011). Hadis kaynaklarına göre Kur'an'ın faziletleri. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, (17), 539-552.

- Ayaz, O. (2015). *Sosyal medyanın ergenlerin dinî sosyalleşmelerine etkileri Sakarya/Akyazı örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bacanlı, H. (2002). *Gelişim ve öğrenme*. Ankara: Nobel.
- Bacanlı, H. (2015). *Eğitim psikolojisi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Baş, T. (2006). *Anket nasıl hazırlanır? nasıl uygulanır? nasıl değerlendirilir?* Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Bildik, E. (2019). *Dini bilgi edinme sürecinde sosyal medya* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Caz, Ç., ve Bardakçı, S. (2019). Sosyal medya bozukluğu: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *OPUS: Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 1100-1124. <https://doi.org/10.26466/opus.521522>
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.
- Dataportal. (2021). *Türkiye sosyal medya kullanım verileri*. Geliş tarihi 15 Mayıs 2021, gönderen Digital 2021: Turkey website: <https://dataportal.com/reports/digital-2021-turkey>
- Demir, İ. (2019). *Dini bilgi edinme kaynağı olarak sosyal medya (İlahiyat Fakültesi öğrencileri örneği)*. (Doktora Tezi). Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dereli, M. D. (2020). *Sanala veda: Sosyal medya ve dönüşen dindarlık*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ebû Dâvûd, S. b. el-Eş'as. (1992). *Sünen*. İstanbul: Çağn.
- Eldem, S., ve Elibol, T. (2020). Üniversite öğrencilerinin Instagram kullanma davranışları. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(3), 157-164.
- Gül, R. E. (2016). Sosyal medyada hadis kullanımı -Facebook ve Twitter özelinde-. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 163-182.
- İnce, M., ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Kanarya, B. (2016). *Fedâilu'l-Kur'an rivayetlerinin sihhati ve bu rivayetlerin oluşturduğu Kur'an tasavvuru* (Doktora Tezi). Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaboğa, M. T. (2018). Üniversite öğrencilerinin bir sosyalleşme alanı olarak sosyal medya hakkındaki görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 912-936. <https://doi.org/10.17860/mersinefd.475515>
- Karip, E. (Ed.). (2014). *Eğitim bilimine giriş*. Ankara: Pegem Akademi.
- Kesgin, S. (2016). İlahiyat fakültelerinde hadis eğitiminin dünü, bugünü ve yarını: Tespit ve teklifler. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 16(1), 9-45.
- Korukcu, A., Cengil, M., ve Ardahanlı, Ö. (2015). *Sosyal medya ve din: Facebook örneğinde dini içerikli paylaşımlar üzerine bir değerlendirme*. 509-531. Bartın.
- Mâlik b. Enes. (2004). *Muvatta*. Birleşik Arap Emirlikleri: Müessesetü Zâhid b. Sultan.
- Özgür Güler, E., Veysikarani, D., ve Keskin, D. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-13.
- Sancaklı, S. (2001). Sûrelerin faziletiyle ilgili bazı tefsirlerde yer alan apokrif hadislerin kritiği. *İslâmî Araştırmalar*, 14 (1), 129-144.
- Subrahmanyam, K., ve Smahel, D. (2011). *Digital youth: The role of media in development*. New York: Springer.
- Wearesocial. (2021). *Dünya geneli sosyal medya kullanım verileri*. Geliş tarihi 15 Mayıs 2021, gönderen Digital 2021 website: <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Yavuz, S. (2020). Sosyal medya kullanım amaçları üzerine bir araştırma: İlahiyat Fakültesi Öğrencileri Örneği. *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(17), 99-132.

The Effect of Hadith Shared on Social Media on Religious Life: The Sample of Balikesir University Students

Recep Emin GÜL

Extended Abstract

Throughout history, people have produced information in different fields and transferred this information to the next generations in various ways. It would not be wrong to say that one of the important information transfer tools of the twenty-first century is social media. People share information about almost every area of life through this channel. Between this shared information, the density of those related to the religious field draws attention. Social media users share religious information, mostly consisting of verses, hadiths, and the words of alims. In many studies, it has been determined that religious information shared on social media is trusted by users. For this reason, the fact that social media is used as a source of obtaining religious information necessitates that the religious information included in it also be reliable.

The use of social media as a tool of obtaining religious knowledge brings to mind the latent (implicit) learning method. In this type of learning, individuals learn some information without being aware of it, for reasons such as selective perception or distraction. Learning religious information encountered in social media is also included in latent (implicit) learning.

In this study, the effect of hadiths, which have an important place in the religious information shared on social media, on the religious life of university students has been determined. The research aims to determine the degree of effect of hadiths shared on social media on people's religious lives. This study is important to determine the extent of the effect of social media, which is now an important communication tool and people can easily access all kinds of information, on people's religious lives.

The data collected through the questionnaire prepared in the research design in a quantitative design were analyzed. In the questionnaire applied to the sample group, a total of 22 items were included, including 4 demographic questions, 13 five-point Likert items (never, rarely, sometimes, often, always) containing a series of propositions about the religious life of the participants, and 5 five-point Likert items (strongly agree, agree, partially agree/undecided, disagree, strongly disagree) containing a series of propositions to measure the level of trust of the participants on social media and the information shared here.

The universe of the research consists of university students studying in Balikesir. The sample of the study consists of a total of 317 students, 220 (69.6%) girls, and 97 (30.4%) boys, studying in the 3rd and 4th grades, studying at Balikesir University, and selected by random sampling method. The 317 students that make up the sample of the study constitute 1.07% of the total population and it is thought that they can represent with a (+ -) 5% margin of error.

According to the data obtained, most of the participants (94%; 298 people) use social media frequently; a small number of them (6%; 19 people) rarely use social media. It has been determined that the participants' trust in social media is extremely low. While only 2.2% (7 people) of the participants trust social media, 55.5% (176 people) do not. The level of research of the sources of hadiths shared on social media was also evaluated. Accordingly, it was determined that 51.1% (162 people) of the participants did not do source research, and 48.9% (155 people) searched the sources of the hadiths they encountered on social media.

To evaluate the effect of the hadiths shared on social media on the religious life of the participants, some suggestions were made to the participants under eight headings. While the participants transferred the information contained in three of these propositions to their religious lives with a rate of less than 50%, this rate increased above 50% in five propositions.

It is understood that the rate of transferring the hadiths containing supererogatory prayer (salaah) (27.8%) and supererogatory fasting (29.9%) and the dhikr hadiths (45.8%) to their religious life is low. On the

other hand, the hadiths (54.4%) about moral rules (82.9%), prayer (58%), dress rules (57.3%), the virtue of surahs (54.9%), and the recommended supererogatory prayers on blessed days and nights, it has been determined that the rate of transfer to religious life by the participants is high. Looking at these results, it is possible to say that although the participants do not trust social media and the hadiths shared here, they learned the religious information contained in these hadiths through latent (implicit) learning methods and transferred them to their religious life. The fact that more than 50% of the contents in the five items are transferred to religious life is an important indicator of this. As a result, it is possible to say that more than 50% of the hadiths shared on social media are transferred to the religious life of the participants.

Considering the reliability of the hadiths shared on social media, it is considered necessary to make the following offers:

1. It is necessary to accept that social media is an important and effective tool in the transmission of religious knowledge.
2. Users should be informed about the reliability of hadiths shared on social media through different channels.
3. The reliability of the hadiths shared in the social media, which is frequently used today, and the source awareness issue should be covered in the hadith lessons in the Faculties of Theology.
4. Media/social media literacy lectures should be included in the common elective lectures of universities.
5. Academic studies should be focused on problem areas such as the reliability, sources, understanding, and interpretation of hadiths shared on social media and their abuse for religious, political, or other purposes.

Çalışmanın Etik İzin Bilgileri

Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etki Komisyonu'nun 17/06/2021 tarihli kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etki Komisyonu

Etik değerlendirme kararı belge tarihi: 23/06/2021

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: E-89312250-900-41938

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed



MEDIAAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 317-340

Geliş: 08.10.2021 | Kabul: 13.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1006864

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma

Yunus Emre SAYAN*

Öz

Bilgi çağı olarak nitelendirilen yeni dönemde bilgiye ulaşım ve iletişim araçları da zenginleşmiş, dijital araçlar ve sosyal medya öne çıkmıştır. Bu değişimde; bireyler, yeni iletişim araçlarına hızla uyum sağlarken; kurumlar farklılaşmakta, her alanda değişim yaşayan kurumlar yanında, konunun önemini henüz kavrayamayanlar da bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, ülkemizde özellikle yaygın din eğitim-öğretimi bağlamında önemli bir misyonu olan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın yeni medya karşısındaki durumunu, merkez ve taşra teşkilatlarında (81 il müftülüğü), kamuoyuna din hizmeti götürme konusunda görevini ifa ederken, hangi sosyal medya mecralarını kullandığını nicel ve nitel kapsamıyla tespit etmektir. Özellikle 2019 Aralık ayında yaşanan Covid-19 pandemisi sonrası dünya genelindeki dijital dönüşüme paralel, ülkemizde de iletişim kanallarındaki değişimin Diyanet nezdinde nasıl gerçekleştiği ayrıca araştırmanın sorularındandır. Kurumun ve birimlerinin resmî web siteleri incelenerek hangi sosyal medya mecralarını kullandıkları tespit edilmiş, bu mecralarda öne çıkan birimler ve Facebook ve Twitter paylaşımları içerik analizine tabi tutulmuştur. Paylaşımların dini bilgilendirme, haber ve etkinlik ağırlıklı olduğu görülmüştür. Nicel veriler yanında kurumun online ve basılı yayınlarından sosyal medya konuları dokümantasyon yöntemi ile incelenmiştir. İl müftülüklerinin 54'ünün (%67'sinin) en az bir sosyal medya mecrasında yer aldığı 27'sinin henüz bu mecraları kullanmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler ışığında, merkez teşkilatına yönelik ve yeni başlayacak, henüz başlangıç düzeyinde olan diğer birimlere yönelik sosyal medya stratejileri ışığında önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, Dinî İletişim, Sosyal Medya Araçları, Diyanet İşleri Başkanlığı, İl-İlçe Müftülükleri

Social Media Usage Level of the Presidency of Religious Affairs: A Research in the Context of Central and Provincial Organizations

Abstract

In the new era, which is characterized as the information age, the means of access to information and communication have also been enriched, and digital tools and social media have become prominent. In this change, individuals quickly adapt to new communication tools, but institutions react differently. While some institutions experience the change in every field, there are also those which have not yet grasped the importance of the subject. This study aims to analyze the situation of the Presidency of Religious Affairs, which has an important mission in our country, especially in the context of non-formal religious education, against the new media, and to analyze the use of social media while performing its duty to provide religious services to the public in central and provincial organizations, in quantitative and qualitative terms with the current situation and lastly to share the results of detailed research on this subject. In the light of the data obtained from this study, suggestions for central organization and for the units which are just starting out have been made in the light of social media strategies.

Keywords: Religious Education, Religious Communication, Social Media Tools, Presidency of Religious Affairs, Provincial-District Mufti

ATIF: Sayan, Y. E. (2021). Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya kullanımı: Başkanlık ve birimleri üzerine bir araştırma. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 317-340.

* Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, ysayan@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-1653-335X>, Konya, Türkiye

Giriş

İnsanın tarih sahnesinde var olmasıyla başlayan iletişim, ağını genişleterek devam etmektedir. Zaman içinde hemcinsleri yanında dünyadaki muhtelif varlıklarla da iletişimi sağlayan insan, muhatabının farklılığı yanında geçmişten günümüze iletişim araçlarının da farklı türleriyle tanışmış, iletişim kanallarını geliştirmiştir. Günden güne yeni kazanımları ile bu kanallar, artarak, zenginleşerek, güçlenerek etki alanını da genişleterek ilerlemesini sürdürmektedir.

İnsanlar arası iletişimi güçlendiren yeni nesil dijital iletişim araçları insanlar kadar kurumların da dikkatini çekmiş, kurumlar çok amaçlı zengin dijital platformları ile hizmetlerini daha kolay, daha etkin, daha hızlı, daha erişilebilir ve interaktif yürütme imkânı bulmuşlardır.

Kurumların dijital medya kullanımları, kimisinde hızlı, her alanı kapsayan çeşitlilikte seyrederken, hâlâ emekleme sürecinde olanların yanı sıra henüz bu alanları keşfedemeyenler de bulunmaktadır.

Sosyal medyayı kullanmak önemli olduğu kadar, nasıl kullanıldığı, kullanımın kamuoyu nezdinde karşılığı, alt birimlerin merkezi yapıyla eşgüdümlü olup olmadığı gibi konuların da zaman zaman araştırmaları gerekli kıldığı söylenebilir. Belirli periyotlarla yapılacak araştırmalarla kurumlar, eksiklerini tespit ederek yeni gelişmelere uyum sağlayarak, etkinliklerini artırarak sürdürebileceklerdir.

Türkiye'de yaygın din eğitim-öğretimi yapan ve muhtelif din hizmetlerinde bulunan Diyanet İşleri Başkanlığı (bundan sonra DİB olarak anılacaktır), üyelik, bağlılık, mensubiyet istememesiyle dinî gruplardan ayrılırken; aynı zamanda iletişim kuran devlet kurumlarından farklı, dinî iletişimle de farklılaşan özel yapısı ile dikkat çekmektedir. Hem kişilere yönelik hem kurumlar arası (dinî) iletişim bağlamında güncel iletişim araçlarıyla ilişkisi, güncel iletişim araçlarını kullanma düzeyinin bilimsel anlamda tespiti ve kurumsal iletişim planlamalarına ciddi veri sağlayacağı düşünülmektedir.

DİB Hizmetlerine Yönelim Durumlarının incelendiği bir araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yaklaşık yarısı (%44,5), DİB'in dini günler ve haftalarla ilgili etkinlik ve faaliyetlerinden haberdar olmadıklarını; katılımcıların % 59,6 gibi önemli bir kısmı TRT Diyanet TV'yi hiç izlenmediğini bildirmiştir. Bu durum üniversite gençliğinin Diyanet tarafından düzenlenen faaliyet ve etkinliklerden yeterince haberdar olmadıklarını ortaya koyarken, TV kanalının tanınırlığı ya da üniversite gençliğine hitap etme konusunda sıkıntılarının olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Aşlamacı, 2016, s. 1579). Günümüz üniversite gençliğiyle dini iletişim kanallarının başında sosyal medya gelmektedir. Bu da, Diyanet'in bu noktadaki mevcut durumunun tespit edilmesini gerekli kılmaktadır.

Yaygın din eğitimi kurumlarından DİB ile ilgili teşkilatın Facebook ve Twitter hesapları (Aydın, 2016), Başkanlığın web sitesiyle ilgili içerik analizi (Çuhadar, 2015) ve dijital uygulamaları (Göksu, 2019) ile ilgili yapılan araştırmalar dışında çalışmaya rastlanmamıştır.

Teknolojideki baş döndürücü gelişmeler araştırmaların da belirli aralıklarla takibini, geliştirilerek devamını gerekli kılmakta, muhtemel gelişmeler üzerinden eksiklerin tespiti ve gerekli güncellemelerin yapılması beklenmektedir. Ayrıca din eğitimi açısından konunun ele alınması ayrı bir gerekliliktir. Özellikle Covid-19 pandemisi sonrası dinî iletişim bağlamında DİB'in merkez ve taşra teşkilatının sosyal medyayı kullanım durumu, hangi sosyal medya mecralarının kullanıldığı ve hangi içeriklere yer verildiği araştırılacaktır.

1. Kuramsal Çerçeve

1.1. Sosyal Medya ve Din

Sosyal medyanın tarihsel seyrini anlamak için internetin doğuşuna uzanmak gerekir. Veri, ses, müzik, metin, fotoğraf, görüntü biçiminde enformasyonun mikro işlemciler yardımıyla bilgisayar diline dönüştürülmesini ifade eden *dijital teknoloji* (Çuhadar, 2015, s. 176), internet ile yeni iletişim imkânı/ortamı oluşturmuş, kişilerin internet üzerinden birbirleriyle diyaloga girmesini ve paylaşımlarda bulunmasını sağlayan yeni bir medya sistemi ile *sosyal medya* adı verilen çift taraflı, eşzamanlı içerik ve bilgi paylaşımını sağlamıştır.

21. yüzyılda iletişim teknolojilerinin özellikle de internetin sosyal hayata nüfuz ederek bireylerin toplumsal yaşamının bir öznesi konumuna yükselmesi, dijital medyanın etkisini genişletmesi, interaktif iletişim/ etkileşim ortamının doğarak hızla gelişmesiyle yeni nesil iletişim araçları ve yeni platformlar yaygınlaşmaya başlamıştır.

Her platformun benzersiz avantajları vardır. Facebook, en yaygın olması hem mevcut çalışanlarla hem paydaşlarınızla, hem dinî konularda ilgili olanlarla profesyonel ağlar oluşturmada web sitenizle bağlantıları

yönlendirmede öne çıkmaktadır. Kısa video ve fotoğraf paylaşımlarında ve daha genç kitlelere ulaşımında Instagram; kısa ve özlü mesajlarda, retweetlemede Twitter imkân sağlarken; kurumların özel bir video kanalı etrafında bir hayran tabanı oluşturmasında ve zengin e-öğrenme içerikleri sağlamada YouTube olanak tanımaktadır (Sayan, 2021, s. 437).

Dünyanın internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit eden uluslararası kuruluşlardan İngiltere merkezli “We Are Social”ın, “Digital 2021” (wearesocial, Ocak 2021), raporuna göre: “Dünya’da (16-64 yaş aralığındaki) insanlar gününün ortalama 6 saat 54 dakikasını internette geçirmektedir.

Raporda, 16-64 yaş arasındaki tüm internet kullanıcılarının interneti, en çok bilgi aramak (%63,3), haber ve etkinliklerle ilgili süreci takip etmek (%55,6), bir şeylerin nasıl yapılacağını araştırmak (%52,1), %42,8’in ise eğitim ve hedeflerle ilgili inceleme yapmak için kullandıkları ifade edilmiştir.

Sosyal medyayı en çok kullanan yaş grubu 25-34 olurken erkekler kadınlara oranla sosyal medyayı daha çok kullanmaktadır. Bir insan sosyal medyaya 13 yaşında üye olur ve 77 yaşına kadar yaşarsa hayatının 6 yılını sosyal medyada geçirmiş olacaktır.

2021 Nisan itibarıyla (wearesocial, Nisan 2021), 7.85 milyar olan dünya nüfusunun % 60,1’i (4.72 milyar insan) internet, % 55.1’i (4.33 milyar) sosyal medya kullanmaktadır. 2021 yılı Ocak ayı itibarıyla yayımlanan Türkiye raporuna göre (wearesocial, Ocak 2021 Turkey), 84.69 milyon nüfusa sahip Türkiye’de 65,8 milyon internet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu değer toplam nüfusun %78’ini oluşturmaktadır. Türkiye’de 60 milyon (%71) sosyal medya kullanıcısı mevcuttur. 16-64 yaş aralığındaki internet kullanıcıları günde ortalama 7 saat 57 dakikalarını internette geçirmektedir.

Genel olarak internet üzerinden yapılan aktivitelerin dağılımı incelendiğinde ise insanların gününün en çok zamanını, 3 saat 13 dakikasında TV izlemekle geçirirken, 2 saat 57 dakikasını sosyal medyada geçirdiği raporda ifade edilmektedir. Bu, sosyal medyanın günlük hayatta insanlar nazarındaki değerini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de insanlar telefon uygulamaları üzerinden ayda; Instagram’da 19,7 saat, Whatsapp’ta 15 saat, TikTok’ta 14 saat, Facebook’ta 13,1 saat, Twitter’da 7,8 saat zaman harcamaktadırlar. Aylık aktif kullanıcı sayısı en fazla olan uygulamalar Whatsapp, Instagram ve Facebook’tur. Bu etkili bir iletişim için hangi mecraların öncelikle kullanılacağı noktasında önemli bir veri olabilir.

İnternetle başlayan ve gelişen yeni medyayla dinî bilgi, pratik ve topluluklar da sanal âleme taşınmış, çevrimdışı yaşam çevrimiçine aktarılmıştır. Dinler kendilerini temsil eden kitle iletişim araçları aracılığıyla vizyon ve misyonlarını kitlelere ulaştırma imkânı elde ederken (Menekşe, 2015, s. 152) sesleri yaşadıkları mekânla sınırlı kalan pek çok farklı düşünce ve yeni (dinî) anlayışlar, sanal ortamda kendine taraftar oluşturarak *sanal/dijital cemaat* olarak yeni bir sanal dinî oluşum/topluluk kurmuşlardır. Bu alanda ilk araştırmalar da dinler hakkında genel bilgi, doküman sağlayan *religion-online* ile bir dinin kendi mensupları arasında etkileşimi sağlaması yanında yeni taraftar arayışlarında mensupları dışındaki kişilere erişimde bir tebliğ aracı olarak da kullanımı ifade eden *online-religion* ifadeleri kullanılmıştır. Özellikle kiliseler bu alanı çok iyi değerlendirmiş, dünya dillerinde dinî kitapları ücretsiz erişime açarak mensuplarını bilgilendirmeye, diğer insanları da kendi dinlerine kazandırmaya araç bilmişlerdir (İrk, 2015).

Batı’daki dinî kurum olarak kiliselerin bağlı olduğu Vatikan Konsülü, 1971’de Dünya İletişim Günü’nde yayınladığı Sosyal İletişim Araçları Üzerine Pastoral Talimat *Communio et Progressio*, isimli talimatnamede yeni medyanın önemine şu sözlerle vurgu yapar: “Kilise bu medyayı, ‘Tanrı’nın ilâhî takdirinde tasarlanmış araçlar, harika teknik icatlar’, ‘Tanrı’nın armağanları’ olarak görüyor; tasarlayın, insanlığı kardeşlik içinde birleştirin ve böylece onların kurtuluş planında işbirliği yapmalarına yardımcı olun”... “Medyadaki sürekli gelişme, insanları günlük yaşamlarında giderek daha fazla kullanır kılıyor; daha fazla insanı emrine veriyor. İnsanların yaşama ve düşünme biçimi iletişim araçları tarafından her zamankinden daha fazla etkileniyor.” (Connor ve Ferrari-Toniolo, 1971, Madde: 2).

Dünyadaki dinî liderlerin ve dinî kurumların sosyal medyayı aktif kullanma eğiliminde olduğu görülmektedir. Örneğin Hristiyan dinî önderler, inancın, tam zamanlı bir faaliyet olduğunu ve sosyal medyanın günlük hayatımızın bir parçası olarak, din ile örtüşmesinin şaşırtıcı olmayacağı” anlayışıyla, sosyal medyanın, dinî cemaatlerin sadece haftalık özel ibadet günleri değil, hafta boyunca tweet atarak, sorular sorarak, kilise etkinliklerinin fotoğraflarını paylaşarak veya tartışmalara devam ederek vaazlarla aktif bir şekilde ilgilenmeleri için çok daha fazla alan sunduğu inancıyla bu alanda mensuplarını teşvik etmektedir (Lewis, 2017).

Gerek gelişip büyümek gerekse mensuplarını diri tutmak için sosyal medyayı *cankurtaran halatı* olarak gören Kiliseler, mensuplarına *dijital misyoner* olmalarını, kendilerine özgü dijital misyoner stratejileri oluşturmalarını tavsiye ederken sosyal medyayı aktif kullanmaları için, Müslüman tebliğcilere de ilham kaynağı olabilecek bazı stratejiler (Tocci, 2018) sunmaktadır:

- 1. Her yerde olmaya çalışmayın:** Strateji anahtardır. Daha fazlası için daha azla başlayarak, hedef kitlenize göre aşama aşama girin. Facebook, çeşitli yaş gruplarında güzelken, fotoğraf paylaşımı için Instagram harikadır. Twitter, kısa ve hızlı bilgelikler için mükemmeldir.
- 2. Paylaşımınız kadar etkileşime de girin:** Sosyal medyayı bir sohbet gibi düşünerek sadece siz konuşarak/paylaşarak değil; takipçilerinizle ve gönderilerinizle etkileşime girerek kullanılmalıdır.
- 3. Değerlerinizi koruyun:** Sosyal medya, kendini olduğundan farklı gösteren, genellikle insanların ve kurumların en iyi hallerini sergiledikleri bir alandır. Bir cemaat olarak bu kalıbı kırarak sayfalarınızda dürüstlüğü tercih edin. Tüketicilerin sosyal medyada beklediği bazı değerler ve davranışlar şöyle; Dürüstlük %86, Samimiyet/cana yakınlık %83, yardımseverlik %78, eğlence %72, güncel %43.
- 4. Hikâyelerle iletişim kurun:** İnsanlarla iletişim kurmanın en akılda kalıcı ve etkili yollarından biri hikâyelerdir. Gönderinizi, hikâyeye dönüştürebilirsiniz.
- 5. Etkileşim sağlayacak paylaşımlar yapın:** Güzel alıntılar veya ayetler içeren özgün görseller hazırlanarak, insanların beğenip, paylaşabilecekleri içerikler paylaşılmalıdır. Sayfanın çok etkileşime sahip olması geniş dijital toplulukta daha çok insanın görmesini sağlayacaktır.
- 6. Daha geniş kitlelere ulaşmak için:**
 - İnsanlara ilham veren moral verici sözler paylaşın veya sohbet oluşturacak eğlenceli sorular sorun. Her zaman kutsal metinler olması gerekmez; ancak, kilisenizin inancıyla uyumlu olması yeterlidir.
 - Video sosyal medyada kraldır. Kilisenizdeki bir papazın akıllı telefonunda çekilen ve canlandırıcı bir kısa mesaj paylaşın!
 - Olabildiğince düzenli paylaşın. Sosyal medyada duyuru, kilise etkinlikleri yanında, hayata dair, her seviyeden insanın hayatında karşılık bulacak paylaşımları önceleyin. Aktif sosyal medya gönderimi için sihirli bir sayı yoktur. Günde 1 Facebook durum güncellemesi, günde 3-10 Tweet, günde 1 Instagram yayını öncelikle yeterlidir.
- 7. Tartışmalara sessiz kalmayın, iyi davranışı gösterin:** Sosyal medya, insanların rahat paylaştıkları bir alandır. Din konusunda herkesin söyleyecek sözü vardır. Olumsuz paylaşım yapanlara sevgi dolu, cana yakın bir içerik ve empati ile karşılık verin. Bu tavır belirleyerek dünyaya, onların fikirlerine rağmen herkesle iletişim kurmaya hazır ve istekli olduğunuzu göstermiş olursunuz. Ve bu saygı, dağları hareket ettirebilir. Roma bir günde inşa edilmedi; bir takipçi oluşturmak zaman alır.

Kiliselerin sosyal medya konusunda yukarıdaki gibi stratejik adımlar attığı ve görevlilerinin bu stratejilere uygun çalışmalar yaptığı görülmektedir.

Yahudi Reform Birliği 2012'de Yahudi örgütlerinde görevli din eğitimcileri için "Sosyal Medya Politikaları Çalışma Kılavuzu" hazırlayarak bu konuda üyelerinin aktif yer almalarını sağlamayı hedeflemiştir (Appell, 2012):

1.2. Dinî İletişim ve Yeni Medya

İslam eğitim anlayışına göre insanın ilk iletişimi sözlü olarak yaratıcısıyla olmuş (el-A'râf 7/172); sonrasında birbirini ile sürerek ve çevresiyle genişleyerek devam etmiştir. Zaman içinde kendi türleri dışında cinler (el-A'râf 7/24-25, en-Neml 7/38-39), kuşlar (en-Neml 27/16) gibi diğer dünya varlıklarıyla da iletişim sağlayan insan, muhatabının farklılığı yanında geçmişten günümüze iletişim araçlarının da farklı türleriyle tanışmış, iletişim kanallarını, etki alanlarını geliştirmiştir.

Allah'ın insanlar içerisinde görevlendirdiği resul ve nebilerle inanç, ibadet, muamelata dair kurallar koyan, hayata program çizen vahiy ile gönderilen mesajlar iletişimin bir boyutunu oluşturmuştur. Allah'ın insan ruhlarına hitabıyla sözlü iletişimle başlayan iletişim süreci, ilk insan ve ilk İslam Peygamberi Hz. Âdem'e ve İslam peygamberlerine verilen sahife ve kitaplarla, yazılı iletişimle yeni bir boyut kazanmış, İslam peygamberlerinden Hz. Süleyman'ın mesajını Hühüd'le Belkıs'a iletmesi (en-Neml 27/20-28) ve İslam'ın son elçisi Hz. Muhammed'in (sav) mesajlarını iletmede mektubu kullanarak tebliğini sürdürmesiyle (en-Neysâbüri, ts., s. 4326; Hamidullah, 1407, s. 135-36) zenginleşerek devam etmiştir.

Allah'ın stratejilerini de belirterek (en-Nisâ 4/53, Tâhâ 20/44, eş-Şuarâ 26/23-28, Âl-i İmrân 3/159, en-Nahl 16/125) istediği dini tebliğ emri (el-Kasas 28/87, el-Cin 72/23), dini iletişimin devamlılığında büyük rol oynamış; ilk halkasını peygamberlerin oluşturduğu bu yayılım sistemi, halkaya dâhil olan diğer inanmış insanların çabasıyla yaşamaya devam etmiş (Batar, 2020: s. 421), hem mensupları arasında hem de diğer insanları da kapsayacak genişlikte kıyamete kadar sürecek bir formatta devamlılığı sağlanmıştır.

Hız. Peygamberin vefatından sonra bu iletişim sürecinin O'nun bıraktığı emanetlere ve yine insanlar arası iletişime dayalı olarak sürdüğü görülmektedir. Bu iletişim sürecinde dinî gelenek içerisinde gelişen, her türlü oluşum, kendi içinde, insanların dinle etkileşim kurmalarına, dinle ilgili tutumlarının oluşmasına vesile olan muhtelif iletişim ortamları oluşturmuştur (Batar, 2020, s. 419)

İnsanın hayatı anlamlandırması, kendisi, çevresi ve hayata dair ilk bilgiler bu anlamda iletişimle mümkün olmuş, yeryüzünde var olduğundan itibaren aile hayatı, siyaseti, ticareti, eğitimi vs. hayatına anlam katan tüm ilişkileri iletişime dayalı süreçlerle şekillenmiştir. Sonraki yıllarda farklı dünya görüşlerinin, günümüz bilimsel disiplinlerinin bakış açısı ile hayatta dini tefrik ve/veya tasnif eden bir bağlamda değerlendiren ayrımlarından, iletişim de payını almış, dinî iletişim başlığıyla iletişimin ayrı bir alanı olarak incelemelere konu olmuştur.

Dinî iletişim, muhtevasını dinî mesajların oluşturduğu dinî konularda yapılan iletişimden alır. İletişimin başlangıcını oluşturan türü olup, "yol göstermek, rehberlik etmek, bilgi vermek, istedik inanç, tutum ve davranış oluşturmak amacıyla Allah'ın peygamberler aracılığıyla kullarına ilahi mesajlar göndermesi, onların da bu mesajlara olumlu-olumsuz geri bildirimde bulunmaları esasına dayanır" (Certel, 2008, s. 141) "Dinî içerikli bir duygunun, bilginin, haberin, düşünce veya tutumun bazı simgeler, semboller ve kanallar aracılığıyla kişiler, gruplar arasında ya da toplumsal düzeyde belirli ortamlarda paylaşıldığı dinamik bir süreçtir" (Batar, 2020, s. 424) Allah ile kulları arasında dikey iletişim olduğu gibi kullar/insanlar arası iletişimde yatay iletişim söz konusudur.¹ Bu iletişim sözlü de sözsüz de olabilmektedir. Peygamberlerin toplumlarıyla ilişkileri, baştan sona "dinî iletişim süreci" olarak değerlendirilebilir. Zira peygamberlerden her biri Allah'tan vahiy yoluyla aldığı mesajı, sözlü ve/veya yazılı araçlarla insanlara iletmeye çalışmıştır. Peygamberlerin kavimleriyle olan iletişim ilişkilerinde, iletişimin bütün unsurlarının devrede olduğunu görebiliyoruz (Batar, 2020, s. 418)

Dinî iletişim, talim, terbiye, tebliğ, davet, beyan, tezkiye, zikir, vaaz, irşad vb. kavramları da kapsayan çok yönlü bir faaliyettir. Dinî iletişimde bulunanların görevi, sadece mesajı hedef kitleye iletmek değil, aynı zamanda iletilen mesajların anlaşılmasını ve benimsenmesini sağlamaktır (Koç, 2011, s. 13) Geçmişten günümüze, peygamberlerin hayata program çizen vahiy tebliğ faaliyetleri, dini yayma, yaşatma amaçlı her tür iletişimleri, bu konudaki eğitim-öğretim, irşad çalışmaları yanında, her tür din mensubunun dinî propaganda ve misyonerlik faaliyetleri, dinî iletişim örnekleri olarak görülebilir.

Din hizmetleri, tebliğ ve irşat faaliyetleri toplumsal ve kültürel gerçeklerden bağımsız, tek biçimli, hep aynı tarzda sürüp giden statik bir bakış açısıyla ele alınıp sürdürülemez. Topluma ya da muhataplara sunulan dinî mesajların istenilen etkiyi meydana getirebilmesi için, her gün artan ve değişen iletişim araç, teknik ve yöntemlerini bilinçli olarak kullanmak, en az sunulan mesajın muhtevası kadar önem taşımaktadır (Hökekeki, 2006, s. 46).

Dinî eğitim - öğretim ve irşat hizmetleri yüz yüze başlamış, gelişen yazılı, sesli, görsel araçları da kullanarak geçmişten günümüze farklı araçlarla devam etmiştir. İletişimin dört temel unsuru olan; kaynak - mesaj - araç/kanal ve alıcı'dan, *araç/kanal* kısmı, diğer iletişim araçları ve teknolojilerindeki gelişmelere paralel her daim gelişerek seyrini sürdürmüştür.

İlk matbaanın kurucusu Johannes Guttenberg'in (1398-1468) matbaasında ilk basılan kitap İncil olurken (Menekşe, 2015, s. 154), Hollandalı Christiaan Snouck Hurgronje'nin, 1885'te gittiği Hicaz'da, Mekke İmamı'nın okuduğu Kur'an'ı, Edison tarafından icat edilen silindirik şeklindeki fonografla alınan Dubai'de sergilenen ses kaydı, dünyadaki ilk dijital dinî kayıt olarak kabul edilebilir (Gur Media t.y.)

Dünya'da ilk radyonun, hakkında eleştiriler olsa da (O'Neal, 2006), 24 Aralık 1906'da bir Noel gecesi Kanadalı Anglikan bir papazın oğlu olan öğretmen kökenli Reginald Aubrey Fessenden (1866-1932) tarafından dinî bir ayının ve İncil'den okunan ayetlerin/pasajların yayını ile başladığı kabul edilir (Curley, 2011) 1925'te ABD'de yayın yapan 600 radyonun 63'ünün kilise, dinî kurum ve/veya gurupların sahipliğinde olduğu belirtilmiştir. Avrupa'da ise ilk dinî radyo 1931'de yayına başlayan bugün 45 dilde yayını sürdüren Vatikan radyosudur. BBC, 1927'de radyoda, 1946'da TV'de ilk dinî yayını yapmıştır (Akyön, 2016, s. 44, 56, 60).

Nesilden nesile tevarüs eden dinî metinler, söz olarak başladığı yolculuğunda, önce harflerle yazılmış, baskı malzemelerinde basılmış, radyo yayınlarıyla evlere sesini duyurmuş, TV ile görüntüsünü seyirciye aktarmış, bilgisayar ile hem yazıyı hem sesi ve görüntüyü birleştirmiş, internetle daha zengin içerikle daha geniş kitlelere ulaşmış, nihayet mobil cihazlar ve sosyal medya ile zirveye ulaşmıştır (Vardi, 2012, s. 87)

Teknolojik yenilikleri, sosyal değişimleri takip eden dinî liderler, gruplar, topluluklar ve kurumlar, bu değişimin gerisinde kalmama mücadelesi vermişler, yeni medyanın sağladığı imkânlardan yararlanarak mesajlarını küresel ölçekte ulaştırmak amacıyla interaktif iletişim sağlayan elektronik ve dijital ortamın fırsatlarını

değerlendirerek yeni atılımlar gerçekleştirmenin gayretinde olmuşlardır. Bu mayede, görsel, işitsel, sanal dinî yayınlar, sanal camiler, kiliseler, havralar, sanal fetvalar, sanal vaizler, sanal günah çıkarma gibi zengin yeni medya ürünleri görülmeye başlanmıştır (Menekşe, 2015, s. 155).

2017'de Hristiyan din eğitimcilerine yapılan bir araştırmada (Conrad 2018), Kutsal Kitap okuyucularının yarısından fazlasının İncil metinlerine internetle eriştiği (% 55), Kiliselerin % 70'inin personel ve konuklar için Wi-Fi hizmeti verdiği tespit edilmiştir (EJP, 2010).

PEW Araştırma Merkezi'nce yapılan 'Dünya Dinlerinin Geleceği 2010-2050' adlı değerlendirmeye göre, 2050'de dünya genelinde; genç nüfusu, Müslüman kadınların doğurganlık oranı ve Müslümanların daha çok çocuğa sahip olması gibi nedenlerden dolayı Müslüman nüfusunun %73 artacağı, dünya nüfusunda dengeleri değiştireceği 2070'te en kalabalık dinî nüfus olacağı öngörülmektedir (Pew Research Center, 2015). Bunun yanı sıra ABD ve Avrupa'da Müslümanlara karşı negatif bir algı hüküm sürmektedir. Bu bilgiler ışığında büyüyen Müslüman kitleye ulaşmak ve güvenilir dinî bilgiyle bu kitleleri buluşturmak, İslamofobik unsurlara sağlıklı bir bilgilendirme son derece kritik bir görev olarak addedilebilir.

1.3. Diyanet ve Dinî İletişim

Türkiye'de dinî bilgilendirme, yaygın dinî eğitim-öğretim ve yönlendirme faaliyetleri anayasal bir kurum olan DİB üzerinden devlet eliyle gerçekleştirilmektedir. DİB'in tarihsel kökleri İslam'ın varlık bulmaya çalıştığı başlangıç süreçleriyle kolaylıkla ilişkilendirilebilse de onun kendine mahsus işleyişi Cumhuriyet'le birlikte başlamıştır (Subaşı, 2017, s. 224).

3 Mart 1924'te kurulan, kurumsal statüsü, özerkliği ve temsil sorunları zaman zaman tartışılan, bu tartışmalar yanında 1965'te 633 sayılı yasa ile 1982'de Anayasanın 136. maddesine eklenen yeni göreviyle kurumsal kimliğini sağlayan ve 2010'da 6002 sayılı kanun ile görev ve yetki alanını genişleten DİB, 2012 yılı Anayasa Mahkemesi kararı ile sistem içindeki önemini pekiştirmiş, son olarak doruk noktaya yaklaşarak, toplumsal meşruiyeti sağlamış, 2017 Anayasa değişikliklerine uyum çerçevesinde 703 sayılı KHK ile 9 Temmuz 2018 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Teşkilatına bağlanmıştır. Böylece tarihi boyunca en büyük görev ve yetki alanına sahip olmuş, "Sosyal hayat ile teması artmış ve sosyal hayatı şekillendirme yönünde birçok yeni araca sahip olmuştur." (Aydın, 2019; Erdoğan, 2020). Günbegün misyon ve vizyonunu güçlendiren bir Cumhuriyet kurumu olarak Diyanet'in tarihi süreçte rolleri, kamuoyu nezdinde beklentiler değişse de, Diyanet her dönem kurumsal olarak farklılığını ortaya koymuş, kimi zaman "gözetken", kimi zaman "gözetleyen" olmuş, kimi zaman "sorulmadıkça konuşmamış", kimi zaman "konuşan Diyanet" olmuştur. Diyanet, herhangi bir şekilde kendi tercihini ortaya koyarken dolaylı ya da dolaysız bir yönlendirmeye maruz kalmaksızın hareket etme hassasiyeti içinde kendi kurumsallığını derinleştirmeye özen göstermiştir (Subaşı, 2017, s. 229-30).

Subaşı'na göre, "Diyanet'in Batılı kurumsal pratiklerin hatırlattığı anlamda bir kilise olmadığını bilmek gerekir. Görevi bir ortodoksi oluşturmak değildir." "Diyanet'in temel misyonu, İslâm'ın genel geçer sınırlarının taciz edilmesini, çığnemesini önlemek, toplumu din konusunda doğru bilgilendirerek aydınlatmaktır" (Subaşı, 2005, s. 81). Her ne kadar "fazla beklentiye girilmemesini" ifade etse de, süreç içerisinde bir başka makalesinde yine Subaşı, kurumsal düzeyde Diyanet'in, başkanlarının tutumuna göre dönemsel cesur çalışmalarının da olabildiğine işaret etmekte; "Diyanet İşleri Başkanlığı'nın modern Cumhuriyet gereklilikleri içinde yerinin ne olduğu, neredeyse her on yılda bir değişen tasavvurlara bağlı olarak şekillendiğini", "sorumluluk üstlenen aktörün dinî ve entelektüel statüsü ile siyaset üstü tanımlaması içinde değerlendirilebilecek takva ve diğer meziyetlerinin" öne çıktığını belirtmektedir (Subaşı, 2017, s. 227).

Dinî iletişim ve yayın bağlamında DİB, 1935'te "Hak Dini Kur'ân Dili" isimli tefsir kitabıyla başlayan basılı yayın çalışmalarını, 1956'da "Diyanet İlmî Dergi" ile süreli yayınlara devam ettirerek, 1968'de "Diyanet Gazetesi", 1978'de "Diyanet Çocuk Dergisi", 1991'de "Diyanet Aylık Dergi", 1999'da "Diyanet Avrupa Dergisi", 2013'te "Aile Dergisi", 2019'da "Arapça İlmî Dergi", 2020'de gençlere yönelik "Geçerken Dergisi", 4-6 yaş grubuna yönelik "Diyanet Cim", 2021'de "Bayram Gazetesi" ile yayın ağını zenginleştirerek sürdürmekte, sahipsiz dinî bilgiyi, yayınları yoluyla da yaygınlaştırma sadedinde kaynak eserlerden ilmi eserlere ve çocuk kitaplarına kadar çok sayıda eser yayımlamaktadır.

DİB'in, dinî iletişim amaçlı güncel her tür iletişim aracını kullanma gayretinde olduğu görülmektedir. Yayın hakkının TRT tekelinde olması sebebiyle ülkenin siyasi koşulları gereği müstakil radyo-tv yayıncılığı yakın dönemde kadar gecikse de, günümüzde bu da gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de ilk radyo yayını 1927'de başlamasına rağmen, dinî içerikli ilk yayın, 18 Ağustos 1950 Cuma günü sabahı itibarıyla, TRT Ankara Radyosu'nda Kur'ân-ı Kerim yayınıyla başlamış, zamanla DİB mensuplarınca hazırlanan 10 dk.'lık "Dinî ve Ahlâkî Musâhabeler" adıyla

la ilk dinî temalı programa yer verilmiş, 18 Nisan 1953'te haftada iki keze çıkarılmış, 1957'de mevlid kandili programı yapılmış, 1960'ta "radyoda sahur", 1964'te "İftâr" programları yayınlanmıştır. 1993'te dinî cemaatlere bağlı özel dinî radyo yayınları başlamıştır. Radyoda kısa süreli dinî programlardan müstakil dinî yayın yapan radyoya uzun soluklu süreçte bugün çoğunluğu İslam içerikli bine yakın dinî radyo yayın yapmaktadır (Ak, 1992; Akyön, 2016). TÜİK verilerine göre 2002'den 2015'e radyo ve tv'lerde din ve ahlâk temalı yayın süresi %150 artarak 429 bin 643 saate çıkmıştır (TÜİK, 2015). TRT ile DİB ortaklığında, 2013'te *Diyanet Radyo*, 2015'te *Diyanet Kuran Radyo*, 2017'de Hz. Peygamber'in hadislerini, sünnetlerini ve asr-ı saadeti dinleyiciye aktarmak için kurulan *Diyanet Risalet Radyo* yayın hayatına başlamıştır.

TRT'de ilk kez 31 Ocak 1968'de başlayan TV yayınlarında, ilk dinî temalı program, 1974 Kadir gecesiyle başlamış, aynı yıl Hac canlı yayın olarak verilmiştir. 29 Ağustos 1975'te Ramazanda "İftara Doğru" adıyla ilk iftâr saati programı düzenlenmiştir. 1976-1977'li yıllarda Kur'ân Okuma yarışması ve Fetih konulu dinî muhtevalı programlara da yer verilmiştir. 80'lerin sonunda "İnanç dünyası" programı yayınlanmıştır. 2012'de TRT işbirliğinde yayın yapan "TRT Diyanet" kanalı, 1 Ocak 2019'da frekansı, kurumsal kimliği ve programları yenilerek "Diyanet TV" ismiyle DİB yönetiminde müstakil bir TV kanalına dönüşmüştür (Çuhadar, 2019).

2. Araştırmanın Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Problemi

Bu araştırmanın amacı, DİB'in merkez ve taşra teşkilatının sosyal medya platformlarından nasıl yararlandığının ve dini iletişimde hangi sosyal medya platformlarını kullandığının tespit edilmesidir. Bu temel amaç çerçevesinde şu sorulara cevap aranmıştır:

- a) DİB'in sosyal medya alanında yaptığı çalışmalar nelerdir?
- b) DİB'in merkez ve taşra teşkilatı hangi sosyal medya araçlarını kullanmaktadır?
- c) DİB'in merkez ve taşra teşkilatının kullandığı sosyal medya araçlarında takipçi sayıları ne kadardır?
- d) DİB'in taşra teşkilatı, sosyal medya araçlarında hangi içeriklere yer vermektedir?

DİB'in hem kurumsal hem dini iletişim bağlamında yeni nesil iletişim araçlarını kullanarak personeli ve paydaşları yanında kamuoyu ile de sağlıklı bir iletişim kurması noktasında mevcut durumun tespiti ile kurumsal düzeyde bir çerçeve planı oluşturmasına çalışmanın katkısı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

2.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma DİB'in Merkez teşkilatı ile taşra teşkilatının il müftülükleri ile sınırlıdır. Başkanlığın yurt dışı teşkilatları ile yurt içindeki Eğitim merkezleri, ilçe müftülükleri ve TDV kapsam dışında tutulmuştur. Dinî günler olarak üç ayları kapsayan süreç ve özellikle Ramazan ayı dinî heyecanın en yoğun, Diyanet'in kamuoyu ile dinî iletişiminin en fazla olduğu dönem olacağı düşünülerek 4 Şevval/Ramazan Bayramından sonraki ilk gün (16.05.2021 tarihinde) Merkez teşkilatının ve il müftülüklerinin sosyal medya hesapları araştırılmış, takipçi sayıları tespit edilmiştir. Takipçi sayılarının dinamik oluşu ve mevcut durumun tespiti sebebiyle bu tarihte elde edilen verilerle sınırlıdır. İl müftülüklerinin sosyal medya mecralarındaki paylaşımları 1443 Ramazan-Şevval aylarını kapsayan 13 Nisan – 10 Haziran 2021 dönemlerinde taranarak, içerik analizine tabi tutulmuştur. Makale sınırlarını aşmamak için içerik analizi, DİB'in taşra teşkilatının en çok takipçi sayısına sahip 10 müftülüğün ilk 5'inin Facebook ve Twitter kullarıyla sınırlandırılmıştır.

2.3. Yöntem

Araştırmada dokümantasyon yöntemi ile DİB'in web sitesi üzerinden online tarama yapılarak sosyal medya ile ilgili içerik taraması yapılmıştır. Daha sonra betimsel tarama yöntemi ile 16.05.2021'de DİB merkez teşkilatı ile il müftülüklerinin resmî web siteleri incelenmiş, birimlerin resmî sosyal medya mecraları tespit edilerek 74 il müftülüğünün ilgili hesaplarına erişim sağlanmış; sosyal medya hesapları, mevcut takipçi sayıları ile paylaşım içerikleri taranmıştır. Nicel veriler tablolştırılmıştır. Erişilemeyen yahut sahte hesap olma ihtimali sebebiyle resmî web sitelerinde linki/bilgisi verilmeyen 7 il müftülüğünün sosyal medya hesapları kapsam dışında tutulmuştur. Nicel verilerden elde edilen bilgiler doğrultusunda, örneklem yaklaşımlarından, daha fazla veri sağlayacağı düşünülerek *amaçlı örnekleme* yöntemi benimsenmiş (Creswell 2017, s. 267); en çok takipçi sayısına sahip il müftülüklerinin takipçi sayısı il nüfuslarına oranlanmış, ilk 5 müftülüğün iki aylık Facebook ve Twitter paylaşımları içerik analizine tabi tutulmuştur.

Patton (2014, s.167), nitel araştırmalarda inanılabilirliğin, titiz ve sıkı yöntemler, araştırmacının inanılabilirliği ve nitel araştırmanın değerine olan inanç olmak üzere birbiriyle ilişkili ama farklı üç araştırma ögesine bağlı olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada elde edilen nitel bulguların iç ve dış geçerlilik ile güvenilirlik problemlerini aşmak için, literatürdeki benzer çalışmalar ve bunların araştırma metotları incelenmiştir.

2.4. Araştırma Verilerinin Toplanması, Analizi ve Yorumu

Yayınlar taranmış, DİB'in sosyal medya konusunda kurumsal çalışmalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Merkez teşkilatının ve il müftülüklerinin web siteleri incelenerek sosyal medya mecraları tespit edilmiştir. Buradan erişim sağlanarak ulaşılan sosyal medya kanalları incelenmiş, takipçi sayıları belirlenmiş, paylaşım içerikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. DİB'in Başkanlık, merkez teşkilatı ve taşradaki bağlı birimlerinin sosyal medya mecralarındaki temsili, dağılım oranları oluşturulan tablolar doğrultusunda betimsel analize tabi tutulmuştur. Analiz ve değerlendirmeler yapılırken konuyla ilgili yapılan diğer araştırma verilerinden yararlanılmıştır. İçerik analiz sürecinde, örnekleme alınan 5 il müftülüğünün Facebook ve Twitter sayfalarından elde edilen dokümanlardan bir çalışma taslağı hazırlanmış, içeriklerle ilgili izlenimler edinilmiştir. DİB'in faaliyet alanı dikkate alınarak en çok paylaşım yapılan kategoriler belirlenmiş, kodlamalar yapılmış, Facebook'ta 3, Twitter'da 5 ana tema belirlenmiştir. Her bir mecranın, her bir ana temasını oluşturan alt temalarla ana temalar detaylandırılmıştır. Diyarbakır İl Müftülüğü örneklem kapsamında olmasına rağmen, verilerin alındığı tarihlerde 3 günlük paylaşım dışında verilerine ulaşılamadığı için içerik analizi yapılırken, sıradaki il müftülüğü örnekleme dâhil edilmiştir.

2.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorum

Bu bölümde DİB'in, araştırmaya konu olan birimlerinin sosyal medya üzerine çalışmaları temel başlıklar hâlinde ele alınmıştır. İlk olarak DİB'in sosyal medya çalışmalarında elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İkinci olarak belirtilen tarihteki resmî sosyal medya verileri incelenmiş, nicel veriler, tablolaştırılarak ve alanyazın eşliğinde yorumlanarak sunulmuştur. Üçüncü olarak en çok takipçiye sahip ilk on müftülüğün nüfusa oranla karşılaştırıldığında ilk beşe giren müftülüklerin Facebook ve Twitter hesapları içerik analizine tabi tutularak bulgular paylaşılmıştır.

2.5.1. Diyanet'in Sosyal Medya Çalışmaları

DİB'e anayasalar ve kuruluş kanununda verilen üç görevinden biri din konusunda toplumu aydınlatmaktır. DİB bu görevi yerine getirmek için gerekli tedbirleri almakla yükümlüdür. Başkanlığın sosyal medya konusunda özel bir birimi ve yönetmeliği bulunmamakla beraber, hizmet birimlerinden Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün görevleri arasında, "Yazılı, görsel, işitsel ve dijital medya vasıtasıyla toplumu din konusunda aydınlatma" ifadelerine de yer verilmektedir (DİB Kanun, 1965, Madde: 7/4).

DİB'in, 19 Ekim 2011'de Facebook, Kasım 2011'de Twitter, 6 Ocak 2012'de YouTube'da yer almaya başladığı görülmektedir. Türkiye'deki resmî kurumlar düzeyinde sosyal medyada ilk olarak Dışişleri Bakanlığı'nın 1 Mart 2010 tarihinde yer aldığı hatırlanırsa (Gülslan, 2018, s. 208) DİB'in resmî kurumlar arasında sosyal medyanın gücünü erken fark eden kurumlardan olduğu söylenebilir.

Kurumların öncelikle kurumsal iletişim gereği sosyal medyada var olmaları önemlidir. Kurumsal kimliği, imajı, itibarı inşa ve ihyâda, bu kazanımların devamlılığının sağlanmasında, kriz yönetiminde, hatırı sayılır katkıda bulunması yanında bilgilendirme, haber verme gibi halkla ilişkilerle ilgili faaliyetler için de yaygın ve etkin bir mecra olarak kurumsal iletişim, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim ve dönüşümden etkilenmiş; kurumlar, bu etkileşim bağlamında seyri farklılık seyretse ve kontrol sorunu, taşıdığı muhtemel riskler, yeterli/nitelikli personel yokluğu vb. nedenlerle temkinli yaklaşırsa da (Gümüş, 2018, s. 197) süreç içerisinde dijital dünyaya dâhil olmaya, merkezi ve yerel düzeyde sosyal medyayı doğru ve etkili kullanım için stratejiler geliştirmeye başlamıştır.

Türkiye'de internet kullanım oranının son beş yılda, 16-74 yaş grubundaki bireylerde 2016'daki %61,2 oranından artarak, 2021 yılında %82,6 olduğu, internet kullanıcılarının kamu kurumlarıyla iletişimlerinde son birkaç yılda artarak 2021'de yarıdan fazlasının (%58,9) interneti kullandığı hatırlanırsa (TÜİK, 2021), bu durum kamu yönetimindeki internet uygulamalarının potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır.

DİB'in, internet ve sosyal medya konusunda erken çalışma yapan kurumlardan biri olduğu görülmektedir. Diyanet Aylık Dergi'nin muhtelif sayılarında konunun ele alındığı tespit edilmiştir: ilk olarak 2008 Ağustos sayısı'nda "Din Üzerine Konuşma ve Medya" temasıyla ele alınmış; 2010 Ağustos sayısı, "çevrimiçi tehlike internet bağımlılığı" temasıyla yayımlanmıştır. 2012 Ocak sayısında "Sosyal Ağlar ve İletişim Ahlakı" temasıyla, sosyal medyanın önemine ve tehlikelerine dikkat çekilirken, 2015 Ağustos "Medya ve Din", 2017 Mart sayısı, "Sanal Çağda Sahici Kalmak", 2020 Temmuz "Dijital Çağ ve Din İstismarı" ve 2021 Mayıs "Dijital Mecrada Ahlak" temasıyla DİB'in konuyla ilgili yayınlarını sürdürdüğü görülmektedir.

DİB, 18 Ocak 2012 tarihinde, “Diyanet, sosyal medyada” başlığıyla kamuoyunu bilgilendirmiş “hizmet ve faaliyetlerini daha geniş toplum kesimlerine ulaştırabilmek amacıyla sosyal medyayı etkin olarak kullanmaya başladı.” ifadelerine yer vererek aşağıda belirtilen resmî dört sosyal medya hesabının adresini paylaşmıştır (DİB Haber, 2012).

Dönemin Diyanet İşleri Başkanı, Twitter hesabından; “her Cuma günü takipçileriyle Hazreti Peygamberin hikmetli sözlerinden bazı kesitler paylaşacağını” duyurmuş, Hz. Peygamberin “Güzel söz sadakadır, Allah’ın kullarına selam vermeniz sadakadır, Kardeşinizin yüzüne tebessüm etmeniz sadakadır.” hadis-i şerifini de ilk olarak paylaşmıştır (DİB Haber1, 2012).

25-28 Kasım 2019’da gerçekleşen VI. Din Şûrası’nda bir komisyonda, “Sosyal Medya ve Dinin Sunumu” müzakere edilmiştir.

Başkanlığın 2019-2023 Misyonu; “İslam dininin inanç, ibadet ve ahlâk esaslarıyla ilgili işleri yürütmek, sahih dinî bilgi ile toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek” vurgusunu yapmaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığının vizyonu ise, “İslam dini ile ilgili her konuda güvenilen ve referans alınan, insanlığın barış ve huzuruna katkı sağlayan bir kurum olmak” şeklinde belirlenmiştir (DİB SP, 2020). Bu görevleri gerçekleştirme- de araç olması bakımından, güncellenen Stratejik Planda sosyal medya ile ilgili; “Başkanlığın basılı yayınlar yanında TV, Radyo ve sosyal medya yayıncılığı imkânının olması” tespitlerine yer verilmiş; “Sahihi dinî bilginin günümüz teknolojik imkânlarından yararlanarak toplumun tüm kesimlerine etkili şekilde sunulması” ihtiyaç- lar arasında gösterilmiştir. “Dini bilgiyi hedef kitleye uyarlayarak iletim ve erişim kanallarını geliştirmek”(H3.2) hedefine ulaşmak için, “Diyanet TV/radyoları ve sosyal medya hesaplarının izleyici, dinleyici ve takipçi sayılarını artırmak.” stratejisine yer verilmiş, performans göstergeleri arasında (PG3.2.3) sosyal medyadaki paylaşımların çeşitlendirilip artırılması yer almıştır (DİB SP, 2020).

Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Ali Erbaş, Ramazan ayında, Ankara’da çeşitli üniversitelerde okuyan gençlerle buluşmasında, “Dünyadan haberdar olma, iyiliği yeryüzünün her noktasına ulaştırma gibi sosyal medyayı hayırlı yolda kullanmalıyız” mesajını vermiştir (DİB Haber2, 2019).

17.01.2020 tarihli Cuma hutbesi, “Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Medya Ahlakı” konulu (DİB Hutbe, 2020) olup, sosyal medya konusunda kamuoyu bilinçlendirilmesi amaçlanmıştır.

2020’de ‘Akıfkan Zamanlarda ‘Değer’li Yaşamak’, ‘Dijital Çağ’da İletişim Ahlakı’ ve ‘Sosyal Medya Ahlakı’ isimli eserler yayımlanmıştır.

DİB’in 15.12.2020 tarih ve E.847444 sayılı Başkanlık onayı ile yürürlüğe giren “Diyanet İşleri Başkanlığı Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü Uygulama Genelgesi”nin (DİB Genelge, 2020), “Sosyal Medya Araçları Vasıtasıyla İrşat Hizmetleri” başlığıyla 42. maddesinde, sosyal medya konusunda önemli stratejilere yer verildiği görülmektedir. Genelge ile sosyal medyada yürütülecek hizmetler için yetkilendirilen “il/ilçe irşad kurumları” marifetiyle gerekli planlamanın yapılması, “Teknik bilgiye sahip bir personelin, sosyal medya teknik sorumlusu olarak belirlenmesi” istenmiş; sosyal medya paylaşımlarında “paylaşım zamanı, paylaşılacak konular, paylaşım üslubu, paylaşılacak ürünler” vb. konularda detaylı stratejilere değinilmiştir. “Vaaz ve irşat hizmetlerinin kurumsal sosyal medya hesapları üzerinden yürütülmesi, haftada en az bir vaazın, belirlenen bir camide okunan hutbenin müftülük sosyal medya hesaplarından yayımlanabileceği” belirtilmiştir. “Sosyal medya araçlarının özellikleri dikkate alınarak toplumun çeşitli kesimlerine yönelik farklı formatlarda dinî içerikli yayınlar hazırlanması ve sosyal medya mecralarında paylaşılması” da genelgede dikkat çeken ifadelerdendir.

9 madde, 16 alt maddede konunun öz bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Genelgede belirtilen iş ve işlemlerle ilgili takibin yapılmasıyla sosyal medyanın etkin kullanımının söz konusu olacağı değerlendirilmektedir.

Başkan Prof. Dr. Ali Erbaş, “Haydi Türkiye Evden Kur’an Öğrenmeye” sloganıyla sosyal medya hesaplarından video mesaj yayınlarken; vatandaşları uzaktan eğitimle gerçekleştirilen “Kur’an-ı Kerim Öğretim Programı”na katılmaya davet etmiştir (DİB Haber3, 2020).

2020 yılı içinde, Sosyal medya paylaşımları kapsamında ise DİB sosyal medya hesaplarından toplam 536 içerik paylaşımı gerçekleştirilirken Başkan Erbaş’ın sosyal medya hesaplarından toplam 377 içerik paylaşımı yapılmıştır.

DİB, “2021 Yılı Performans Programı” kapsamında, ‘Temel Politika ve Öncelikler’ arasında, Diyanet TV/ radyoları ve sosyal medya hesaplarının izleyici, dinleyici ve takipçi sayılarını artırmayı da hedef olarak belirlemiştir (DİB 2021, Performans Programı, s. 30).

Katıldığı bir özel TV'de Başkan Erbaş'ın; "Sosyal medyada biri sizinle hiç alakalı olmayan bir konuyu sanki siz söylemişsiniz gibi bir tiwit atıyor, o yalanı binlerce kişi beğeniyor, paylaşıyor. Bu, şifa aramamız gereken ne kadar kötü bir hastalık. Ne olur, kardeşlerimiz buna dikkat etsinler"(DİB Haber4, 2021) uyarısında bulunduğu tespit edilmiştir.

28-30 Mayıs 2021'de düzenlenen 8. Dinî Yayınlar Kongresi, "Dijital Yayıncılık" temasıyla yapılmıştır.

2.5.2. Diyanet Merkez ve Taşra Teşkilatı Sosyal Medya Kullanım Durumları ve Takipçi Sayıları

DİB'in Merkez Teşkilatında Başkanlık basın birimi ile Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü dışında diğer birimlerinin sosyal medya kullanmadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 1. DİB Merkez Teşkilatı Sosyal Medya Kullanım Bilgileri

	Merkez Teşkilatı	Sosyal Medya Mecrâları ve Takipçi Sayıları					
		Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	Telegram	TOPLAM
1	Başkanlık (diyanet-basin)	669906	316800	-	17400	8055	1.012.161
	DİB Ali Erbaş (Başkan, kişisel)	182930	402500	297000	-	-	882.430
2	Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü	4559	2145	1083	1000	-	8.787

Tablo 1'de de görüldüğü üzere, Başkanlık, diyanetbasin ismiyle dört sosyal medya mecrasında (Facebook, Twitter, YouTube ve Telegram) yer almaktadır. Başkanlığa ait sosyal medya mecralarında, Başkan'a ait paylaşımlar öne çıkarken, günün anlam ve önemine binaen ayet, hadis, dua paylaşımları, yardım kampanyası bilgileri, Cuma hutbeleri, Cuma ve cenaze namazları videoları ile Başkanlığın görev alanına yönelik geniş kapsamlı etkinliklerle ilgili paylaşımlara ve Başkan'ın gündeme dair konuşmalarına, etkinliklerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Merkez Teşkilatında 14 birim yer alırken, ana hizmet birimlerinden sadece Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün sosyal medya hesapları (Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube) bulunmaktadır. Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü hesaplarında görev alanıyla ilgili ayet, hadis, dua paylaşımları, kutsal mekanlardan görseller, online yapılan ilk uluslar arası Hac Sempozyumu içeriklerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Merkez Teşkilatının bir kısmının görev alanıyla ilgili sosyal medya hesabına ihtiyaç duymadığı düşünülse de icracı olarak düşünülebilecek ana hizmet birimlerinden olan Genel Müdürlükler, sosyal medya mecrasında yer alması beklenen birimlerdir.

Tablo 2 ile karşılaştırıldığında en popüler hesaplar Başkanlığa aittir. Başkanlık, gerek toplamda gerekse ortak kullanılan her bir mecrada birimlerine göre en çok takipçi sayısına sahiptir. Merkezi kullanım avantajı yanında taşradaki birimlerinin de web sitelerinde ve kendi sosyal medya mecralarında Başkanlığın linklerini vermesi popülerlik sebebi olarak algılanabilir.

Tablo 2. DİB Taşra Teşkilatı: İl Müftülükleri Sosyal Medya Kullanım Bilgileri

Plaka	Müftülük Adı	TAKİPÇİ SAYILARI				
		Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	TOPLAM
1	Adana İl Müftülüğü	4723	307	-	-	5030
2	Adıyaman İl Müftülüğü	-	-	-	91	91
3	Afyonkarahisar İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
4	Ağrı İl Müftülüğü	723	355	855	96	2029
5	Amasya İl Müftülüğü	4308	416	1204	234	6162
6	Ankara İl Müftülüğü	9302	399	1627	-	11328

7	Antalya İl Müftülüğü	11138	543	-	-	11681
8	Artvin İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
9	Aydın İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
10	Balıkesir İl Müftülüğü	8414	-	-	-	8414
11	Bilecik İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
12	Bingöl İl Müftülüğü	-	517	-	-	517
13	Bitlis İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
14	Bolu İl Müftülüğü	2316	-	-	-	2316
15	Burdur İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
16	Bursa İl Müftülüğü	13078	1054	-	-	14132
17	Çanakkale İl Müftülüğü	2195	385	1470	137	4187
18	Çankırı İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
19	Çorum İl Müftülüğü	8113	101	499	12	8725
20	Denizli İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
21	Diyarbakır İl Müftülüğü	13093	526	1736	957	16312
22	Edirne İl Müftülüğü	2944	-	1228	-	4172
23	Elazığ İl Müftülüğü	3451	158	1241	442	5292
24	Erzincan İl Müftülüğü	11676	-	-	539	12215
25	Erzurum İl Müftülüğü	8633	612	1621	285	11151
26	Eskişehir İl Müftülüğü	11898	557	-	-	12455
27	Gaziantep İl Müftülüğü	5971	-	-	-	5971
28	Giresun İl Müftülüğü	2489	504	1955	582	5530
29	Gümüşhane İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
30	Hakkâri İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
31	Hatay İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
32	Isparta İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
33	Mersin İl Müftülüğü	5028	-	-	-	5028
34	İstanbul İl Müftülüğü	19932	2902	6473	10900	40207
35	İzmir İl Müftülüğü	5015	-	-	256	5271
36	Kars İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
37	Kastamonu İl Müftülüğü	3182	455	1365	340	5342
38	Kayseri İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
39	Kırklareli İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
40	Kırşehir İl Müftülüğü	-	-	-	-	-

41	Kocaeli İl Müftülüğü	3491	-	-	-	3491
42	Konya İl Müftülüğü	17562	919	4216	6.660	29357
43	Kütahya İl Müftülüğü	7499	764	-	2190	10453
44	Malatya İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
45	Manisa İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
46	Kahramanmaraş İl Müftülüğü	2136	-	-	-	2136
47	Mardin İl Müftülüğü	1519	294	-	1050	2863
48	Muğla İl Müftülüğü	1609	-	-	-	1609
49	Muş İl Müftülüğü	2560	-	-	-	2560
50	Nevşehir İl Müftülüğü	-	-	-	302	302
51	Niğde İl Müftülüğü	1605	448	1671	161	3885
52	Ordu İl Müftülüğü	6320	673	-	1310	8303
53	Rize İl Müftülüğü	11396	1998	1420	951	15765
54	Sakarya İl Müftülüğü	2778	719	-	-	3497
55	Samsun İl Müftülüğü	22422	516	1955	-	24893
56	Siirt İl Müftülüğü	1177	407	955	-	2539
57	Sinop İl Müftülüğü	-	628	-	-	628
58	Sivas İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
59	Tekirdağ İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
60	Tokat İl Müftülüğü	5596	507	-	-	6103
61	Trabzon İl Müftülüğü	8594	223	-	-	8817
62	Tunceli İl Müftülüğü	2626	-	-	-	2626
63	Şanlıurfa İl Müftülüğü	5480	740	1861	225	8306
64	Uşak İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
65	Van İl Müftülüğü	3241	785	-	-	4026
66	Yozgat İl Müftülüğü	3807	-	1053	1.430	6290
67	Zonguldak İl Müftülüğü	2676	594	3164	159	6593
68	Aksaray İl Müftülüğü	2899	180	814	1530	5423
69	Bayburt İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
70	Karaman İl Müftülüğü	2247	134	1135	105	3621
71	Kırıkkale İl Müftülüğü	2514	129	-	-	2643
72	Batman İl Müftülüğü	1724	732	-	-	2456

73	Şırnak İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
74	Bartın İl Müftülüğü	4212	147	-	379	4738
75	Ardahan İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
76	Iğdır İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
77	Yalova İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
78	Karabük İl Müftülüğü	-	-	-	-	-
79	Kilis İl Müftülüğü	3805	-	-	-	3805
80	Osmaniye İl Müftülüğü	2771	420	-	304	3495
81	Düzce İl Müftülüğü	-	509	1543	-	2052

Tablo 2’de de görüldüğü üzere, Türkiye’deki il müftülüklerinin sosyal medya kullanımlarıyla ilgili elde edilen verilere göre, 81 il müftülüğünden 54’ü (%67) en az bir sosyal medya mecrasında yer alırken, bunların; 17’si (%21) 4 sosyal medya mecrasında aynı anda yer almakta, 9’u (%11) 3’ünde, 14’ü (%17) 2’sinde, 14’ü sadece bir sosyal medya mecrasında yer almaktadır. 27 il müftülüğü (%33) ise sosyal medya kullanımını hâlâ tercih etmemektedir. 2016 yılında yapılan benzer bir araştırmadaki (Aydın, 2016: s. 207) verilerde, 21 il müftülüğünün sosyal medyada olduğu düşünülürse, beş yıl sonra il müftülüklerinde ciddi bir artış olduğu; ayrıca, sosyal medya mecralarını zenginleştirdikleri söylenebilir.

İl müftülükleri dünyadaki kullanıma paralel, en çok Facebook’u (49 il müftülüğü, %60) tercih ederken, bunu sırayla, Twitter (38 il müftülüğü %47); YouTube (27 il müftülüğü, %33) ve Instagram (23 il müftülüğü, %28) takip etmektedir. Diğer sosyal medya mecralarına pek ilgi gösterilmemiştir.

2017’de Hristiyan din görevlilerine yönelik yapılan bir araştırmada (Conrad 2018), kiliselerin % 85’inin Facebook, % 15’inin Twitter ve Instagram kullandığı, kiliselerin % 62’sinin cemaatleri dışındaki kişilerle bağlantı kurmak için sosyal ağ kullandığı tespit edilmiştir.

Yahudi din görevlilerine yapılan bir araştırmada ise, sinagog görevlilerinin %63’ü, kurumsal web siteleri olduğunu, sitelerinde temel düzeyde bilgiler sunulduğunu, etkileşim olmadığını belirtmiş; bunların 2/3’ü sinagog Facebook hesabının varlığını bildirirken, 4/5’ten fazlası Twitter’ı kullanmadıklarını söylemiştir. %59’u kullanım zorluğundan ve en iyi şekilde nasıl kullanılacağını bilmediğinden yakınırken, %86 personel ve ilgilenecek gönüllü bulamadıklarını ifade etmişlerdir (EJP, 2010) Bu sonuçlarla değerlendirildiğinde il müftülükleri, en az bir sosyal medya mecrası kullanımıyla (%67), diğer dinî kurumlarla yakın orana sahip olsa da Facebook kullanımında yeterli görünmezken, Twitter’da ve Instagram’da ise daha fazla kullanımla öne çıkmaktadır.

İl müftülüklerinin en çok Facebook’u tercih etmesi ile mensupları olan din görevlilerinin de sosyal medyada en çok Facebook tercih ettiği bulgularıyla benzerlik arz etmektedir (Aydın ve Eken, 2014, s. 393).

Tablo 2’de bazı müftülüklerin web sitelerinde sosyal medya logoları olmasına rağmen ilgili sosyal medya mecrasıyla bağlantı yapılmadığından ilgili kurumun sosyal medya hesabı yok olarak belirtilmiştir. Bazı müftülüklerin ise sosyal medya kanalında yer aldığı ancak paylaşım sayısının olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni ise söz konusu tarihte ilgili müftülüğün sosyal medya hesabına ulaşamamasıdır. Birtakım müftülüklerin web sitelerinde link bulunmasına rağmen bağlantı hatalı ya da çalışmamaktadır. Birçoğunun da merkez teşkilatının ilgili sosyal medya hesaplarına link verdiği tespit edilmiştir.

Müftülüklerin sosyal medyada yer almaması kurumsal kimlik ve kamu iletişimideki yetersizlik yanında, görevlerini icra ettikleri şehrin halkıyla dinî iletişim sağlamada yetersiz oldukları anlamına da gelebilir.

Başkanlığın organizesinde, “Hadislerle O’nu anlamak” kitabından online sınav yapılarak Türkiye geneli düzenlenen gençlik bilgi yarışması, il müftülükleri içinde, Ankara İl Müftülüğünün “Teknolojiyle Eğlen Bilgiyle Öğren” Online Bilgi Yarışması, İstanbul İl Müftülüğünün sosyal medyaya da taşınan, içeriği zengin, güncel konulara, güçlü tasarıma sahip, akademik “Din ve Hayat” Dergisi, Ordu İl Müftülüğünün sosyal medya üzerinden din hizmeti için henüz yeni kurulan “Dijital TV Stüdyosu” dikkat çeken çalışmalar arasında kendini göstermektedir.

2.5.3. Sosyal Medya Paylaşımlarına Dair Bulgular

Bu bölümde en çok takipçi sayısına sahip 10 il müftülüklerinden nüfusa oranla öne çıkan ilk 5'inin Facebook ve Twitter'daki paylaşım içeriklerine yer verilmiştir.

Tablo 3. Toplam Takipçi Sayısının Nüfusa Oranına Göre İlk 10 Müftülük

Sıra No	Plaka	Müftülük Adı	İl Nüfusu	Facebook	Twitter	Instagram	YouTube	TOPLAM	Nüfusa Oran
1	24	Erzincan İl Müftülüğü	234.431	11676	-	-	539	12215	0,052
2	53	Rize İl Müftülüğü	344.359	11396	1998	1420	951	15765	0,046
3	55	Samsun İl Müftülüğü	1.356.079	22422	516	1955	-	24893	0,018
4	26	Eskişehir İl Müftülüğü	888.828	11898	557	-	-	12455	0,014
5	42	Konya İl Müftülüğü	2.250.020	17562	919	4216	6.660	29357	0,013
6	21	Diyarbakır İl Müftülüğü	1.783.431	13093	526	1736	957	16312	0,009
7	7	Antalya İl Müftülüğü	2.548.308	11138	543	-	-	11681	0,005
8	16	Bursa İl Müftülüğü	3.101.833	13078	1054	-	-	14132	0,005
9	34	İstanbul İl Müftülüğü	15.462.452	19932	2902	6473	10900	40207	0,003
10	6	Ankara İl Müftülüğü	5.663.322	9302	399	1627	-	11328	0,002

Tablo 3'te görüldüğü gibi, DİB Taşra Teşkilatından il müftülükleri içinde toplam takipçi sayısı nüfusa oranla karşılaştırıldığında liderlik Erzincan İl Müftülüğüne aittir. Bunu, Rize, Eskişehir, Konya, Diyarbakır İl Müftülüğü izlemektedir. Rize, Eskişehir ve Erzincan İl Müftülüklerinin nüfusu kendilerinden daha çok olan il müftülüklerine göre toplamda daha çok sosyal medya takipçisine sahip olmalarına bakılırsa, takipçi sayıları ile nüfusun fazla oluşu arasında doğru orantının olmadığı görülmektedir. Müftülüklerin takipçi sayılarının şehir nüfuslarından daha aşağıda olması dikkat çekicidir.

Sosyal medya hesabı olup da takipçi sayısı az olma durumu, "kurumsal bir ilgisizlik yanında, potansiyel olarak sosyal medya sayfasının ilgi çekici olmayan içeriği, hedef kitleye yönlendirilmemiş iletişim tarzı ile açıklanabilir" (Aydın, 2016, s. 209; Sayan, 2021, s. 435).

Tablo 4. Facebook Takipçi Sayısının Nüfusa Oranına Göre İlk 5 Müftülük

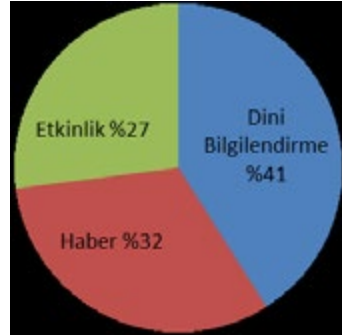
Sıra No	Plaka	İl Müftülüğü	İl Nüfusu	Başlangıç Tarihi	Facebook	Nüfusa Oran
1	24	Erzincan İl Müftülüğü	234.431	2015	11676	0,05
2	53	Rize İl Müftülüğü	344.359	2012	11396	0,03
3	55	Samsun İl Müftülüğü	1.356.079	2015	22422	0,02
4	26	Eskişehir İl Müftülüğü	888.828	2012	11898	0,01
5	42	Konya İl Müftülüğü	2.250.020	2014	17562	0,01

Tablo 4'e göre, Facebook kullanan il müftülüklerinden takipçi sayısı nüfusa oranlandığında, sıralamada ilk 5 müftülüğün arasında Erzincan İl Müftülüğü birinci sırada yer alırken, Rize İl Müftülüğü ikinci Samsun İl Müftülüğü üçüncü il müftülüğü olarak tespit edilmiştir.

Facebook kullanımlarında en çok takipçi sayısına sahip Samsun İl Müftülüğünün liderliği, takipçi sayısındaki bu başarının il nüfusu ve başlama tarihi ile açıklanamayacağını ortaya koymaktadır.

Facebook'ta, kullanıcıların herhangi bir soru sormadığı tespit edilmiştir. Etkileşimsiz kullanılan hesaplar göze çarpmaktadır.

İl müftülüklerinin, Facebook sayfalarındaki paylaşımların içeriklerinin incelenmesi sonucu 3 ana tema bulunmuştur. Aşağıdaki Grafik 1'de ana temalar paylaşım yüzdeleri ile verilmiştir.

Grafik 1. İlk 5 İl Müftülüğünün Facebook Paylaşımlarının Ana Temaları

Grafik 1 incelendiğinde, il müftülüklerinin 1244 paylaşımının %41'inin Dini bilgilendirme çalışmaları ile ilgili olduğu, %32'sinin Haberlerle ilgili, %27'sinin Etkinliklerle ilgili olduğu görülmüştür. Aşağıdaki Tablo 5'te, ana temalar, alt temaları ve il müftülüklerine göre paylaşım sayıları ile birlikte verilmektedir.

Tablo 5. İlk 5 İl Müftülüğünün Facebook Paylaşım İçerikleri Tablosu

Paylaşım İçerikleri		Erzincan İl Müftülüğü	Rize İl Müftülüğü	Samsun İl Müftülüğü	Eskişehir İl Müftülüğü	Konya İl Müftülüğü	Toplam
Dini Bilgilendirme (512) %41	Âyet-Hadis	62	49	22	-	-	185
	Fetvâ		30	22	-	-	
	Hutbe	10	4	2	-	-	16
	Vaaz/Vaaz Örneği	14	1	23	-	-	38
	Sohbet		34	-	68	25	127
	Mukabele	-	30	-	30	-	60
	Aşır	-	30	-	1	-	31
	Tebrik	3	11	5	2	-	21
	Taziye	-	2	10	5	-	17
	Duyuru	4	8	3	1	1	17
Haber (392) %32	Başkanlık	7	22	18	14	16	77
	Başkan	5	35	39	42	11	132
	Müftülük	11	25	14	6	107	163
	Yardım	9	11	-	-	-	20
Etkinlik (340) %27	Başkanlık	7	8	2	7	19	43
	Müftülük	27	40	69	49	35	220
	Yardım	8	50	2	11	6	77
TOPLAM	Paylaşım Sayısı	167	390	231	236	220	1244

Tablo 5 incelendiğinde, Facebook paylaşımında 1244 paylaşım içinde en çok paylaşım yapan, 390 paylaşım ile Rize İl Müftülüğü birinci sıradadır.

Dini Bilgilendirme çalışmaları ana temasının birinci alt teması olan “âyet-hadis-fetva” kapsamındaki paylaşımlar en çok paylaşılan içeriklerdir. Bu paylaşımlarda “1 ayet” şeklinde müstakil paylaşımlar yanında “1 ayet 1 hadis” şeklinde ya da “1 ayet 1 hadis 1 fetva” şeklinde paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

Sohbet alt temasında, “Ramazan sohbeti”, “İftar tadında”, “Cuma sohbeti”, “Hadis Sohbeti” başlıklarıyla paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

Mukabele ve aşır alt başlıklarında yapılan paylaşımların Ramazan ayıyla sınırlı olduğu görülmüştür. Duyuru alt temasında, Hafızlık, Din Görevlileriyle ilgili sınav duyuruları ve Covid-19 ile ilgili bilgilendirme amaçlı duyurular olduğu görülmüştür.

Haber ana temasındaki alt temalardan en çok paylaşım yapılan “Müftülük” alt temasında müftülüklerle ilgili 163 habere yer verilmiştir. Bunlar arasında öne çıkan Konya İl Müftülüğünün paylaşımları, yeni göreve başlayan il müftüsüne yapılan “hayırlı olsun” ziyaretleriyle ilgili yapılan paylaşımlardır.

Etkinlik ana teması altında en çok paylaşım yapılan “müftülük” alt temasında yapılan 220 paylaşım, müftülüklerin aileye, gençlere, kendi personellere yönelik yaptıkları seminer çalışmaları dikkat çekmektedir.

Yardım alt temasında ise, yetim, zekât-fitre, kurban ve Filistin’e yönelik yardım taleplerinin yer aldığı görülmüştür.

Tablo 6. Twitter Takipçi Sayısının Nüfusa Oranına Göre İlk 5 Müftülük

Sıra No	Plaka	İl Müftülüğü	İl Nüfusu	Başlangıç Tarihi	Twitter	Nüfusa Oran
1	53	Rize İl Müftülüğü	344.359	2011	1998	0,046
2	55	Samsun İl Müftülüğü	1.356.079	2014	516	0,018
3	26	Eskişehir İl Müftülüğü	888.828	2017	557	0,014
4	42	Konya İl Müftülüğü	2.250.020	2018	919	0,013
5	7	Antalya İl Müftülüğü	2.548.308	2012	543	0,005

Tablo 6'ya göre, Twitter'da takipçi sayısının, il nüfusuna oranlanmasına göre karşılaştırıldığında müftülükler içinde Rize İl Müftülüğü birinci sırada yer alırken, Samsun İl Müftülüğü ikinci, Eskişehir İl Müftülüğü üçüncü sırada yer almıştır.

Eskişehir ve Konya İl Müftülükleri verilerine göre Twitter'da en çok takipçi sayına sahip olmanın Twitter mecrasında daha erken başlama ile doğrudan ilişkisi bulunmamaktadır. Yine Rize İl Müftülüğünün takipçi sayısına göre Twitter'da başarılı olmanın il nüfusu ile de doğrudan ilişkisi yoktur.

İl müftülüklerinin, Twitter sayfalarındaki paylaşım içeriklerinin incelenmesi sonucu 5 ana tema bulunmuştur. Aşağıdaki Grafik 2'de ana temalar paylaşım yüzdeleri ile verilmiştir.

Grafik 2. İlk 5 İl Müftülüğünün Twitter Paylaşımlarının Ana Temaları

Grafik 2 incelendiğinde, ilk 5 İl Müftülüğünün 751 paylaşımının %30'unun Retweet ile ilgili olduğu, %29'u Haberler, %20'si Dini bilgilendirme çalışmaları, %13'ü Etkinlikler ve %8'inin Yardımlarla ilgili olduğu görülmüştür. Aşağıdaki Tablo 7'de, ana temalar, alt temaları ve İl Müftülüklerine göre paylaşım sayıları ile birlikte verilmektedir.

Tablo 7. İlk 5 İl Müftülüğünün Twitter Paylaşım İçerikleri Tablosu

Paylaşım İçerikleri		Rize İl Müftülüğü	Samsun İl Müftülüğü	Eskişehir İl Müftülüğü	Konya İl Müftülüğü	Antalya İl Müftülüğü	Toplam
Dini Bilgilendirme (150) %20	Âyet-Hadis	31	14	-	1	1	50
	Duâ	1		-	1	1	
	Fetva	18	4	-	-	-	22
	Hutbe	4	-	-	-	-	4
	Sohbet-Va-az	28	11	-	-	-	39
	Tebrik	14	2	-	1	2	19
	Taziye	2	1	-	-	2	5
	Duyuru	7	4	-	-	-	11
Haber (218) %29	Başkanlık	-	3	-	-	1	4
	Müftülük	23	-	-	89	75	187
	Yardım	21	-	2	-	4	27
Etkinlik (100) %13	Başkanlık	22	-	7	-	1	30
	Müftülük	18	-	11	16	25	70
Yardım (59) %8	Zekât/Fitre	6	-	12	1	8	27
	Kurban	8	-	-	-	9	17
	Filistin	4	-	-	-	1	5
	Diğer	10	-	-	-	-	10
Retweet (RT) (224) %30	Başkanlık	12	1	15	9	-	37
	Başkan	13	13	29	18	-	73
	DİB Haber	15	11	22	10	5	63
	DİB TV	4	4	1	20	1	30
	DİB TDV	-	5	3	2	-	10
	Diğer	4	1	-	4	2	11
TOPLAM	Paylaşım Sayısı	265	74	102	172	138	751

Tablo 7'ye göre, Twitter paylaşımında Rize İl Müftülüğü 265 paylaşım ile birinci sıradadır.

Retweet ana temasının alt temalarında en çok paylaşım ile “Başkan” alt teması ilk sırada yer alırken, ikinci alt tema olarak “Diyanet TV” yer almaktadır.

Haber ana temasının en çok paylaşım yapılan alt teması olan “Müftülük” alt temasında, müftülüklerin yaptıkları çalışmalarla ilgili haberlere yer verdikleri, yeni göreve başlayan müftülere yapılan “hayırlı olsun” ziyaretlerinin paylaşıldığı tespit edilmiştir. Twitter’da kullanıcılarla etkileşimin çoğunlukla olmadığı görülmektedir. Bir mecrada paylaşılan içeriklerin aynen diğer mecralarda da paylaşıldığı tespit edilmiştir.

Sonuç

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal medya konusundaki çalışmaları ve Başkanlığın merkez ve taşra teşkilatının (81 il müftülüğünün) sosyal medya kullanım durumları, Facebook ve Twitter paylaşım içerikleri incelenmiştir. Araştırmada, Başkanlığın kamu kurumları içinde sosyal medyayı erken fark eden kurumlar arasında olduğu, yasal mevzuatta ve stratejik planda sosyal medya kullanımıyla ilgili bilgilere yer verdiği, yazılı ve sürekli yayınlarında sosyal medya konusunda çalışmalar yaptığı, dört sosyal medya mecrasında yer aldığı tespit edilmiştir.

Merkez Teşkilatının ise bu gelişime ayak uyduramadığı gözlenirken sadece Başkanlık basın biriminin ve Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün sosyal medya hesapları olduğu görülmüştür. Taşra teşkilatı birimlerinden il müftülüklerinin 54'ünün (%67'sinin) en az bir sosyal medya mecrasında yer aldığı tespit edilmiştir. Beş yıl önce yapılan benzer bir çalışmayla (Aydın, 2016, s. 207) kıyaslandığında bu süreçte sosyal medya kullanan il müftülüklerinin sayısının arttığı, 33 il müftülüğünün daha sosyal medya dünyasına katıldığı görülmüştür. İl müftülüklerinden Facebook kullanan sayısının, 20'den, 49'a; Twitter kullanan sayısının, 9'dan,

38'e; YouTube kullanan sayısının, 5'ten 27'ye ulaştığı, 23 il müftülüğünün de yeni bir mecra olarak Instagram hesabına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 27 il Müftülüğü (%33) ise henüz herhangi bir sosyal medya kullanmamaktadır. DİB Başkanlık olarak en çok Facebook, Twitter, YouTube ve Telegram'da yer alırken, il müftülükleri Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube'u tercih etmektedirler. Diğer sosyal medya mecralarına pek ilgi gösterilmemiştir.

En çok sosyal medya paylaşımı yapan il Müftülüklerinin nüfusa oranla ilk 5 il Müftülüğünün 13 Nisan – 10 Haziran 2021 arası Facebook platformunda yaptığı 1244 paylaşımı analiz edilmiştir. Bu paylaşımların içeriklerinin incelenmesi sonucu 3 ana tema bulunmuştur. 5 il Müftülüğünün 1244 paylaşımının %41'inin Dini bilgilendirme çalışmaları ile ilgili olduğu, %32'sinin Haberlerle ilgili, %27'sinin Etkinliklerle ilgili olduğu tespit edilmiştir.

Aynı tarihlerde il Müftülüklerinin Twitter paylaşımları da, analiz edilmiş; 5 ana temaya ulaşılmıştır. 751 Twitter paylaşımının %30'unun Retweet ile ilgili olduğu, %29'u Haberler, %20'si Dini bilgilendirme çalışmaları, %13'ü Etkinlikler ve %8'inin Yardımlara ilişkin paylaşımlar olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada ulaşılan duyurular, etkinlik haberleri, dini içerikli bilgilendirme alt temaları, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın sosyal medya kullanımıyla ilgili yapılan çalışmada ulaşılan alt temalarla benzeşmektedir (Kalfa ve Kocamaz Adaş, 2019, s.17).

Bu temalar, DİB'in misyonu, vizyonu, stratejik hedefleri, yönetmelikleri, sosyal medya kullanımına yönelik teşvik edici çalışmaları ile karşılaştırıldığında, il müftülüklerinin sosyal medya paylaşımlarının örtüştüğü görülmektedir.

il Müftülüklerinin Facebook ve Twitter paylaşımlarındaki benzerlik ve hem Facebook hem de Twitter paylaşımlarında en çok paylaşım yapan il müftülüğü olarak Rize il Müftülüğü dikkat çekmektedir.

Yine çalışmada ulaşılan tespitler ışığında, müftülüklerin daha zengin mecraları ve daha zengin içerikleri sosyal medya aracılığıyla paylaşımları gerektiği, hitap ettikleri kitlelerle daha etkileşimli kullanmaları gerektiği ortaya çıkmıştır.

Verilen bilgiler ve benzer çalışmalardan da anlaşılacağı gibi sosyal medya, kurumlar ve hedef kitleleri arasındaki iletişimi güçlendiren kurumsal imaj sağlayan bir özelliğe sahiptir. Toplum fertlerinin düşüncelerini almada, görüş, öneri, soru ve sorunlarına kısa sürede ulaşmada bir fırsat olup Başkanlığın ve teşkilatın uygulamalarını daha iyi hâle getirmede de yarar sağlayacaktır. DİB'in sosyal medya aracılığıyla yapacağı paylaşımlar, candan etkileşimden vatandaş ile ilişkilerini candan hâle dönüştürerek, yakınlaştırmayı sağladığı gibi samimi birlikteliklere vesile olarak başta gençler olmak üzere her toplum üyesi nezdinde, bireysel ve toplumsal hayata dair doğru dinî bilgilerin erişimini, karşılıklı kabulü, iyi niyeti geliştirici etki oluşturacak bir zemini de sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Öneriler

Dijital platformların sağladığı fırsatlar kullanılarak Müslümanların araştırarak, okuyarak, sorgulayarak dinî bilgi birikimlerini artırmaları, gündelik ibadet pratiklerini daha sağlıklı şekilde yapmalarına katkı sağlanmalıdır. Türkiye de bulunduğu coğrafyaya hâkim bir ülke olarak DİB üzerinden hem Müslümanlara hem de İslamiyet'i araştıran kullanıcılara yönelik hizmetlerini geliştirerek artırmalıdır (Göksu, 2019, s. 11-40).

Kurumların sosyal medyada yer almaları kadar, kullanımıyla ilgili bir politika geliştirmeleri de etkin olmalarında rol oynayacaktır. Bu konuda devlet politikası olması gerektiği gibi her kurum kendine özgü bir politika da geliştirmelidir. Bu noktada yapılan araştırmalar (Gülslan, 2018; Gümüş, 2018) doğrultusunda şöyle bir strateji önerilebilir:

- Başkanlık bünyesinde *iletişim*, her ne kadar birimlerin görevleri arasında yer alsada da, henüz Kurumsal Dinî İletişim ile ilgili bir yönetmelik, çıkmamış olması büyük bir eksiklik. Bu bağlamda bir yönetmelik ve/veya sosyal medya strateji belgesi/rehberi hazırlanmalı, uygun mecralar, bölgesel farklılıklar, yurt içi-dışı hedef kitleler ve özellikleri tespit edilerek zengin içeriklere yer verilmesi sağlanabilir. Teşkilat bünyesinde özel Sosyal Medya Birimi oluşturulmalı, kurum çalışanları bilgilendirilmelidir. İl müftülükleri bünyesinde hem alana hem konuya hâkim bir Sosyal Medya uzmanı görevlendirilmelidir. Sosyal medya vaizliği yaygınlaştırılmalıdır.
- Her yıl 4 Şevval'de veya anlamlı bir zaman diliminde takipçi sayıları, içerikler incelenerek ölçümler yapılarak, birimlere özel Sosyal Medya Karnesi hazırlanmalı, başarılı uygulamalar iyi örnekler olarak kurum içi ve paydaşlarla paylaşılmalı, başarılı çalışmalar, ekipler, kişiler ödüllendirilmelidir. İl/ilçelerin sosyal medya karnesi hazırlanmalı. Atamalarda, yer değiştirmelerde bu kritere de yer verilerek özendirilmelidir.

- Şehirdeki din eğitimi ortamlarıyla ilgili, sahadaki din eğitim-öğretim çalışmalarıyla ilgili kısa özgün videolara, fotoğraflara yer verilmesinin, takipçilerin dikkatini çekeceği dinî iletişimi ve din eğitimi güçlendireceği düşünülmektedir.
- Sosyal medyada en çok takipçiye sahip il müftülükleri ile sosyal medyada yer almayan il müftülüklerine yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Başkanlığın diğer birimlerinin sosyal medya mecralarındaki durumu, il müftülüklerinin Facebook ve Twitter dışındaki sosyal medya paylaşımları içerik analizi yapılarak karşılaştırılabilir. Farklı pozisyonlarda görevli din görevlilerinin sosyal medya kullanımları araştırılabilir.
- Kamuoyunun DİB'in sosyal medya kullanımıyla ilgili görüşleri araştırılarak elde edilecek verilerle Başkanlığın sosyal medya kullanımı zenginleştirilebilir.

Son Notlar

1 Buradaki dikey iletişimle, yaratıcı ve üst otorite olarak Allah'la, kul olan insan arasındaki yaratıcı-kul ilişkisi; yatay iletişimle aynı varlık kategorisinde olan insanların birbirleriyle iletişimi kast edilmektedir. Zira kişilerarası iletişim çalışmalarına göre, insanlar arasında da hem yatay hem de farklı statüler sebebiyle hiyerarşik olarak dikey iletişim kurulabilir.

Kaynakça

- Ak, Z. (1992). Türkiye radyolarında dini yayınlar. *Diyanet Aylık Dergi*, (14) 21-26.
- Akyön, S. (2016). *Türkiye'de dini yayıncılığın gelişimi: Dini radyolar* (Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi: <http://tez.yok.gov.tr> (Tez No: 437364).
- Appell, V. S. (Ed.). (2012). *Social media policy workbook for jewish organizations*. Erişim Adresi: https://www.reconstructingjudaism.org/sites/default/files/darim-workbook_social_media.pdf
- Aşlamacı, İ. (2016). Üniversite öğrencilerinin Diyanet İşleri Başkanlığı hizmetlerine yönelim durumları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(6), 1563-82.
- Aydın, H. ve Eken, M. (2014). Din görevlilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları. İçinde M. Çamdereli, B. Önay Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.), *Medya ve din* (1. basım, ss. 377-405). Cağaloğlu, İstanbul: Köprü Kitapları
- Aydın, H. (2016). Diyanet İşleri Başkanlığı merkez ve taşra teşkilatının sosyal medya kullanımı üzerine bir inceleme. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 11(3), 203-12. doi: 10.12739/NWSA.2016.11.3.4C0211.
- Aydın, Ö. (2019). Diyanet İşleri Başkanlığı'nın hukuki statüsü üzerine tartışmalar. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14(2), 239-76.
- Batar, Y. (2020). İletişim modelleri ışığında dini iletişimin doğası. *Mesned İlahiyat Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 417-39.
- Certel, H. (2008). Din-iletişim ilişkisi ve dinî iletişim engelleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(21), 127-58.
- Connor, M. J. O., Ferrar-Toniolo, A. (1971). «*Communio et progressio*' On the means of social communication written by order of the second Vatican council". Erişim Adresi: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_en.html#Nota%207.
- Conrad, A. (2018). *10 powerful church statistics on social media use*. Geliş tarihi (<https://blog.capterra.com/church-statistics-social-media/>).
- Cresswell, John W. (2017). *Eğitim araştırmaları*. İstanbul: Edam Yayınları.
- Curley. (2011). Reginald Aubrey Fessenden. *Encyclopaedia Britannica*. Erişim Adresi: <https://www.britannica.com/biography/Reginald-Aubrey-Fessenden>
- Çuhadar, M., (Ed.). (2015). Dijitalleşen din ve diyanet. içinde M. Çamdereli, B. Önay Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.) *Dijitalleşen Din* (Medya ve Din 2). İstanbul: Köprü Yayınları.
- Çuhadar, M. (2019). Türkiye'de kamu hizmeti yayıncılığı açısından dinî temalı TV programları ve Diyanet TV program türleri üzerine bir inceleme. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(2), 237-66.

- DİB Genelge. (2020). *Diyanet İşleri Başkanlığı din hizmetleri genel müdürlüğü uygulama genelgesi*. Erişim Adresi: <https://hukukumusavirligi.diyamet.gov.tr/Documents/Din%20Hizmetleri%20Genel%20M%C3%BCd%C3%BCrl%C3%BC%C4%9F%C3%BC%20Uygulama%20Genelgesi.pdf>
- DİB Haber. (2012). *Diyanet sosyal medyada*. Erişim Adresi: <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/514/diyanet-sosyal-medya>
- DİB Haber1. (2012). *Sosyal medyada hadis dersleri*. Erişim Adresi: <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/518/sosyal-medya-hadis-dersleri>
- DİB Haber2. (2019). *Sosyal medyayı hayırlı yolda kullanmalıyız*. Erişim Adresi: <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/25644/sosyal-medya-hayirli-yolda-kullanmalıyız>
- DİB Haber3. (2020). *Vatandaşlarımızı Kur'an-ı Kerim'in huzur veren tilaveti ve mesajlarıyla buluşmaya davet ediyorum*. Erişim Adresi: <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/30077/vatandaslarimizi-kuran-i-kerimin-huzur-veren-tilaveti-ve-mesajlarıyla-bulusmaya-davet-ediyorum>
- DİB Haber4. (2021). *Sosyal medyada bir yalanı binlerce kişinin beğeniyor olması, şifa aramamız gereken kötü bir hastalık*. Erişim Adresi: <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/32326/sosyal-medya-bir-yalani-binlerce-kisinin-begeniyor-olmasi-sifa-aramamiz-gereken-kotu-bir-hastalik>
- DİB Hutbe. (2020). *Teknoloji bağımlılığı ve sosyal medya ahlakı*. Erişim Adresi: <https://diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/26261/cuma-hutbesi-teknoloji-bagimliliği-ve-sosyal-medya-ahlakı>
- DİB Kanun. (1965). *Diyanet İşleri Başkanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun*. C. 633. Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.633.pdf>
- DİB 2021 Performans Programı. (2021, 24 Mayıs). Erişim adresi: <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPRapor/files/8QnoC+DIB.pdf>
- DİB SP. (2020). *DİB Stratejik Plan*. Erişim Adresi: <http://www.sp.gov.tr/tr/kurum/s/155/Diyanet+Işleri+Baskanligi>
- Dinler, Z. (1998). *Bilimsel araştırma ve internete bağlı bilgi merkezleri el kitabı*. Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.
- EJP. (2010). *U.S. Synagogues lag in use of web and social media technologies*. Erişim Adresi: <https://jewishphilanthropy.com/u-s-synagogues-lag-in-use-of-web-and-social-media-technologies/>
- Erdoğan, M. (2020). Kuruluşunun 96. yılında Diyanet İşleri Başkanlığı. *Yörünge Dergisi*. Erişim Adresi: <https://www.yorungedergi.com/2020/03/kurulusunun-96-yilinda-diyanet-isleri-baskanligi/>
- Göksu, O. (2019). Dinin dijitalleşmesi: Dinin iletişimde ve öğretilmesinde kullanılan dijital araçlar bağlamında Diyanet İşleri Başkanlığı ve Çay House örnekleri. içinde Göksu, O. (Ed.) *İletişimin Dijital Boyutu*. Konya: Literatürk Academia.
- Gur Media. (t.y.) *Dünyanın ilk Kur'an-ı Kerim kaydını yapan kişi bir Hollandalı*. Erişim Adresi: <https://gurmedia.nl/dunyanin-ilk-kuran-kerim-kaydini-yapan-kisi-bir-hollandalı/>
- Gülaslan, T. (2018). *Kamu yönetiminde sosyal medya kullanımı ve Yönetimi: Temel ilkeler ve öneriler*. (Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi: <http://tez.yok.gov.tr> (Tez No: 508898).
- Gümüş, N. (2018). Sosyal medyanın kamu kurumları tarafından kamusal pazarlama aracı olarak kullanılması: 81 il valiliği üzerinde bir araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(4), 189-212. doi: 10.11616/asbed.v18i41997.505870.
- Haberli, M. (2013). Dinlerin internet ortamındaki temsili ve dağılımı. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(1), 859-73.
- Hamidullah, M. (1407). *el-vesâikü's-siyâsiyye li'l-ahdi'n-nebevî ve'l-hilâfeti'r-râşide*. 6. bs. Beyrut: Daru'n-Nefais.
- Hökekleli, H. (2006). Günümüz iletişim teknikleri ve dinî iletişim. *Diyanet İlmî Dergi*, 42(1 Ocak-Şubat-Mart), 41-58.
- İrk, E. (2015). *İnternet kullanımının ergenlerin dini gelişimine etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi: <http://tez.yok.gov.tr> (Tez No: 427449).
- Kalfa, M. ve Kocamaz Adaş, S. (2019). Sosyal medyayı kullanım açısından Gençlik ve Spor Bakanlığının analizi. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 6-21.

- Koç, A. (2011). *Din eğitiminde etkili iletişim*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Lewis, B. (2017). *How social media is changing the church*. Erişim Adresi: <https://theconversation.com/how-social-media-is-changing-the-church-57405>
- Menekşe, Ö. (2015). Dinin dijitalleşmesi ve mobil uygulamalar. içinde M. Çamdereli, B. Öney Doğan ve N. Kocabay Şener (Ed.) *Dijitalleşen Din (Medya ve Din 2)*. İstanbul: Köprü Yayınları.
- en-Neysâbü'rî, H. (ts.) *el-Müstedrek*. Beyrut: Daru'l-Kütübî'l-İlmiyye.
- O'Neal, J. E. (2006). *Fessenden: World's first broadcaster?* Erişim Adresi: <https://www.radioworld.com/news-and-business/fessenden-worlds-first-broadcaster>
- Patton, M. Q. 2014. *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (M. Bütün, S. B. Demir Çev). Ankara: Pegem Akademi.
- Pew Research Center. (2015). *The future of world religions: Population growth projections, 2010-2050*. Washington. Erişim Adresi: <https://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/>
- Sayan, Y. E. (2021). Türkiye'de yüksek din öğretimi kurumları adına sosyal medya kullanımı ve fakültelerin sosyal medya stratejilerinin incelenmesi. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 21(1),415-49. doi: 10.33415/daad.820746.
- Subaşı, N. (2005). Türk modernleşmesinde dinsel bir deneyim -Diyaret İşleri Başkanlığı-". *İslâmiyat*, 8(4), 79-82.
- Subaşı, N. (2017). Diyanet ve örgütlü dinî yapı ve cemaatler. *İnsan ve Toplum*, 7(1), 223-32. doi: 10.12658/human.society.7.13.R0020.
- Tocci, M. (2018). *Tips for making the most of your church social media pages*. Erişim Adresi: <https://simpletexting.com/tips-for-making-the-most-of-your-church-social-media-pages/>
- TÜİK. (t.y.). *TÜİK sosyal medya takipçileri için kullanım ilkeleri*. Erişim Adresi: https://tuikweb.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/sm_kul_ilke_tr.pdf
- TÜİK 2015. (2015). *TÜİK dini yayın süresi*. Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/DownloadIstatistikselTablo?p=ueKnrU6GG6sRz19Rw3JNCoxhHK83XjVfCa4oK5XzRfc9/OpcHcuJSloKN9vS7aMv>
- TÜİK 2020. (2020). *Kurumlarla internetli iletişim. Hanehalkı BT Kullanım*. Erişim Adresi: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2020-33679)
- Vardi, R. (2012). *İnternet ve İslam: Din sosyolojisi açısından dini siteler üzerine bir araştırma*. (Doktora Tezi). Erişim Adresi: <http://tez.yok.gov.tr> (Tez No: 317383).
- wearesocial, Ocak 2021. (2021). *Digital 2021*. Erişim Adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- wearesocial, Ocak 2021 Turkey. (2021). *Digital-2021-turkey*. Erişim Adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>
- wearesocial, Nisan 2021. (2021). *Digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital*. Erişim Adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>

Social Media Usage Level of the Presidency of Religious Affairs: A Research in the Context of Central and Provincial Organizations

Yunus Emre SAYAN

Extended Abstract

According to the Islamic education perspective, the religious communication process that started with Allah speaking with the spirits He would create, the first human and the first Islamic Prophet He continued verbally at the beginning with his conversation with Adam, then continued in written form by adding pages and books. With the envoys of mercy named “prophet, messenger”, Allah’s messages regulating life were conveyed to people. Man’s understanding about life, himself, his environment, and the first information about life became possible through communication in this sense, family life, politics, trade, education, etc. All of his relationships that add meaning to his life have been shaped by processes based on communication. The command to convey the religion at this point, also stating the strategies of Allah, played a major role in the continuity of religious communication; This spreading system, the first ring of which was formed by the prophets, continued to live with the efforts of other believers included in the ring and will continue until the Day of Judgment in a wide range to include both its members and other people.

After the death of the Last Messenger of Islam, this communication process continues based on his relics and the communication between people. In the following years, different worldviews, from the point of view of today’s scientific disciplines, have taken their share from the distinctions that separate and/or classify religion in life, and have been the subject of investigations as a separate field of communication with the title of religious communication. Religious education - training and guidance services started face to face and continued with different tools from the past to the present by using the developing written, audio and visual tools. The four basic elements of communication; From source – message – tool/channel and receiver, the tool/channel part has continued its course by developing in parallel with the developments in other communication tools and technologies.

In the new era, which is characterized as the information age, the means of access to information and communication have also been enriched, and digital tools and social media have become prominent. In this change; individuals quickly adapt to new communication tools; but the institutions react differently, while some institutions experience a change in every field, there are those which have not yet grasped the importance of the subject.

New media, including social media, also contain religious information and content, and many religious communities, groups, and institutions in the world continue to seek to find a place for themselves in these new channels. Despite the strategies put forward by Christian and Jewish-centered religious institutions on social media, the scarcity of studies in the literature on social media interest of institutions representing Islam draws attention.

This study aims to analyze the situation of the Presidency of Religious Affairs (PRA), which has an important mission in our country, especially in the context of non-formal religious education, against the new media, and to analyze the use of social media while performing its duty to provide religious services to the public in central and provincial organizations, in quantitative and qualitative terms with the current situation and lastly to share the results of detailed research on this subject.

The PRA’s interest in new media, which should carry out both institutional communication as an official state institution and religious communication together with its duty of providing religious information, is valuable. It is also a matter of curiosity how the change in communication channels in our country took place in the eyes of PRA, in parallel with the worldwide digital transformation, especially after Covid-19, which took

place worldwide in December 2019. The official websites of the institution and its units were examined and it was determined which social media channels they used, and the prominent units and their posts in these channels were subjected to content analysis. In addition to quantitative data, social media issues from the online and printed publications of the institution were examined with the documentation method.

According to the research findings; It has been understood that PRA is one of the first state institutions to enter social media in Turkey. It has been determined that it has included studies that will raise awareness in the context of institutional and religious communication in the historical process, and that he has made rich studies that will inform the public with oral, written, visual and auditory publications. It has been determined in the research that only the Presidency unit and the General Directorate of Hajj Services use social media accounts in the central organization and that the Provincial Mufti's use of social media has made a certain improvement compared to previous years in the provincial organization. It was understood in the research that 67% of the Provincial Muftis had an institutional preference to be present in social media. While this preference mainly focuses on Facebook in parallel with the usage in the world, it is followed by Twitter, YouTube, and Instagram, respectively. While 17 Provincial Mufti (21%) are involved in all four social media channels at the same time, 27 Provincial Mufti (33%) still do not prefer the use of social media. When considered in terms of corporate integrity, no unit should stay away from social media. It is considered that creating a separate unit by preparing a social media regulation within the institution will increase awareness.

In this context, it will be useful to provide support to the units that do not use social media and to make them use social media as soon as possible.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed



MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 341-352

Geliş: 09.05.2021 | Kabul: 06.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.935110

Uzaktan Din Eğitimi Hakkında Yapılan Akademik Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme

Veysel Karani ALTUN*

Öz

Din eğitiminin bilimsel arenada tanınırlığını arttıran akademik çalışmalarda konu çeşitliliğinin olması alanın niteliğinin artması bakımından önemlidir. Bu çalışmanın amacı Türkiye’de din eğitiminin alt bir konusu olarak uzaktan din eğitimi hakkında akademik çalışmaları dikkate alarak bir inceleme yapmaktır. Uzaktan din eğitimi konulu kitap, tez, makale, bildiri gibi bilimsel çalışmaları; nicelik, konu dağılımı, kullanılan yöntem v.b bakımından analize tabi tutmak alanın gelişimi için önemli görülmektedir. Bu araştırma doküman incelemesi ve içerik analizine dayalı betimsel bir araştırmadır. Uzaktan din eğitimi ile ilgili olduğu belirlenen akademik çalışmaların nicelik olarak az olduğu, kapsam itibarıyla dar bir yelpazeye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgulara göre uzaktan din eğitimi konulu akademik çalışmaların çoğunun nitel yöntemlere dayalı araştırmalardan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu araştırma, uzaktan din eğitiminin geldiği noktayı belirleme ve bundan sonraki bilimsel çalışmalara rehberlik ederek alana katkı sunma bakımından ilk olma özelliğini taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, Uzaktan Din Eğitimi, Uzaktan Din Öğretimi, Literatür Analizi

A Review on Academic Studies About Distance Religious Education

Abstract

The variety of subjects in academic studies that enhance the recognition of religious education in the scientific arena is important in terms of increasing the quality of the field. This study aims to examine by considering academic studies on distance religious education as a sub-topic of religious education in Turkey. It is significant for the development of the field to analyze scientific studies such as books, theses, articles, and papers on distance religious education in terms of quantity, subject distribution, the method used, etc. This study is descriptive research based on document review and content analysis. It has been concluded that the academic studies determined to be related to distance religious education are few in quantity and have a narrow range in scope. According to the findings, most of the academic studies on distance religious education consist of research based on qualitative methods, as well as studies based on quantitative methods. It has been found that scientific studies on distance religious education are mostly handled according to cyclical developments. This research is the first in terms of determining the current situation reached by distance religious education and contributing to the field by guiding future scientific studies.

Keywords: Religious Education, Distance Religious Education, Distance Religious Training, Literature Analysis

ATIF: Altun, V. K. (2021). Uzaktan din eğitimi hakkında yapılan akademik çalışmalar üzerine bir inceleme. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 341-352.

1. Giriş

İnsanoğlu, eğitime ve eğitme kabiliyetleriyle donatılmış bir varlıktır. Eğitim kavramı, kişinin, belli bir alanda iyi yetişmesini veya belli bir yeti ya da melekelerin bir takım araç ve yöntemlerle gelişmesini sağlayan etkinlik şeklinde tanımlanırken, kişinin, kendisini bir bütün olarak gerçekleştirilmesine, insanların varlığının bütün gizli güçlerini hayata geçirmesine imkân veren süreç olarak da tarif edilmektedir (Cevizci, 1999, s. 284). Bir etkileşim sonucu gerçekleşen eğitim için süreç önemli bir husustur. Eğitim kavramına bilgi ve değer yükleme süreci şeklinde de anlam verilmiştir (Foulquie, 1994, s. 127).

Toplumlar bir süreç içerisinde gerçekleşen eğitim olgusuna her zaman önem atfetmiş, eğitimi kendi geleceği için gerekli ve önemli görmüştür. Yaşantı ürünü kalıcı izli davranış değişikliğinin gerçekleştiği öğrenme ortamlarını da önemsemişlerdir (Kılıç, 2006, s. 9; Senemoğlu, 2004, s. 88). Bunun yanında öğrenmenin klavuzlandığı öğretim faaliyetleri için devletler eliyle birbirinden farklı politikalar geliştirilmiştir (Erden, 1998, s. 20).

Dünya her alanda hızlı değişimler yaşamakta, bu değişimler teknolojinin de gelişimi ile insan hayatını yakından etkilemektedir. İnsanlık tarihine bakıldığında eğitimde sürekli bir yenileşme ve reform çabalarının olduğu görülmektedir. Özellikle öğrenme ortamlarının değişimi zamanla hız kazanmakta ve öğrenme ortamları insanların ihtiyaçları doğrultusunda şekil alabilmektedir (Varış, 1981, s. 11).

Tarihsel olarak bakıldığında eğitim ve öğretimin farklı şekillerde gerçekleştiği bilinmektedir. Daha önce eğitim, esnek sistemlerle yürütülen faaliyet olarak değerlendirilirken günümüzde eğitimin yeni iletişim teknolojilerinin etkisiyle çehresini giderek değiştirdiği görülmektedir. Bununla birlikte iletişim teknolojileri alanındaki gelişmeler insanoğlunun sosyokültürel değişimini de her zaman hızlandırmaktadır (Broadbent & Cross, 2003, s. 23).

Yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte eğitim sürecinde uzaktan eğitim kavramı daha çok kullanılır olmuştur. Uzaktan eğitim teriminin ilk kez A.B.D’de Wisconsin Üniversitesi direktörü William Lighty tarafından 1906 yılında kullanıldığı bilinmektedir (Verduin & Clark, 1994, s. 12). Bu terim 1960 ve 1970’lerde Alman eğitimci Otto Peters tarafından kullanılmış ve bu şekilde terimin kullanımı yaygınlaşmıştır (Moore, 1973, s. 661).

Mektupla eğitim, evde çalışma, dış çalışma, uzaktan öğretim, uzaktan öğrenim gibi farklı kavramlarla telaffuz edilen, öğretim ve öğrenme öğelerini bir araya getiren uzaktan eğitim için eğitim literatüründe farklı tanımlamalarda bulunmaktadır.

Uzaktan eğitim kavramının, farklı yerlerde olan kişilerin teknolojinin yardımıyla ve iletişim araçlarının kullanımıyla özel ve sistematik şekilde öğretim ve öğrenmenin planlandığı eğitim süreci olduğu dile getirilmektedir (Moore & Kearsley, 2005, s. 2). Holmberg’e göre uzaktan eğitim bütün öğrenme ve öğretim yöntemlerini kullanan sınıf ve okulun yönetim, planlama, rehberlik ve bunların organizasyonunu düzenleyen terimin adıdır (Holmberg, 1990, s. 5). Uzaktan eğitim kısaca, öğrenen ve öğreticinin farklı ortamlarda buldukları sistemdir (Koşar vd., 2003, s. 20; Verduin & Clark, 1994, s. 15).

Din, duyguları olgunlaştırma ve hayata anlam katmakla arayışta olan insanoğlu için rehberlik görevi görmektedir. Din sayesinde birey olumsuz duygularından kurtulma ve hayata olan bakışını olumlu düzeyde tutma şansı yakalar. Dinin bu özelliklerinden yararlanarak kişiye bir perspektif sunmak ise din eğitiminin ilgi alanına girmektedir (Selçuk, 1990, s. 54). Dini inancın ve dini hayatın şekillendirdiği bir hayat anlayışının eğitime konu olması bir gerçeklik olarak karşımızda durmaktadır (Yavuz, 1998, s. 54). Bu açıdan bakıldığında insanların hayata hazırlanmasında din eğitiminin önemli bir yerinin olduğu ortadadır. Din eğitimi, insanın kendisini tanımasına imkân sunan bir disiplin olarak varlığını sürdürmek ister (Armaner, 1967, s. 5). Din eğitimi aynı zamanda bireylerin ruh ve beden gelişmelerini dikkate alarak duygusal, zihinsel ve davranışsal boyutta kişiye katkı sunmak ister (Ayhan, 1997, s. 32). Din eğitiminin bu hedefleri yerine getirmeyi isterken zamanla gelişen bilim ve teknoloji ışığında ortaya çıkan eğitim tekniklerini kullanması kaçınılmazdır. Eğitim imkânından mahrum bireyler için gelişen uzaktan eğitimin din eğitimine katacağı işlerlik önem arz etmektedir.

Kitle iletişim araçlarının öğrenme ortamları için cazip bir alternatif oluşturduğu bilinmektedir. Din eğitimi çerçevesinde düşünüldüğünde din alanındaki öğrenmelerin teknolojik gelişmeler göz ardı edilerek açıklanması mümkün değildir (Furat, 2019, s. 30).

Türkiye’de uzaktan din eğitimi tarihi serüvenine bakıldığında uzaktan din eğitimi politikalarının uzaktan eğitim politikaları ile birlikte değerlendirildiğini görmekteyiz. 1975 yılında İmam Hatip Okulu çıkışlıları öğretmen olarak yetiştirmek için Yüksek İslam Enstitüleri bünyesinde dışarıdan bitirme programı düzenlenmiştir (Kaya, 2002, s. 32). Bu program kısa süre sonra sonlandırılınca ülkede uzaktan din eğitimi politikaları mevcut

uzaktan eğitim politikaları içerisine dâhil edilmiştir (Karateke, 2020, s. 43). Bu tarihten sonra Açık Öğretim İmam Hatip Liseleri ve yükseköğretim düzeyinde İlahiyat Ön Lisans Programları ile İlahiyat Lisans Tamamlama Programları açılmıştır.

2002 yılında Ankara Üniversitesi'nde kurulan Uzaktan Eğitim Merkezi (ANKUZEM) bünyesinde 2005 yılında İlahiyat Lisans Tamamlama (İLİTAM) İlahiyat Fakültesi akademik koordinatörlüğünde faaliyete başlamıştır (Altaş, 2016, s. 17).

Mesleki açık öğretim lisesi kapsamında din içerikli birçok dersin uzaktan eğitimi verilmektedir. Lise öğrenimini bitiren bir öğrenci İLİTAM adı verilen önlisans veya lisans tamamlama programlarıyla eğitimini bitirebilmekte ve yüz yüze eğitim gören öğrencilerle aynı haklara sahip olarak mezun olabilmektedir (Gözütok, 2013, s. 29).

Zamanla maliyet açısından düşünüldüğünde uzaktan eğitim yoluyla eğitimin yaygınlaşacağı ve daha kısa sürede gerçekleşeceği beklense de bu durumda uzaktan eğitimin, eğitimin gerçek işlevini yerini getirip getirmeyeceği hususu tartışılmaya başlanmıştır. Yüz yüze eğitim ile karşılaştırıldığında uzaktan eğitimin mekân ve zaman açısından bilgiye ulaşma noktasında insana kolaylık sağladığı görülse de bilgiyi anlama ve içselleştirmedeki işlevselliği merak konusu olmuştur. Mesele din eğitimi çerçevesinde düşünüldüğünde bu merak daha da artmaktadır. Tam da bu noktada uzaktan din eğitimi hakkında yapılan akademik çalışmaların ortaya çıkarılması önem kazanmaktadır.

Din eğitimi konulu bilimsel çalışmalar hakkında yapılan literatür incelemelerine rastlamak mümkündür. Yapılan incelemelere genel olarak din eğitiminin bugüne kadarki yayınlarına nicelik, konu ve yöntem açısından yer verilmiştir (Aşıkoğlu, 1994; Kayadibi vd., 2008; Kaymakcan & Unsal, 2004; Kızılabdullah, 2009; Öcal, 2008; Tosun, 2009). Uzaktan din eğitimi hakkında literatür incelemesine ise rastlanmamıştır. Bu çalışmanın uzaktan din eğitimi hakkında yapılan ilk literatür incelemesi olması alandaki önemli bir boşluğun giderilmesi açısından kayda değerdir.

Bu çalışma doküman incelemesi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Doküman incelemesi, gözlem veya görüşme yapmanın zor olduğu durumlarda tek başına araştırma yöntemi olarak kullanılabilir. Doküman incelemesinde amaç, dokümanların ayrıntılı bir biçimde analiz edilmesidir (H. Şimşek & Yıldırım, 2008). Ayrıca bu çalışma veriler arasındaki ilişkileri istatistiksel olarak ortaya koyması açısından nicel yöntemi de kullanan bir çalışmadır. Uzaktan din eğitimi konulu akademik çalışmalar konu, içerik, yöntem gibi çeşitli açılardan tasnif edilmiştir. Elde edilen veriler bu sınıflandırmaya göre analiz edilmiştir.

2. Uzaktan Din Eğitimi Hakkında Yapılan Bilimsel Çalışmalar

Din eğitimi bilimsel biri disiplin olarak yeni sayılabilecek bir alandır. 1980 yılında Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde akademik bir kürsü olarak kurulan ve bu tarihten sonra bilimsel arenada varlığını hissettiren din eğitimi disiplininin bu yolda hızla mesafe aldığı görülmektedir (Aşıkoğlu, 1994, s. 88; Kızılabdullah, 2009, s. 309). Din eğitimi her ne kadar 1980 yılında bilimsel bir disiplin haline geldiği görülse de din eğitimi konulu akademik çalışmalara daha önceki yıllarda da rastlamak mümkündür. Din eğitimi hakkında yapılan bilimsel çalışmaların pek çok alt konu başlığı altında incelendiği görülmektedir. 2005 yılında Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Merkezi bünyesinde açılan İLİTAM ile birlikte uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların da yapılmasına başlandığı görülmektedir.

Uzaktan din eğitimi hakkında kitap, makale, bildiri, tez v.b bilimsel çalışmaların sayıca çok az olduğu belirlenmiştir. Bu araştırma 2021 yılı Ekim ayına kadar yayımlanan akademik çalışmalarla sınırlıdır. Uzaktan din eğitimi konulu 40 bilimsel çalışmaya ulaşılmıştır. Bunlardan 2'si kitap, 27'si makale, 5'i bildiri, 1'i doktora tezi ve 5'i yüksek lisans tezidir. Uzaktan din eğitimi hakkında yapılan bilimsel çalışmalar alfabetik olarak şunlardır:

- Akaslan, Y. (2020). Mahiyet, Nitelik Ve Müfredat Açısından İlitam Programlarında Kur'an-ı Kerim Dersleri (Ondokuz Mayıs Üniversitesi Örneği). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 49, 9-37.
- Akman, A. (2021). *İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenlerinin Uzaktan Eğitime Yönelik Tutumları* [Yüksek Lisans Tezi]. Necmeddin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altaş, N. (2016). Türkiye'de Dinî Yükseköğretim Alanında Uzaktan Eğitimle İlgili Algı Sorunları Ve İlitam Uygulamaları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 14(31), 7-41.
- Altaş, N. (2015). Uzaktan Eğitim Ve İlitam Uygulamalarının Geleceği Nasıl Olmalıdır. *Bugünün İlahiyatı Nasıl Olmalıdır? (Sorunlar ve Çözümler)*, 387-412.
- Altun, V. K. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinde Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenlerinin Uzaktan

- Eğitim İle İlgili Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Turkish Studies-Educational Sciences*, 16(5), 2127-2145.
- Arslan, F., & Korkmaz, Ö. (2019). İlahiyat Lisans Tamamlama Uzaktan Eğitim Öğrencilerinin Etkileşim Kaygıları Ve Uzaktan Eğitime Dönük Tutumları. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 12-25.
 - Aydın, Y., Karasu, T., & Ülger, E. (2021). Yüksek Öğretiminde Uzaktan Eğitimin İmkânı Ve Karşılaşılan Problemler: Muş Alparslan Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(4), 1141-1158.
 - Başkonak, M., & Akşener, A. (2020). Kuran Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar: On Saatte Online Kuran Eğitimi Örneği. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11(25), 714-740.
 - Bayraktutan, T. A. (2021). *İlahiyat Lisans Tamamlama (İlitam) Programına İlişkin Öğrenci Görüşleri (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Örneği)* [Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
 - Becit İşçitürk, G., & Turan, E. Z. (2018). Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Öğretmenlerinin Eğitim Bilişim Ağına İlişkin Görüşleri. *Electronic Turkish Studies*, 13(29), 35-45.
 - Birinci, K. (2010). *Uzaktan Eğitim ve Din Öğretiminde Bir Uygulama Örneği: İlahiyat Lisans Tamamlama (İlitam)* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
 - Çakmak, A., & Uzunpolat, Y. (2021). Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Öğretmenlerine Göre Salgın Döneminde Uzaktan Eğitim. *Tasavvur/Tekirdağ İlahiyat Dergisi*, 7(1), 855-892.
 - Çıtırık, A. N., & Zengin, Z. S. (2020). Küresel Salgın Zamanında Din Görevlileri Gözüyle Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Yaygın Din Hizmeti Ve Eğitimi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı*, 599-624.
 - Dağ, M. (2013). İlahiyat Lisans Tamamlama (İlitam) Programlarında Kur'an Dersi. *Ekev Akademi Dergisi*, 55, 37-54.
 - Erdoğan, İ. (2021). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Uzaktan Eğitim Ve İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinde Akademik Dürüstlük. İçinde M. Okumuşlar, Z. Çiftçi, & S. Bayrakçı (Ed.), *Olağan Dışı Dönemlerde Ahlak ve Vicdan Ekseninde Değişim, Süreklilik ve Sürdürülebilirlik* (C. 2, ss. 273-307). Timav Yay.
 - Erken, B. (2016). *Online İslami Eğitim: Qibla.com Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
 - Erpay, İ. (2021). Zorunlu Uzaktan Eğitim: Covid-19 Pandemisi Sürecinde İlahiyat Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Yönelik Görüşleri. *Marifetname*, 8(1), 169-204.
 - Furat, A. Z. (2019). Din Eğitimi Ekseninde Türkiye'de Medya Ve Din Araştırmaları. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 29-51.
 - Genç, M. F., Ay, M. F., & Gümrükçüoğlu, S. (2021). Koronavirüs (covid-19) Sürecinde İlahiyat Alanında Lisansüstü Eğitim Gören Öğrencilerin Uzaktan Eğitime Bakışları. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 21(1), 71-97.
 - Genç, M. F., & Ayhan, M. (2007). İlitam Bölümü Öğrencilerinin Hadis Dersine Yönelik Tutumları. *Mizanü'l-Hak: İslami İlimler Dergisi*, 12, 77-109.
 - Genç, M. F., & Gümrükçüoğlu, S. (2020). Koronavirüs (covid-19) Sürecinde İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Uzaktan Eğitime Bakışları. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 403-422.
 - Gözütok, Ş. (2013). E-öğrenme ve Yeni Öğrenme Ortamları. İçinde H. Aydın & M. Polat (Ed.), *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı* (ss. 37-42). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
 - Gül, A. R. (2017). Açıköğretim İlahiyat Programları: Problemler Ve Çözüm Önerileri. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21(3), 1905-1940.
 - Gümrükçüoğlu, S., & Genç, M. F. (2020). İlitam Bölümü Öğrencilerinin İlahiyat Eğitimine Bakışı Kocaeli Üniversitesi İlahiyat Fakültesi İlitam Örneği. *İhya Uluslararası İslam Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 640-656.
 - Güngör, A. (2021). Yükseköğretim Öğrencilerinin 'Uzaktan Eğitim Kavramına İlişkin Metaforik Algıları: Kilis 7 Aralık Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Örneği. *Eskiyeni*, 45, 693-717.
 - Işıkdoğan, D. (2016). *Türkiyede Uzaktan Din Eğitimi*. A Grafik Yay.
 - İltuş, C. (2021). Din Eğitiminde Dijital Mecraların Kullanımı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 523-532.
 - Karateke, T. (2020a). *Açıköğretim İmam Hatip Liselerinde Din Eğitimi*. İlahiyat Yay.
 - Karateke, T. (2020b). İlitam Öğrencilerinin Bu Programı Seçme Nedenleri Ve Karşılaştıkları Sorunlar: Fırat Üniversitesi Örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 18(39), 235-262.
 - Kaymakcan, R., Meydan, H., Telli, A., & Cevherli, K. (2013). Paydaşlarına Göre İlahiyat Lisans Tamamlama (İlitam) Programının Değerlendirilmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(26), 71-110.
 - Kaymakcan, R., Meydan, H., Telli, A., & Cevherli, K. (2014). İlahiyat Lisans Tamamlama Programının Verimliliği Üzerine Olgusal Bir Araştırma. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13(26), 43-62.

- Kılıç, Y. (2010). *Eş Zamanlı Ve Eş Zamansız Uzaktan Eğitim Ortamlarındaki Çevrimiçi Etkileşimlerin Yapısal Çözümlemesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılınç, M. (2015). *Uzaktan Eğitim Uygulamalarının Etkililiği Üzerine Bir Araştırma (İnönü Üniversitesi Uzaktan Eğitim Merkezi İlahiyat Lisans Tamamlama Programı Örneği)* [Doktora Tezi]. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kızılabdullah, Y. (2011). Uzaktan Öğrenim ve İlahiyat Alanına Yansımaları: İlahiyat Lisans Tamamlama Programı. İçinde D. Günay & E. Öztemel (Ed.), *Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar* (C. 2, ss. 1520-1527). Deoemed Yay.
- Koç, A. (2020). Covid-19 Salgını Sürecinde İlahiyat Fakültesi Öğretmenlik Uygulaması Dersinin Uzaktan Eğitim Yoluyla Yapılması: Örnek Bir Uygulama Modeli. *Milli Eğitim*, 49(1), 851-875.
- Kuzudışlı, A. (2013). Din Eğitimi ve Sanal Alem. İçinde H. Aydın & M. Polat (Ed.), *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı* (ss. 28-36). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Maşaran, B., Yalman, M., & Erkan, S. (2017). Evaluation of Students' Attitudes Towards E-Exams and Use of Technology in Theology Distance Undergraduate Education Programs. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16(31), 277-299.
- Öncü, A., & Onulur, T. (2021). Diyanet İşleri Başkanlığının Uzaktan Kur'an Öğretimi Programı Üzerine Nitel Bir Araştırma (Denizli Örneği). *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(1), 417-443.
- Yazıbaşı, M. A., Yemenici, A., Serinsu, M. E., & Zengin, Z. S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinde İlahiyat/İslami İlimler Fakültesi Öğretim Elemanları Ve Öğrencilerinin Uzaktan Eğitim Sistemi İle İlgili Tecrübelelerinin Değerlendirilmesi Üzerine Nicel Bir Araştırma. *Ulum Dini Tetkikler Dergisi*, 4(1), 231-264.
- Yiğit, Y. (2021). Öğrencilerin Dijital Ortamlar Üzerinden Yapılan Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Derslerine Yönelik Tutumları (Sivas Zara İlçesi Örneği). *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17, 187-204.

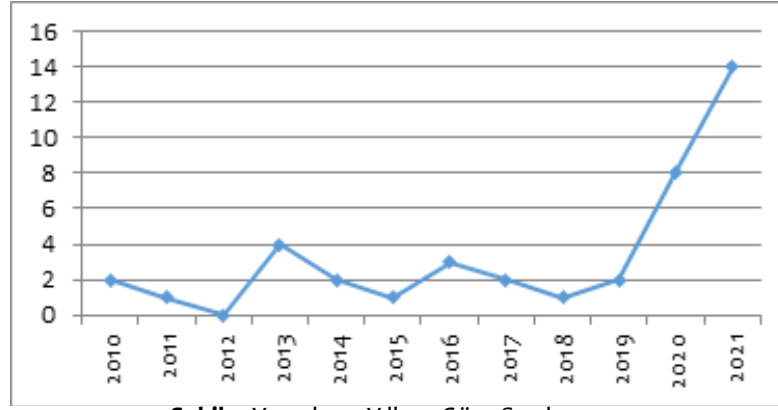
3. Uzaktan Din Eğitimi Konulu Bilimsel Çalışmalara Ait Analizler

Uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların yayın sıklığı, yayın türü, alan, konu, yöntem açısından analizi bu çalışmanın ana gayesidir. Yapılan analizler, uzaktan din eğitimi hakkında bugüne kadar nelerin yapıldığı ile ilgili bir fotoğrafın çıkmasına yardımcı olacaktır. Bundan sonraki süreçte yapılacak akademik çalışmalar için yol gösterici olacağı düşünülen bu analizler her disiplin için önemli bir hareket noktası olarak kabul edilmektedir.

Tablo 1. Dönemlere Göre Yayın Sıklığı

	f	%
2005-2019	18	45,0
2020-	22	55,0
Toplam	40	100,0

Türkiye'de uzaktan din eğitimi konulu bilimsel yayınları yayın sıklığı açısından değerlendirdiğimizde bu süreci üç kısma ayırmak mümkündür. İlki, 1975'ten 2004'e kadar olan dönemdir. Nitekim Türkiye'de ilk kez 1975'te Yüksek İslam Enstitüleri bünyesinde dışarıdan bitirme programı düzenlenmiştir (Kaya, 2002, s. 32). Bu dönemde yayımlanmış akademik yayın bulunmamaktadır. Bunda en büyük etkenin Türkiye'de henüz din eğitiminin bilimsel bir disiplin haline gelmemesidir. Ancak 1980 yılında din eğitimi kürsüsünün kurulmasıyla din eğitimi alanı doğmuş oldu (Tosun, 2009, s. 298). 1982 yılında ise din eğitimi ana bilim dalına dönüşüm gerçekleşti (Öcal, 1998, s. 257). İkinci dönem, 2005-2019 arası dönemdir. İkinci dönemin 2005 olarak belirlenmesinin sebebi, bu tarihte İlahiyat Lisans Tamamlamanın (İLİTAM) İlahiyat Fakültesi akademik koordinatörlüğünde faaliyete başlamasıdır (Altaş, 2016, s. 17). Bu dönemde toplam 18 bilimsel yayın gerçekleşmiştir. Ancak bu dönemde de ilk yayınların 2010 yılında başladığı belirlenmiştir. Yani 2010 yılına kadar uzaktan din eğitimi konulu bilimsel yayına rastlanmamıştır. Üçüncü dönem ise dünya genelinde hayatı olumsuz etkileyen Covid-19 sebebiyle uzaktan eğitime geçişin zorunlu hale geldiği 2020 yılından günümüze kadar olan süreçtir. Bu dönemde, yani bir buçuk yıllık süreç içinde, 22 yayının gerçekleştiği görülmektedir. Bu şekilde uzaktan din eğitimi konulu bilimsel yayın sıklığının günümüze yaklaştıkça arttığı tespit edilmiştir.



Şekil 1. Yayınların Yıllara Göre Sayıları

Şekil 1’de görüldüğü gibi Uzaktan din eğitimi hakkında ilk bilimsel çalışma 2010 yılında yapılmıştır. Bu tarihten 2019 yılına kadar 3 yüksek lisans tezi, 1 doktora tezi, 9 makale, 4 bildiri ve 1 kitap çalışması yapılmıştır. 2020 yılından 2021’e kadar 2 yüksek lisans, 18 makale, 1 bildiri ve 1 kitabın yayınlandığı tespit edilmiştir. Bu verilere ait bilgiler tablo 2’de gösterilmiştir. Bilimsel çalışmaların 2019 yılından sonra artış göstermesi yaşanan Covid-19 sürecinde örgün eğitimden uzaktan eğitime zorunlu geçişin yaşanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Covid-19 sürecinde din eğitimi disiplininin uzaktan eğitime kayıtsız kalmayarak meseleye eğilimi önemli bir gelişme olarak kabul edilebilir. Covid-19 sürecinde kaleme alınan eserlere bakıldığında daha çok ilahiyat lisans eğitimi ile alakalı yayınların gerçekleştiği buna müteakip dkab eğitimi ile alakalı çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Tablo 2. Dönemlere Göre Yayın Türü Dağılımı

	Yüksek Lisans Tezi f	Yayın Türü			
		Doktora Tezi f	Makale f	Bildiri f	Kitap f
Dönem	1975-2004	0	0	0	0
	2005-2019	3	1	9	4
	2020-	2	0	18	1
	Toplam	5	1	27	5

Tablo 2’ye bakıldığında uzaktan din eğitimi hakkındaki bilimsel çalışmaların 27’sinin makale, 5’inin Yüksek Lisans tezi, 5’inin bildiri, 2’sinin kitap ve 1’inin doktora tezi olduğu görülmektedir. Uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların daha çok makale türünde kaleme alındığı tespit edilmektedir. Konu ile ilgili kitap ve tez çalışmalarının az olması dikkat çekicidir. Uzaktan din eğitimi konulu doktora tezinin alan dışı bir bilim dalına ait olduğu tespit edilmiştir. Uzaktan din eğitim konulu bilimsel çalışmalarda hangi alan üzerinde durulduğu ile ilgili bir analiz yapıldığında daha çok ilitam ile ilgili çalışmanın yapıldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Yayının Yapıldığı Alan İle İlgili Frekans Tablosu

Alan	f	%
Açıköğretim	1	2,5
İlitam	17	42,5
İlahiyat	8	20,0
Dkab	7	17,5
Derleme	3	7,5
Kur'an Öğretimi	1	2,5
DİB	2	5,0
Online İslami Eğitim	1	2,5
Toplam	40	100,0

Tablo 3 incelendiğinde ilitam ile ilgili 17, İlahiyat lisans eğitimi ile ilgili 8, dkab dersi için 7 bilimsel çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Uzaktan din eğitimi konulu 2 derleme yayını, Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB) ile ilgili 2, Online İslami eğitim ile ilgili 1 ve açıköğretim ile ilgili 1 yayının olduğu tespit edilmiştir. Uzaktan din eğitimi hakkında bilimsel çalışmaların hangi konular üzerinde durduğu da önemli bir husustur. Bununla ilgili verileri tablo 4'te görmek mümkündür.

Tablo 4. Yayınların konu dağılımı ile ilgili Frekans Tablosu

Konu	f	%
Din Eğitimi ve Dijitalleşme	2	5,0
Din Eğitiminde Medyanın Kullanımı	1	2,5
Çevrim İçi Eğitim	14	35,0
Geçerlik Güvenirlik	1	2,5
Uzaktan Eğitim	17	42,5
E-Sınav	3	7,5
Müfredat	2	5,0
Toplam	40	100,0

Tablo 4'e bakıldığında daha çok uzaktan eğitim ve çevrimiçi eğitim konularında yayının olduğu, ölçme ve değerlendirme ile ilgili 3, müfredat ile ilgili 2, din eğitimi ve dijitalleşme konusunda 2, din eğitiminde medyanın kullanımı konusunda 1 ve geçerlik-güvenirlik çalışması ile ilgili 1 yayının olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. Yayınlarda Kullanılan Yöntemlerin Frekans Dağılımı

Yöntem	f	%
Nicel	14	35,0
Nitel	19	47,5
Karma	7	17,5
Toplam	40	100,0

Tablo 5'e göre çalışmaların %47,5'inde nitel araştırma yöntemleri, %35'inde nicel araştırma yöntemleri ve %17,5'inde karma yöntemler kullanılmıştır. Çalışmalarda teknik olarak da anket ve görüşme tekniklerinin kullanıldığı anlaşılmaktadır.

4. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de yayımlanan uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmalar ile ilgili literatür hakkında bir takım değerlendirme yapmaktır. Uzaktan din eğitimi hakkında yapılan bilimsel çalışmalar yaygın sıklığı, alan, konu ve yöntem açısından incelenmiştir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların ilk örnekleri 2010 yılında kaleme alınmıştır. Uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların varlığı din eğitiminin yükseköğretim düzeyindeki uzaktan eğitim ile ilgili uygulamaya yönelik çalışma tarihi ile paralellik göstermektedir. 2010 yılından önce hayata geçirilen Açıköğretim İmam Hatip Okulları ile ilgili daha öncesinde bilimsel çalışmaların yapılmamış olması ve 2010 yılından sonra yapılan uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların daha çok İlitam ile ilgili olması dikkat çekicidir. Türkiye’de uzaktan eğitim ile ilgili çalışmalara bakıldığında ise ilk bilimsel yayınların 1982 yılından önce 4 eserin kaleme alındığı, Açıköğretim Fakültelerinin öğretime başladığı 1982 yılı ile 1992 yılı arasında ise 116 eserin kaleme alındığı tespit edilmiştir. Açıköğretim Liselerinin öğretime başladığı 1992 yılı 2002 yılı arasında 268 bilimsel çalışma gerçekleşmiştir (Demiray & Terlemez, 2003, s. 58). Genel olarak bakıldığında uzaktan eğitim uygulamalarının başladığı tarihlerde ilk on yıl içerisinde pek çok bilimsel çalışmanın kaleme alındığı görülmektedir. Yine bu çalışmada elde edilen sonuçlardan biri de İlahiyat düzeyinde çalışmaların gerçekleşmiş olmasıdır. Daha sonra dkab alanında bilimsel araştırmaların ele alındığı görülmektedir. İlahiyat ve dkab ile ilgili çalışmaların Covid-19 sürecinde ve öğrencilerle birlikte gerçekleştiği görülmektedir. Uzaktan eğitim ile ilgili çalışmaların büyük çoğunluğunun öğrencilerle birlikte gerçekleştiği yapılan literatür incelemesinde tespit edilmektedir (Babur vd., 2016, s. 133; Horzum vd., 2013, s. 90).

Bu araştırmada en yüksek orandaki yayın türünün %67,5 oranındaki makaleler olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde uzaktan eğitim ile ilgili ilk bilimsel çalışmalarda da makale ve bildiri oranının diğer yayın türlerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmektedir (Demiray & Terlemez, 2003, s. 55).

Bu araştırmada daha çok çevrim içi eğitim ve uzaktan eğitim konularında çalışmaların gerçekleştiği görülmektedir. Din eğitimi ve dijitalleşme ile ilgili 2, din eğitimi ve medya ile ilgili 1, ölçme değerlendirme ile ilgili 3, müfredat ile ilgili 1 ve ölçek geliştirme ile ilgili 1 yayının olduğu tespit edilmektedir. Literatür incelendiğinde uzaktan eğitim ile ilgili bilimsel çalışmaların üzerinde durduğu konu alanlarının şu şekilde olduğu görülmektedir: Öğrenme-öğretme modelleri, teknoloji, çoklu ortam, çevrim içi öğrenme, eğitim programı, ölçme değerlendirme, öğrenme stratejileri, öğretim tasarımı, iletişim ve mesleki gelişim (Horzum vd., 2013; Sherry, 1996; A. Şimşek vd., 2008, s. 444, 2009, s. 951; Zawacki-Richter vd., 2009). Bozkurt ve arkadaşlarının (2015) yaptığı bir araştırmada en çok çalışılan konuların etkileşim ve iletişim, öğrenen özellikleri ve öğretim tasarımı olduğu ortaya çıkmıştır (Bozkurt vd., 2015, s. 355). Uzaktan eğitim ile ilgili yapılan tezler üzerinde gerçekleştirilen bir literatür analizinde ise ortam çalışmaları, ölçme-değerlendirme, tasarım geliştirme, öğrenme-öğretme yaklaşımları ve model geliştirme konularının yoğunlukla çalışıldığı belirtilmiştir (Aydın vd., 2019, s. 435).

Uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmalarda konu seçiminin daha çok konjektürel gelişmelere göre belirlenmesi dikkat çekicidir. Bu husus, din eğitimi disiplininin konjektürel gelişmelere karşı bilimsel çalışmalar konusunda refleks geliştirmesi adına önemli görülebilir. Bunun yanında özellikle öğrenme stratejileri, öğrenme-öğretme modelleri, ölçme değerlendirme, eğitim programı, web tabanlı öğretim, iletişim, mesleki gelişim gibi konuların ele alınmasının alana önemli derecede katkı sunacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada uzaktan din eğitimi konulu çalışmalarda yöntem olarak daha çok nitel yaklaşımın esas alındığı, nicel yöntemin de çoğunlukla kullanıldığı tespit edilirken literatüre bakıldığında nicel yaklaşımın daha çok tercih edildiği görülmektedir (Gökmen vd., 2017, s. 11; Zawacki-Richter vd., 2009). Bernard ve arkadaşları (2004) tarafından yapılan bir çalışmada uzaktan eğitim konulu çalışmalarda kullanılan nicel yöntemlerin istenilen seviyede yayının ortaya çıkmasına katkı sunmadığı vurgulanmıştır (Bernard vd., 2004). Türkiye’de uzaktan eğitim ile ilgili yapılan çalışmalarda daha çok nitel yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir (Babur vd., 2016, s. 130; Horzum vd., 2013, s. 90). Bilimsel çalışmaların yöntemsel açıdan irdelenmesi, alana özgü kuramsal temeller oluşturma ve uygulamalar geliştirme imkânı tanır. Bu da uzaktan eğitim sistemlerinin kalitesinin ve işlevselliğinin artmasına yol açacaktır (Gökmen vd., 2017, s. 2).

Yapılan bu çalışmanın sonucunda uzaktan din eğitimi çalışmalarının sayısının azlığı göze çarpmaktadır. Olan çalışmaların da özellikle İlitam ve Covid-19 süreci ile alakalı çalışmalar olduğu tespit edilmektedir. Sonuç itibarıyla uzaktan din eğitimi konulu bilimsel çalışmaların uzaktan eğitimin literatürde var olan ve güncel eğilimlerini yakalaması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Din eğitimi disiplini için uzaktan eğitimin etkililiğinin artması ancak kendine özgü kuramların olması ile sağlanabilir. Uzaktan eğitimin din eğitimi için kullanılabilir bir uygulama alanı olması adına daha çok bilimsel çalışmaların yapılması gerekli görülmektedir. Özellikle uzak-

tan din eğitimi konulu tezlerin daha çok gerçekleşmesi konu ile ilgili araştırmacıların ilgisini çekeceği tahmin edilmektedir. Açıköğretim İmam Hatip okulları ile alakalı bilimsel çalışmaların yok denecek kadar az olması ve bu okulların yaklaşık 20 yıllık geçmişinin olması konuya dair araştırmaların yapılmasını zaruri kılmaktadır. Yapılacak araştırmaların içeriğe yönelik ve karşılaştırmalı değerlendirme bazlı olması gerekliliği gözlenmektedir. Uzaktan din eğitimi ve uygulamaları ile ilgili bilimsel çalışmaların çeşitlenmesi için araştırmacıların teşvik edilmesi gerekliliği öne çıkmaktadır. Bunlarla uzaktan din eğitiminin tüm saha ve kademelerdeki kalitesinin artması beklenmektedir.

Kaynakça

- Altaş, N. (2016). Türkiye’de dinî yükseköğretim alanında uzaktan eğitimle ilgili algı sorunları ve İLİTAM uygulamaları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 14(31), 7-41.
- Armaner, N. (1967). *İnanç ve hareket bütünlüğü bakımından din terbiyesi*. Ankara : Milli Eğitim Bakanlığı.
- Aşkoğlu, N. Y. (1994). Din eğitimi biliminin Türkiye’de bağımsız bir bilimsel disiplin olarak doğuşu ve gelişimi. *Diyanet İlmî Dergi*, 30(3), 85-92.
- Aydın, İ. E., Kaya, S., İşkol, S., & İşcan, A. (2019). Anadolu Üniversitesi Uzaktan Eğitim bölümünde yayınlanmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin içerik analizi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3, 430-441.
- Ayhan, H. (1997). *Din eğitim ve öğretimi*. İfav Yay.
- Babur, A., Kiper, A., Çukurbaşı, B., Özer, E. A., Tonbuloğlu, İ., Küçük, Ş., Demirhan, E., Güngören, Ö. C., Kıyıcı, M., & Horzum, M. B. (2016). 2009-2013 Yılları arasında uzaktan eğitim dergilerinde yayınlanan makalelerin yönetsel açıdan incelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 6(1), 123-140.
- Bernard, R., Abrami, P., Lou, Y., & Borokhovski, E. (2004). A methodological morass? How we can improve quantitative research in distance education. *Distance Education*, 25(2), 175-198.
- Bozkurt, A., Akgun-Ozbek, E., Yilmazel, S., Erdogdu, E., Ucar, H., Guler, E., Sezgin, S., Karadeniz, A., Sen-Ersoy, N., & Goksel-Canbek, N. (2015). Trends in distance education research: A content analysis of journals 2009-2013. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16(1), 330-363.
- Broadbent, J. A., & Cross, N. (2003). Design education in the information age. *Journal of Engineering Design*, 14(4), 439-446.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe sözlüğü*. İstanbul : Paradigma Yayınları.
- Demiray, U., & Terlemez, M. S. (2003). Açıköğretim Fakültesi ve Açıköğretim Lisesi uygulamalarını içeren araştırmalara ilişkin bir değerlendirme. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(4).
- Erden, M. (1998). *Öğretmenlik mesleğine giriş*. Alkın Yay.
- Foulquie, P. (1994). *Pedagoji sözlüğü* (C. Karakaya, Çev.). Sosyal Yay.
- Furat, A. Z. (2019). Din eğitimi ekseninde Türkiye’de medya ve din araştırmaları. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 29-51.
- Gökmen, Ö. F., Uysal, M., Yaşar, H., Kırksekiz, A., Güvendi, G. M., & Horzum, M. B. (2017). Türkiye’de 2005-2014 yılları arasında yayınlanan uzaktan eğitim tezlerindeki yönetsel eğilimler: Bir içerik analizi. *Eğitim ve Bilim*, 42(189), 1-25.
- Gözütok, Ş. (2013). E-öğrenme ve yeni öğrenme ortamları. İçinde H. Aydın & M. Polat (Ed.), *Küreselleşme Sürecinde Din Eğitimi Sempozyum Bildiri Kitabı* (ss. 37-42). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Holmberg, B. (1990). *Perspectives of research on distance education*. FemUniversitat.
- Horzum, M. B., Özkaya, M., Demirci, M., & Alpaslan, M. (2013). Türkçe uzaktan eğitim araştırmalarının incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 79-100.
- Karateke, T. (2020). *Açıköğretim İmam Hatip Liselerinde din eğitimi*. İlahiyat Yay.
- Kaya, Z. (2002). *Uzaktan eğitim*. Pegem A.
- Kayadibi, F., Furat, A. Z., & Başkurt, İ. (2008). *İlahiyat Fakülteleri dergilerinde yayımlanan din eğitimi konulu makaleler üzerine bir değerlendirme*. İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi.

- Kaymakcan, R., & Unsal, B. (2004). İlahiyat Fakülteleri dergilerinde yayımlanan din eğitimi konulu makaleler üzerine bir değerlendirme. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 2(6), 51-76.
- Kılıç, D. (2006). *Eğitim bilimlerine giriş*. Aydan Matbaacılık.
- Kızılabdullah, Y. (2009). İlahiyat Fakültelerinin kuruluşundan bugüne din eğitimi bilimi alanında yapılan çalışmalar üzerine bir değerlendirme. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2(1), 305-314.
- Koşar, E., Yüksel, S., Özkılıç, R., Avcı, U., Alyaz, Y., & Çiğdem, H. (2003). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Öğreti-Pegem A.
- Moore, M. G. (1973). Toward a theory of independent learning and teaching. *Journal of Higher Education*, 44(12), 661-679.
- Moore, M. G., & Kearsley, G. G. (2005). *Distance education: A system view*. Wadsworth.
- Öcal, M. (1998). Cumhuriyet döneminde Türkiye’de din eğitimi ve öğretimi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(7), 241-268.
- Öcal, M. (2008). Türkiye’de din eğitimi tarihi literatürü. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 12, 399-430.
- Selçuk, M. (1990). *Çocuğun eğitiminde dini motifler*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Senemoğlu, N. (2004). *Gelişim, öğrenme ve öğretim*. Gazi Kitabevi.
- Sherry, L. (1996). Issues in distance learning. *International Journal of Distance Education*, 1(4), 337-365.
- Şimşek, A., Özdamar, N., Becit, G., Kılıçer, K., Akbulut, Y., & Yıldırım, Y. (2008). Türkiye’deki eğitim teknolojisi araştırmalarında güncel eğilimler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 439-458.
- Şimşek, A., Özdamar, N., Uysal, Ö., Kobak, K., Berk, C., Kılıçer, T., & Çiğdem, H. (2009). Türkiye’deki eğitim teknolojisi araştırmalarında gözlenen eğilimler. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 115-120.
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Tosun, C. (2009). Bir anabilim dalı olarak Türkiye’de din eğitiminin doğuşu, gelişmesi ve alanına katkıları. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2(1), 293-303.
- Varış, F. (1981). *Eğitim bilimine giriş*. Ankara : Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Verduin, J., & Clark, T. (1994). *Uzaktan eğitim: Etkin uygulama esasları* (İ. Maviş, Çev.). Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Yavuz, K. (1998). *Günümüzde din eğitimi*. Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yay.
- Zawacki-Richter, O., Bäcker, E. M., & Vogt, S. (2009). Review of distance education research (2000 to 2008): Analysis of Research Areas, Methods, and Authorship Patterns. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 10(6), 21-50.

A Review on Academic Studies About Distance Religious Education

Veysel Karani ALTUN

Extended Abstract

An educated person is defined as a person who knows access to information and can make sense of the information he reaches. Access to information has become much easier today with technological developments. In the information society, education is evaluated as an activity carried out with flexible systems. Technological developments have always accelerated the sociocultural change of human beings. It is seen that education gradually changes its face with the effect of new communication technologies when evaluated in terms of today.

With technological developments, the concept of Distance Education has become more used in the education process; because through distance education, it becomes possible for education to find the prevalence and occur in less time. In this case, it has also become debatable whether Distance Education replaces the true function of Education. Although distance education seems to provide convenience to a person in terms of space and time compared to face-to-face education, it is important to understand and internalize it as well as to access information. However, some natural events such as today's astonishing communicative advances and epidemics that affect the whole world make distance education compulsory. Distance education can be defined as the gathering of individuals who are in different places through mass media and carrying out educational activities simultaneously or asynchronously. Synchronization and realization in the same place, which are traditional education conditions, are not in question in distance education, so it allows learners and teachers to use their time in this regard and make the activity economical.

It is thought that distance education practices have continued their existence as a part of education since ancient times. Distance education, which started with the correspondence of philosophers in the early ages, has passed through many stages over time with the development of technology and mass media. It is possible to come across the first examples of distance education when looking at the history of Islamic education. For example, the concepts of ratification and tractate have continued to exist as a teaching method in the history of Islamic education for a long time and laid the groundwork for the emergence of genres and different educational methods. Ratification, which emerged as an experience peculiar to the tradition of Islamic education and training, is the term that expresses the time, type, and level of science, knowledge, art, and vocational education, and the necessary permission and approval document for competencies in these fields. Recently, traditional mass media have been replaced by an informatics-based computer communication network. In particular, it is possible to say that the internet fulfills all the functions of other media more easily, quickly, and smoothly. While the benefits of distance education such as equality of opportunity, offering different education options, facilitating education, reducing costs, increasing quality, providing individual and independent learning, and giving the individual the responsibility of learning, some limitations are also mentioned.

The problem of this study is related to the current situation of studies on distance religious education in Turkey. This study aims to take a picture of studies on distance religious education.

This study is descriptive research based on document review and content analysis. In the literature review method, previous theoretical and empirical studies related to the problem are determined by reviewing the literature, and their contents and results are briefly explained. The literature review method was used as the method of our study. In the literature review method, previous theoretical and empirical studies related to the problem are determined by reviewing the literature, and their contents and results are briefly explained. In the first part of our study, information about distance education was given. In the following chapters, what is distance religious education is mentioned and examples of its application methods are given.

In this study, distance education is examined both conceptually and as a form of practice. However, distance religious education is also considered both conceptually and practically. The aim of this study, in which the steps taken towards distance education in Turkey and the current situation of distance education are discussed, is to reveal what kind of approach is exhibited to distance education in Turkey and worldwide.

It is known that the traditional concepts and traditional approaches in the field of education have undergone radical changes and transformations in today's world, where mass media are effectively used in our lives along with information and technological developments. One area where this change and transformation will take place in the field of religious education and training. Instead of unplanned, unscheduled religious activities organized by using the power of the media, planned and systematic education and training activities for the society make their presence felt like an important need.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed



MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAŞTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 353-365

Geliş: 07.12.2021 | Kabul: 16.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1033747

Kamusallık ve Kitap: Kamusallığın Yapısal Dönüşümü Üzerine Metateorik Bir Gözlem

Sedat DOĞAN*

Öz

Toplumun rasyonel yetileriyle belirlenen öznelere atıfla öznelarası bir etkileşim düzeni olarak düşünülmesi mümkün müdür? Böyle bir şey olgusal açıdan mümkün ve normatif açıdan savunulabilir ise bunun koşulu, özgürleşim ile muhakeme arasında zorunlu bağ varsayan bir insan ve toplum görüşü benimsemektir. Bu varsayım öznelere muhakeme yetisini konuşma veya yazı aracılığıyla öznelarası bir rasyonel müzakere parçası kılmasını gerektirir. Bu konu kamusal ile geleneksel medya arasındaki ilişkiye işaret eder. Bu iki olgu arasında nedensel bir ilişki olup olmadığı tartışmalıdır; fakat ikilinin modern sekülerliğin doğuşuyla ilgili olduğu konusunda fikir birliğinden söz edilebilir. Konunun önemi günümüzde hemen hemen aynı bağlamda hala gündemde olmasından kaynaklanır. Postseküler toplum tartışması bağlamında müzakereci demokrasi ile yeni medya ortamlarının kamusal niteliği arasındaki tartışma örnek verilebilir. Bu nedenle çalışmada, literatürde eksikliği hissedilen, metateorik düzey ve buna uygun bir yöntem belirlenmiştir. Bunun için (i) kamusal ile kitap arasındaki ilişkiyi Habermas'ın Kamusallığın Yapısal Dönüşümü isimli ve alanda klasik haline gelmiş çalışmasıyla ilişkilendirmeye, (ii) kitabın kamusal işlevleri açısından içerikçe çeşitlenen bir resim elde etmeye çalışacağız. Habermas kamusal ile kitap ilişkisini rasyonel müzakere zemininde dikkate aldığına, burjuva kamusal modelinde kültürel akıl üreten okuma faaliyetinin önemini ve tüketim kültürüne dayalı okumanın devlet ile toplum arasındaki olumlu ayrımı gösterdiğini vurgular.

Anahtar Kelimeler: Habermas, Kamusal, Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, Rasyonel Özne, Seküler Toplum

Public Sphere and Books: A Metatheoretical Observation on The Structural Transformation of the Public Sphere

Abstract

Is it possible to consider society as an order of intersubjective interaction with reference to the subjects determined by their rational faculties? If such a thing is factually possible and normatively desirable, we have to adopt a view of human and society that assumes a necessary link between emancipation and reasoning. This assumption requires that subjects make reasoning part of an intersubjective rational deliberation through speech or writing. This issue points to the relationship between the public sphere and traditional media. It is debatable whether there is a causal relationship between these two phenomena, but there is a consensus that the two are related to the birth of modern secularity. The importance of the subject stems from the fact that it is still on the agenda in almost the same context today. The debate between deliberative democracy and the public nature of new media can be given as an example. We will try to (i) relate the relationship between the public sphere and books with Habermas's work called The Structural Transformation of the Public Sphere, which has become a classic in the field, and (ii) obtain a diversified picture in terms of the public functions of the book.

Keywords: Habermas, Public Sphere, The Structural Transformation of the Public Sphere, Rational Subject, Secular Society

ATIF: Doğan, S. (2021). Kamusal ve kitap: Kamusallığın Yapısal Dönüşümü üzerine metateorik bir gözlem. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 4(2), s. 353-365.

“İyi kitaplar toplumun bütün sınıflarında aydınlanmaya bağlıdır. Gerçeği süsleyip güzelleştirirler. Avrupa’yı yöneten, şimdiden onlardır.”

(Mercier, 1787’den akt., Habermas, 2005, s. 191)

Giriş

Bu makale kamusal ile kitap arasındaki ilişkiyi konu edinmekte ve bu konuyu temel bir meselenin açılması yönünde işlevselleştirmektedir. Bu meseleyi araştırma sorusu olarak şöyle formüle edebiliriz: Toplumun rasyonel yetileriyle belirlenen öznelerle atıfla öznelerarası bir etkileşim düzeni olarak düşünülmesi mümkün müdür?

Sorunun teşrihi, meselenin konuşma veya yazı aracılığıyla muhakemeye dayalı bir etkileşim düzeni olarak kamusal alan üzerinden açılacağı anlamına gelir. Modern sekülerliğin oluşum süreçleri açısından kamusal alanın bir tür mekân olmak bakımından kanaatlerin ideal zemini olduğu varsayılır. Yani kamusal alan ile kanaatler arasında bir tür mekân-nesne ilişkisi yürürlüktedir. Dolayısıyla kamusal kitabın ile ilişkisi, kültür endüstrisine maruz kalmamış bir okuma-yazma faaliyeti ve “kapalı” olmayan bir müzakerenin olanağıyla doğrudan ilişkilidir.¹ Peki, “aleniyet ilkesi” (Habermas, 2005) üzerinden gündeme gelen “kapalı-açık” karşıtlığıyla kastedilen nedir?²

Sekülerleşme teorisinin dinin geri çekilmesi, kutsalın dönüşü teorisinin ise dinin geri dönüşü olarak dikkate aldığı süreçler, bir şekilde kamusal dönüşümüyle ilişkilendirilir. Oysa tarihsel-teorik açıdan birbirini tümleyen bu iki teori, aynı sorunlu yaklaşıma dayanır. Dolayısıyla ne her ikisi de doğru kabul edilerek dünyanın önce büyüden arınıp sonra tekrar büyüldüğü ne de ikincisinin ilkinin düştüğü hatadan dönüş olduğu söylenebilir (Karaarslan, 2015, s. 30).³ Seküler kamusal mahiyeti gereği toplumsal dünya hakkında aleniyet ilkesine dayandığı söylendiğinde, modernliğin nüvesinin özerklik fikri olduğu görülür. Bu fikir, rasyonel özneler arasındaki etkileşim alanı olarak kamusal alanın, herhangi bir kapalı yargının mekânı olarak düşünülmemesi gerektiği yönünde kurucu bir argümandır. Yani ahlaki ve toplumsal (Aristotelesçi anlamda politik) konuların, akıl ve iradeleri bir iyi-kötü kataloğuyla önceden belirlenmiş kişilerce müzakeresi mümkün değildir. Bu çerçevede içinde kalındığında, kitabın kamusal işlevi, bizatihi toplumun gelişimi gibi pratik bir anlama gelmek üzere açık rasyonel tartışmanın toplumsal öğrenmeye katkısıyla değerlendirilir. Şu halde açıklık ilkesi, zımnen deneyimin tekilliği ile tikel geleneklerin gayri meşruiyeti üzerinden rasyonel yetileriyle belirlenmiş özneler arasındaki bir etkileşim düzenine atıf yapar.

Şu halde kamusal ile kitap arasında nedensel bir ilişki olup olmamasından bağımsız olarak ikilinin modern seküler toplumun oluşumuyla ilgisi açıktır. Fakat –yazarın kamusal bir beden olarak eylediği varsayımı altında bile– kitabın hem basım hem meşruiyet açısından devlet-ekonomi ilişkisine dayalı alt yapısal süreçlere tabi olabileceği vurgulanmıştır (Habermas, 2005). Bu varsayım araştırma sorumuzu, konumuza biraz daha yaklaştıran şu soruyu tetikler: Makbul öznelerin kitapları mı kamusal tartışmada belirleyici olur, iyi kitaplar mı yazarlarını kamusal tartışmada makbul özneler kılar, yoksa makbul özneler ile iyi kitaplar kamusal yapısal karakteri içinde mi belirlenir?

Fark edileceği üzere soru, sosyal bilimlerin sarmalayan ikilikleri verili kabul ederek sorulmuştur. Bunun nedeni bunların evrensel bir kader olması değil; bu ikilikler ile sorunun aynı tarihsel dünyanın çocukları olmasıdır. Her durumda soru makro-mikro, yapı-fail, tözcülük-ilişkililik gibi sosyal bilimlerdeki temel nedensellik tartışmalarıyla, yani sosyal bilimler metodolojisiyle doğrudan ilişkilendirilir. Rasyonel yetiler ile toplumsal özgürleşim arasındaki ilişki, söz konusu ikiliklerin bizatihi eylemin mekânı olan etkileşim alanında ve iletişime dayalı bir süreçte rasyonel öznelerle yarasız şekilde itaat edilecek yasanın bizzat tesisleriyle mümkündür.⁴ Böylesi bir kamusal kendisine atfettiği aleniyet ilkesi aracılığıyla önceki toplumsal formasyonları kapalı olarak kodlamak suretiyle toplumsallığın yeniden biçimlendirilmesi anlamına gelir. Başlangıç noktası böyle alındığında ise bir yandan modern öncesi toplumsallık biçimlerine yönelik bir dışlama ve korku oluşur; öte yandan Habermas’ın da bir şekilde kabul ettiği tarihsel evrimin bu biçimleri elemekte başarısızlık göstermesi sonucunda dini ve metafizik geleneğin müzakereye zorunlu kabulünün söylemsel zorunlulukları (sekülerliğin çöküşü, kutsalın dönüşü, postmetafizik, postseküler) gündeme gelir (Turner, 2012).

Kamusallık açısından bakıldığında, tartışmanın gömülü olduğu “sistem ile yaşam dünyası arasındaki karşıtlık”ın hassas bir dengeye sahip olduğu, “Batı dışı” yaşam dünyalarından kaynaklanan değişkenlere karşı aşırı duyarlı olduğu ve tartışmaya katılanları hızlı refleks üretmeye sevk ettiği görülebilir. Bu refleksin ilişkili olduğu iradenin kitap üzerinden açılması, bir tür refleksiyon olmak bakımından kitabın asli kamusal işlevlerinden biri olarak kodlanacak ve yazarını bir vatandaş olarak söz konusu kamusal tartışmaya taşıdığı düşünüle-

cektir. Zira kitapların vatandaşlık kavramının doğuşuna koşut bir şekilde, bireylerin kamusal bir beden olarak eylemde bulunmasını mümkün kılan zemin ile ilişkilendiği düşünülür. “Vatandaşlar genel ilgi veya çıkarlarla ilgili bir konuda (...) kanaatlerini açıklama ve yayınlama özgürlüğünün garantisi altında bir araya gelebildiğinden kamusal bir beden olarak eylemde bulunmuş olur” (Habermas, 1974, s. 49).

Bu çerçevede makalenin amacı, kurgusu, yöntemi ve sınırlarına değinebiliriz. Makalenin amacı araştırma sorusuna yanıt verilebilecek koşulların tespit ve işaret edilmesidir. Bu amaçla bu sorunun işaret ettiği asli meseleyi kamusalılık ile kitap arasındaki ilişki üzerinden açmaya çalışacağız. Bunun için konuyla doğrudan ilişkili ve kurucu bir metin sayılan *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (KYD) üzerine metateorik bir gözlemimizi ayrıntılı bir şekilde betimleyeceğiz. İlgili metni “kitabın kamusal işlevleri” teması altında, bir yandan Habermas’ın felsefi-politik projesinin bütünüyle ve öte yandan müteakbil eleştirilerle ilişkisi içinde dikkate alacağız.

1. Kamusalılık ve Kitabın İşlevleri

Habermas’ın büyük çaplı felsefi-politik projesi, genellikle ve doğru bir şekilde, “yeniden biçimlendirme” veya “yeniden yapılandırma” ifadeleriyle nitelendirilir. Verili içeriğin yeniden yapılandırılması tarzındaki böylesi bir proje, yaklaşık iki asır önce yine bir Alman düşünür olan Kant tarafından gerçekleştirilmiştir. Kant sonrasında ise özellikle Alman düşüncesinin çağdaş güzergâhını belirleyen düşünürler, Fransız ve İngiliz düşünsel karakterine karşı, özellikle de Anglo-Amerikan analitik-ampirik bilim ve teknoloji karşısında cephe almışlardır. Hegel’den Adorno’ya kadarki düşünürler kuşağının biçimsellik, yabancılaşma, akılcılaşma, kültürün trajedisi, demir kafes, şeyleşme, teknikleşme, kültür endüstrisi gibi kavramlarının taşıdığı eleştiriler Habermas’a ulaştığında, Fransız postmodern ve postyapısalcı düşüncesiyle birleşerek topyekûn modernliğin eleştirisine dönüşmüş durumdaydı (Vandenberghe, 2016). Yani “modernlik” ile “karşı-modernlik” arasındaki kültürel ve bilimsel kriz, aslında bambaşka bir içerikle ve fakat yine türlü ikiliklerle Kant’tan Habermas’a miras kalmış gibidir.

Habermas açısından modernliğin savunuları, araçsal aklın meşru sınırlarını aşarak toplumsal alana genişlemesi karşısında kördür; modernlik eleştirileri ise bizatihi eleştirinin olanak koşulu olan modernliğin içeriğini dikkate almaması bakımından boştur. Habermas –Kant’inkine benzer bir stratejiyle– savunular ile eleştirilerin kısmi geçerliliğinden hareketle onları dışlamadan aşmayı amaçlar. Böylece “tamamlanmamış bir proje olarak modernliğin *eleştirel savunusu*”nu üstlenir (Habermas, 1981). Bunun anlamı, modernliğin açığa çıkmamış veya üzeri örtülmüş özgül potansiyelini açığa çıkarmaktır. Bu nedenle Habermas’ın ilgilendiği her konu, esasen bu projenin farklı veçhelerle açılmasından ibarettir. Öyle ise KYD’yi motive eden sezgisel tespitler, Habermas’ın tüm çalışmalarında projenin esası itibarıyla korunmuştur. Örneğin KYD ile burjuva kamusalılığının ideal tipini açığa çıkarmak istediğini belirttiğinde kastettiği şey, burjuva kamusalılığının teşrihi yoluyla onu mümkün kılan zemini göstermektir. Bu nedenle Habermas’ın eleştirel sosyal bilimlerin tesisi sürecinde Hegelci-Marksist bir oryantasyondan bir tür Kantçı oryantasyona kaydığı (Calhoun, 1992) tespiti, ancak şerh düşerek kabul edilebilir. Zira KYD henüz kamusalılığın yapısal dönüşümü aracılığıyla sistem ile yaşam dünyası arasında yapılacak ayırımın zeminini inşa ederken Kantçı Aydınlanma idealine bağlanmıştır.⁵

KYD itibarıyla bakıldığında, gerek eserden sonraki toplumsal dönüşüm süreçleri gerekse eleştirmenlerin katkısıyla gelişen düşünsel araçlar sayesinde, proje muhtelif konular üzerinden genişletilmiş ve derinleştirilmiştir. Konumuz açısından en kritik açılımlar felsefi antropoloji ve eleştirel sosyal bilimlerin yapılandırılması üzerinden geliştirilmiştir. İlki insanın temel ilgi-çıkarlarını tespit ederek bilişsel ilgi-çıkar yönünde insan ile bilim arasındaki köprüde toplum teorisi olarak epistemoloji kurmaya yönelir (Habermas, 2010, 1972). Bunu takiben metodoloji tartışmasına giren Habermas’ın, sonrasında güzergâh değiştirerek dil bağlamında iletişimsel eylem teorisine yöneldiği görülür (Habermas, 1998, 2001). Aslında bu değişim projenin mahiyeti bakımından söz konusu olmayıp stratejik veya pragmatiktir. Habermas’ın entelektüel projesinde bu türden teorik değişiklikler ile güzergâh değişiklikleri sıklıkla görülen bir durumdur.⁶ Açıkçası Habermas’ın sosyal bilimler metodolojisine ilgisinin nedeni, projesinin ihtiyaç duyduğu araştırma alanlarını “insani ilgi-çıkarlar” ile ilişkili olarak yeniden düzenlemek istemesidir (Benton ve Craib, 2008, s. 147).⁷

Kısacası KYD konusuyla ilgili metodolojik, teorik ve ampirik bağlam açısından bütünüyle olmasa da açmaya çalıştığı mesele açısından geçerliliğini korumuştur. Gerçekten de Habermas KYD itibarıyla eleştiri konusu olan eksik ve sorunlarına rağmen bu eserde meseleyi doğru biçimde saptadığını düşünür. KYD itibarıyla kurulan sahnenin, ilerleyen çalışmalarda farklı konularla genişletilmesi ve sosyal bilimlerin mantığıyla derinleştirilmesi, Habermas’ın tüm projesinde uyumlu üçlülerle karşılaşmamızı mümkün kılar. Farklı konulara itibarla çeşitlenen bu üçlüler; benimsediği yöntem gereği, toplumu ve onun üzerine düşünmeyi sarmalayan yerleşik ikilikleri korumak suretiyle aşan üçüncü öğelerin eklenmesiyle oluşturulmuştur. Böylece –aynı sütunun üyelerinin birbiri yerine kullanılabilceği- yaklaşık şöyle bir tablo ortaya çıkar (Habermas, 1998, 2001, 2010, 1972):

İlgi-Çıkar	Teknik	Pratik	Özgürleşimci
İlgi-Çıkar Yönü	Emek	Etkileşim	İktidar
Mütekabil Bilgi	Açıklama	Anlama	Refleksiyon
Mütekabil Bilim	Pozitivist	Hermeneutik	Eleştirel

Şu ayrımı yapmak önemlidir: Bir kitap bir ve aynı anda üç işleve de aday olabilir; fakat genellikle görülen ilk iki sütunda görülen bağlamlardır. Yani her kitap bir yönüyle olguları açıklama, diğeriyle ötekilerle anlamaya yönelir. Daha açık deyişle özne-nesne ve özne-özne ilişkileri zemininde, olgusal ve normatif veya teknik ve pratik yönler kitaplarda iç içe geçmiştir. Fakat kendisini özgürleşimci bir bilimsel çerçeve içinde görmesi, herhangi bir kitabın teknik ve pratik bilişsel ilgi-çıkar ile ilgili boyutlarını bertaraf etmez. Aksine böylesi eleştirel veya refleksif bir zihnin ürünü olan böylesi bir eserde ilk iki boyut dışlamaksızın aşılır. Bu durum Habermas için de geçerlidir; çünkü bilimler açısından “pozitivizm-hermeneutik-eleştirel” üçlüsünü zihinsel gelişimin uğrakları olarak kodlar (Habermas, 1972, 2001, 1998). Böylece Habermas’ın, muhatabı olan düşünürlerle buluştuğu zımnî müzakereye katkısı, kitabının kamusal işlevleri açısından açılabilir. Buna göre bir kitabın üç temel işlevi bulunur: Teknik, pratik, özgürleşimci (Habermas, 2010, s. 108-124).

2. Kitabın Teknik İşlevi

Tablodan görülebileceği gibi teknik ilgi-çıkarlar, özne-nesne ikiliğine dayanmak suretiyle üretim ve kontrol ile ilişkilidir. Biliyoruz ki araçsal akıl, amaçlara itibarla araçların örgütlenmesi anlamında teknik bir ilgiyle işler. Habermas açısından köklerini doğal bir insani ilgide bulduğundan bu işleyiş bilim ve tekniğin gelişimi açısından iyi veya kötü şeklinde nitelendirilemeyecek olan bir zorunluluğu ifade eder. Örtüşen üçlüler açısından dikkate alındığında kitabın teknik işlevi; teknik ilgi-çıkar yönünde olguyu açıklayan bilgilerle ilişkilendirir. KYD açısından olgunun kamusal alanın yapısal dönüşümü olduğu bilindiğine göre Habermas’ın bu yönde bir açıklama geliştirmesi beklenir ve eserin bu beklentiyi karşıladığı açıktır.

Habermas KYD’nin amacını “burjuva kamusallığının ideal tipi”nin tanımlanması ve analizi olarak belirler (Habermas, 2005, s. 9, 15). Amacın tipolojinin belirlenip analiz edilmesi olarak beyan edilmesi, çalışmayı sosyal bilimler metodolojisine genişletir. Habermas kamusal olarak belirlenen araştırma nesnesinin özgül doğası gereği konunun; klasik politika biliminin perspektifini belirleyen geniş sahada araştırılmasını önerir. Zira elimizde sosyoloji, ekonomi, hukuk, siyaset bilimi ve tarihin nasıl bütünleştirilebileceğine dair bir model olmadığından (ve muhtemelen olamayacağından) “kendi başına alınacak olursa toplum bilimleri disiplinlerinin her biri içinde araştırma nesnemiz dağılıp gidecektir” (Habermas, 2005, s. 9).

Bu bakışa göre kitabın teknik işlevi basitçe konusunu kuşatıp açıklamaktır. Bu durumda KYD kamusallığın mümkün kıldığı bir ürün olarak kendi olanak koşulunu açıklamaya yönelmiş demektir.⁸ Buna göre konumuz açısından genel bir okur kitlesiyle birlikte özel alan içinden görece yoğun kamusal bir etkileşim alanı ortaya çıkar. Okuyucu sayısının sıçrayarak artmasına tekabül eden gelişmeler: “Kitap, dergi ve gazete üretiminin ciddi miktarda genişlemesi; yazar, yayınevi ve kitapçı sayısının çoğalması; ödünç kitap veren kütüphanelerin ve okuma odalarının ortaya çıkması; özellikle de yeni bir okuma kültürünün toplumsal düğüm noktaları olarak okuma gruplarının ortaya çıkmasıdır” (Habermas, 2005, s. 16). Kitabın kamusalıktaki merkezi rolü dolaylı olarak da vurgulanmıştır; çünkü kamuoyuna sunulmuş bir yargı, hangi form altında olursa olsun aleniyet kazanır. Bu doğrultuda Habermas 1750’ler Fransa’sından şu alıntıyı yapar: “Sergilenen bir resim basılmış bir kitaptır, sahnelenmiş bir oyundur –herkes onun hakkında yargıda bulunma hakkına sahiptir” (La Font, 1915’den akt., Habermas, 2005, s. 112). Bununla birlikte siyasal kamu esasen edebi kamudan çıkar ve kamuoyu yoluyla toplumun ihtiyaçlarını devlete iletmek bakımından politikleşmiş toplumu ifade eder:

Edebi kamu, elbette burjuvazinin toprağında yetişmiş bir şey değildir; bu kamu, prens sarayının temsili kamusuyula belirli bir süreklilik ilişkisi arz eder. Okumuş orta zümrelerin burjuva öncüleri, kamusal akıl yürütme sanatını; modern devlet aygıtının monarkın şahsi alanından ayırıp özerkleşmesi oranında saraydan koparak şehirde bir karşı güç oluşturan saraylı-soylu toplumun ‘kibar âlemiyle’ kurdukları iletişim içinde öğrenirler. ‘Şehir’, burjuva toplumunun yalnızca ekonomik hayat merkezi değildir; her şeyden önce, ‘saray’ın kültürel-siyasal karşıtı olarak, coffe-houses’da [kahvehanelerde], salonlarda ve yemek davetlerinde kurumlaşan ilk edebî kamuyu tanımlar. Hümanist-aristokrat toplumun, burjuva entelektüelleriyle buluşmalarında giriştikleri ahbapça münazaraları çok geçmeden kamusal eleştiriye dönüştüren varisleri; çökmekte olan saray kamusallığının kalıntılarıyla, oluşmakta olan burjuva kamusallığının ön biçimleri arasındaki köprüyü kurarlar (Habermas, 2005, s. 96-97).

Fakat Habermas KYD’de bu tip kamusallığın, araçsal rasyonalitenin sınır gözetmeksizin gelişmesine koşut yapısal dönüşüm süreçleri nedeniyle sarsıldığını söyler. Medya veya iletişim teknolojilerinin yükselişleriyle birlikte kamusal alanın alt yapısı dönüşmüş, bu dönüşümün özgül tarihsel koşullarının etkisiyle iktidar merkezleri kamusal alanı çevre olarak kodlayarak bu alana güç ve manipülasyon yoluyla müdahil olmuştur (Habermas, 2005, s. 31 vd.). “Özgül tarihsel koşullar” ifadesiyle, devlet-ekonomi ilişkilerinin alt yapısal belirlenimi altında toplumsallığın dönüşümü kastedilmektedir. Zira bu ilişki zemininde, ekonomik karakterli yazım prosedürlerinin resmi olarak da makbul yazım standardı haline geldiği ve kamusalılık-kitap ilişkisinin yalnızca bir görünüş olarak sürdüğü söylenebilir. Bu gelişmenin en önemli boyutu toplum ile devlet arasındaki siyasal kamu alanının, kitleselleşme nedeniyle asimilasyonudur: “Kültürel akıl üreten kamusal topluluktan kültür tüketen kamusal topluluğa giden yolda, bir vakitler edebi kamu olarak siyasal kamudan ayırt edilebilen şey, özgül karakterini yitirdi. Zira kitle iletişim araçlarıyla yayılan ‘kültür’ bir entegrasyon kültürüdür” (Habermas, 2005, s. 301).

Habermas liberal teorinin; “iktidarını sınırlayacak bir araç olarak kamu” ile “iktidarın rasyonelleştirilebileceği bir aracı olarak politikleşmiş kamu” arasında kaldığında, ilkinde yönelen çelişkili bir tercihte bulunduğunu yazmıştır.⁹ Fakat bu vurgunun tek başına hiçbir anlamı olmadığını, rakip çıkarların aşılamaayan çoğulculuğunun genel çıkarın doğmasına engel teşkil ettiği şeklindeki sonuç argümanı ile aslında demokrasi tartışmasına katkısının meçhul olduğunu kabul eder (Habermas, 2005, s. 37-38). Bu nedenle KYD itibarıyla kurduğu sahnenin tadil ve tahkimine giriştiği sonraki külliyatin gerekçeleri ortaya çıkmış olur. Bu vesileyle yazar KYD’nin yazıldığı dönemde elindeki teorik-kavramsal araçlarla bu sorunu ortaya koyup çözecek durumda olmadığını söyleyerek sorunun formüle edilmesi ve katkının belirginleştirilmesi için hangi güzergâhlarda geliştiğini özetler (Habermas, 2005, s. 38-50):

Yeniden-inşacı bir sosyal bilimin olanağını içeren bu gelişim, rasyonelleşmenin modern toplumun içindeki yayılımını ve öncesindeki durumunu kavramak suretiyle tarihsel materyalizm ve ideoloji eleştirisi açısından tahkim edilmiş yeni bir zemin sağlar. KYD’nin yazıldığı süreçte eldeki en iyi seçenek, kendi kendini örgütlenme potansiyeline sahip bütüncül bir toplum kavrayışına bağlı olarak demokratik ve sosyal hukuk devletinin gelişimini sosyal demokrasiye doğru sürdürme projesi idi. Fakat bu seçeneğin içerdiği varsayımlar gelişmiş modern toplumlarda işlevsel ayrışmanın derinleşmesiyle çökmüştür. Sonuçta işlevsel uzmanlaşmaya dayalı bu yeni toplumsal zemini yeniden üreten stratejik eyleme karşı ve özgürleşme olanaklarını içeren iletişimsel eylem arasındaki ilişki sorunu ortaya çıkmıştır. İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim, *Bilgi ve İlgı, Sosyal Bilimlerin Mantığı ve Geç Kapitalizmde Meşruiyet Sorunu* gibi temel eserler üzerinden gelişen kavramsal çerçeveye dayanarak sorunu bütünüyle kuşatan ve toplumu sistem ile yaşam dünyası şeklinde ele almak suretiyle İletişimsel Eylem Teorisi’nde somutlaştığı haliyle projenin tadil ve tahkimi söz konusu olmuştur. Demokrasiyle ilgili öneriyi de muğlaklıktan kurtaran iletişimsel eylem teorisinin, liberal devletin rehabilitasyonu yönünde yorumlanabileceği yol açıktır: Ekonomi (kapitalist olarak özerkleşmiş ekonomik sistem) ile devlet (bürokratik olarak özerkleşmiş egemenlik sistem) ilişkisine dayalı altyapının yaşam dünyasını sömürgeleştirmesine karşı toplumun politikleştirilmesi için sağlıklı bir rasyonel müzakere zeminin inşası.

Bu anlatıya göre kitabın teknik işlevini açıklama ile sınırlandırmak doğru olsa da yalnızca bilgi-bilim bağlamını ifade etmek olur. Oysa tabloda buna emek ve Habermas’ın açıklamasına inşa süreci eşlik etmektedir. Yani Habermas bu ilk işlev aracılığıyla esasen belirli bir tip kamusallığı “açıklama yoluyla yeniden inşa” etmektedir. Bunun ciddiye alınmamış olması, literatürde Habermas’ın KYD itibarıyla geliştirdiği kamusalılık açıklamasının teorik ve ampirik sorunlarına yönelik eleştirilerle sonuçlanmıştır. Fakat Habermas eleştirileri her zaman dikkate almış olmasına rağmen esas bakımından projesini hiçbir zaman değiştirmemiş, aksine bu eleştiriler aracılığıyla projesini tadil ve tahkim yoluna gitmiştir. Kaldı ki daha baştan KYD’nin birçok disiplinin katkısını içeren pragmatik bir sentez olarak yazıldığını söylediğinde (Habermas, 2005, s. 13), söz konusu senteze giren malzemeyi biçimsel bir ilke olarak belirli bir kamusalılık kavramının altında bir araya getirdiğini anlayabiliriz. Bu yeniden inşa veya biçimlendirme, hakikatin kamusal tesisi sürecinde tartışmanın tarafları açısından bir tür aydınlanma (bizatihi özgürleşim olarak pratik öğrenme) gerçekleştiği anlamına gelir. Habermas’ın bu konuda Aydınlanmanın pek çok kazanımını verili kabul ettiği aşağıdaki alıntıda vurguladığımız yerlerden takip edilebilir:

İlke olarak, kamusal bir tartışmaya katılan, bir kitap satın alan, bir konser veya tiyatro için yer ayırtan, bir sergiyi ziyaret eden herkesin serbestçe yargıda bulunması beklenir ve buna hakkı vardır. Fakat yargılar tartışılırken, (her bir yargının) ikna edici savlara kendini kapatmaması beklenir; ‘önyargılarını’ bir kenara bırakmalıdır. Temsili kamunun cahillerle vukuf sahipleri arasındaki duvarı kaldırmasıyla bütün özel salâhiyetler, ister mirasçısı olunsun ister sonradan kazanılsın, ister toplumsal ister entelektüel nitelikli olsun, ilke olarak sona erer. Öte yandan doğru yargıya ancak tartışma içinde varılabileceği için, hakikat bir süreç olarak tezahür eder - bir Aydınlanma süreci olarak. Kamusal topluluğun bazı kısımları bu tartışmada daha fazla ilerleme kaydetmiş olabilirler. Bu nedenle kamusal

topluluk, birilerini, imtiyazlı değilse bile uzman sayar. Bunlar kamusal topluluğu eğitebilirler ve eğitmelidirler de, ama bunu ancak savlar ileri sürerek ikna edebildikleri ve daha iyi savlarla karşılaşmadıkları ölçüde yapabilirler (Habermas, 2005, s. 113).

Sonuç olarak Habermas'ın, kitabın teknik işlevi açısından KYD'nin seküler kamusallığın açıklama yoluyla yeniden inşasına katkı sağlamayı amaçladığı söylenebilir. Ampirik eksiklik ve sorunlarını açıklarken, çalışmasında kamusal iletişim alanlarının iktidarla donanması konusunda gereğinden fazla karamsar kaldığını ifade eder. Bu karamsarlığın altında kültür endüstrisi kavramı etrafında gelişen fikirler ile ilgili öncellerinin geliştirdiği yorumların etkisi olduğu düşünülebilir –ki ilerleyen çalışmalarında Frankfurt Okulu'ndaki öncelleriyle arasındaki mesafenin açılması bu etkiyle ilgilidir. Habermas ampirik sorunlarla ilgili savunusunu verirken sosyolojik genellemenin doğası, malzeme eksikliği, vurgu sorunları veya disiplinler uzmanlığın gereklerini yapmamak gibi tali durumları kabul ediyor görünse de asıl savunması ideal bir temellendirme vermeye çalıştığını vurgular (Habermas, 2005, s. 15-25). Yani kitabın esası dönüşüm sürecini tasvir ederken odaklandığı ideal tipin temellendirilmesidir; ampirik kanıtlar ise bu tasvirin esasını teşkil etmeyen destekleyici içerik sağladığından kitabın ampirik sorunları geçerlilik iddiasına hâle getirmez.¹⁰ Yani teorik ve ampirik düzey eleştirilerin müzakere içinde erimek suretiyle projeye katkı sağladığı varsayılabilir.¹¹ Bu yaklaşım biçiminin sonucu Habermas'ın projesini getirdiği nihai noktada, eleştirileri eriterek bünyesine dâhil edebileceği ideal bir müzakerenin koşullarını tesis etmekten ibaret görünür. Bunun anlamı şudur; tüm önemi ve değerine rağmen, esasa yönelik olmayan eleştiriler en iyi argümana katkı yolunda işlevselleşmek suretiyle projede önemli bir rol üstlenmiştir.

3. Kitabın Pratik İşlevi

Pratik ilgi-çıkarlar bilişsel açıdan öznelarası bir ilişkiyi mümkün kılar. Diğerleriyle iletişime geçmenin, her zaman ideal ahlaki bir zemin dolayısıyla olmasa da karşılıklı ilgi-çıkarlara dayandığını biliyoruz. Fakat öznelarası ilişkinin özgül mekânı sayılan etkileşim düzeni içinde iletişim, paylaşılan anlamlara muhtaçtır. Dolayısıyla pratik ilgi-çıkar karşılık gelen bilgi anlamacıdır, bilim ise hermeneutiktir (Habermas, 1972, 1998, 2001). Habermas bu nedenle bir dönem projesini sosyal bilimler metodolojisine genişletmiş olmakla birlikte bu zeminin esaslı bir işlev göremeyeceğini fark ederek buradaki kazanımlarını korumak suretiyle güzergâh değiştirmiştir. İlgisini dil ve iletişim zeminine kaydıran Habermas için pratik bağlamında etkileşimin çok yalın bir temeli bulunur: Konuşma. “Pratik beceri” zemininde gerçekleşen konuşma, iletişimsel eylem teorisinin söyleme taşıyacağı çerçevenin doğal kaynağıdır.

Habermas felsefi antropoloji tartışması aracılığıyla rasyonel bir varlık olarak insanın pratik yanına, öznelarası bir dünyaya, paylaşılan anlamlara ve yaşam dünyasına pozitif yönde bir vurgu yapar. Bununla örtüşecek şekilde metodoloji tartışmasında “teknik ilgi-çıkar” ile “pratik ilgi-çıkar” arasındaki karşıtlığı temsilen pozitivizm ile hermeneutik arasındaki karşıtlığı (tabii ki özgürleşimci ilgi-çıkar yoluyla aşmak üzere) dengelemeye çalışır. Böylelikle yaşam dünyasını kültürel, toplumsal ve bireysel gerçeklik düzeyleri karşısında öne çıkarmak suretiyle öncellerinin birikimini projesi içinde eritir.

Habermas'ın KYD itibarıyla ilerleyen çalışmalarda idealize edeceği iletişimsel rasyonaliteye dayalı eylem açısından konuşma krize uğradığında, örneğin taraflar birbirini anlamadığı durumda, üç ihtimal söz konusudur: Zor (konuşma kesilir), manipülasyon (konuşma yönlendirilir) ve müzakere (konuşma söyleme dönüşür):

Medya iktidarı, yönlendirmeci bir şekilde kullanıldığında aleniyet ilkesinin masumiyetini yok eden yeni bir nüfuz kategorisi olarak ortaya çıktı. Kitle iletişim araçlarınınca hem önceden yapılandırılan hem de egemen olunan kamusal, sadece nüfuz elde etmek üzere değil, insanların davranışlarını etkileyen iletişim akışlarına stratejik eğilimlerini olabildiğince gizleyerek hâkim olmak üzere, konuları ve katılım imkânları için boğuşulan, iktidarla donanmış bir arena haline getirdi (Habermas, 2005, s. 32).

Çarpıtılmış iletişimin zemininde araçsal rasyonalite ve stratejik eylem bulunur. Yani müzakereye dışsal bir zor veya manipülasyon dâhil edilmiştir. Habermas, 1729'dan sonra Prusya kralının kamusal meselelere değinen yazılarının kamuoyuna açık şekilde dolaşıma girmesi karşısında, duruma müdahale ederek bizatihi akıl yürütme faaliyetini bir düzene bağladığını; öyle ki burjuvaların bile hükümdar karşıtı kanaatlerini yine onun talimatları doğrultusunda geliştirdiğini belirtir (Habermas, 2005, s. 89-90).¹² Oysa Aydınlanmanın akıl sahibi varlık adına temel kazanımı özerkliktir. On sekizinci yüzyıl sonunda Kant'ın ahlaki-politik düşüncesinde her birey ideal durumda amaçlar krallığının bir üyesi kılınmıştır ve yalnızca köklerini kendisinde bulduğu bir yasa onun için bağlayıcı olabilir. Bu köklerin akıl sahibi varlıklar için ortak olması, Aydınlanmanın ahlaki-politik idealinin öznelarası bir dünya ile ilişkisini açığa çıkarır (Kant, 2020). Bu durumun müzakereci demokrasi bağlamında Hegelci-Marksist zemini de yeniden düşünmek anlamına geldiği söylenebilir:

Marx'ın görüşüne göre bu kitleler, kamunun hukuk devleti olarak kurumsallaşmış platformunu onu yıkmak üzere değil, liberal görüntüsünün eskiden olduğu gibi şimdi de vaat ettiği şey haline getirmek üzere kullanacaklardı. Gerçekte ise siyasal kamunun mülksüzlerce işgali, devlet ile toplumun kaynaşmasına yol açtı. Bu kaynaşma, kamunun altındaki zemini, ona yeni bir zemin de kazandırmaksızın çekip aldı. Zira kamusal alanla özel alanın entegrasyonu, bir zamanlar devlet ile toplum arasında aracılık yapan kamunun örgütsüzleşmesine tekabül ediyordu. Bu aracılık işlevi, kamusal topluluktan çıkıp, dernekler gibi özel alandan veya partiler gibi kamu alanından zuhur ederek devlet aygıtıyla işbirliği halinde içsel bir iktidar yürüten veya güçler dengesi kuran kurumlara geçti; bu arada bu kurumlar, özerkleştirilmiş kitle iletişim araçları üzerinden, medyatikleştirilmiş kamusal topluluğun onayım veya hiç değilse müsamahasını elde etmeye çabalyorlar. Aleniyet belirli konulara bir good will [hayırhahlık] halesi sağlamak üzere adeta yukarıdan aşağıya geliştiriliyor (Habermas, 2005, s. 304).

Kitabın pratik işlevi, öznelarası ortak anlamlar dünyasına bir katkı sağlamaktır ki bu katkının normatif niteliği açıktır. Bu durumda kitabın pratik işlevinin esası, Habermas'ın terminolojisiyle ifade edersek, sistemin nüfuzu karşısında yaşam dünyasının korunması gibi ortak ilgi-çıkarcı konusunda muhataplarla karşılıklı olarak anlaşmaktır. Zira kamusal alanın araçsal rasyonaliteye sıkışması yoluyla kamusal alanın iktidarla donanması modernliğin temel sıkıntısıdır. Böylece toplumsal hayatın politikleştirilmesi ideali (Habermas, 2005, s. 17-18) araçsal rasyonaliteye dayalı tahakküm karşısında özerklik ve aleniyete alan açılması yönünde bir girişimdir. Şu halde kitap, yalnızca doğası gereği kamusal alanın açıklama yoluyla inşasına katkı sağlamaz. Tersine devlet ve ekonomi merkezli alt yapısal ilişkilerin mahiyeti gereği, araçsal/stratejik rasyonalitenin nüfuz alanlarının genişletilmesi konusunda yeniden-üretim mekanizmasının bir parçası kılınabilir. Bu durumda kitabın pratik işlevinin korunması, sistemin yaşam dünyasını sömürgeleştirilmesi sürecini teşhir eden kanaatlerin taşıyıcısı olmasıyla mümkündür. Belki de Habermas'ın rakip yaklaşımlar ile eleştirmenlerine sürekli kulak kabartmasını bu çerçevede yorumlamak gerekir.

Sonuç olarak kitabın pratik işlevi ve Habermas'ın ilerleyen çalışmalarında genişletip derinleştirdiği haliyle KYD'nin iletişimsel rasyonalite temelinde eşit özneler arasında bir müzakere ön gördüğü gözlemlenmiştir. Literatürde bu konuda önemli eleştirilerin varlığı bilinmektedir. Kapitalizm gerek alternatif dünyaları gerekse bu dünyaları temsilen gelen eleştirileri temellük eden, fakat faileri işaret edilemeyen şeyleşmiş bir sistem olarak tasvir edilir. Esasen faili meçhul failik olgusunun modernliğe özgü tarihsel bir durum olduğu söylenebilir. Bizi ilgilendiren ise kamusal alan olgusunun ve fikrinin, modernliğe özgü faili meçhul failikten azade olup olmadığıdır (Berman, 2006, s. 100). Sistemin yaşam dünyasına müdahalesi sürecinde dini ve metafizik geleneklerle ilgili olarak sekülerleşme teorisinin işaret ettiği varsayılan dönüşümlerden haberdarız. Bu durumda kitabın pratik işlevi bakımından, gerçekten herkesin dinlenip dinlenmeyeceği veya bunun hangi koşulda olacağı sorunu gündeme gelir. Habermas'ın ancak geç dönem çalışmalarında bu geleneklere alan açması ve davetine hayati bir şerh olarak kamusal dile tercüme koşulu getirmesi ciddi eleştiri almıştır. Fakat projesinin geldiği nihai çerçeve, postseküler toplum konusundaki argümanlarına ve bu davette bulunmasına neden olan tarihsel-toplumsal gelişmelere bakıldığından söz konusu eleştirilerin gücü tartışmalı hale gelmektedir.

4. Kitabın Özgürleşimci İşlevi

Habermasçı çerçeveye uygun olarak insanın teknik ve pratik ilgi-çıkarcılığıyla ilgili iki uğrak, dışlamaksızın aşılma suretiyle özgürleşimle taçlanmalıdır. Pozitivizm doğal dünyayı açıklarken ve hermeneutik öznelarası dünyayı yorumlarken refleksif/eleştirel bir bilim; ilkinde karşımıza çıkan dışsal zorunluluğa ve ikincisinde karşımıza çıkan içsel zora karşı özerkliği savunur. İçsel zorun bireysel veya toplumsal ölçeklerine itibarla Habermas psikanaliz ve eleştirel teoriyi refleksif bilim örnekleri olarak modeller (Habermas, 1972). Konuşma/yazı açısından bunun anlamı, çarpıtılmış iletişimin bertaraf edilmesi ve zor namına yalnızca “en iyi argümanın zorlayıcı gücü”ne başvurudur. Bu durumda kitabın özgürleşimci işlevini yerine getirmek için (i) negatif argümantasyon bakımından her türden dışsal ve içsel zor karşısında uyarıcı olması, (ii) pozitif argümantasyon bakımından ise iletişimi çarpıtılmaması gerekir. Böylece en iyi argümanın zorlayıcı gücüne katkı, esasen kamusal güce bir katkıdır. İletişimsel eyleme dayalı dayanışmanın toplumsal entegrasyon gücünün yeri yaşam dünyalarıdır. Fakat bu güç demokratik süreçlerin de yer aldığı siyasal düzleme hangi dolayısıyla nakledilebilir?

Habermas bu dolayımın Rousseaucu irrasyonel genel irade olamayacağını, bireyin güdü ve erdemlerine demirlenmiş olan ahlakın, kamusal iletişimce devralınması gerektiğini ifade eder. Manin'den şöyle aktarır: “Meşru bir karar genelin iradesini temsil etmez, ancak genelin müzakeresinden ortaya çıkan bir karardır. Zaten biçimlenmiş iradelerin toplamından çok, meşruluğunu sonuca bağlayan herkesin iradesinin biçimlendiği bir süreçtir. Müzakere ilkesi hem bireyci hem de demokratiktir...” (Habermas, 2005, s. 43). Fark edildiği gibi hakikatin müzakere sürecine içkin kılındığı bu durumda KYD, iletişimsel eylem teorisi aracılığıyla rasyonaliteye dayalı ispat yükünü demokratik kanaat ve irade oluşumu yöntemlerine kaydırır. Bu durumda normatif bir demokrasi teorisinin temel kavramı olmaya elverişli asıl kavram, siyasal kamudur; çünkü müzakereci de-

mokrasinin esası, eşit vatandaşlar arasındaki rasyonel muhakeme yoluyla kanaat ve irade oluşumunun müzakereye bağlanmış olmasıdır. “Söylem etiği, savlama yönteminin zorunlu pragmatik ön koşullarının normatif içeriğinden bizatihi bir genel ahlak ilkesi çıkarılabileceğini iddia etmekle kalmaz. Bu tür bir ahlak ilkesinin kendisi, daha çok, normatif geçerlilik iddialarına teslimiyetten söylemsel olarak kurtulmakla ilgilidir” (Habermas, 2005, s. 45). Peki, ideal konuşma ideal ise gerçeklik açısından neden önemlidir?

İdealite iletişimsel eylemin gerçeklik ile bağıni koparmaz; çünkü bu vurgu öyle bir prosedüre atıfta bulunur ki zemini sıradan gündelik deneyim, konuşmadır. Habermas iletişimsel eylem konusunu dört tip geçerlilik iddiası üzerinden açar; fakat sıradan konuşmada bile –dilin pragmatik gereği– bu iddialar örtüktür (Habermas, 2001). Doğanın işlenmesi ve şeylerin açıklanması açısından işlevsel olan bu rasyonalite tipi, ahlaki-politik dünyaya genişletildiğinde insanların araç olarak görüldüğü tahakküm biçimleri üretir. İdeal iletişim varsayımına göre dört geçerlilik iddiasının açılmadığı veya yanlış açıldığı, dolayısıyla dışsal bir zor veya güç içeren iletişim, çarpıtılmış iletişimdir. Konuşma ve yazıda öne sürülen argümanların kendisine dayandığı geçerlilik iddiaları anlaşılabilirlik, doğruluk, haklılık ve samimiyettir (Habermas, 2001, s. 324 vd.). İdeal iletişim dört iddianın biteviye savunulmasına olanak tanır. Birincisi iddianın farklı cümlelerle tekrarı, dördüncüsü ise konuşmacının eylemiyle doğrulanabilir; doğruluk ve haklılık ise söylemde açılmak durumundadır.

Kitabın işlevleri bakımından Habermas’ın tüm çalışmalarında farklı ikilikler üzerinden (modernlik ile karşı-modernlik, teknik ile pratik, açıklama ile anlama, pozitivizm ile hermeneutik) refleksiviteyi muhataplarını dışlamaksızın aşma yönünde kendi sistemi bünyesine dâhil ettiği görülür. Bir tür perspektivizm aracılığıyla toplumsal gerçekliğe farklı açılardan bakılabileceğinin vurgulanmasının, projenin mahiyeti açısından isabetli olduğu söylenebilir. Zira bir yandan rakip geçerlilik iddiasındaki teorilerin yabancılaşma, demir kafes, anomi, şeyleşme gibi kavramlar aracılığıyla eleştirdiği modernliğin zaafı tespit edilir; diğer yandan yaşantı dünyasının veya öznelarası etkileşim zemininin modernliğin kendi zaafını giderebileceği bir nüveyi taşıdığı gösterilebilir. Fakat nihai kertede bu alternatiflerin teknik-pratik-özgürleşimci ilgi-çıkarmacı rasyonel bir varlık olarak insanın olanaklarını tüketmediği gösterilerek eleştirel sosyal bilimler tesis edilmiş ve ideal örneği olarak da psikanaliz konumlandırılmıştır.

Kısacası KYD ile açılan sahnede, oyunun ilerleyen perdelerinde eleştirel sosyal bilim yaklaşımını, Marxçı bir “gerçek bilim” duyarlılığıyla geliştirdiği düşünülebilir. Fakat bu disiplinlerin hepsini kuşatabilecek bir kişi düşünmek mümkün gözükmediğinden (Habermas, 2005, s. 9) eleştirel sosyal bilimlerin önceki sosyal bilimsel içeriğe yönelen –Weberci terimlerle ifade edersek seçici eğilimlerle– çalışacağı tahmin edilebilir.¹³ Aşılmaya çalışılan ikiliklerin üçlüleri içinde eritilmesi, Hegelci-Marksist bir diyalektiğin aşamaları olmaktan ziyade pragmatik bir toplama işlemini andırır. Bu öğeler Habermas’ta içkin-dışsal bir ilişki içinde konumlandırılır; içkinlik, öğelerin modern sekülerliğe aidiyetinden, dışsallık ise öğelerin bir ve aynı şeyin tezahürleri olmamasından kaynaklanır. Anlaşılacağı üzere teoriler üzerinden yürüyen bu yaklaşım, metateorik bir çalışma tarzıdır. Peki, Habermas’ın projesinin hem eleştirel hem de kurucu argümanları bakımından metateorik analizi düzeyini ne kadar derinleştirdiği söylenebilir?

Yaklaşık iki yüz yıl önce benzeri ikilikleri aşmak üzere bir proje geliştiren ve Habermas’ın da bir açıdan takip ettiği Kant ile kıyaslandığında bu soru daha rahat yanıtlanabilir. Kant söz konusu ikilikler (örneğin rasyonalizm ile ampirizm gerilimini) karşısında Aristotelesçi olmayan (yani töz-ilinek metafiziğine dayanmayan) yeni bir biçimlendirme tarzı geliştirmek istiyordu. Fakat bunun için eklektik veya basitçe sentezci olmayan bir temellendirme geliştirmiştir. Asıl amaç yine verili dünyanın bilim, ahlak, politika bağlamının yeniden biçimlendirilmesiydi elbette. Böylelikle aslında bir teoriden ziyade içinde muhtelif teorilerin inşa edilebileceği ve esasen modern dünyanın gelişimi içinde nüveleri bulunan bir kavrayış ve davranış düzeninin modelini inşa etmiştir. Habermas ise modernliğin Kant’ın zamanında sahip olduğu ve fakat kendi çağında sönümlenmiş gözükken potansiyelini etkinleştirmek isterken böylesi özgün bir temellendirme vermekten ziyade pragmatik bir senteze varmıştır.¹⁴

Derinleştirme konusunda bir örnekle yetinelim. Habermas’ın psikanalizi model göstermek suretiyle hermeneutiği pozitivizmle birlikte aşılması gereken bir yaklaşım olarak değerlendirmesi; Gadamer tarafından psikanaliz ile eleştirel sosyal bilim arasında temelden bir karşıtlık bulunduğunu gösteren bir argümanla eleştirilir (Topakkaya, 2020, s. 168): “Psikanalizin istediği refleksiyon gücünün sınırları toplumsal bilinç tarafından belirlenmektedir. Psikanalist ile hastası, toplumun diğer fertleriyle bu bilincin belirlediği alan içerisinde anlaşabilmektedir... Bu bağlamda psikanaliz ile sosyal teori arasındaki benzetmenin problemliliği kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.” İkili arasında Habermas’ın girişimiyle başlayan tartışma; muhtemelen yine Habermas’ın Gadamer’in en iyi argümana yeterince katkı sağladığını düşündüğü noktada [yani Habermas’ın konuşmanın ontolojik zeminini açmadığı gerekçesiyle ideolojik (mitolojik) bir öykü anlattığı şeklindeki Gadamer eleştirisiyle (Topakkaya, 2020, s. 174-175)] son bulmuştur.

Gadamer'in işaret ettiği hususlardan biri de psikanalist ile hastası arasındaki asimetrik ilişkidir –ki normal koşullarda tutarlılık açısından Habermas'ın onaylamaması gereken bir ilişki biçimidir. Habermas'ın ilk yazılarından itibaren benzeri bir ilişkiyi ima etmiş olması, psikanaliz ile arasında samimi bir benzerlik gördüğünü kanıtlar. KYD siyasal kamunun kitleleşmesine karşı uyarıda bulunurken ya da rasyonel argümantasyon bakımından imtiyaz yerine uzmanların rehberliğine vurgu yaparken bu imayı taşır. Projenin olgun metni olan İletişimsel Eylem Kuramı ise geçerlilik iddialarının söylemde açılması talebinde bulunurken gerçekte ilgili koşulları sağlayacak kadar inceltilmiş bir rasyonel muhakemeyi kimlerin icra edebileceğini açık etmez.

En önemlisi ise şudur: Psikanaliz her ne kadar ne olduğuna dair birinci elden dersler ve kitaplarla açıklanmış olsa da rasyonel zeminde muhakeme yoluyla tedavi (bizatihi özgürleşme olarak pratik öğrenme) sunmaz. Aslında psikanaliz –geçerlilik iddiasını doğrulayıp doğrulayamayacağından bağımsız olarak– teori ile pratik arasındaki (Aristoteles kaynaklı pür bilimsel) ayrımın kuşatmakta yetersiz kalacağı fiili bir iyileşme süreci vaat eder. Benzeri bir şey Habermas'ın ikinci örneği olan tarihsel materyalizm için de kısmen ve birey yerine toplumsal düzey açısından geçerlidir. Marx her ne kadar gerçek bilim vurgusuyla konu hakkında yazmışsa da önerisinin praksise dayalı olduğu, meşhur aforizmasında gayet açıktır. Dolayısıyla müzakereci demokrasi arayışının konuşma veya yazı aracılığıyla rasyonel bir zemine kaydırılmış olması, Aydınlanmadan tevarüs edilen seküler kamusal anlayışın verili kabulüyle açıklanabilir.

Sonuç olarak, Habermas'ın kendi eserleri üzerinden refleksiyonu işlettiği, örneğin postseküler toplum hakkındaki yazılarında dine bakışındaki değişimle gösterilebilir. Habermas'a göre kamusal ile özel alan arasındaki sınırın yeniden belirlenmesi konusundaki talepleriyle geri dönen dinseliliğin dayattığı postseküler toplum tanımlamasını mümkün kılan üç süreç bulunur (Karaarslan, 2015, s. 29 vd.): Dindarların kitle iletişim araçlarını kullanarak politik katılım talebi, inanç ve ritüelin kamusal alanda görünürlüğü, yerel-kapalı kimliklerin göçmen hareketiyle artan temsil sorunu. Bu açıdan dinin; özelde sekülaristlerin ve genelde rasyonel argümantasyonun kuşatamayacağı sezgileri sayesinde sistem karşısında ahlaki-politik varoluşun korunmasına katkı sağlayacağı düşünülebilir. Yine de bu sezgilerin kamusal dile tercüme koşuluyla rasyonelleştirilmesi beklentisi, Habermas'ın ne ölçüde fikir değiştirdiğinden haber vermektedir (Turner, 2012; Karaarslan, 2015).¹⁵ Habermas son çalışmalarında modern sekülerliği bu öğrenim-özgürleşim bağlamının zemini olarak kurgular ve tikel yaşam dünyalarına bu zeminde refleksivite (örneğin dinin yeniden yorumlanması konusunda) öneride bulunur (Habermas, 2008). Ona göre sorun açıktır: Ya sekülarizmin tahakkümü ya da çok kültürlülük savaşı. Bir güzergâh olarak metodolojik çalışmayı elemiş birisinin usul ilimleri kapsamında önerilerde bulunması anlaşılabilir bir durumdur. Fakat “Habermas eleştirisini dünya görüşü meselesine ayarlamak sorunu çözer mi?” sorusuna kolaylıkla yanıt verilemeyeceği tahmin edilebilir. Zira Habermas tartışmanın taraflarına, “Tahakküm üretmeksizin hangi tikel geleneğin kendisinin gösterdiği refleksif kapasiteye sahip olduğu?”nu sorabilir.

Sonuç

Makalede kamusal ile kitap arasındaki ilişki, bu konuyu gündeme getiren ve klasikler arasında yerini almış bulunan Habermas'ın *Kamusalın Yapısal Dönüşümü* eseri aracılığıyla ele alınmıştır. Makalenin başlığından anlaşılacağı üzere betimsel bir çalışma yapılmış; fakat bunun için metateorik bir düzey seçilmiştir. Böylece kamusal ile kitap arasındaki ilişki, söz konusu eser ve onun bağlı olduğu projeye yönelik eleştiriler üzerinden tartışılmıştır. Bu çerçevede Habermas'ın KYD itibarıyla genişletip derinleştirdiği felsefi-politik projesi içinde kitabın üç temel kamusal işlevi (teknik, pratik, özgürleşimci) bulunduğu ilişkin gözlemler paylaşılmıştır. Bu çerçevede Habermas'ın kamusal ile kitap arasındaki ilişki dolayısıyla araştırma sorumuza olumlu yanıt veren modern sekülerliğin yeniden üretimine özgül bir katkı yaptığı söylenebilir.

Bu katkının esası, onun dinamik bir modern dünya tasvirine yönelmek suretiyle farklı perspektifleri bir ve aynı anda mütakabil resim içinde temsil etmesidir. İkincil literatürde görülebileceği gibi bu dinamik tasvir becerisi, pragmatik sentezciliğinden ileri gelir. Öyle ki her bir veri veya teori bu dinamik tasvir içinde en iyi argümana katkı oranında varoluşuna aykırı bir işlev yüklenmektedir. Örneğin kamusal alanın dönüşümü ile ilgili ampirik sorunlara odaklanan eleştiriler kamusalın ideal tipinin tespitinde verinin destekleyici olarak konumlandırılmış olduğu gerekçesiyle yanıt bulur. Ve bu açıdan Habermas eleştirmenlere argümanı sağlamlaştırdıkları için teşekkür borçlanı. Teorik eleştirilerin odaklandığı kavramsal saflaştırma ve idealizasyon konusunda ise gözden kaçan şey, gelişme göstererek nihai halini alan projenin bir ütopya değil, bir test prosedürü geliştirmiş olmasıdır. Son olarak Habermas'ın Avrupa-merkezcilikle eleştirilmesi, eleştirmenine herhangi bir tikel geleneğe dayanmaksızın evrensellik koşullarını sağlayan bir müzakere olanağını sorma hakkı tanır. Fakat eleştirilerin gerekli metateorik derinlikte üretilmemesi, kavramsal ve teorik aparatlar marifetiyle etkisiz kalmasıyla ve bazen aksi yönde etki göstermesiyle sonuçlanmaktadır. Tartışmalar genellikle “veri-teori-toplum” etkileşimi içinde devinmektedir. Habermas veya eleştirmenlerinin tartışmayı,

örneğin dil veya deneyim gibi derinlikli bağlamlara taşıdığı varsayılan durumlarda bile teoriler arası bir gezinti yapıldığına işaret edilmiştir.

Sonuç olarak sözlü veya yazılı müzakere zemininde muhakeme yoluyla özgürleşiminin imkânı açıkça sorunludur. Aynı sonuç toplumun rasyonel yetiler zemininde belirlenen öznelerarası bir etkileşim düzeni olması durumunda da geçerlidir. Yani konumuzla ve araştırma sorumuzla ilgili eleştiriler göstermektedir ki tartışma tüketilmiş değildir. Fakat araştırma sorumuza yanıt vermenin öncelikli koşulu; bilim tarihi, bilim felsefesi, bilim sosyolojisi gibi yaygın metateorik düzeylerin kapasitesini aşan bir tartışma yürütmektir.

Son Notlar:

¹ Makale boyunca kitabın kamusal işlevleri bu çerçevede dikkate alınacaktır; çünkü seküler kamusallığın kuruluş ilkesi gereğince ideal durumda, ne kişisel veya kültürel çıkara ayarlanmış bir kitap ne de ancak ve ancak alt yapının belirlediği koşullarda meşru sayılabilecek bir kitap kamusalılık koşulunu sağlar. Ayrıca “seküler kamusalılık” ifadesinde seküler zaid olmasına rağmen vurgu ihtiyacıyla kullanılmaktadır. Bu ihtiyacın nedeni ise Habermas’ın postseküler toplumdan söz edecek olmasıdır.

² “Aleniyet ilkesiyle birlikte siyasal işlev gören kamu fikrinin ve onun hakiki işlevinin nasıl değişime uğradığı, kamusal tartışma ile yasa normu arasındaki -liberalizm tarafından iddia edilen- bağının çözülmesinden ve artık talep de edilmemesinden anlaşılıyor” (Habermas, 2005, s. 305).

³ Ayrıca kamusal bir alan olarak düşünülüp düşünülmemeyeceği tartışmalı olan yeni medya ortamlarında görünür olduğu veçhesiyle dini ve metafizik bağlamın mahiyeti epeyce sorunludur (Dereli, 2020; Eken, 2021).

⁴ İtaliyeli ifadenin Kant’ın ahlaki-politik özerklik ilkesi olduğu ve açıklık ilkesiyle ilişkisi fark edilecektir. Ayrıca bu ilkeyi neredeyse aynı şekilde takip eden Habermas’ın projesini söz konusu özgürleşim yönünden sosyal bilimler metodolojisi üzerinden tartışan bir eser için bkz. (Çiğdem, 2008).

⁵ Kant’ın *Yargı Gücünün Eleştirisi* Türkiye’de her ne kadar eserin içeriğiyle uyumlu olarak estetik ve doğal teleoloji bağlamında veya *Saf Aklın Eleştirisi* ile *Pratik Aklın Eleştirisi* arasındaki teorik uyumsuzluğu gideren bir araç olarak dikkate alınsa da özellikle sosyal bilimler ile ona açılım sağlayan felsefi fikirler açısından en etkili eseri sayılabilir. Özellikle Habermas’ın ilk eserlerinden itibaren etkileri araştırılması gereken bir eserdir. Örnek ve karşılaştırma için bkz. (Kant, 2020, s. 109-111; 1999, s. 35).

⁶ Eserlerinin önsözleri dikkatle okunduğunda görülür ki projenin mahiyeti bakımından bu eserler birbirine olumlu atıflar içerir; dahası Habermas bazı durumlarda vazgeçtiği bir güzergâhtan çıkarken, henüz oradayken işaret ettiği bir yola gireceğini söyler (Habermas, 2001, 1998, 2005). Ayrıca pek çok örnekten birkaçı için bkz. (Habermas, 2005, s. 14, 25, 54)

⁷ Habermas *Bilgi ve İlgî*’de “sosyal teori olarak bilgi teorisi” yolunda bir proje geliştirir ve insanın ilgi-çıkarlarını teknik, pratik ve özgürleşimci olarak ayırmak suretiyle psikanalizi “self-refleksiyon olarak bilim” formülüyle sunar (1972).

⁸ Tekniğin üretim ve açıklamayla ilişkisi tabloda iş/emek ile karşılık bulunur. Habermas’ın çerçevesi içinde bu yalnızca ilgi-çıkarın bir boyutu olmasına rağmen indirgemecilik yaygındır. Habermas Marx’ın kendi çalışmasını naturalist bir bilim olarak sunmasının; nesne açısından insanların toplumsal olanın indirgenmesi, anlam açısından ampirik açıklamanın gayrimuşru genişlemesine katkı olarak yorumlar (Giddens, 2018, s. 160).

⁹ Güncel açıdan bu konu sosyal medya ile ilişkilendirilir. Sosyal medyanın her ne kadar Habermas’ın kamusal alan ölçütünü karşılıyor gözükse de geniş bir uzlaşma barındırmadığı ve siyasal iletişimi desteklemediği gerekçesiyle kamusal alan kabul edilemeyeceği yönünde görüşler bulunur (Dereli, 2020).

¹⁰ Kant’ın aynı yaklaşımı toplumsal tarih konusunda da geliştirdiğini belirtelim: Genelini/tümelin olmadığı durumda özelin/tikelin bilgisi değilse de düşünülmesi; refleksif yargı gücü marifetiyle ideal bir tripleştirme yoluyla sağlanır ve ampirik verilerle desteklenir.

¹¹ Örneğin açıklama yoluyla yeniden inşa projesinin güçlendirmek istediği kamusallığın, dini-kültürel yerellikler yerine seküler evrenselliği öne çıkardığı eleştirilerinin, Habermas’ın postseküler toplum teziyle birlikte erimek durumunda kaldığı malumdur (Karaarslan, 2015).

¹² Günümüze yakın başka bir örneği Benton ve Craib veriyor (2008, s. 150): Akademisyenlerin ilgi-çıkarlarının ürünü iletişim rasyonalite kolektif akademik/entelektüel çalışma biçiminde gelişebilir; fakat araçsal rasyonalite dönüşerek öylesine dolaylı bir yoldan nüfuz edebilir ki bizzat akademisyenin konum-rol bağlamı onu bu ilginç rasyonalite türünün dayatmasına açık hale getirir.

¹³ Habermas KYD’nin Weber’in çalışmalarını anımsatan ilk izleniminin aksine toplumsal tarihin tasviriyle değil, burjuva kamusallığının diyalektiğiyle ilgili olduğunu; böylece ideoloji eleştirisi olmakla birlikte tarihsel materyalizmin klasik varsayımlarının tekrarı olmadığını söyler (Habermas, 2005, s. 38-39). Bir vesileyle total kavramlara dayanan Hegelci-Marksist düşüncenin zaaflarından söz ettiğinde, bu düşünceyle arasındaki mesafenin zaman içinde KYD’de olduğundan daha fazla arttığını söyler (Habermas, 2005, s. 30). Habermas burada “işlevsel ayrışmalara uğramış bir toplumun bütüncül toplum tasarımlarına sığmadığını” vurgular.

¹⁴ Habermas eleştirel sosyal bilimlerin metodolojik temellendirmesine giriştiği her çalışmada belirgin bir tutum olarak Amerikan pragmatizmini benimser ve ampirik bilim ile hermeneutik bilim arasındaki karşıtlığı eleştirel projede bir araya getirir (Baert, 2017, s. 130).

¹⁵ “Habermas’ın radikal çok kültürlülükle radikal sekülerizm arasındaki çatışmayı önleme teklifi, bir taraftan yabancı sivil azınlıkları sivil topluma dâhil ederek onlarla diyalog kurma ve diğer taraftan da hükümeti alt kültürlerle açarak üyelerinin siyasi hayatta aktif olmalarını teşvik etmesi şeklinde anlaşılabilir” (Turner, 2012, s. 214).

Kaynakça

- Baert, P. (2017). Jürgen Habermas. B. S. Turner ve A. Elliott içinde, *Çağdaş Toplum Kuramından Portreler*. (B. Özkul, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Benton, T. ve Craib, I. (2008). *Sosyal bilim felsefesi*. (Ü. Tatlıcan ve B. Binay, Çev.). Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Berman, M. (2006). *Katı olan her şey buharlaşıyor*. (B. Peker ve Ü. Altuğ, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Calhoun, C. (1992). *Introduction: Habermas and the public sphere*. C. Calhoun içinde, *Habermas and The Public Sphere*. Massachusetts: The MIT Press.
- Çiğdem, A. (2008). *Akıl ve toplumun özgürleşimi: Jürgen Habermas üzerine bir çalışma*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dereli, M. D. (2020). *Sanala veda: Sosyal medya ve dönüşen dindarlık*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Eken, M. (2021). *Çevrim içi dindarlık: M neslinin inanç pratikleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Giddens, A. (2018). Jürgen Habermas. Q. Skinner içinde, *Çağdaş Temel Kuramlar* (A. Demirhan, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (1972). *Knowledge and human interests*. (J. J. Shapiro, Trans.) Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1974). The public sphere. *New German Critique*, (3), 49-55.
- Habermas, J. (1981). Modernity versus postmodernity. *New German Critique*, (22), 3-14.
- Habermas, J. (1998). *Sosyal bilimlerin mantığı*. (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel eylem kuramı*. (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Habermas, J. (2005). *Kamusalığın yapısal dönüşümü*. (T. Bora ve M. Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2008). *Notes on a post secular society*. <http://www.signandsight.com/features/1714.html> adresinden alındı.
- Habermas, J. (2010). *İdeoloji olarak teknik ve bilim*. (M. Tüzel, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kant, I. (1999). *Pratik aklın eleştirisi*. (I. Kuçuradi, Çev.). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kant, I. (2020). *Yargı yetisinin eleştirisi*. (A. Yardımlı, Çev.). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Karaarslan, F. (2015). Postseküler din halleri: Dinin dijitalleşmesi. M. Çamdereli, B. Ö. Doğan ve N. K. Şener (Dü.) içinde, *Medya ve Din 2* (s. 13-44). İstanbul: Köprü Kitapları.
- Topakkaya, A. (2020). *Antik Yunan’dan günümüze hermeneutik*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Turner, B. S. (2012). Postseküler toplumda din. (Ö. Güngör, Çev.). *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 12(3), 199-224.
- Vandenbergh, F. (2016). *Alman sosyolojisinin felsefi tarihi*. (V. S. Öğüt, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Public Sphere and Books: A Metatheoretical Observation on *The Structural Transformation of Public Sphere*

Sedat DOĞAN

Extended Abstract

Is it possible for the subjects determined by their rational faculties to be considered as a society within an intersubjective interaction order limited by these faculties? If such a thing is possible, it is clear that this society can experience practical learning as emancipation within a deliberation limited by rational faculties. This issue is related to some of the arguments put forward for the grounding of the public sphere in the process that modern secular discourse has declared religious and metaphysical tradition illegitimate.

A kind of space-object relationship is in effect between the public sphere and rational opinions. These opinions relate to each other through books and contribute to deliberation. It is assumed that this relationship emerges in the secular public sphere and is based on the “principle of publicity” in terms of the nature of the arguments in the deliberation processes. This means that the core of modernity as an unfinished project is the idea of autonomy. This idea is a founding argument that the public sphere, as a space of interaction between rational subjects, should not be thought of as the space of any closed judgment. In other words, it is not possible to deliberate on moral and social issues by people whose minds and wills are predetermined by any good-evil catalog.

Within this framework, the public function of books is the contribution of open rational discussion to social learning for the development of society. However, even under the assumption that the author acts as a public body, any book is subject to the infrastructural processes based on the state-economy relationship with which it relates in terms of both printing and legitimacy. As it is noticed, the question is directly related to the main causality debates in social sciences such as macro-micro, structure-agent, substantialism-rationalism, that is, with the methodology of social sciences. According to Habermas the emancipation of reason and society can only happen when rational subjects who meet on the ground of communicative action to overcome these dualities construct the law to which they will obey.

Based on this background, we try to discuss our research question through Habermas in this paper. For this, we (i) relate the relationship between the public sphere and books with Habermas’s work called *The Structural Transformation of the Public Sphere*, which has become a classic in the field, and (ii) try to obtain a picture in terms of the public functions of books. In this context we can determine three public functions of books that can be mentioned: technical, practical, and reflexive. When this description and interpretation is combined with the current Habermas criticisms, it can be perceived that there is a problem in terms of the public functions of books. Since the criticisms of Habermas does not go deep enough from a metatheoretical point of view, it does not solve the problem even though it gives us an intuitive attitude towards our research question. Habermas, with his expanding interest and his systematic perspective based on a pragmatic synthesis, has developed a dynamic description that has the capacity to dissolve criticism at this level. This means that it seems difficult to get a positive answer to our research question hastily.

First of all, criticisms of the empirical data have a supportive function within his project that has not changed in terms of its basis. Therefore, criticism of empirical problems strengthens rather than undermines the project. It is possible to see this through the development of the project from the first work to the last work. Secondly, theoretical criticisms are very functional to enrich Habermas’s perspective because of the dynamic nature of the world picture he draws. For example, criticism about his philosophy of subject-centered consciousness prompts Habermas to construct a theory of communicative action on the basis of language without delay. Moreover, he constructs it by taking into account both his previous theory and its criticisms. As a matter of fact, the point it has reached in the theory of communicative action is not an unrealistic utopia, but a test procedure that will test its interlocutors. Thirdly, Habermas was criticized for his Eurocentrism which characterized his project. But even when these criticisms are accepted, Habermas reserves the right to ask his opponents about the reflexive capacity of any particular tradition to support deliberation without recourse to domination.

In short, the available literature means that the research question at the beginning of the article can be answered negatively; but only intuitively. It is clear that the critiques need to be fed with broadened and deepened attention through world, language, and experience.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütölmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed



MEDIAAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ARAşTIRMA MAKALESİ | RESEARCH ARTICLE

Aralık 2021, 4(2), 367-379

Geliş: 24.12.2021 | Kabul: 30.12.2021 | Yayın: 31.12.2021

DOI: 10.47951/mediad.1041304

“Hakikat” Kavramının Dönüşümü: Bir Tarihsel Sosyoloji Denemesi

Fatmanur ALTUN*

Öz

“Hakikat” entelektüel ağlarda ve gündelik dilde en sık başvurulan kavramlardan biridir. Bu durumun ortaya çıkmasında, sıradan insanlardan toplum liderlerine kadar hemen hemen herkesin, kendilerini ve pozisyonlarını, bir biçimde hakikat ile ilişkili olarak açıklama istekleri etkilidir. Neredeyse içgüdüsel olan bu yönelim hakikatin tarih boyunca da en fazla atıf alan kavramlardan biri olmasına neden olmuş, hakikatin nasıl elde edileceğine, hakikatin kaynağının ne olduğuna ve hakikati elinde bulunduran merciinin keyfiyetine ilişkin anlaşmazlıklar ve uzlaşlar tarih boyunca ortaya çıkmıştır. İnsanoğlunun hakikate sahip olmak yahut hiç değilse onun yanında saf tutmak şeklindeki bu içgüdü, günümüzde de varlığını korumaktadır. Hakikat üzerine sayısız açıklama ve tartışmalar devam etmekte ve bu tartışmaların siyasal, toplumsal sonuçları ortaya çıkmaktadır. Özellikle 1970’li yıllardan itibaren yoğunluğu artan bu tartışmalar, günümüzde adeta “hakikatin sonu” çağrıları eşliğinde yürütölmektedir. Belge analizi ve literatür taraması yöntemi ile hazırlanan bu çalışma, özellikle internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve sosyal medya gibi araçların yaygınlaşması ile güncel ve evrensel bir problem olarak görölmeye başlanan “hakikat” sorunsalının tarihsel bağlamını tartışmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın savı, insanlığın ortak hakikatler etrafında buluşamıyor olmasının siyasal sonuçlarının olduğu ve hakikat tartışmasının günümüz eko-politik atmosferinden bağımsız olmadığı şeklindedir.

Anahtar Kelimeler: Hakikat, Postmodernite, Aydınlanma, İnternet

Transformation of the Concept of “Truth”: A Historical-Sociological Review

Abstract

“Truth” is among the most frequently used concepts in intellectual networks as well as everyday language. It originates from the fact that practically everyone, from ordinary people to society’s leaders, is eager to explain themselves and their positions in respect to the truth in some way. This almost instinctual proclivity has resulted in truth being one of the most often cited concepts throughout history. Yet, throughout history, there have been disagreements and consensus over the path to truth, the source of truth, and the conditions of possessing the truth. This human instinct to possess or at the very least take a side with the truth persists to the present day. Numerous explanations and discussions about the truth continue, with political and social implications. These discussions intensified particularly since the 1970s and continue to the present day, accompanied by calls for an “end of truth”. This study, conducted with document analysis and literature review methods, intends to address the continuing discussion about “truth”, which centers on the concept of truth and has garnered widespread attention due to its evident political and social implications. This study argues that humankind’s failure to unite around universal truths has political implications. Therefore, one cannot consider the discussion about truth in isolation from the current contemporary eko-political climate.

Key Words: Truth, Postmodernity, Enlightenment, Internet

ATIF: Altun, F. (2021). “Hakikat” kavramının dönüşümü: Bir tarihsel sosyoloji denemesi. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDIAD)*, 4(2), s. 367-379.

1. Giriş

Hakikat, tarih boyunca insanlığı en fazla meşgul eden kavramlardan biri olmuştur. Olayların, eşyaların ve canlıların iç yüzünü anlamakla ilgili çabaların bir biçimde hakikat kavramı ile yollarının kesiştiği ve başta felsefe olmak üzere insan bilgisinin hakikati, tanımlamak üzere işe koşulduğu görülmektedir. Bu çerçevede ortaya çıkan tanımların siyasetten, gündelik yaşama kadar insanlık durumları üzerinde derin etkileri ortaya çıkmıştır.

Türk Dil Kurumu, hakikat sözcüğünü “gerçek” ve “gerçeklik” kelimeleri ile karşılamaktadır (“Hakikat” Maddesi, 2021). Oxford Sözlüğü ise hakikati, herhangi bir şey hakkında, icat edilenlere yahut tahmin edilenlere değil vakalara (fact) dayalı gerçekler olarak açıklamaktadır (Oxford Sözlüğü, 2021). İnsanoğlunun hakikatle kurduğu ilişki, yeryüzündeki macerasını tanımlayan kozmik bir ölçüt halindedir. Zira insanoğlu hakikati kimi zaman talep etmekte kimi zamansa reddetmektedir. Bu durum bilginin geçmişe kıyasla giderek fazlaştığı, hızla “enformasyon/bilgi toplulukları” (Castells, 2010)¹ haline dönüştüğümüz ve adeta bilgi okyanuslarında yüzdüğümüz günümüz dünyasında son derece karmaşık problemlerle insanlığı karşı karşıya getirmekte, hakikatin reddedilmesi olarak anlaşılabilir toplumsal bir temayül ortaya çıkmaktadır. Özellikle 1960’lı yıllarda Kıta Avrupası’nda gündeme gelen post-yapısalcılık dalgasının etkisiyle, 1970’li yıllarda Amerikan üniversitelerinde tartışılmaya başlanan ve kısa süre içinde tüm dünyayı etkisi altına alan postmodernizm akımı ve onun önermesi olan “hakikatin müphemliği” yaklaşımı, insanlık tarihinde zaman zaman karşılaşılmış olan bu bakış açısının en yakın tarihli temsili olarak karşımıza çıkmaktadır. Postmodern felsefecilerin, günümüzde insanlığın hakikatle kurduğu çetrefilli ilişkinin entelektüel tarafını temsil ettikleri düşünülmektedir.

Elbette postmodernite kavramının bir toplumsal eleştiri ve çözümleme aracı olarak ortaya çıkmasının sosyo-politik ve sosyo-kültürel bir bağlamı vardır. Postmodernite, Aydınlanma hareketi ile 17. Yüzyıldan itibaren temelleri atılmaya başlanan Batı modernitesinin doğal bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır ve hakikat bağlamındaki bakış açısının kökeni, Aydınlanmacı aklın, insanoğlunu, “hakikatin kaynağı ve ölçüsü olarak” konumlandırmasından bağımsız değildir. Başlangıçta “les philosophes” olarak anılan felsefecilere özgü görülmüş olan hakikatin kaynağı ve ölçüsü olma durumu, modernitenin yaygınlık kazanması ile sıradan insanların da talep ettiği bir hakka dönüşmüş, bu durum “postmodern durum” olarak anılan tarihsel anı ortaya çıkarmıştır. Bugün post-truth vb. tartışmalarla çerçevelenmeye çalışılan olguların, bahsi geçen vasattan beslendiği düşünülmektedir. Sosyal medyadaki kullanıcı etkinliği yaklaşımı ile ortaya çıkan görünüm ise bunun kanıtları gibi.

Elinizdeki çalışma, özellikle internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve sosyal medya gibi araçların yaygınlaşması ile güncel ve evrensel bir problem olarak görülmeye başlanan “hakikat” sorunsalının tarihsel bağlamını tartışmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede Aydınlanma ile ortaya çıkan “hakikatin kaynağı ve ölçüsü olarak insan” anlayışının, postmodernite ile öngörülmemen bir aşamaya evrilerek kaynağı demokratikleştirdiği, herkesin kendi hakikatine sahip olabildiği bir dünyanın kapılarının bu anlayışın doğal bir sonucu olarak açıldığı ve “alternatif hakikatler” söyleminin bizzat hakikat kavramını ve olgusunu tartışmaya açtığı iddia edilmektedir. Bu makalenin ortaya çıkmasına imkân sağlayan tez ve fikirler belge analizi ve literatür taraması yöntemleri marifetiyle varlık bulmuştur. Elinizdeki çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Aydınlanmacı Zihniyet ve Hakikat Tasavvuru adını taşıyan birinci bölümde hakikatin modernite öncesi bağlamı ele alınarak, Aydınlanma ile birlikte hakikat kavramının algılanışında nasıl bir değişikliğin ortaya çıktığı ele alınacak ve “ölçüsü aşkın olan hakikatten, ölçüsü insan olan hakikate geçiş”in tarihsel dinamikleri açıklanmaya çalışılacaktır. “Postmodern Durum” adını taşıyan ikinci bölümde ölçüsü insan olan hakikat anlayışının nasıl kitleleştiği ve herkesin kendi hakikatine tutunmayı seçmesinin, modernite ile ortaya çıkan büyük anlatıları nasıl etkilediği tartışılacaktır. “Hakikat”ın Dönüşümü adını taşıyan üçüncü bölümde ise değişen hakikat yaklaşımının bireyleri nasıl atomize hale getirerek “kapitalizmin yeni aşaması”nı başlattığı konusu üzerinde durulacaktır.

2. Aydınlanmacı Zihniyet ve Hakikat Tasavvuru

Dünya var olduğu günden beri hiç durmaksızın değişmektedir. Tabiat ve fiziksel çevre, bir taraftan mekânı yöneten kurallar tarafından değiştirilirken diğer taraftan da üzerinde yaşayan canlılar tarafından şekillendirilmektedir. Bu türden değişimin en önemli mimarı hiç şüphesiz ki insanoğludur. İnsanoğlu yeryüzündeki macerasının başlangıcından bu yana en temelde iki meseleyi çözmek zorunda kalmıştır; var olabilmek ve varlığını idame ettirebilmek. Şartlar değişse de bu iki mesele insanoğlunun tarih boyunca değişmeyen meseleleri olarak kalmıştır ve tarih dediğimiz olaylar serisinin en önemli dinamikleri olagelmıştır.

Doğa şartları ve vahşi hayvanlar karşısında hayatta kalabilmek, besin temin edebilmek, neslini devam ettirebilmek, ortaya çıkan anlaşmazlıkları çözebilmek gibi meseleler ve bunların çözümleri etrafında maişet/geçim yolları ve yaşam biçimleri ortaya çıkmıştır. İnsanoğlunun yeryüzündeki macerası sürdükçe biriktirdiği bilgi ve tecrübe artmış, bunlara bağlı olarak kümülatif bir yaşam deneyimi ortaya çıkmıştır. Bu yaşam deneyi-

mi, en temelde giderek genişleyen ve karmaşıklaşan bir toplumsal ilişkiler ağı şeklinde ortaya çıkmıştır. Bu ağ, tarihin uzun yıllara sâri bağlamı içinde tarıma, tekniğe, yazıya, kültüre, dine, farklılaşan üretim ilişkilerine ev sahipliği yapmış ve insan deneyiminin zenginliğinin bir göstergesi olarak nesilden nesile aktararak gelişmeye devam etmiştir. Bu gelişme, bilinen tarihimiz içinde son derece yavaş bir seyirde ilerlemiş ve insan topluluklarının değişimin hızına yetişememesi gibi sorunları genelde olmamıştır. Bu durum son iki yüzyılda değişmiştir. Dünya, sürati giderek artan bir değişim, dönüşüm içindedir ve insanoğlu tarihinde belki de ilk defa değişimin uğultusunu bu denli duymakta, değişen toplumsal topoğrafyayı takip etmekte zorlanmakta ve değişimin hızı karşısında çaresizlik hissetmektedir.

İnsanlığın ortak tarihi için anlamlı bu dönüm noktasının başladığı yer Kita Avrupası'dır. Amerika kıtasını da etkisi altına alarak büyüyen bu deneyim, tarihsel olarak Aydınlanma (Aufklärung (Alm.) / (İng.) Enlightenment/ (Fr.) Eclaircissement) tecrübesidir. Ahmet Çiğdem'e göre; Aydınlanma denildiğinde 18. Yüzyılda hem Amerika'da hem de Avrupa'da etkili olan, geleneksel olarak İngiliz Devrimi ile başlatılıp, Fransız Devrimi ile bitirilen felsefi bir hareket ve sürece atıf yapılmaktadır. Bu hareketin temel amacı, insanları köleleştirdiği ve özünde "kötü" olduğu düşünülen hurafelerden, mitlerden ve bunları temsil eden kurumlardan, bu kurumların temsilinde yaşayan eski düzen'den (ancien regime) kurtarmak, özünde "iyi" ve "özgürleştirici" olan "akıl düzeni"ne sokmaktır. Ne var ki bu hareket felsefi bir hareket olmasının yanı sıra özgüllüğünü sadece ve gerçek anlamda felsefi bir karakter taşımasından almaktadır. Aydınlanma, bir yönüyle hem dolaylı siyasal ve toplumsal sonuçları itibarıyla hem de akılsal devrim denilen oluşumun altyapısını oluşturarak "modern toplum"un biçimlenmesine katkı yapmış, (Çiğdem, 1993, s. 11) bize göre büyük oranda politik bir harekettir. Çiğdem, Aydınlanma'yı günümüz politik ve toplumsal yapısına etkileri devam eden 1789 olayları ile kıyaslamaktadır. O'na göre; Fransız Devrimi'nin, çağdaş dünyanın yapısına ve işleyiş tarzına geri çevrilmez formasyonlar katması gibi Aydınlanma da şimdi ve burada kurgulandığı şekliyle, modernitenin bilincini yoğuran bir etken olarak çağdaş dünyanın felsefi ve ontolojik kendini anlamasında inkar edilemez bir rol oynamaktadır (Çiğdem, s. 13). Bu rolü oynayan zihniyetin temsilcileri ise "Edinburgh'dan Napoli'ye, Paris'ten Berlin'e, Boston'dan Philadelphia'ya kültür eleştirmenlerinden, şüphecilerin ve siyasal reformculardan" (Çiğdem, s. 17) müteşekkil, "felsefi bir sistem geliştirme konusunda ne istekli ne de başarılı, söylediklerinin bir cemaat-içi söylem olmasından çok, kamuya ulaşmasından yana, dolayısıyla belli bir felsefi dil kurma yerine, var olan dili felsefe için araçsallaştıran, ne ateist ne de teist ama bazen deist bazen pagan, temel inancı insanın yeryüzündeki hayatının kursosuzlaştırılması dışında da bir inancı olmayan, korku ve miti aşılması gereken uğraklar olarak görüp, kendileri birer korku ve mit imgesi haline dönüşmüş "aydınlanmış despotlara" bir tür put-kırıcı gözle bakan, kimi Diderot gibi ölüncüye kadar kendi ilkelerine ve zeminine sadık, kimiye Voltaire gibi her an ve tehlike karşısında ilkelerinden vazgeçmeye, hiç değilse gözden geçirmeye hazır, politik otoriteyle ne barışık ne de büsbütün küs, kah 18. Yüzyılın "yaramaz çocukları" kah "akıl imparatorluğunun saygıdeğer üyeleri "les philosophes"dir (Çiğdem, s. 16-17).

Peter Gay, bu filozofların, içinde yaşadıkları zamanın ve toplumun değer yargıları ile tam bir uyum içinde olmadıklarını bazı örnekler üzerinden aktarmaktadır. Buna göre; Aydınlanma felsefecileri çilecilikten nefret etmekte ve şehvi duyguları olumlamaktadır. Rousseau'nun hayatı boyunca pişmanlığını çektiği mazoşistik zevkleri olmuştur; Hume'un Fransa'da gayrimeşru bir ilişkisi vardır; genç Benjamin Franklin "düşük kadınlarla entrikalara karışmış" ve gayrimeşru bir çocuk sahibi olmuştur; Diderot metresini bazı şeylere alıştırmak düşüncesiyle pornografik bir roman yazmıştır, Le Mettrie bir oburdur. Prusya sarayında bozuk bir pasta yedikten kısa süre sonra ölmüştür ve patlayarak öldüğü dedikodularının arkası kesilmemiştir; Voltaire'in yeğeni ile yaşadığı uzun ve tutkulu aşk ise 18. Yüzyılın en iyi saklanan sırlarından biri olmuştur (Gay, 1966, s. 8-9).

Aydınlanma hareketini ortaya çıkaran, içeriklendiren, taşıyıcılığını yapan, pek çoğu gerçek anlamda filozof bile olmaya ve birçoğunun kişisel hikayeleri nedeniyle de topluma tam olarak uyum sağlayamadıkları anlaşılan, gevşek, disiplinsiz bir koalisyondan (Çiğdem, 1993, s. 16-17) oluşan bu topluluğu birbirine bağlayan ve ortak hareket etmelerini sağlayan bir program mevcuttur. Bu program Çiğdem'in Gay'den aktardığı cümlelerle;

Sekülerizm ve insanlık, kozmopolitanlık ve bir yığın formlarda (keyfi iktidardan bağımsız hareket etme, konuşma, ticaret, bireyin yeteneklerini gerçekleştirme, estetik yaratım, bir kelimeyle, herhangi birinin dünyadaki yolunu kendisinin bulması hürriyeti) ortaya çıkan hürriyet programıdır (Çiğdem, s. 16-17).

Bahsi geçen hürriyet programının en önemli ögesi ise geçmişten ve özellikle de Hıristiyanlıktan keskin bir kopuştur. Gay bu kopuşun iki önemli motivasyonu olduğunu düşünmektedir. Bunlar eleştiri ve güçtür. Buna göre; Aydınlanma çağı filozofları, otonomi için diyalektik bir mücadele vermişler ve tevarüs ettikleri iki geçmiş olan Hıristiyan ve pagan geçmişi asimile etmeye çalışmışlardır. Bu iki geçmişi birbirlerine düşürerek kendi bağımsızlıklarını güvence altına alabileceklerini düşünmüşler, özellikle de Hıristiyan mirası ile hesaplaşmak için klasik antikitenin putperestliğine bağımlı yeni bir putperestlik icat etmişlerdir. Bu putperestlik Hıristiyan dogmasından olduğu kadar klasik düşünceden de özgürleşmiş bir modern zaman putperestliğidir (Gay, 1966, s. XI).

Gay’in “modern paganlık” olarak adlandırdığı bu program, sonraları Aydınlanma olarak adlandırılacak hareketin hem müntesiplerini hem de geniş kitleleri ortak bir zeminde buluşturmaya başaran cezbedici bir kavramsal paketleme olarak hürriyet fikrini kitlelere yaymayı başarmıştır. Son derece örgütlü ve siyasal ajandası belirgin olan bu hareket, yüzeyde felsefi, düşünsel bir hareket gibi görünerek, ruhban sınıfı ve aristokrasinin hakimiyeti ile karakterize olan Avrupa’nın o dönemdeki hâkim politik-toplumsal yapısına yönelik dönüştürücü politik ajandayı başarılı bir biçimde gizlemiştir. Hareketin başını çeken “les philosophes” in başta burjuvazi olmak üzere örgütlü yapılardan hatırı sayılır bir himaye ve finansman desteği aldığı görülmektedir.

Öyle ki, Ulrich Im Hof’a göre, aydınlanma sadece düşünürlerin, filozofların, yazarların ve zamanla uyum halinde ve onun içinde etkin olan tek tek herkesin ilgilendiği değil, özellikle örgütlü ve örgütsüz toplulukların da ilgilendiği bir konu olmuştur. Çoğunlukla dost çevreleri olarak başlayan bu topluluklar ya zamanla akademi vb. yapılar haline dönüşerek kurumsallaşmışlar yahut mason locaları gibi halihazırda örgütlü halde bulunan yapıların desteğini arkalarına almışlardır. Akademiler ve cemiyetler başta olmak üzere zamanla örgütlü hale gelen yapılar hızla büyümüş, örneğin Almanya’da 18. yüzyıl başında sadece iki olan akademi sayısı yüzyıl sonunda bir düzineyi bulmuştur. Benzer şekilde Avrupa’da kamu yararına çalışan ilk cemiyet 1723 yılında Edinburg’da kurulmuşken, Fransız Devrimi’ne kadar Avrupa ve Avrupa dışında olanlarla birlikte bu sayı yüz elliye bulmuştur.

Bunlara ek olarak salonlar da Avrupa’nın düşünce ikliminin belirlenmesi noktasında hatırı sayılır işlevler görmüşlerdir. 18. Yüzyıl sonunda başta İngiltere, Fransa ve Almanya’dakiler olmak üzere Avrupa’nın etkin başkentlerinde filozofların himaye edildiği ve tartışmalarına zemin sağlayan birçok salonun varlığı bilinmektedir. Salon kültürünün başladığı Fransa’da 17. Yüzyıl sonlarında soylu ve büyük burjuva kadınlarının, toplumsal iletişimin günlük boşboğazlıklarına dalarak değil, belirli içerikleri olan konular hakkında tartışarak gevezelik etmek ve konuşmak için özel kişileri, arkadaşları ve tanıdıkları, belirli tarihlerde evlerindeki salonlarında kabul etmeye başlamaları ile ortaya çıkan bu gelenek, 18. Yüzyılda bütün Avrupa’yı etkisi altına almıştır. Yüzyıl sonunda Almanya’da bazıları Yahudi kadınlar tarafından yönetilen, “önemli genç delikanlıların ve genç erkeklerin hepsinin, tıpkı bir sihirle içine çekildiği” pek çok salonun olduğu bilinmektedir. Salonlar edebiyat kulüplerine, bunlar da örgütlü okuma gruplarına kaynaklık etmişlerdir (Hof, 1995).

Pek çok farklı entelektüel kişiliğin, “eski düzen” ile mücadele fikri etrafında bir araya geldiği bu filozoflar koalisyonuna hem zihinsel hem finansal hem de mekânsal anlamda destek olan ve fikirlerinin taşıyıcılığını yapan yapılar ise çeşitli olmuştur. Bunların başlıcaları cemiyetler, akademiler, salonlar, edebiyat kahveleri, okuma toplulukları, gönüllü hayır cemiyetleri ve ekonomik topluluklar, masonlar, dergiler ve kitaplardır (Hof, 1995, s. 102-148). Avrupa, bahsi geçen bu yapıların finansal desteği ve himayesi altındaki düşünürlerin çabaları ile kısa sürede büyük bir değişim, dönüşüm süreci içine girmiştir. Bu nedenle Aydınlanma hareketini ciddiyle koordine edilen ve devasa kaynaklarla finanse edilen uluslararası politik bir hareket olarak tanımlamak mümkün görünmektedir.

Bu hareketin özellikle 1789’da elde ettiği ilk büyük siyasi başarıdan sonra Avrupa’daki bütün geleneksel yapıları birer birer hedef aldığı ve değiştirdiği tarihin iyi bilinen vakalarından biridir. Avrupa’da büyük bir devrimler çağını açan olaylardan sonra Kilisenin ve aristokrasinin iktidarı sona ermiş, burjuvazi Avrupa toplumsal yapısının hâkim sınıfı haline dönüşmüş ve bütün kurumları ve toplumsal mekanizmalarıyla bugün bildiğimiz modern Batı medeniyeti ortaya çıkmıştır. Teoman Duralı’ya göre; ‘bengisu’yunu Doğaüstü pınardan temin etmediğini öne sürerek 16. yüzyılın sonlarından itibaren tarih sahnesine çıkan ilk ve tek medeniyet, bahsi geçen Aydınlanma hareketinin kaynaklık ettiği bu medeniyettir. Bu medeniyet baştan aşağı felsefeleşmiş bir medeniyet olmakla birlikte, felsefenin ana odağı olan metafiziğini, özellikle 17. Yüzyılın sonlarından itibaren, din temeline dayandırmayı reddetmiştir. Hayatın en üst değerleri olan ve aslen dini terimler olan akıl ve vicdanı başlı başına bağımsız birimler olarak ele almış ve kendinden menkul hakikatler olarak kabul etmişlerdir. Böylece vahiy çeşidinden doğaüstüne uzanan bağları kesmişlerdir. Bu tasavvur için akıl neye dayanır sorusunun cevabı yine aklın kendisidir (Duralı, 2000, s. 40). Bu aşamadan sonra “hakikatin kaynağı da ölçüsü de Tanrı değil, insanoğlu” olarak kabul edilmiş ve bu kabulün insan yaşamı üzerinde dramatik etkileri ortaya çıkmaya başlamıştır.

2.1. Ölçüsü Aşkın Olan Hakikatten, Ölçüsü İnsan Olan Hakikate

Modernite öncesi dünyada insanların hakikatle kurdukları ilişkinin en önemli parametresi doğada ve insan yaşamı içinde çalışan bilgiye erişebilmek olmuştur. Çünkü insanoğlunun açlık ve hastalıklarla mücadele edebilmesi, barınak inşa edebilmesi, şehirler kurarak ve toplu yaşamının yollarını keşfederek güvenliğini temin edebilmesi, ürünlerini koruyabilmesi ancak tabiatla çalışan bilgiyi elde edebilmesi ile mümkün olmuştur. Aynı şekilde insanoğlu, toplumsal tecrübeye ve tarihsel örüntülere dayanan bilgiyi toplayarak kendisine bir yol haritası belirleyebilmiş ve böylece gereksiz savaşlardan ve çatışmalardan kaçabildiği kadar kaçarak kaynaklarını ve enerjisini hayatta kalma mücadelesine yönlendirebilmiştir. Öte taraftan modern insanın, hakikatle son derece dolaylı bir ilişkisi vardır. Bunun en önemli nedenlerinden biri; insanların, modern üretim ilişkileri içinde

ortaya çıkan son ürün ile emekleri arasındaki bağlantıyı kurmaktan yoksun bırakılmış olmalarıdır. Marx'ın "yabancılaşma" olarak adlandırdığı bu süreç insanoğlunun hangi eylemlerinin anlamlı, yararlı sonuçlar ürettiğini hangi eylemlerinin ise yıkıcı sonuçlar ürettiğini görmesini zorlaştıran bir faktördür. Yıkıcı eylemleri için hemen bedel ödemeyen insan, emeğinin karşılığı olarak hak ettiği tatmin duygusunu yaşamaktan da büyük oranda uzaklaştırılmıştır. Karmaşık iş süreçleri içinde emeğinin tam olarak neye tekabül ettiği bilgisinden yoksun bırakılmaktadır. Bir kalem fabrikasından çalışan işçi, son ürün olarak ortaya çıkan kalemin hangi parçasını ürettiğini bilemediği için, son ürüne yani kaleme baktığında, bunu benim eserim diyememektedir. Bu durum insanları sadece eylemlerinin sonuçlarından habersiz hale getirmemekte aynı zamanda hakikatle bağlarının da zayıflamasına neden olmaktadır.

İnsanoğlu, tarihin başlangıcından itibaren hakikatin ya aşkın güç tarafından kendisine verildiğini yahut hakikatin kaynağının aşkın bir güç değil yine kendisi gibi insan yahut insanlar olduğunu düşünmüştür. Her iki ilişki biçiminde de hakikat insan yaşamını belirleyen ve ona nasıl yaşaması gerektiğini söyleyen temel başvuru kaynağı olarak dini/manevi duygularla ilişkili olarak varlığını sürdürmüştür. Hakikatin aşkın güç tarafından verildiğine inanan insanlar, ilkel dinlerden başlayarak semavi dinlere kadar uzanan kurumsal dinin sınırları içinde hareket etmişlerdir. Öte yandan hakikati yine kendisi gibi insanlardan aldığı düşününler ya hakikati elinde tuttuklarını düşündükleri insanlara zaman içinde tanrısal özellikler atfetmeye başlamış yahut bu insanlar bizzat Tanrısal bir role talip olmuşlardır. Pozitivizm gibi kendisini tamamen akılla açıklayan bir felsefi görüşün, bizzat kurucusu tarafından, Orta Çağ'da Hıristiyanlığın oynadığı rolü endüstri toplumunda oynamasını bekleyerek, "insanlık dini" adında yeni bir din olarak kurgulaması (Wernick, 2003) antik Mısır'ın "insan tanrı"ları olan Firavunlar, tarihte zaman zaman ortaya çıkan ve takipçilerinin ilahi güç atfettikleri kimi siyasi/askeri figürler, günümüzde hatırı sayılır kalabalıkları peşinden sürükleyen New Age dinler yahut adeta dinsel topluluklara dönüşen kimi hayran kitleleri, bahsi geçen durumun örnekleri arasında yer almaktadır. Modernitenin ortaya çıkışından önce, Hıristiyanlığın, özellikle Orta Çağ'daki en güçlü olduğu dönemden itibaren Avrupa üzerindeki etkisi ve diğer iki semavi din olan İslamiyet ve Musevilik'in dünyanın geniş coğrafyalarını ve nüfusunu ilgilendiren etkileri ise tartışılmazdır. Hakikatin insanlara, insanlardan bağımsız aşkın bir merci tarafından doğrudan yahut doğanın içine gizlenmiş olarak verildiğinin kabul edildiği modern öncesi dünyada, hakikatin zamana, şartlara, kültüre ve teknolojiye göre biçimsel farklılıklar taşıya bile özde aynı kaldığı kabul edilmektedir. Zira ne aşkın olanın mahiyeti ne de doğanın yasaları değişmektedir. Ancak Aydınlanma hareketinin tüm dünyadaki askeri, siyasi başarılarından sonra tüm dünya sathında hakikatin kaynağı ve ölçüsü olarak aşkın olanı gören anlayış, tüm dünya sathında aşınmaya başlamıştır. Bunun yerine Aydınlanmacı aklın üretmiş olduğu "hakikatin kaynağı ve ölçüsü olarak insan" anlayışı yerleşmiştir. Bu kabulün en dolaysız sonucu "zamana ve şartlara göre değişen hakikat" anlayışının zemin kazanmaya başlaması olmuştur. Çünkü insanoğlu içinde yaşadığı şartlara ve zamana göre değer yargılarını değiştirebilen bir canlıdır ve bir asır önce yaşayan insanlar için asla kabul edilemez görünen davranışların yahut fikirlerin bile bir asır sonrasında yaşayan insanlar için makul, hatta erdemli davranışlar yahut fikirler olarak kabul edilir hale geldiğine dair sayısız tarihsel kanıt mevcuttur.

3. "Postmodern Durum"

Modern dönemde insanoğlunun hakikatle ilişkisinde ortaya çıkan bu değişim giderek rafine hale gelmiş ve 1970'li yıllardan itibaren sanatlarda ve mimaride tartışılmaya başlanan (Kumar, 2013) postmodernite söylemi ile kristalize olmuştur. Postmodernite, içinde yaşadığımız çağın tanımlanması en zor kavramlarından biri olarak tarihe geçmiştir. Featherstone, postmodernizmin hem moda hem de tanımlanması son derece zor bir kavram olarak yerli yersiz kullanmasının sığ bir entelektüel heves olarak yaftalanabileceğini ifade etmektedir. Featherstone kavramın etrafındaki sis bulutunu şu sözlerle tanımlamaktadır:

"Modern Yerleşik Düşünceler Sözlüğü'nün de onayladığı gibi, "Bu sözcüğün hiçbir anlamı yoktur. Olabildiğince sık kullanın" (Independent, 24 Aralık 1987). Bundan on yıldan fazla bir süre önce, 1975 yılının Ağustos ayında başka bir gazete "postmodernizmin öldüğünü ve şimdi post-postmodernizmin gündemde" olduğunu ilan etmişti. Postmodernizm geçici bir modaysa eğer, bu modanın yaygınlığından kimin sorumlu olduğundan kuşku duymayan eleştirmenler de vardır: Alanı politekniklerde ve üniversitelerde masa başında araştıran günümüzün ücretli teorisyenleri birtakım akımlar icat etmek zorundadır; çünkü mesleki ilerlemeleri bu icatlara bağımlıdır: En az madencilerin ya da balıkçılarınki kadar. Ne kadar çok akım uydururlarsa o kadar başarılı olacaklardır. Başka eleştirmenlere göre ise bu stratejiler sadece entelektüel ve akademik alanlara özgü hamleler değildir; bu stratejiler "çağdaş kültürün orta yerindeki hastalık"ın açık seçik işaretleri ve barometreleridir. O nedenle "şimdilerde postmodernizm olarak bilinen kültürel ve estetik eğilimi -sanat ve mimari de, müzik ve sinemada, tiyatro ve kurmacadaki eğilimi- Batı dünyasını sürükleyen bugünkü politik reaksiyon dalgasının bir yansıması olarak kavramak için çok çaba harcamak gerekmez" (Featherstone, 2013).

Giddens ve Sutton'a göre:" postmodernite, 1970'li yıllarda gelişmeye başlayan, moderniteyi izleyen, net bir tanımı yapılamayan, çoğulcu ve kendisinden önceki modernlikten sosyal yönden farklı bir tarihsel dö-

nemdir. İlk olarak sanat ve kültür alanında ortaya çıkan postmodernliğin sosyal teoride “postmodern dönüş” adıyla adeta moda haline dönüşmesi ise 1980’lerin ortalarında gerçekleşmiştir. Mimaride Londra’daki Lloyd’s binası gibi tuhaf binaları ortaya çıkararak bir tarz gelişmiş, sinemada David Lynch gibi yönetmenlerin tuhaf dünyaların, eski moda romantizmle, ahlak anlatılarıyla, ölçsüz şiddet ve cinsel ‘sapkınlık’ın birleştirilmesi ve tarihsel dönemlerin iç içe geçirilmesiyle oluşan karmaşık anlatıları olumlanmış, kültürün ve sanatın bir çok alanında bu türden eğilimlere yol verilmiş, en sonunda 1980’li yıllardan itibaren bu akımın etkileri sosyal bilimlerde de görülmeye başlanmış ve bütün bu değişimlere “postmodern” adı verilmiştir (Giddens & Sutton, 2018).

Roland Robertson’a göre; 1950’lerin sonu ve 1960’ların ilk yarısında modernleşme tartışmaları ile birlikte postmodernite yahut postmodernleşme tartışmaları da ortaya çıkmıştır. Bu durum, modernite-postmodernite tartışmalarının bir parçası haline gelen post-endüstri tartışmalarını da beslemiştir. Robertson, postmodernite sorununun moderniteden sonra bir şey olmalı anlayışı ile ortaya çıktığını ifade etmektedir (Robertson, 1993). Alan Swingwood ise postmodernlik kavramını, tarihsel açıdan, sanayi üretimi, sınıfsal yapı ile çıkarların gerilemesini, bunun karşılığında tüketimcilik, teknolojik iletişim tarzları ve farklılaşmış statü yapısını vurgulayan post endüstriyel toplum tezi ile bağlantılı olarak açıklamaktadır. Buna göre; postmodernlik, modern kültürel alanı toplumsal alandan ayırdığı ve kitle kültürü ile eleştirel, ‘yüksek’ kültür arasında temel bir ayrılığa yol açtığı halde; popüler/ kitlesel ‘meta’ kültürünü modernist estetiğin biçimleri ile birleştirmektedir (Swingwood, 2014).

Madan Sarup’a göre postmodernizm, baskıcı, bütünlüklü, tek tipleştirici totaliter bir siyaset yerine, çoğulcu, özgürlükçü, açık bir demokrasinin gereği üzerinde durmaktadır. Buna göre; Marksizmin de bir parçası olduğu “Aydınlanma tasarısı” ile birlikte anılan ilerlemenin kesin doğruluğu savunusunun yerini artık olumsuzluk ve değişebilirlik bilinci almıştır. Sarup, sanatın değişik alanlarında postmodernizm ile birlikte anılan kilit konumdaki özellikler arasında; sanat ile gündelik yaşam arasındaki sınırların silinişi, seçkin kültür ile popüler kültür arasındaki hiyerarşik ayrımın çöküşü, biçimsel derlemeciliğin (seçmeciliğin) yükselişi, kodların karışarak kırılmaşması, ‘parodi’, ‘pastiş’, ‘ironi’ ve ‘oyunculuk’un ve ‘derinliğin değil yüzeyin önemi üstünde duran bir modelin’ yükselişi gibi olguları sıralar (Sarup, 1995). Sarup, 1960’larda New York’ta yaşayan sanatçılar ve eleştirmenler arasında ortaya çıkan ve ileri kapitalist kültürde, özellikle de sanat dallarında gözlenen ve postmodernlik kültürü olarak görülebilecek bir hareketin adı olarak formüle edilen bu terimin, 1970’li yıllardan itibaren Avrupalı kuramcılar derinden etkilediğini aktarır. Bunların başında Jean-François Lyotard gelmektedir. Lyotard, postmodern teorinin kurucu eseri kabul edilen Postmodern Durum’da modern çağın büyük anlatılarına, bilim sayesinde insanlığın özgürleşeceği beklentisine ve modern anlatının pek çok öncülüne saldırıya varan eleştirilerde bulunmuştur (Sarup, 1995, s. 158).

Lyotard, temelde bilgi ile hakikat ilişkisini anlattığı bu eserde, günümüzde gerçekliğin büyük oranda performativite tarafından belirlendiğini ifade etmektedir. Buna göre; bağlamın kontrolü, yani ister insan olsun ister doğa olsun bağlamı oluşturan elemanlara karşı gerçekleştirilen performansların iyileştirilmesi, bir tür fiili meşrulaştırma biçimidir. Bu kontrolü sağlayan şey ise tekniklere sahip olunmasıdır. Teknikleri güçlendirmek suretiyle gerçeklik yani adil görünmek, haklı çıkmak gibi durumlar yaratılabilir. Bu da esasen güç yoluyla meşrulaştırmadan başka bir şey değildir. Lyotard’a göre betimleyici olsun, buyurucu olsun bir söylemin performativitesi, göndergesi hakkında elde bulunan bilgiyle doğru orantılıdır. Böylece günümüzde gücün artması ve kendi kendini meşrulaştırması, çeşitli bilgilerin üretimi, belleğe kaydı, erişilebilirliği ve iş görürlüğünden geçmektedir (Lyotard, 2019) ki bu durum esasen bilginin “hakikat” kavramından koparak toplumsal kontrol aracına dönüşmesi noktasında modern toplumların ulaştığı aşamayı tariflemektedir.

Lyotard’ın bu eserinden sonra bilgi ve hakikat konusundaki entelektüel tartışmalar giderek yoğunlaşmış ve artık yeni bir dönemde olduğumuz hissi akademik mahfillerde yaygın kabul görmeye başlamıştır. Bu çerçevedeki “hâkim görüş, postmodernite ile imlenen dönemin, moderniteden keskin bir kopuşa işaret ettiği yönündedir. Oysa Sarup, estetik bir öz bilinç ya da kendini bilme yanında estetik bir yoldan kendi üstüne düşünmenin yükselişi; eşzamanlılık ile kurgu lehine anlatı yapısının yadsınışı; gerçekliğin paradoksal, belirsiz, açık uçlu doğasının araştırılışı; bütünlüklü bir kişilik yapısı tasarımının, Freudcu “bölük pörçük” özne (“kırık dökük” kişilik) üstüne yapılan vurgu lehine olumsuzlanması gibi modernizme ait olduğu düşünülen özelliklerin, postmodernizm söz konusu olduğunda da aynı şekilde tekrarlandığını ifade etmektedir. Bu çelişkiyi Terry Eagleton da tekrarlamakta ve bu durumu “postmodernizmin tuhafılığı” olarak açıklamaktadır. O’na göre postmodernizmin, kültürel açıdan bakıldığında tikel bir tarihsel döneme aitmiş gibi görünmesine rağmen, felsefi açıdan bakıldığında uzun bir süredir geçerli olması gerekmektedir. Eagleton, bu durumda “post” ile ifade edilen, tarihsel bir sınır çizgisinden ziyade teorik bir sınır çizgisi olması ihtimalini ortaya atar (Eagleton, 1999). Zygmunt Bauman da benzer bir yorumda bulunarak, her zaman bir şeyin “post-“u olmanın, modernitenin ayrılmaz bir parçası olduğunu iddia eder. O’na göre; yüz yıl önce modern olmak, mümkün olan “en üst mükemmellik aşamasına” ulaşmaya çalışmak demekken, bugün gelişme arzusunun sonsuzluğu, ulaşılabilecek nihai bir hedefin yokluğu ve hatta böyle bir isteğin bile olmaması anlamına gelmektedir. Bu dönem, Bauman’a göre

yanlış şekilde postmodernite olarak adlandırılmaktadır. Zira bu dönemde modernite nihayete ermiş değildir. Sadece moderniteye içkin formlar akışkan hale gelmiş, değişmeyen tek şeyin değişim, kesin olan tek şeyin de belirsizlik olduğu hissi yaygın hale gelmiştir (Bauman, 2017).

Bazı düşünürlerin postmodernitenin, aslında modernitenin bir devamından başka bir şey olmadığını iddia etmeleri ve buna ilişkin ikna edici kanıtlar ortaya koyuyor olmaları, postmoderniteyi Batı medeniyetinin çöküşü, modernitenin iflasi gibi tamlamalarla açıklamaya çalışan değerlendirmelerin yaygınlığı ile derin bir çelişki ortaya koymaktadır. Gerçekte de postmodernizmin ortaya çıktığı şartlar ve hizmet ettiği politik iklim göz önüne alındığında yeni bir konseptten ziyade, bir yeniden paketleme girişimine daha çok benzediğini teslim etmek gerekmektedir. Kronoloji, bağlam ve politik çıktılar, postmodernizmi, modernizmden ya da başka herhangi bir şeyden ayırabilmek için elimizdeki en iyi araçlar olarak görünmektedir. Fredric Jameson'ın da benzer bir noktadan hareket ederek postmodernitenin, moderniteden önemli farklılıkları olmasına rağmen daha büyük süreklilikleri içerdiğini iddia etmektedir. Jameson, 1984'te kaleme aldığı "Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism" adlı makalesinde, günümüzde kapitalizmin en son aşamasında bulunduğu, bu aşamanın yeni bir kültürel mantığa büründüğünü ve bu mantığın adının Postmodernizm olduğunu ifade etmektedir. Başka bir deyişle kültürel mantık değişmiş olsa da altta yatan ekonomik yapı, kapitalizmin erken formu ile aynen devam etmektedir. Jameson'a göre kapitalizm, hayatiyetini devam ettirebilmek için her zaman başvurduğu numaraya başvurmakta ve üstte yatan kültürel mantaliteyi değiştirerek varlığını garanti altına almayı hedeflemektedir (Jameson, 1991).

Jameson'un açılımına benzer bir açılım İrfan Erdoğan'ın analizinde görülür. Ona göre; her ne kadar postmodernizm, kapitalizmin endüstriyel modernleşmeden öte yeni bir çağını işaretliyor olsa da var olan sistem yine de kapitalizmdir. Modernlik, endüstriyel toplumların yapısını, postmodernlik ise post-endüstriyel kapitalist toplum yapısını imler. Ayrımların adları değişmiş olsa da ayrımlar yerlerindedir. Nasıl ki endüstriyel devrimle ortaya çıkan kapitalist toplumlar, sosyal sınıfları ortaya çıkardılarsa, postmodernizmde de silikleşen sosyal sınıfların yerine birey, yaş, cinsiyet, grup gibi elemanlar ve onların kültürleri geçmiştir ve kültür temel belirleyici faktöre dönüşmüştür. Ekonomik alanda kapitalizmin pazarı ve üretim biçimlerini daha küçük parçalara ayırması, büyük firmalar yerine taşeronların kullanılması, sendikaların ortadan kalkması yahut fabrika içi birimlere dönüşmesi söz konusudur. Siyasal alanda ise geniş devlet kurumları yerine, küçük devlet kurumlarına, devletin ekonomiye karışmamasına ve özel teşebbüse dayanan bir formasyon ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2000). Böylece giderek taşeronlaşan üretim alanında emek sömürüsü ve işçilerin haklarını arayacakları mekanizmaların daha da aşınması gündeme gelmektedir. Bu gelişmelere siyasal alanda devletin meşruiyetini sorgulayan ve küçülmesini yücelten bakış açıları eklendiğinde, kapitalist sirayetin hız kazanmasının ve meşruiyetinin sorgulanamaz hale gelmesinin postmodernitenin temel karakteri olduğunu söylemek abartılı olmayacaktır.

Postmodernitenin, modernite ile bahsi geçen devamlılık ilişkisi, hakikat söz konusu olduğunda da geçerli olmakta ve Aydınlanma ile başlayan hakikatin dönüşümünün, modernite ile kurumsallaştığı, postmodernite ile yeni aşamaya geçtiği izlenebilmektedir.

4. "Hakikat"ın Dönüşümü

Modernite, Avrupa şartlarında 19. Yüzyılda zirve noktasına ulaşan bir değişim- dönüşüm sürecine geriye dönük olarak verilen bir addır. Bu süreci başlatan tarihsel dönüm noktasının Aydınlanma olduğundan yukarıda bahsettik. Modernite özelinde üzerinde ortaklaşılan en önemli husus bu değişim-dönüşüm sürecinin arka planında yer alan toplumsal sınıfın burjuvazi olduğu ve modernitenin bütün özelliklerinin burjuvazi ile olan illiyet ilişkisi içinde şekillendiğidir.

Modernite öncesi dünyada, Avrupa'nın toplumsal yapısı Kilise'nin ve soyluların öncülüğünde örgütlenmiş, bu iki yönetici sınıf dışında kalanların toplumun gidişatı hakkında söz hakları son derece zayıf olmuştur. 15. Yüzyıldan itibaren coğrafi keşiflere bağlı olarak zenginleşmeye başlayan ve sonradan burjuvazi olarak anılmaya başlanacak toplumsal sınıf, bu durumun değişmesi için entelektüel bir hareketliliği finanse etmiş ve gerçekten de bu hareketlilik Avrupa'nın çehresini birkaç yüz yıl içinde değiştirmiştir. Aydınlanma olarak anılan bu dönem toplumsal hareketlere de kaynaklık etmiş ve 1789 yılında gerçekleşen Fransız Devrimi ile Avrupa'nın geleneksel yapısı parçalanmaya başlamıştır. Bir burjuva devrimi olarak anılan Fransız Devrimi'nden sonra toplumsal sınıflar da yeniden şekillenmiştir. Daha önce ruhbanlar, soylular ve halk şeklindeki geleneksel üçlü tasnifte kendisine yer bulamayan burjuvalar, ruhbanları ve soyluları yerlerinden ederek en güçlü toplumsal sınıf haline dönüşmüşlerdir. Bahsi geçen çalkantılardan doğan modernite, burjuvazinin tartışmasız liderliği ile ilişkili bir dönemdir.

Burjuvazi, toplumsal yapıda saygın bir yer edinmek üzere geleneği ve bildik toplumsal şablonları parçalayıp yeni bir dünya inşa ederken, yaratmaya çalıştığı alternatif dünya konusunda bir hayli tutkulu davranmış-

tır. William R. Everdell’a göre; 19. yüzyıl kafaları başka hiçbir konuda anlayamadıkları halde, sivri köşelerden, çıkıntılardan hoşlanmamak konusunda hemfikirler. Ontolojik süreklilik talebi, entelektüellerin kavram dağarına “durağanlık”, “gelişim”, “düzensizlik”, “geçiş”, “ilerleme”, “evrim” gibi kelimelerle birlikte “çöküş”, “çürüme” gibi kavramları sokmuştur. Bu durum 19. yüzyıl Batı düşüncesinin o denli belirgin bir özelliği halindedir ki süreklilik fikrini kabul etmeyen bir düşüncenin başarılı olma şansı yoktur (Everdell, 2007). Bilimsel devrim ve Endüstriyel Devrim’in (Küçük, 2018) yardımı ile maddi planda işlerin eskisinden çok daha iyiye gittiğine kitleleri ikna edebilseler de bu kabulün toplumsal yapıya, sanata, felsefeye, siyasete ve insan yaşamını ilgilendiren diğer alanlara sirayet etmesi kolay olmamıştır. Toplumun ikna edilmesi ve kitlelerin ortak bir hedef doğrultusunda örgütlenmesi için çok çalışılması gerekmiştir.

Bu bağlam içinde eserlerini veren ilk modernlerin hepsi, başarıyı bir ideal olarak görürken, topluma “büyük hakikatler” vazetmekten de geri durmamışlardır. Büyük anlatılar olarak adlandırılan bu hakikat öbekleri, toplumu ve tarihi ilerlemeci bir mantıkla okumuş, eski olan her şeyi kötü olarak etiketlemiştir (Habermas, s. 3). Söz konusu bağlam içinde ilk modernlerin en önemli talepleri ilerleme ve ahenk olarak ortaya çıkmış, vazettikleri büyük hakikatler bu iki temel üzerinde yükselmiştir. Buna göre Marx, toplumların; ilkel, kölecil, feodal, kapitalist aşamalardan geçerek sosyalist/komünist aşamaya ulaşacağını, Comte ise teolojik ve metafizik aşamalardan geçerek pozitivist aşamaya ulaşacağını yazmıştır. Moderniteyi karakterize eden ilerlemeci anlayışı temsil eden bu tarihsel anlatılar karşısında, moderniteye içkin ahenk fikrini öne çıkaran Durkheim gibi düşünürler yer almış, onlar da toplumu işlev üzerinden anlayan büyük anlatılar vazetmişlerdir.²

Bu ilk dönemin disiplinli modernlerinin çabaları karşılık görmüş ve 20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde (iki dünya savaşından sonra) artık modernite tüm dünyada rakipsiz bir toplumsal, siyasal ve felsefi öneri haline dönüşmüştür. Ekonomik başarıların ardından siyasal başarılar gelmiş, yeni dünyayı kucaklayan yeni nesiller ortaya çıkmış, yeni bir yaşam biçimi doğmuş ve bütün bu görüngülerin eşliğinde modernitenin, kendisinden önce gelen hemen hemen her şeyi tasfiye ettiğine dair bir inanç ortaya çıkmıştır. Bu aşamanın devamı Batı’ya ait bu deneyimin “modernleşme” adı ile paketlenerek tüm dünya sathına yayılmaya başladığı aşamadır (Eisenstadt, 2007).

20. yüzyılın sonlarına doğru gelindiğinde modernitenin açmazları süpürüldükleri halı altlarından çıkma ve kendilerinden giderek artan oranda söz ettirmeye başlamışlardır. Yalnızlık, anlam kaybı, büyüünün yitimi, tüketimin pençesindeki insanlık halleri, toplumsal bağların ve ailenin çözülmesi, insan ilişkilerinde sahibiliğin ortadan kalkması ve çıkar ilişkilerinin bütün insani ilişki biçimlerine sirayet etmesiyle birlikte modernitenin ağır eleştirilere maruz kalmaya başlaması söz konusu olmuş ve Batı içinde modernlik sonrası çağı (post-modernite) içinde olduğumuza dair konuşmalar başlamıştır. Bütün özellikleri ile Batı tecrübesini yansıtan post-modernite kavramı, ortaya çıktığı ilk andan itibaren yoğun tartışmalara kaynaklık etmiş, bu tartışmaların azımsanamayacak bir kısmı tanımlama çabalarına ayrılmıştır. Bu çerçevede “karma bir başkaldırı üslubu, söylemin bir merkezden idare edilmeyişi, benlik ve öteki, yüksek ve düşük kavramlarından sıyrılmış, dönemlerin birbirine karışması, her şeyin birbirine geçirilmesi, bir sanat eserinin kendisini oluşturan unsurlara ayrılabilmesine dair kırılmalı bir ısrar, Chevrolet Impala’nın yerini Apple Macintosh’un alması (Everdell, 2007, s. 18) gibi son derece akışkan tanımlar ortaya çıkmıştır. Bu akışkanlık postmoderniteye öyesine içkin haldedir ki postmodernitenin ve modernitenin en önemli soruşturmacılarından biri olan Zygmunt Bauman, postmodernite ile ilişkilendirilen dönemi “akışkan modernite” olarak isimlendirmiştir (Bauman, 2017, s. 12-13). Her şeyin akışkanlaştığı bu vasattan hakikat de payını almış ve “herkesin hakikati” ile birlikte “hakikatin müphemliği” anlayışı ortaya çıkmıştır. Dikkat çekici olan nokta, bu yılların, Chicago School of Economics ekolünün çerçevesini çizdiği şirket kapitalizminin yani neoliberalizmin (Emmett, 2009, s. 147) olgunlaştığı yıllar oluşudur. Neoliberal ekol 1980’li yıllardan itibaren Amerikan politikasında da karşılığını bulmuştur. Bunun başlıca nedeni bu yıllardan itibaren ülkenin artan askeri gücüne karşılık, Amerikan ekonomisinin tabanının II. Dünya Savaşı’ndan sonra ilk defa küçülmeye başlamış olmasıdır. O güne dek dünyanın en büyük kredi veren ülkesi olan ABD, 1980’lerin sonunda dünyanın en borçlu ülkesi haline dönüşmüş, kredi veren pozisyonunu Almanya ve Japonya’ya kaptırmıştır. ABD, benzer şekilde 1980’lerin başlangıcına kadar, kırk yıl boyunca, dünyanın en büyük ihracatçısı iken 1991’de kendisinin dörtte bir iş gücüne sahip olan Almanya’ya liderliği kaptırmıştır. 1980’de Citicorp ve Chase Manhattan dünyanın en büyük iki bankası iken 1991 yılında dünyanın en büyük on bankası Japon bankaları olmuştur. Amerika’nın en büyük bankası Citicorp dünya sıralamasında yirmi yedinci sıraya düşmüştür (Ambrose & Brinkley, 2011, s. 379-380). Modernitenin temsilcisi konumundaki ABD’nin bu açmazdan çıkmak üzere ne tür askeri, siyasi ve entelektüel çabalar ürettiği tartışmaya açıktır. Belirgin olan şey bu aşamada, Soğuk savaş ortamındaki gerilimin yerel askeri çatışmalara dönüştüğü, Şili’deki ve Arjantin’deki yönetimlerin, ABD destekli olduğu iddia edilen askeri darbelerle kurban gittiği, Vietnam Savaşı’nın ve Petrol Krizinin yaşandığı dünya siyaseti ve toplumları için son derece çalkantılı bir dönemin başladığıdır. Bu dönemin sonunda, dünyanın adeta neoliberal politikaları kucakladığı bir aşama başlamıştır. Türkiye’de de benzer şekilde, 12 Mart 1971 muhtırasının verilmesine ve yine ABD destekli olduğu iddia edilen 12 Eylül 1980’deki askeri darbeye kapı aralayan toplumsal

hareketler bir vakum oluşturmuş ve darbenin hemen akabinde ithal ikameci politikaların terk edilip, neoliberal politikaların hayata geçirildiği (Erdem, 2019) bir atmosfer oluşmuştur. Ali Akay, Jürgen Habermas'ın Siyasi Yazılar'ında neoliberalizm ile postmodernizmi birlikte ele aldığını ve başlangıçta, neoliberal ekonomi ile postmodernizmin aynı döneme tekabül etmesinden dolayı, kavrama ağır eleştiriler yapıldığını, aktarır (Akay, 2013, s. 52). Benzer politik ve toplumsal örüntülerin dünyanın çeşitli coğrafyalarında hayata geçtiği, dünya siyaseti açısından son derece can alıcı olayların yaşandığı ve dünyanın kaynaklarının adeta yeniden bölüşüldüğü böylesine kritik bir dönemde kitlelerin gündeminin "hakikatin müphemliği" olması gerçekten de dikkat çekici bir gelişmedir. Hakikatin böylesine silikleştiği bir dünyada bir asırlık "büyük hakikatler" in yerlerinden edilerek, Jameson'un "kapitalizmin yeni aşaması" olarak tariflediği aşamaya geçilmesi mümkün olmuştur. Neoliberal politikaların eşlik yeni toplumsallıklarla eş zamanlı olarak ortaya atılan postmodern felsefi açıklamalar, dünyanın büyük bir köye dönüştüğünü, herkesin dünya vatandaşı olduğunu iddia eden küreselleşmeci siyasetin felsefi yakıtları arasında yerini almıştır. Bu yeni dünya sadece sermayenin küresel olarak rahatça dolaşabildiği ve başta gümrük vergileri olmak üzere önemli engellere takılmaksızın tüm dünyayı bir pazar olarak kurgulayabildiği bir dünya değil aynı zamanda, kendi "alternatif hakikatleri" ne tutunarak giderek atomize hale gelen bireylerin sübjektif dünyasıdır. Bu aşamadan, "hakikatin değersizliği" aşamasına geçilmesi sadece bir zaman meselesi olmuş ve 2000'li yıllardan itibaren "hakikat sonrası çağ" tartışılmaya başlamıştır.

5. Sonuç

1980'lerde kullanılmaya başlayan ve 1990'ların ortalarında gündelik yaşamın bir parçası haline dönüşen internet teknolojisiyle birlikte hayatımıza giren "enformasyon/bilgi toplumu" kavramasallaştırmasının işaret ettiği gibi artık bilgi ve data okyanuslarında yüzüyoruz. Bilgiye ulaşmak bir yüzyıl öncesine göre dramatik bir şekilde kolaylaşmış ve demokratikleşmiş görünmektedir. Buna karşılık bilgi ile iç içe bir kavramsallaştırma olagelen "hakikat" in bir kriz içinde olduğuna dair hissiyat, her geçen gün yaygınlaşmaktadır. İnsan yaşamını belirleyen bir ölçüt olarak binlerce yıldır kabul görmüş olan hakikat kavramına atfedilen bu kriz durumunun, enformasyon/bilgi çağı olarak adlandırılan bir dönemde ortaya çıkmış olması, içinde bulunduğumuz insanlık durumunun en büyük açmazlarından biri olarak görülmektedir.

1970'li yıllarda Amerikan üniversitelerinde tartışılmaya başlanan ve kısa süre içinde tüm dünyayı etkisi altına alan postmodernizm akımı ve onun önermesi olan "hakikatin müphemliği" yaklaşımı yerini, hakikatin reddedilmesi anlayışına bırakmaktadır. Bugün insanlığın hakikatle kurduğu çetrefilli ilişkinin entektüel tarafını postmodern felsefeciler, güncel tarafını da post-truth politikaların mimarları olan siyasetçiler, gazeteciler ve toplum liderleri temsil etmektedir. Ancak güncel konuşmalarımızın önemli bir kısmını işgal ettiği için nezuur bir problem olarak algılama eğilimi gösterdiğimiz bu tablo, kısa sayılmayacak bir sürecin son halkasıdır. Hikâyenin başlangıcı, Avrupa'nın çehresini değiştiren Aydınlanma hareketinin öncüllerine ve bu öncüller çerçevesinde hakikatin tanımlanış biçimine kadar uzanmaktadır.

17. yüzyıldan itibaren Avrupa vasatında ortaya çıkan Aydınlanma hareketi, hakikati, önceki hâkim paradigmadan bir hayli farklı şekilde tanımlamıştır. Buna göre; "hakikatin kaynağı ve ölçüsü" artık Tanrı değil insanoğlu olarak kabul edilmiştir. Başlangıçta "les philosophes" olarak anılan Aydınlanma'nın kurucu felsefecilerine hasredilmiş bu hak, zamanla sıradan insanların da talep ettiği bir hakka dönüşmüş ve bu durum postmodern teori ile kavramsal bir çerçeveye kavuşmuştur. Postmodern felsefeciler tarafından "postmodern durum" olarak isimlendirilen bu aşamadan sonra hakikat, her bireye özgü olarak biçim değiştiren, müphem ve sübjektif bir entiteye dönüşerek silikleşmeye başlamıştır. 2000'li yıllardan sonra ise nesnel ve elde edilebilir bir kategori olarak hakikatin artık aşıldığı ilan edilmiş ve "hakikat ötesi" tartışması başlamıştır. Ancak 1970'li yıllardan itibaren yoğunluğu artarak devam eden hakikat tartışmasının, dünyanın siyasal ve ekonomik olarak içine sokulduğu atmosferden ve bütün insanlığı etkileyen gelişmelerden bağımsız olarak değerlendirilmemesi gerekmektedir. Hakikatin aşkın olanla bağlarının kesilmesinden sonra, ilk planda öznellesmesi ardından da aşıldığının iddia edilmesi bu gelişmeler çerçevesinde anlamlı bir zemine oturmaktadır. İnsanlığın tartışmaya açık olmayan hakikatler üzerinde ittifak edemediği bu zemin, işgaller, soykırımlar, büyük çaplı göçler, kurumsallaşan sömürü ve gezegenimizin yaşanabilir bir yuva olmaktan çıkması ile sonuçlanan saldırılar karşısında ortak bir duruş geliştirmesinin önündeki en büyük engeldir.

Son Notlar

¹ Enformasyon toplumu kavramsallaştırmasının ortaya çıkışı ve bu olgunun erken dönemli bir analizi için

² Bkz. Raymond Aron, Sosyolojik Düşüncenin Evreleri, Türkçesi: Korkmaz Alemdar, Ankara: Bilgi Yayınevi, 1994, Tom Bottomore, Robert Nisbet, Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi, Ankara: Ayraç Yayınevi, 1997, Randall Collins, Sosyolojide Dört Ana Gelenek, Türkçesi: Ümit Tatlıcan, İstanbul: Sentez Yayıncılık, 2015, Bryan S. Turner, Klasik Sosyoloji, Türkçesi: İdil Çetin, İstanbul: İletişim Yayınları, 2014.

Kaynakça

- Akay, A. (2013). *Postmodernizmin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Alatlı, A. (2011). *Söyleşi: Beyaz Türkler'i paçozluk küstürdü*, *Söyleşiyi Yapan: Şenay Yıldız, Akşam Gazetesi*, 12 Eylül 2011, <https://www.aksam.com.tr/roportaj/beyaz-turkleri-pacozluk-kusturdu-66691h/haber-66691>.
- Ambrose, S. E., & Brinkley, D. (2011). *Rise to globalism, American foreign policy since 1938*. London: Penguin Books.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan modernite*. (S. O. Çavuş, Çev.) İstanbul: Can Yayınları.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society (Information age; v. 1)*. UK: Wiley-Blackwell.
- Çiğdem, A. (1993). *Aydınlanma felsefesi*. İstanbul: Ağaç Yayınları.
- Duralı, Ş. T. (2000). *Çağdaş küresel medeniyet, çağdaş küreselleştirilen İngiliz-Yahudi medeniyeti*. İstanbul: Der-gah Yayınları.
- Eagleton, T. (1999). *Postmodernizmin yansımaları*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Eisenstadt, S. N. (2007). *Modernleşme, başkaldırı ve değişim*. (U. Coşkun, Çev.) İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Emmett, R. B. (2009). *Frank knight and the Chicago School in American economics*. New York: Routledge.
- Erdem, T. (2019). *Türkiye'de darbe ve müdahalelerin kısa tarihi*. <https://www.sde.org.tr/tevfik-erdem/genel/turkiyede-darbe-ve-mudahalelerin-kisa-tarihi-kose-yazisi-10443>
- Erdoğan, İ. (2000). *Kapitalizm, kalkınma, postmodernizm ve iletişim, sömürünün paketlenişi*. Ankara: Kardelen Ofset.
- Everdell, W. R. (2007). *İlk modernler, yirminci yüzyıl düşüncesinin kökenlerine ilişkin profiller*. (H. Kocaoluk, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*. (M. Küçük, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gay, P. (1966). *The enlightenments, an interpretation, the rise of modern paganism*. New York: Alfred A. Knopf.
- Giddens, A., & Sutton, P. (2018). *Sosyolojide temel kavramlar*. (A. Esgin, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınları.
- Habermas, J. (tarih yok). *modernity- an incomplete project*.
- Hof, U. I. (1995). *Avrupa'da aydınlanma*. (Ş. Sunar, Çev.) İstanbul: Afa Yayınları.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Küçük, M. (2018). *Modernite versus postmodernite*. Ankara: Say Yayınları.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi sonrası toplumdaki post-modern topluma çağdaş dünyanın yeni kuramları*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Lyotard, J. F. (2019). *Postmodern durum*. (İ. Birkan, Çev.) Ankara: BilgeSu Yayınları.
- Oxford Sözlüğü. (2021, 10 11). “Truth” maddesi. Oxford Sözlüğü: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/adresinden_alindi
- Robertson, R. (1993). *Globalization, social theory and global culture*. London: Sage Publications Ltd.
- Sarup, M. (1995). *Post-yapısalcılık ve post-modernizm, eleştirel bir giriş*. (A. Güçlü, Çev.) Ankara: Ark Yayınevi.
- Sarup, M. (2019). *Post-yapısalcılık ve post-modernizm, eleştirel bir giriş*. (A. Güçlü, Çev.) Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Swingewood, A. (2014). *Sosyolojik düşüncenin kısa tarihi*. (O. Akinhay, Çev.) İstanbul: Mesele Kitapçısı.
- TDK, (2021). “Hakikat” maddesi. Türk Dil Kurumu Sözlüğü: <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- Wernick, A. (2003). *Auguste Comte and the religion of humanity: The post-theistic program of French social theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

MEDIAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

Transformation of the Concept of “Truth”: A Historical-Sociological Review

Fatmanur ALTUN

Extended Abstract

“Truth” is among the most frequently used concepts in intellectual networks as well as everyday language. It originates from the fact that practically everyone, from ordinary people to society’s leaders, is eager to explain themselves and their positions in respect to the truth in some way. This almost instinctual proclivity has resulted in truth being one of the most often cited concepts throughout history, and throughout history, there have been disagreements and consensus over the path to truth, the source of truth, and the arbitrariness of the authority possessing the truth. This human instinct to possess or at the very least take a side with the truth persists to the present day. Numerous explanations and discussions about the truth continue, with political and social implications. These discussions intensified particularly since the 1970s and continue to the present day, accompanied with calls for “end of truth”.

Mankind’s relationship with truth is a cosmic criterion that defines their journey on Earth. For humans sometimes demand and sometimes reject the truth. This situation confronts humanity with highly complex problems in today’s world, where information is increasing exponentially in comparison to the past, we are rapidly transforming into “information/information societies,” and we are swimming in oceans of knowledge, and a social tendency known as denial of truth emerges. The postmodernism movement, which began to be discussed in American universities in the 1970s and affected the entire world in a short time, especially with the effect of the post-structuralism wave that came to the agenda in Continental Europe in the 1960s, and its subsequent proposition the “ambiguity of truth” approach, is the most recent representation of this viewpoint, which has been encountered from time to time in human history. Postmodern philosophers are thought to represent the intellectual side of humanity’s complex relationship with truth today.

Indeed, the emergence of the concept of postmodernity as a tool for social criticism and analysis has a socio-political and socio-cultural context. Postmodernity has emerged as a natural result of Western modernity, the foundations of which were laid in the 17th century with the Enlightenment. Following the era of great reforms that began after 1789 and the events that occurred during this era, the power of the Church and aristocracy in Europe faded, the bourgeoisie became the dominant class of the European social structure, and the modern Western civilization as we know it today emerged, complete with all of its institutions and social mechanisms. This civilization, which was the source of the mentioned Enlightenment, was the first and only civilization that did not define its source as supernatural and emerged in history since the end of the 16th century. Western civilization, which rejects and cuts off all supernatural sources such as revelation, has also considered reason and conscience, which are essentially religious terms, as independent elements. The self-reliant mind vision of the Enlightenment mentality refused to accept transcendent power as the source of truth. After this stage, it was accepted that “the source and measure of truth are not God, but human beings,” and the dramatic effects of this acceptance on human life emerged.

Even though the Enlightenment mind viewed humans as “the source and measure of truth,” it did not foresee ordinary people exercising this right. The state of being the source and measure of truth, which was initially thought to be peculiar to philosophers, known as “les philosophes,” began to attract ordinary people over time. The truth has taken its share from the democratic demands that have grown with the spread of modernity, and ordinary people have begun to serve as the source and measure of truth. This shift in truth has finally revealed the historical period known as the “postmodern situation.”

Postmodernism proposed the theory of a world in which “everyone’s truth belongs to oneself.” As a result, humanity has faced the problem of “ambiguity of truth” since the 1970s. The remarkable thing about these years is that they marked the maturation of corporate capitalism or neoliberalism. Since the 1980s, the neoliberal school has found its way into American politics. The main reason for this is that the American economy’s base has shrunk for the first time since World War II, despite the country’s increasing military power during these years. The United States, which had previously been the world’s largest creditor country, became the world’s most indebted country at the end of the 1980s, losing its creditor position to Germany and Japan. Similarly, while the United States was the world’s largest exporter for forty years until the early 1980s, it lost the lead in 1991 to Germany, which had a quarter of its workforce. While Citicorp and Chase Manhattan were the world’s two largest banks in 1980, the ten largest banks in 1991 were Japanese banks. Citicorp, America’s largest bank, had dropped to twenty-seventh in the world rankings. It is debatable what kind of military, political, and intellectual efforts the United States, as the representative of modernity, made to break free from this impasse. The obvious thing at this point is that the Cold War tensions have turned into local military conflicts, the governments of Chile and Argentina have fallen victim to alleged US-backed military coups, the Vietnam War and the Oil Crisis have emerged, and a very turbulent period for global politics and societies has begun. At the end of this period, a phase in which the world almost embraced neoliberal policies began. It is indeed an intriguing development that the “ambiguity of truth” was on the agenda of the masses at such a critical juncture, when similar political and social patterns were adopted in various geographies of the world, extremely vital events were experienced in terms of world politics, and the resources of the world were almost redistributed. In a world where truth has become so obscure, displacing a century of “great truths” has enabled the transition to the stage Jameson called the “new stage of capitalism” to emerge. Postmodern philosophical explanations proposed at the same time as neoliberal policies philosophically fuelled globalist politics, which argued that the globe had become a vast village in which everyone was a global citizen. This new world includes not only a world where capital may easily circulate globally and develop the entire world as a market without major restrictions, particularly customs charges, but also the subjective world of individuals who have become increasingly atomized by adhering to their own “alternative truths.” The transition from this stage to the “insignificance of truth” stage was only a matter of time, and the “post-truth era” began to be discussed in the 2000s.

Today, we frequently hear that reaching the truth is unattainable, that the truth has lost its significance as a value, and that we have entered a world post-truth. The origin of these ideas, in particular, cannot be grappled with independently of the truth’s transformation, which started to take shape with the Enlightenment and began to penetrate ordinary people’s agendas through arguments surrounding post-truth, etc. This study was prepared to analyze the historical context of the “truth” problem, which has begun to be recognized as a present and universal issue, especially with the advancement of internet technology and the widespread use of social media tools. In this framework, it’s claimed that the Enlightenment’s understanding of “human as source and measure of truth” has evolved to an unanticipated stage with postmodernity; as a natural result of this understanding, the doors to a world where everyone can have their own truth were opened, and the discourse of “alternative truths” has opened up the concept and phenomenon of truth itself for discussion.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütölmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale iThenticate yazılımla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism was detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed

