

Araştırma Makalesi (Research Article)

Gönderim Tarihi (Received): 17.08.2020 Kabul Tarihi (Accepted): 18.09.2020

Dijital Diaspora ve Kültürel Kimlik: Türkiye'de Yaşayan Çerkes Gençlerle Derinlemesine Bir Görüşme¹

Alev ASLAN²³

Öz

Kimlik, kültür ve diaspora çalışmaları, son dönemde, yeni medyanın bu alanlar üzerinde yarattığı etkiye odaklanmaktadır. Yeni medya, özellikle diaspora topluluklar açısından ulusötesi iletişim kurma araçları, sanal iletişim olanaklarına erişme, sosyal ve coğrafi hareketlilikte kolaylık sağlama, fiziksel anlamda uzakta olunan anavatan ve diaspora üyeleri ile bağlantı kurma gibi çok sayıda kaynak erişimini sağlar. Diasporik topluluklar, yeni medya aracılığı ile sanal bir cemaat oluştururken, bir araya gelerek bir ortaklık üretmekte, menşe kültür ile bağlantı kurmakta, bu ortam aracılığıyla kendi kimliklerine dair bilgi ve deneyime erişmektedirler. Yeni medya aracılığıyla diasporanın dijital bir boyut kazandığı söylenebilir.

Ayrı dili, tarihi ve toplumsal hafızası olan özgün kültürel bir topluluk olarak Çerkesler, diasporik bir topluluktur. Bu çalışma, fiziksel dünyanın sınırlarını aşan kurgusal bir alan olarak yeni medyanın Çerkeslerin kültür ve kimlik üretiminde/deneyimlemesinde ve kamusal görünürlük kazanma mücadelesinde nasıl bir rol oynadığını ortaya koymaya odaklanır. Çalışmada derinlemesine görüşme tekniği ve nitel veri analizi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında İstanbul Kafkas Kültür Derneği (İKKD) ve İzmir Çerkes Kültür Derneği'nde Çerkes dansları eğitimi almakta olan toplam otuz gençle yarı yapılandırılmış sorular çerçevesinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Neticede, sanal toplulukların ulusötesi bir topluluk oluşturmada "sınır" kavramını zorladığı ve somut mekânın siber alanda kurgulanmasına olanak sağladığı ve fiziksel topluluk ve sanal topluluk arasındaki simbiyotik ilişkinin kültürel kimliğin güçlenmesiyle sonuçlandığı kanısına ulaşılmıştır.

Anahtar kelime: Kimlik, kültür, diaspora, dijital diaspora, yeni medya, Çerkes gençler, hayali cemaatler, Çerkes.

Atf (Cite as): Aslan, A. (2020) Dijital Diaspora ve Kültürel Kimlik Meselesi: Türkiye'de Yaşayan Çerkes Gençlerle Derinlemesine Bir Görüşme.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 34, 66-82. DOI: 10.31123/akil.781866.

1 Saha araştırması İstanbul ve İzmir'de gerçekleştirilmiş olan bu çalışma "Diaspora and Cultural Identity in the Digital Age: Circassian Youths in Turkey" başlığı ile The University of Manchester tarafından 7 Haziran 2019 tarihinde düzenlenen Identity in times of change başlıklı konferansta Alev Aslan tarafından sözlü olarak sunulmuştur. Manchester, İngiltere, 07 Haziran 2019.

2 Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü. alev.aslan@istanbul.edu.tr ORCID: 0000-0000-1904-30650.

3 Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

Digital Diaspora and Cultural Identity Issue: An in-depth interview with young Circassians living in Turkey⁴

Abstract

Identity, culture and diaspora research focuses on the impact new media has had on these areas recently. New media provides access to a large number of resources, especially within diaspora communities, such as transnational communication tools, access to virtual communication facilities, facilitation of social and geographical mobility, and connection with members of the physically distant homeland and diaspora. As diasporic communities create a virtual community through new media, they come together to create a partnership, connect with their culture of origin, and access knowledge and experience of their identity through this medium. It can be said that the diaspora has gained a digital dimension thanks to the new media.

As a unique cultural community with a separate language, history and collective memory, Circassians are a diasporic community. This study focuses on revealing the role of the new media as a fictional field that transcends the boundaries of the physical world in the production/experience of Circassians’ culture and identity and in their struggle to achieve public visibility. According to the interviews conducted, virtual communities push the concept of “border” in creating a transnational community and allow concrete space to be constructed in virtual space, and the symbiotic relationship between the physical community and the virtual community results in the strengthening of cultural identity.

Keywords: Identity, culture, diaspora, digital diaspora, new media, Circassian youth, imagined communities, Circassia.

Giriş

Son dönemde kimlik, kültür ve diaspora meselesine odaklanan çalışmalar yeni medyanın bu alanda yarattığı etkiye artan bir ilgi göstermektedir. Yeni medya, bir yandan dağınık yaşayan topluluklar arasında, ulusal sınırların coğrafi ve politik kısıtlamalarını aşan bir iletişimin kurulmasını kolaylaştırırken diğer yandan kültürel kimlik temsilini, bilgi aktarımını ve kimlik üzerinde sürdürülen mücadeleyi de mümkün kılar. Bu noktada Benedict Anderson’ın kaleme aldığı “Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması” adlı eserde “basılı kapitalizm” olarak tanımlanan ve ilk kez Avrupa’da 18. yüzyılda ortaya çıkan iki tahayyül biçimi – roman ve gazete- ile 20. ve 21. yüzyılda varlık kazanan internet arasında bir paralellik kurmak mümkündür. Zira Andersoncu anlamda cemaat tahayyülünü mümkün kılan roman ve gazeteye benzer bir rolü günümüzde internetin üstlendiği söylenebilir. İnternet, bilhassa diasporik

4 Part of this work, whose field studies were carried out in Istanbul and Izmir, was presented orally by Alev Aslan Aras at the conference Identity in times of change with the paper titled “Diaspora and Cultural Identity in the Digital Age: Circassian Youths in Turkey”, organized by The University of Manchester on June 7, 2019 in Manchester, UK, p. 7.

topluluklar için mekânsal ayrılıkları aşarak siber ortamda birlikte olmayı mümkün kılar.

Diaspora, dünyadaki aynı toprak kökenli insanların dağılımını ifade eden Yunan kökenli bir kelimedir. Kelime İbranice-de “göç” anlamına gelir. Diaspora topluluklarının taahhüdü ulusal sınırları aşar, bu topluluklar trans-global bir varlığa sahiptir (Rafael, 2010, s. 1). Günümüzde ise diaspora başka bir boyut kazanmış ve ‘dijital diaspora’ kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram ayrıca ‘e-diaspora’ veya ‘sanal diaspora’ şeklinde de kullanılır. Dijital diaspora, yeni teknolojiler aracılığıyla etkileşimini ve iletişimini sürdüren elektronik bir göçmen topluluğudur (Axel, 2004). Sanal diaspora, siber alanın göçmenler tarafından çevrimiçi etkileşimsel işlemlere katılmak amacıyla kullanılması anlamına gelir. Sanal diaspora, gerçek diasporanın sanal bir boyut kazanması ve bu alanda sürdürülmesidir (Laguerre, 2020)

Diaspora topluluklardan biri olan Çerkesler, 1800’lü yıllardan beri Osmanlı topraklarında yaşamışlar ve Türkiye halklarından biri olarak varlık göstermişlerdir. Çerkesler, halen anayurtları olarak kabul edilen Adige, Karaçay-Çerkes, Kabardey-Balkar’ın yanı sıra Kuzey Amerika, Avrupa ve Ortadoğu topraklarında varlıklarını sürdürmektedirler. Çerkesler global bir diaspora topluluğuna sahiplerdir ve günümüzde gelişen kitle iletişim araçları bu topluluğun etkileşimini daha büyük oranda artırmaktadır. Keles, “Digital Diaspora and Social Capital” başlıklı çalışmasında benzer bir tespit ile internetin, sosyal medyanın, sosyal ağların, sosyal sermayenin ve toplumun ulus-devlet sınırları içinde ve ötesinde kültürel ve siyasi katılımın büyümesine katkıda bulunduğunu belirtir (2016, s.315). Bu çalışmada, internet ve sosyal ağların ulus-devlet sınırlarında ve ötesinde fiziksel dünyanın sınırlarını aşan yeni bir kurgusal alan olarak kimlik, vatan, hafıza ve kültürü deneyimleme, yaratma, müzakere etme, dolaşıma sokma, hatırlama ve yeniden üretmeye olanak sağladığı savunulmaktadır. Çalışmanın temel önermesi, yeni medyanın, Çerkesler açısından kültürel pratikleri deneyimlemede ve üretmede bir alan oluşturduğu, Türkiye ve Dünyanın çeşitli yerlerinde yaşamakta olan diğer Çerkeslerle bir araya gelmenin ve dolayısıyla bir ortaklık üretmenin olanaklarını güçlendirdiği, Çerkes kimliği, hafızası, tarihi gibi alanlarda içerik üretmeyi ve bunları dolaşıma sokmayı kolaylaştırdığı ve böylece cemaat tahayyülünü daha güçlü kıldığıdır⁵.

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de yaşayan Çerkes gençlerin yeni medyayı nasıl deneyimlediklerini, bu teknolojilerin kültür ve kimlik mücadelesine nasıl eklemlediğini, bilgi aktarımının nasıl gerçekleştiğini, Çerkes kimliğinin burada nasıl temsil edildiğini ve yaygınlaştırıldığını ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında şu sorulara yanıt aranacaktır:

1. Diaspora bir topluluk olarak Çerkesler kültürel kimliklerini deneyimlerken yeni medyadan nasıl yararlanıyorlar?
2. Çerkes gençler kimlik ve kültürlerine dair bilgi edinmede, bu bilgiyi temsil etmede yeni medyayı nasıl kullanıyorlar?
3. Çerkes gençler anavatanda ya da diasporada yaşamakta olan Çerkes topluluklarla yeni medya aracılığıyla iletişim kuruyorlar mı? Kuruyorlarsa bunu hangi araçlarla gerçekleştiriyorlar?

5 Literatüre bakıldığında bu konuda yapılan çeşitli çalışmalara rastlanır. Bu çalışmalardan ilk akla gelenleri Besneney’in 2010 tarihli “Circassian Nationalism and the Internet” başlıklı çalışması ve Lars Funch Hansen’in 2015 yılında kaleme aldığı “Circassia: Digital Capitalism and New Transnational Identities” adlı çalışmasıdır.

4. Çerkes gençler için yeni medyada kullanılan ortak sembollerden ve simgelerden söz etmek mümkün mü, varsa bunlar neler?
5. Çerkes gençler açısından yeni medya alanı kimliğin bir parçası olarak nasıl bir yaratımdan geçiyor? Çerkes gençler mobil teknolojileri kişiselleştirirken bunu nasıl ve hangi yöntemlerle gerçekleştiriyorlar?

Bu sorulara yanıt bulmak amacıyla, İstanbul Kafkas Kültür Derneği ve İzmir Çerkes Kültür Derneği’nde Çerkes dansları eğitimi almakta olan toplam otuz gençle yarı yapılandırılmış sorular çerçevesinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmelerin yanı sıra görüşmecilerin sosyal medya hesapları pasif (katılımcı) bir gözlemlenme yoluyla incelenerek katılımcıların kimlikleri hakkında ne tür paylaşımlarda bulduklarına dair bir izlenim edinilmeye çalışılmıştır. Makale kapsamında öncelikle kimlik, diaspora ve yeni medya konuları anlatılacak, daha sonra Çerkeslerin kamusal görünürlük kazanma süreçlerinin iletişim araçları ile ilişkisinden bahsedilecek ve görüşme sonuçlarına dayanılarak bir analiz ortaya konulmaya gayret edilecektir.

Kimlik Kavramı ve Kimliğin İletişimsel Boyutu

Kimlik kavramı oldukça eski bir kavram olmakla birlikte, 20. yüzyılda çok daha fazla kullanılmaya başlamıştır. Sosyal bilimlerde popüler bir terim haline gelmesi 1950’lerde gerçekleşmiş ve kavram çok sayıda tartışmayı da beraberinde getirmiştir (Gleason, 2014, s.33). Bu tartışmalardan birine özne ve nesnel paradigmanın “kimlik” değerlendirmelerinde rastlanır. Özne yaklaşım, kimliği tutarlı ve hayat boyunca aynı kalmaya devam eden bir “benlik” olarak ele alırken, nesnel yaklaşım, kimliği, etkileşimin ve iletişimin sonucu olarak ortaya çıkan bir tutarlılık ve süreklilik olarak tanımlar (Marshall, 2000, s. 9 - 12 akt. Askin, 2017, s. 214). Kimlik müzakere edilen, değişen ve dönüşen bir yapıya sahiptir.

Castells’a (2008) göre kimlik, insanların anlam ve tecrübe kaynağıdır (Eser, 2015, s.14). Beller ve Leerssen’ e göre kimlik, tanımlanabilir olmak anlamına gelir (Voicu, 2013, s.161). Başkaları ile kurulan sosyal ve psikolojik ilişkiler, kültürel ve geleneksel etmenler, kişinin ne/kim olduğunu belirlemede önemli bir etmendir (Tatar’dan akt. Eser, 2015, s.14). Kimlik meselesi çok boyutlu bir meseledir. Hall, “Kültürel Kimlik ve Diapora” başlıklı kanonik makalesinde kimliğin sanıldığı gibi şeffaf ya da sorunsuz bir kavram olmadığını söyler. Kimliği, kültürel uygulamaların temsil ettiği, zaten başarılımış bir gerçek olarak düşünmek yerine, asla tamamlanmayan ve her zaman oluşturulmaya devam edilen bir süreç olarak düşünmeyi önerir (Hall:222). Kimliğin oluşum ve gelişimi hem doğal bir süreç hem de siyasi bir inşaa olarak değerlendirilebilir.

Bilindiği gibi aile, kabile, etnik grup, topluluk, ülke, vatan, ulus, cinsiyet, sınıf ve uygarlık gibi çoğulcu kimlikler sosyal süreçlerle kurgulanılarak edinilir (İnaç, 2005, s. 19). Kimlik kavramını kişisel (personal) ve toplumsal kimlik şeklinde ikiye ayrılarak değerlendirilmesi de kavramın anlaşılmasını kolaylaştıracaktır. İnsanlar özgün bireylerdir ve belli bir benlik ve öznelliğe sahiptirler, bu kimliğe “kişisel (personal) kimlik” adı verilir. Diğer yandan insanlar toplumsal olarak bağlantılıdır, farklı etnik, dinsel, kültürel, mesleki, milli ve benzeri topluluklara mensupturlar ve böylece onlara

resmi ya da resmi olmayan pek çok yolla bağlıdırlar. Bu ise “toplumsal kimlik” olarak adlandırılır (Parekh, 2014, s. 55). Kimlik daha ziyade bir bilinç sorunudur ve bu sorun hem bireysel düzlemde hem de toplumsal düzlemde benzerlik gösterir. Ortak kimlik yalnızca bireysel bilgi ve bilincin ürünü olabilir. “Ben” ve “biz” kimliği arasındaki fark birinin “doğal” kimlik değerinin ise kültürel bir kimlik olması değildir. Aradaki fark birinin bedenine elle tutulabilirliğine dayanması değerinin ise **sembolik** bir biçimlenmeye sahip olmasıdır.” (Assmann, 2018, s.142). Sembolik biçimlenme ile kastedilen sahtelik değildir, aksine kimlik bu hali ile gerçektir.

Assmann, kimlik meselesini şu üç kategori altında anlatır. Bu kategoriler: simgeleştirme, dolaşım ve gelenektir. Bilindiği gibi toplumsal kimlik olarak adlandırılan sosyal aidiyet bilincinde ortak bir dil daha genel bir anlatımla ortak **simgesel** bir sistemin kullanılıyor olması çok önemlidir. Bu simgesel sistem sayesinde ortak bir bilgi ve belleğe katılım sağlanmış olur. Kelimeler, cümleler ya da metinlerden öte gelenekler, danslar, işlemler, giysiler, yeme, içme, anıtlar, resimler, coğrafya gibi ortaklığı belli eden tüm simgeler ve göstergeler ortak kültürü daha doğrusu kültürel sistemi gösterir. Bir diğer kategori **dolaşımdır**. Burada etkileşim aracılığıyla dolaşan şey, ortak dil, ortak bilgi ve ortak anılarda dile getirilen ve kodlanan, bir toplumun “simgesel anlam dünyası” ya da “dünya görüşünü” oluşturan ortak değerler, deneyimler, beklentiler ve anlamlar bütününün oluşturduğu kültürel anlamdır. Böylelikle ortaya çıkan “ortak duygu”dur. Son kategori ise **“gelenek”tir**. “Mitler ve efsaneler kimlikle ilgilidir, “biz” kimiz, nereden geliyoruz ve “bizim” evrendeki yerimiz neresi sorularına cevap verirler. Bir grubun birlik ve özgüllük bilincinin temellendiren kutsal anlatıları korurlar.” (Assmann, 2018, s.149-152). Kimlik simgesel sistemlerle yani kelimelerle, danslarla, giysilerle, yeme içmeyle, resimlerle, coğrafyayla ilişki içerisindedir. Diğer yandan dolaşım ortak bilgi ve anıların paylaşılmasını ve yaygınlaşmasını sağlar, böylelikle ortak duygulardan söz edilir hale gelir; ortak gelenekler ise biz kimiz ve evrendeki yerimiz nedir sorularını cevaplar.

Toplumsal birim (aile, cemaat, ulus) içerisinde inşa edilen kimlikler iletişim ile doğrudan ilişkilidir (Narmanlıoğlu, 2013, s.12). Milli sembollerin herkesin yaşamının bir parçası haline gelmesinde Hobsbawm’a göre kitle medyası önemli bir rol üstlenmiştir (2010, s.170). Sembollerin paylaşılmasında kitle medyasının rolü konusunda Anderson’a kulak vermek bu ilişkinin daha net anlaşılmasını sağlayacaktır. Anderson, ulus hakkında şu tanımı önerir: “Ulus hayal edilmiş bir siyasal topluluktur” Ancak kastettiği “hayal etme”nin Gellner’in “icat” dediği ve “uydurma” ve “sahtekarlık” göndermesi ile ilişkilendirdiği ulus tanımı ile bir bağı yoktur. “Hayal etme” “hayal” ve “yaratım”la ilişkilidir. Bu hayal etme yaratım süreci ise ilk kez Avrupa’da ortaya çıkan iki tahayyül biçimi olan “roman” ve “gazete” ile bağlantılıdır. Roman ve gazete belirli bir kurgu içeren metinlerdir ve bu kurgulama hayal etmeyi sağlar. Bir diğer önemli nokta ise gazetenin kitlesel tüketime olanak vermesidir. Bu durum kitlesel bir töreni olanaklı kılar ve diğerleriyle birlikte her gün aynı haberleri tüketmeyi mümkün hale getirir. Cemaatin hayali bağının kaynaklarından bir tanesi iletişim araçlarına dayanır (2015, s. 21-50). Bugün Anderson’dan hareketle aynı benzetmeyi yeni medya için yapmak mümkündür. Avrupa’da 18. yüzyılda ortaya çıkan iki tahayyül biçimi – roman ve gazete- ile 20. ve 21. yüzyılda varlık kazanan yeni medya arasında bir paralellik kurulabilir. Yeni medya, sağlamış olduğu olanaklarla toplumların ulus-devlet sınırları içinde ve ötesinde

kültürel ve siyasi katılımının büyümesine katkı sağlamaktadır. Böylelikle yeni medya özellikle diasporik topluluklar için hayal etmenin ve bir ortaklık kurmanın, duygudaşlık sağlamanın olanaklarını sunar. Yeni medya özellikle diaspora toplulukları için hayali bir cemaat oluşturmayı mümkün hale getirir. Bunu yaparken de ortak simgesel sistemlerin dolaşıma girmesinden yararlanır.

Diasporik Bir Topluluk Olarak Çerkesler ve Kamusal Görünürlük Kazanmalarında İletişim Araçlarının Rolü

Diasporik kimlikler de diğer kimlikler gibi etkileşimseldir ve sürekli etkileşime giren kültürlerarası diyalogun bir sonucu olarak kabul edilir (Kaya, 2000, s. 66). Diaspora, Yunanca “Dia” (saçılmak) ve “spora” (tohumlar) sözcüklerinin birleşiminden oluşur (Belge, 2011, s.1). Taahhüdü ulusal sınırları aşan diaspora trans-global bir varlığa sahiptir (Rafael, 2010, s.1). Yeni medya diasporaya dijital bir boyut kazandırmıştır. Bugün dijital diaspora kavramının yanı sıra “e-diaspora” veya ‘sanal diaspora’ sözcükleri de kullanılmaktadır. Dijital diaspora, yeni teknolojilerle etkileşimleri ve iletişimi mümkün kılan elektronik bir göçmen topluluğudur (Axel, 2004). Sanal diaspora kavramı, siber alanın göçmenler tarafından çevrimiçi etkileşimsel işlemlere katılmak için kullanılması anlamına gelir. Sanal diaspora, gerçek diasporanın sanal olarak genişlemesi ve gerçek hayatta var olan diasporanın bu alanda sürdürülmesi gibi anlamları kapsar (Laguerre, 2020).

Diasporik bir topluluk olarak Çerkeslerin Türkiye tarihinde yerine bakıldığında ilk temasın Osmanlı döneminde gerçekleşmiş olduğu görülür. Çerkesler (16.yüzyılın başında Çerkesler herhangi bir devletin parçası değildir), Rus ordusu ile karşı karşıya gelmiş ve ilk kez 1850’lerde Çerkeslerin Osmanlı topraklarına göç hareketi başlamıştır. Bundan sonra ise 21 Mayıs 1864 yılı ile sembolize edilen ve Çerkeslerin milat olarak kabul ettikleri Osmanlı topraklarına “sürgün” dönemi başlamıştır⁶. Geçmişte yaşanan bu olaylar halen Çerkesler ve Ruslar arasında devam eden bir “soykırım” tartışması olarak varlığını sürdürür.

Osmanlı’nın toplumsal düzenin temelleri din ve hatta mezhep üzerine kuruludur. Bu sisteme yani “Millet Sistemine”⁷ göre gruplar etnik veya dilsel farklılıklarına göre değil, dinsel ve mezhepsel farklılıklarına göre tanımlanmıştır. Müslümanlar mensubiyetlerine bakılmaksızın “Millet-i Hakimiye” olarak addedilirken, gayrimüslimler mezhepleri doğrultusunda ayrı birer “millet” olarak ele alınmış ve “tebaa” sayılmışlardır (Oran, 2004, s.48). Bu nedenle Çerkesler millet-i hakimiye içerisinde yer almışlardır. Ulus devlet sürecinde de Çerkeslerin toplumdaki pozisyonlarının ciddi bir değişimden söz edilemez. Ulusal kimlik, kesin ittifak ve özel sadakat talep etmeyen diğer kimliklerin aksine, herhangi bir muhalefet ya da rekabeti kabul etmeyen bir kimliktir. Ulusal kimlikler ancak kendisi ile tezat teşkil ettiğinden şüphelenilmeyen kimliklere hoş görü ile yaklaşır (Bauman, 2017, s.32-33). Bu anlamda, 19. yüzyılda Kafkaslardan

⁶ Bu göç neticesinde farklı kaynaklarda değişen rakamlara göre tahminen 400.000 veya 500.000 civarında Çerkes Samsun’dan başlayıp Tokat, Amasya, Sivas, Kayseri, Hatay hattına ve bir kısmı da Düzce, Adapazarı, İzmit, Bursa ve Balıkesir’de bulunan yaklaşık 400 köye yerleştirilmişlerdir.

⁷ Osmanlı’da “millet” sözcüğü 20. yüzyılın başlarına kadar “ümme” anlamında kullanılmıştır.

Ruslardan kaçarak Anadolu'ya gelen Çerkesler (Adige, Abhaz vb.), etnik bilinç konusunda özellikle 2000'lere kadar sessiz kalmaları ve Türkiye'de ulusal kimlikle ciddi bir muhalefet sürdürmemiş olmaları neticesinde hâkim ulusal kimlikle genellikle karşı karşıya gelmemişlerdir.

Çerkeslerin Türkiye'de kamusal görünürlük kazanmaları geç bir tarihe rastlar. Bu anlamda atılan ilk adım bir Çerkes yardımlaşma derneği olan Dost Eli yardımlaşma Derneği'nin 1946 yılında kurulması ile gerçekleşmiştir (Toumarkine, 2001, s.426). 2000'li yıllarda ise "Çerkes Mutfağı" gibi lokantalarla, Kafkaslardaki ulusal kavgaların etkisi sonucu gazetelerde yayınlamış oldukları bildirimlerle, çıkardıkları Çveneburi gibi dergiler ve Ognı gibi gazetelerle ve kurdukları Kafkas dernekleriyle Çerkesler alt kimliklerini ortaya koymaya başlamıştır (Oran, 2004, s.58). Bu dönemde, gerek dergiler, bildirimler, gazetelerle, gerekse televizyonda kamusal görünürlük kazanan bir Çerkes kimliğinden söz edilebilir. Bu anlamda bir dönüm noktası da Prens Ali'nin Ürdün'den başlayan ve Türkiye üzerinden Rus topraklarına uzanan gezisinin Türkiye televizyonlarında yer bulmasıyla gerçekleşmiştir. Annesi bir Çerkes olan Ürdün Prensi Ali, bu videoda yol boyunca uğradığı Çerkes yerleşkelerinde insanlarla dans etmenin ortak bir dilde konuşmalar dahi aralarında ortak bir duygudaşlık yarattığını "Bir tek kelime konuşsak da birbirimiz çok iyi anladığınızı hissediyorsunuz" diyerek anlatmıştır (The Adyge, CNN Türk, <https://www.youtube.com/watch?v=gzprVANKLyw>). Bu yolculuk ve yolculuğun televizyondaki temsil biçimleri elektronik kapitalizm olarak nitelenebilecek olan görsel kitle iletişim araçlarının, başta televizyon olmak üzere, farklı coğrafyalarda yaşayan insanların düşsel bir düzlemde bir tür 'ortak duygu cemaati' (community of sentiment) oluşturmalarında nasıl bir rol üstlendiğini sergiler niteliktedir. Kaya, bu yolculuğun Çerkes diasporasının her bir üyesi için elden ele dolaşan videokasetlerle, yeniden bir araya gelerek adeta sembolik bir kolektivizm içinde anavatana dönüş yolculuğunu düşsel olarak yaşattığını söyler. Medya aracılığı ile yaratılan bu tür hayali cemaatlerin bireylerin bilgi birikiminde ne denli etkili olduğunu Diane Crane 'görünmez okullar' şeklinde adlandırır (Kaya, 2001, s. 9). Kitle iletişim araçları hayali cemaatlerin üyeleri arasında ortak duygudaşlık yaratma konusunda adeta bir okul görevi üstlenmekte ve bu kimliğin oluşmasında önemli bir katkı sağlamaktadır.

Günümüzde ise geleneksel medya gibi yeni medya bu anlamda önemli bir rol üstlenir. Web tabanlı sistemler, profesyonel olmayanlara alan açarak onların içerik üretmelerini mümkün kılar. Yeni medya, iktidar, güç, sermaye vs. gibi eşitsizlikleri aşmayı sağlayarak kaynaklara erişimi az olanlar içinde "biz" buradayız demenin imkânlarını sunar. Böylelikle ötekiler için de kamusal görünürlük kazanma ya da ortak duygu cemaati oluşturmanın olanakları artar. Yeni medya, ağır yoğunlaşma ve sermayeleşmenin medya piyasasındaki etkisini bozuma uğratarak "ana akım" medya kültürüne karşı farklı görüşler ve kültürel seçeneklerle dolu bir alan oluşturmayı ve diğer politik görüş ve kültürel gruplar için daha önce deneyimlenmemiş bir ifade ve etkileşim olanağı yaratmayı olanaklı kılar (Lievrouw, 2016, s.11-12). Böylelikle yatay iletişim biçimlerine, demokratikleşme ve çoğullaşmaya olanak sunularak karşı-hegemonik seslere alan açılmış olur. Yeni medyaya eleştirel yaklaşanlar ekonomi politik yapı, algoritmalar ya da dijital bölünmenin yol açtığı eşitsizlikler, dijital kapitalizm, veri

kapitalizmi, dijital okuryazarlık becerilerindeki farklılıklar gibi çok sayıda haklı meseleye dikkat çekerler. Tüm bu eleştiriler dikkate alınmak koşuluyla yeni medyanın taşımakta olduğu demokratikleşme potansiyeli gözden kaçırılmamalıdır.

Çerkeslerin kamusal görünürlük kazanması ve kimlik üzerinde verdikleri mücadelede yeni medyanın etkisi büyük olmuştur. Aksoy, bayraklar, semboller, fotoğraflar ve hikâyelerle Çerkeslerin kendi tarihleri ile tanışmasında internetin çok önemli bir rol üstlendiğini belirtir (Aksoy, 2018). Çerkeslerin kamusal görünürlük kazanmaları ve internet üzerinden yeni nesil diplomasi sürdürmelerinde Soçi Olimpiyatları'nın rolü göz ardı edilemez. 2014 Kış Olimpiyatları'na Soçi'nin ev sahipliği yapacak olması tarihsel nedenlerle Çerkes diasporasının tepkisi ile karşılaşmış ve bu süreçte nosochi2014.com sitesi başta olmak üzere çok sayıda araçla ciddi bir kamu diplomasisi gerçekleştirilmiştir (Aksoy, 2018). Bu anlamda Soçi'nin Çerkes aktivistler için dijital diaspora kullanımında çok önemli bir yeri olduğu ve Çerkes aktivizminin dijitalleşmesinde bir dönüm noktası yarattığı söylenebilir.

Çerkesler için son dönemde bayrak günü kutlamaları önem taşıyan bir diğer birliktelik günü haline gelmiştir. Son yıllarda Adigey, Kabardey-Balkar, Karaçay-Çerkes ve Türkiye'de çok sayıda insan 25 Nisan'da ellerinde bayraklarla sokağa çıkmakta ve bu güne dair çok sayıda içeriği yeni medya üzerinden yaygınlaştırmaktadır. Gelişkin medya imkânları sayesinde gruplar mekânsal anlamda ayrı olmalarına rağmen birbirleriyle bağlantı içerisinde kalmaya devam etmektedirler (Dirlik, 2017, s.244). Böylesi bir alan çok sayıda çatışan aktörün değerleri ve çıkarları için, yeniden ürettikleri, alternatif varoluş projeleri arasındaki etkileşim sonucu ortaya çıkan yeni biçimlere yer açtıkları toplumsal bir alandır (Castells, 2016, s.4). Bu anlamda yeni medya, diğer topluluklar gibi Çerkeslerin de kendi tarihleri, kimlikleri, kültürlerine dair bilgi üretme, deneyimleme, yaratma ve dolaşıma sokmalarına olanak sunmaktadır.

Türkiye'de Yaşayan Çerkes Gençlerle Derinlemesine Görüşme:

Araştırma sürecinde, görüşmecilerle Çerkes dansı eğitimi almış oldukları yerlerde ve çoğunlukla vakit geçirmekte oldukları mekânlarda bir araya gelinmiştir. Görüşmeler, İzmir'de Bornova semtinde, görüşmecilerin tercih ettiği kafelerde, İstanbul'da ise İstanbul Kafkas Kültür Derneği binasında ve Bağlarbaşı Kongre ve Kültür Merkezi'nde yapılmıştır. Toplam otuz gençle yarı yapılandırılmış sorular çerçevesinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin on beşi İzmir'de diğer on beşi ise İstanbul'da yapılmıştır. Görüşmecilerin biri hariç tamamı Türkiye vatandaşı Çerkes gençlerden oluşmaktadır⁸. Görüşmeciler 18-26 yaş aralığında, Üniversite öğrencisi veya mezunu, Türkiye vatandaşı Çerkes gençlerden oluşmaktadır.

Araştırma esnasında görüşmelerin kayıt altına alınması için katılımcıların iznine başvurulmuştur. Görüşmecilerin yirmi bir tanesi görüşmelerin ses kaydı ile gerçekleştirilmesine izin verirken, dokuz görüşmeci görüşmelerin yazılı olarak not alınmasına talep etmiştir. Araştırmada daha fazla bulguya ulaşılması amacıyla yüz

8 Katılımcılardan bir tanesi savaş nedeniyle Suriye'den Türkiye'ye göç etmiş olan bir Çerkes görüşmecidir.

yüze yapılan görüşmelerin yanı sıra görüşmecilerin sosyal medya hesapları da pasif (katılımcı) gözlemlene yoluyla incelenerek ne tür paylaşımlarda bulduklarına dair bir izlenim edinilmeye gayret edilmiştir.

Bulgular:

Katılımcıların tamamı akıllı telefon kullanıcısıdır. Yine katılımcıların tamamı yeni medya kullanıcısıdır ve bir ya da birden daha fazla sosyal ağa sahiplerdir. Görüşmeciler Facebook, Instagram, LinkedIn, Whatsapp, Twitter, vKontakte, YouTube, Çerkesce sözlük gibi uygulamaları kullandıklarını belirtmişlerdir. Görüşmeler neticesinde ortaya çıkan bulgular aşağıda belirlenen kategoriler çerçevesinde değerlendirilecektir. Analiz yapılırken görüşmecilerin isimleri kullanılmayacak bunun yerine katılımcılar, Görüşmeci-1, Görüşmeci-2 vs. şeklinde kodlanacak ve cinsiyet bilgileri erkek (E), kadın (K) biçiminde belirtilecek aynı zamanda cinsiyetleri ile birlikte kaç yaşında oldukları bilgisi de parantez içerisinde yer alacaktır.

Dönüşen ve güçlenen iletişim teknolojileri ve bir arada olma hali

Yeni medya birbirinden uzakta olan toplulukları bir araya getiren bir araçtır. Bu biradalık hali aracın hızlı gelişimi ve her geçen gün daha etkin araçları kullanıma sunması ile daha güçlü bir hal almaktadır. Bu durum Çerkes cemaati için de kullanım pratiklerini değiştirip dönüştürmektedir. Buna dair bir bulgu Görüşmeci-1 ile yapılan konuşmada ortaya çıkmıştır. Görüşmeci-1 (K,26) daha önce de yeni medyanın kullanıldığını ancak bu kadar yaygın ve güçlü bir ağ sunmadığını şu sözlerle anlatmaktadır. “Ama şöyle bundan bir beş yıl önce mail grupları vardı. Halam özellikle, o İsrail’deki dostlarımızın Çerkeslikle ilgili olsun ya da olmasın, hoşuna giden şeyleri bize mail grupları ile iletirdi. Onun dışında da vakıf ve derneklerin mail grupları var. Mesela ben Şamil Vakfı’ndan mailler alıyorum. Mesela Şamil Vakfı’nda her hafta kahvaltılı olur ve kültürel konularda bir faaliyet olur. Dernekler son birkaç yılda sosyal medyayı çok kullanıyor.”. Yine Görüşmeci-1’in şu anlatımları değişen ve güçlenen iletişim teknolojilerinin ağı hızlı, etkin ve daha kullanılır kıldığını anlamamızı sağlar. “Onun dışında uygulamalar var. İKKD Web’de bir uygulama var. Mesela çeşitli dans grupları var. Oraya girip bir karekod tanımlıyorsunuz ve ödeme yapılması gerekiyorsa oradan yapıyorsunuz. Bu üyelikler her senenin başında açılır ve bunu sekreteryaya yapardı ama artık bunlar online oldu”. Görüşmecinin verdiği bilgilere dayanarak mail gruplarının önceleri Çerkesler açısından onları bir araya getiren ve enformasyon akışını sağlayan bir araç olarak kullanıldığını, günümüzde ise bu aracın dönüşürken kullanıcılarına yeni imkanlar sağladığını ve böylelikle ağın diaspora açısından daha etkin ve güçlü kullanılmasına yol açtığını söylemek mümkündür.

Görüşmeciler, cemaatin üyelerinin birlikte olabilmek için yeni medyaya ihtiyaç duyduklarını dile getirmiştir. Görüşmeci-12 (E,24) “Çerkesliğimizi sosyal medya üzerinden kurtaramayız ama sosyal medya üzerinden birlikte olabiliriz.” sözleri ile yeni medyanın Çerkesler açısından beraber olabilmenin imkânlarını sunmada ne denli önemli bir araç olduğunu anlatmaktadır. Yeni medya, mekânın yarattığı tüm kısıtlılıkları siber uzamda aşmayı ve online bir vatanda (tahayyül edilmiş sanal bir vatanda) tekrar

bir arada olmayı sağlar. Böylelikle diaspora, dünyanın dört bir yanına dağılan cemaat üyelerinin gerçekliği aşan bir uzamda bir araya gelmeleriyle yeniden biraradalık yaratma/deneyimleme olanağına kavuşur. Toplumsal iletişimi dolayımlayan tüm teknolojiler gibi internet de tarihsel olarak ütopyalara kaynaklık etmiştir (Başaran, 2017). Bu anlamda hayal edilen vatan içinde benzer bir çıkarımda bulunmak mümkündür. Diaspora üyeleri açısından fiziki mekândan bağımsız olarak “siberuzay”da biraraya gelmek ve hayal edilen vatana siber uzamda erişmek mümkün olabilir.

Bir hafıza mekânı ve tanınma aracı olarak yeni medya

Hafıza ve tarih bilinci kimlik meselesinde önemli bir role sahiptir. Bu anlamda görüşmecilere Çerkes tarihini bilip bilmedikleri ve biliyorlarsa bunu nereden öğrendikleri sorulmuştur. Görüşmecilerin bir kısmı bu bilgiyi büyükbabaları ve büyükannelerinden ya da ebeveynlerinden dinlediklerini, bunun yanı sıra internette araştırdıklarını belirtmişlerdir. Çerkes toplumunun hafızasında “21 Mayıs 1864” önemli bir yer işgal eder. Rus toraklarından sürgün edilen Çerkesler için bu tarih toplumsal yas, travma, yitirilen şeylerin hatırlanması gibi anlamlandırmaları içeren özel bir gündür. Görüşmecilerin tamamı sosyal medya hesapları üzerinden 21 Mayıs 1864’e dair çeşitli içerikleri paylaştıklarını ifade etmişler; kendilerine bu içeriği paylaşmaya iten motivasyonun ne olduğu sorulduğunda ise “Diğer insanlar bunları görsün istiyorum”, “Unutulmasını istiyorum” “Başkaları da bilsin” “Hatırlatmak için” şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Bu cevaplardan hareketle, sosyal ağların Çerkes gençler açısından bir bellek mekânı olarak kullanıldığını ve bu alanın yaşayan, dönüşen, tekrar eden, arşivlenen bir alan olarak kullanıldığını söylemek mümkündür. Sosyal medya üzerinde dolaşıma sokulan “21 Mayıs 1864” içerikli paylaşımlar, tarihsel bir bilgiyi herhangi bir yerden okumaktan öte bir şeye hizmet eder. Bu yolla paylaşılan metinler dolaşıma girer, tartışmalara yol açar ve gündelik yaşamın bir uzantısına dönüşür. Böylelikle kullanıcılar içerikleri paylaşıp dolaşıma sokarken aldıkları beğeniler ya da yorumlarla zaman ile aralarındaki mesafenin daralmasını sağlarlar. Bu sayede şimdiki kapsayan yeni bir üretim gerçekleşmiş olur. Sosyal ağlar yaşayan, dönüşen, tekrar eden bir hafıza alanı olarak görev üstlenirler. Dolayısıyla sosyal ağların birer arşivleme, bellek merkezi ve bellek mekânı oldukları söylenebilir. Diğer yandan sosyal ağlar, kaybolması istenmeyen anıların diğerlerine aktarıldığı ve böylelikle unutmaya ya da yok saymaya karşı direnişin ortaya çıktığı alanlardır.

Connerton, (2014) insanların giyinme biçimlerini anımsama öğeleri içerisinde değerlendirir. Bu nedenle de sosyal ağlarda paylaşılan ve o kültüre özgü giyinme biçimleri birer anımsama ve hatırlama öğesi olarak düşünülmelidir. Çalışmada görüşmecilerin sosyal medya hesapları pasif gözlemleme yoluyla takip edilmiş ve görüşmecilerin bu sayfalarda Çerkeslere özgü kıyafetlerle fotoğraf ve video paylaştıkları ya da Çerkes danslarına ilişkin figürlerle poz verdikleri, Çerkes yemekleri, bayrakları gibi içerikler paylaştıkları, Çerkeslere özgü simge ve sembollerini kullandıkları gözlemlenmiştir.

Siber alanda vatan tahayyülü

Mekân kimliklerin sembolü ve hatıraların dayanak noktasını oluşturur. Bu nedenle mekân, cemaatler açısından ortaklığın kurulmasında önemli bir rol üstlenir. Bu ortaklık öylesine önemlidir ki bir grup kendi mekânından ayrı bile düşse kutsal mekân sembolik

olarak yeniden üretilecektir (Assmann, 2018, s.47). Diaspora topluluklar anavatanla ilişkilerinde hayal etmeye dayanırlar. Onu düşleyerek zihinlerinde yaratırlar. “Anavatan hakkında kuşaktan kuşağa devam eden söylenceler, diaspora özne tarafından yeniden işlenerek ‘hayali vatanların’ oluşturulmasını sağlar.” (Kaya, 2001: 5).

Benzer bir durumla Çerkes diasporasında da karşılaşılır. “Çerkesler bütün diaspora halklarında belirli ölçülerde rastlanabileceği gibi, zorla koparıldıkları anayurt topraklarını mitleştirmişlerdir”(Alankuş, 2005). Görüşme yapılan gençlere “Anavatan neresi?” diye sorulduğunda çoğunun Kuzey Kafkasya’yı anavatan olarak tanımladığı görülmüştür. Görüşmeciler, anavatana ilişkin kolektif bir hafızaya ve mite sahiptirler. Görüşmeci-14 (E,26) anayurdu şu sözlerle anlatmıştır: “Hepimiz duygusal şeyler yaşadığımız için anlatıldığında aslında masalsı bir yer bekliyorsun. Ama oraya gittiğinde hayatın normal olduğunu görüyorsun. Ama ben de geldiğimde masalsı şeyler anlatmışımdır”. Görüşmecinin, anavatana masalsı bir yer olarak anlatması diaspora literatürüne paralellik gösterir. Günümüzde Googlemap ya da Google görseller gibi araçlarla da herhangi bir yere gitmeden de o yere dair fikir edinmek mümkündür. Bu anlamda katılımcılara “Anayurdu merak ettiğinizde yeni medya araçlarından yararlanarak oraya baktınız mı?” sorusu yöneltilmiş ve görüşmecilerin tamamının Google üzerinden anayurt görsellerini taramış oldukları ve anayurdu merak etiklerinde yeni medyanın sağladığı olanaklardan yararlanma yoluna gittikleri bilgisine ulaşılmıştır.

Kimliğin çoklu yapısı ve çoklu sosyal medya hesapları

Kimlik çok boyutludur. Birey etnik bir grubun üyesi olabileceği gibi dinsel, cinsiyete dayalı, sınıfsal ya da farklı içerikler taşıyan gruplara dâhil olabilir. Hatta bu dâhil olma biçimi seneler içerisinde de değişim gösterebilir. Amin Maalouf, ünlü eseri “Ölümcül Kimlikler” adlı kitabında, Saraybosna’da yaşayan yaşlı bir adamın kimliği sorgulandığında 1980’lerde verdiği cevap ile on iki yıl sonra başlayan savaşta vereceği cevabın farklı olacağını, savaş döneminde savaşın dinamikleri nedeniyle dinsel kimliğine dayalı bir cevap vermesinin olası olduğunu, hatta ilerleyen yıllarda bu adama kimliği sorulacak olsa yine başka bir cevap verebileceğini ancak tüm bunların gerçekten de o adamın kimliğinin birer parçası olduğunu anlatır (2016). Kimlikler müzakere edilen, değişebilen, dönüşebilen, etkileşimsel yapılar taşırlar.

Kimliklerin değişen, dönüşen ve etkileşimsel yapısına ilişkin bir örnekle karma bir evliklerden dünyaya gelen Görüşmeci-6 (K,22) ile yapılan sohbette karşılaşılmıştır. Görüşmeci iki tane etnik kimliğe sahip olduğunu (Türk-Çerkes) ve bunun uzantısı olarak sosyal medya hesabının da birden fazla olduğunu şu ifadelerle anlatmıştır: “Burada herkesin iki yaşantısı var. Biri dernekteki arkadaşları ile yaşadığı kimliği diğeri ise dışarıda yaşadığı ve daha özgür olduğu bir alan. Benim iki tane Instagram hesabım var. Biri Çerkes arkadaşlarımla diğeri dışarıdan arkadaşlarımla.” Görüşmeci, kendisine bu durumun sebebi sorulduğunda ise “Çerkes arkadaşlarımla olan grubumda farklı paylaşımlarım var, diğeri hesabımda daha farklı paylaşımlarım oluyor” şeklinde yanıt vermiştir. Bu örnek bizlere hepimizin farklı gruplara mensubiyetleri bulunduğu ve Goffmancı (2016) bakış açısıyla esasında her birimizin birer performans sergilemekte olduğu gerçeğini hatırlatır. Bireyler, farklı mensubiyetlere sahiptirler ve kimlik çok katmanlıdır. Bu nedenle sosyal ağlar çeşitli paylaşımlar için sayfaların özelleştirilmesine, filtrelerin kullanılmasına izin vermekte ve böylelikle kullanıcılar

paylaştıkları içeriğin kimler tarafından görülebileceğine karar verebilmektedir. Ancak kimi zaman kullanıcılar açısından bu filtrelerin de yeterli olmadığı ve çoklu hesapların kullanıldığı görülmüştür.

Diaspora açısından grup iletişimi ve grup dinamiği

Yapılan görüşmelerde gençlerin WhatsApp’ı⁹ yaygın bir biçimde kullandıkları bilgisine ulaşılmıştır. Görüşme yapılan gençlerin tamamı WhatsApp kullanıcısı olduğunu belirtmiş ve en az bir tane Çerkes kimliği ile ilişkili gruba, farklı bir gerekçe ile (dans, dil, sosyal vs) dâhil olduğunu ifade etmiştir. Bu WhatsApp grupları dans derslerinin ve etkinliklerin haber verilmesinde önemli birer mecra olmanın yanı sıra daha küçük gruplarla ağın daha güçlü bir biçimde sürdürülmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Görüşmelerden edinilen sonuçlar WhatsApp gruplarının diğer sosyal medya araçlarından daha fazla etkileşime ve kimi zaman da grup içi yaptırımı neden olduğunu göstermişti. Görüşme yapılan bir topluluk başkanı şu ifadeleri kullanmıştır (Erkek,23): “Davet ederken insanları etkinliğe WhatsApp’ı kullanıyorum. Daha önce denedim. Instagram’da yaygınlaştırıyordum davet haberlerini. Orada yalnızca beğeniyorlar oysa WhatsApp grubundan davet ettiğimde belki birbirilerinden çekindikleri için ama yine de gelmek zorunda kalıyorlar”. Bu ifadelerden WhatsApp’ın daha güçlü bir ağ olarak değerlendirildiği ve orada kurulan ilişkilerin yüz yüze iletişime benzer bir etki yarattığını söylemek mümkündür. Görüşmecinin söylediklerinden yola çıkılarak, herhangi bir etkinliğe WhatsApp üzerinden davet edilme ile diğer sosyal mecralardan davet edilme arasında kullanıcılarda bırakmış olduğu etki açısından bir farklılığın söz konusu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Gruplar halinde gerçekleşen iletişim diaspora üyelerini daha etkileşimsel kılmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin kişiselleştirilmesi, etkileşim ve dayanışma

Çalışmada görüşmecilere, yeni iletişim teknolojilerini nasıl kişiselleştirdikleri ve kimliklerine entegre ettikleri sorulmuştur. Görüşmecilerin bir kısmı cep telefonunun kişiselleştirme özelliklerinden yararlandıkları ve zil sesi olarak Çerkeslere özgü müzikleri kullanmakta oldukları bilgisini paylaşmışlardır. Bu durum kimi zaman görüşmecilerin diğer Çerkeslerle iletişim kurmalarını da kolaylaştıran bir faktör olmuştur. Katılımcıların bir kısmı telefon zil sesi Çerkes müziği olarak çalan birine herhangi bir yerde rastladıklarında bu kimselere “Çerkes olup olmadıklarını” sorduklarını ve bu sayede bu kimselerle tanışarak, onları sosyal medya hesapları üzerinden arkadaş olarak eklemiş bulduklarını anlatmışlardır. Bu bilgi, cep telefonlarının kişiselleştirilmesinin kullanıcılarına neler sağlayabildiğini göstermesi bakımından da önemli bir veridir. Aracın kişiselleştirilmesi diaspora üyelerinin birbirlerini bulmalarını ve kontak halinde kalabilmelerini sağlamaktadır. Böylelikle adeta birer mıknaş gibi cemaat üyeleri birbirlerini çekmekte ve sanal ağlarla birbirlerine bağlanmaktadır. Bu durum ise grup

9 Mobil olarak akıllı telefon, tablet, bilgisayar, notebook ya da masa üstü bilgisayarlarla sabit araçlarla kullanılabilen WhatsApp, iki kişi ya da daha fazla kimsenin katıldığı gruplarda karşılıklı konuşmaya imkan veren bir araçtır. WhatsApp SMS’e alternatif olarak 2009 yılında kurulmuştur. WhatsApp çok sayıda medyayı alıp göndermeyi destekleyen bir uygulamadır. Bu uygulama sesli iletişimin yanı sıra metin, belge, fotoğraf, video, konum bilgisi gibi farklı içerikleri paylaşmaya olanak sağlar. Bu içerikler kişiler arasında ya da daha çok sayıda insanın bulunduğu gruplarda paylaşılabilir. Oluşturulan gruplarda kişi sayısı bir seferde 256 kişiye kadar ulaştırılabilmektedir (Çağlak, 2019: 630) ancak son güncelleme ile bu sayı 4096’ya kadar yükselmiştir. WhatsApp aynı zamanda görüntülü ve sesli aramalara da olanak sağlayan bir uygulamadır.

üyeleri arasındaki dayanışmanın ve etkileşimin kuvvetlenmesi ile neticelenmektedir.

Aracın kimlik ve kültüre göre kişiselleştirmesine dair bir diğer önemli örnek, görüşmecilerin büyük çoğunluğunun telefonlarında Çerkes müziği ses dosyalarının bulunması, yine Çerkes danslarına ilişkin video ve görsellerin telefonlarında var olması şeklindedir.

Ortak semboller ve simgeler

Çalışma kapsamında Çerkes gençler için ortak sembollerin olup olmadığı, eğer varsa bunların ne işe yaradıkları sorgulanmıştır. Bu soruyu yanıtlarken görüşmeciler, pek çok Çerkes gencin sosyal medya hesaplarında çeşitli semboller kullandıklarını ve bu sembollerin onları tanımayı kolaylaştırdığını belirtmiştir. Görüşmeci-8'in (K-19) "Çerkes olanların büyük bölümü sayfalarına yazıyor. Adige, hangi boydan olduğunu, soyunu yazabiliyor. Sosyal medya üzerinden öyle anlaşılıyor. Ya da sosyal medya hesabı açıksa ve Çerkes dansları yapıyorsa, gösteriye çıkmışsa anlaşılıyor." sözleri, Çerkes gençler açısından ortak semboller ve simgelerin yeni medyada nasıl yer bulunduğunu anlamamızı sağlar. Bu göstergelerin sosyal medya hesaplarında arkadaşlık isteklerini onaylamada ya da reddetmede etkili olup olmadığı sorulduğunda aynı görüşmeci "Evet önemli, Çerkes ise ekliyorum" şeklinde yanıt vermiştir. Görüşmeci yurtdışında olan Çerkesleri takip ettiğini ancak ortak bir dil konuşamadıkları için onlarla sohbet edemediğini söylemiştir. Bu durum ise Çerkes gençler açısından diğer ülkelerde yaşayan cemaat üyeleri ile iletişim kurmada dil bariyerinin hala önemli bir engel teşkil ettiğini göstermektedir.

Yeni medya, göç ve sürgün

Çerkes topluluğu için hatırlama pratiği daha çok sürgün ve travmaya dayalıdır. Bu nedenle göç hikâyeleri anlatıda önemli bir yer işgal eder. Yapılan görüşmeler esnasında da "sürgün" sık sık konuşulmuş ve görüşmecilerin bu mesele ile yeni medya arasındaki bağa dair değerlendirmeleri olduğu görülmüştür. Bu anlamda Görüşmeci-7'nin (E-26) "Eğer 1800'lerde bu araçlara sahip olsaydık, birbirimiz daha kolay bulurduk. O dönemde birbirinin izini kaybeden aileler birbirlerini çok kolay bulurlardı. Mesela Aynı sülale Ürdün'de çıkabiliyor, biri Türkiye'de biri Suriye'de ya da Amerika'da olabiliyor. Eğer sosyal medya o zaman olsaydı anavatanla bağ bu kadar yok olmazdı ve aileler bu kadar bölünmezdi." ifadeleri önemlidir. Bu cümlelerden de anlaşılacağı gibi katılımcı geçmişte meydana gelmiş olayların bugün yaşanması halinde yeni medyanın ortaya çıkmış olan çok sayıda dramı bir nebze azaltabileceği ve anayurtla bağların daha güçlü olabileceği kanaatindedir. Yine bir diğer Görüşmeci-19 (K-25) "Amerika'da, İsrail'de, Ürdün'de çok sayıda yakınımlı sosyal ağlar aracılığı ile buldum. Artık birini bulmak eskisinden daha kolay" sözleri ile sosyal ağların farklı yerlere dağılan aile üyelerini bulmada nasıl bir rol üstlendiğini ve aradan geçen bunca yıla rağmen diaspora üyelerinin birbirlerini bu araç sayesinde nasıl bulabildiğini anlatmaktadır.

Sonuç

Yeni medyanın, özellikle diasporik topluluklar açısından sanal bir cemaat oluşturmayı, siber bir uzamda bir araya gelerek ortaklık üretmeyi, kimliğe dair bilgi ve deneyime

erişmeyi, kültür ve kimlik mücadelesi vermeyi olanaklı kıldığı temel önermesine dayanan bu çalışma diasporik bir topluluk olan Çerkesleri konu edinmiştir. Çalışmanın temel amacı, Türkiye'de yaşayan Çerkes gençlerin yeni medyayı nasıl deneyimlediklerini, bu teknolojilerin kültür ve kimlik mücadelesine nasıl eklemlediğini, Çerkes kimliğinin bu araç üzerinden nasıl temsil edildiğini ve yaygınlaştırıldığını ortaya koymak olmuştur.

Toplam otuz Çerkes gençle yarı yapılandırılmış sorular çerçevesinde görüşülmüş ve çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Buna göre, Çerkes gençler açısından yeni medya fiziki mekândan bağımsız olarak Çerkes cemaati ile "siberuzay"da bir araya gelmeyi ve hayal edilen vatana siber uzamda erişmeyi olanaklı kılan bir araç rolü üstlenmektedir. Çerkes gençler bu araç aracılığı ile hem diasporada hem de anayurtta yaşayan diğer Çerkeslerle iletişim kurabilmekte ve bu iletişimi eskiye nazaran daha etkileşimsel bir biçimde sürdürebilmektedir. Bu durum cemaat açısından dayanışma ağlarını güçlendirmektedir. Görüşmecilerin çoğu, bu araç sayesinde mekânsal ayrılıkları aşarak siber ortamda birlikte olmanın mümkün olduğunu ve bunun Çerkesliği yaşatmak adına değerli olduğunu dile getirmiştir. Çerkes gençler, sosyal ağlarını birer arşivleme, bellek merkezi ve bellek mekânı olarak kullandıklarını ifade etmiş ve bu alanda paylaşmış oldukları içeriklerle unutmaya ya da yok saymaya karşı direndiklerini anlatmışlardır. Dolayısıyla bu teknolojilerin kimlik ve kültür mücadelesinde Çerkes gençler açısından önemli bir rol üstlendiği söylenebilir. Görüşmeciler açısından yeni medyada kullanılan ortak sembol ve simgelerin olduğu (aile isimleri, bayrak, kiril alfabesi vs.) ve bunların birer Çerkeslik göstergesi olarak kullanıldığı bulgulanmıştır. Çerkes gençler mobil teknolojileri Çerkeslere özgü ses ve görüntü dosyaları ile kişiselleştirmektedir. Çerkes gençlerin kültürel kimliklerini üretme ve deneyimlemede ses dosyaları, videolar, fotoğraflar, mesajlar, telefon zil seslerini Çerkesliği ifade eder biçimde işlevselleştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Görüşmecilerin sosyal medya hesapları incelendiğinde ise bu hesaplarda Çerkeslere özgü kıyafetler, danslar, yemekler, bayraklar, anma etkinlikleri, sürgün görselleri gibi çeşitli ortak içeriklerin yer aldığı gözlemlenmiştir.

Kaynaklar

- Aksoy, E. (2018) Ebru Aksoy: Tavuk ve Peynir Çerkes Oldu Ama Biz Olamadık, (Sadık Güleç, Ropörtaj) <https://www.gazeteduvar.com.tr/kitap/2018/03/15/elbruz-aksoy-tavuk-ve-peynir-cerkes-oldu-ama-biz-olamadik/> 15.03.2018
- Alankuş, S. (2005) Diasporik Bir Topluluk Olarak Çerkesler, <http://www.kaffed.org/bilgi-belge/diaspora/item/217-diasporik-bir-topluluk-olarak-cerkesler.html>
- Anderson, B.(2015). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*, (İ. Savaşır, Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Aşkın, M. (2017). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 10, Sayı 2, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/32061>
- Assman, J. (2018). *Kültürel Bellek, Eski Yüksek Kültürde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*, (A.Tekin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Axel, B. K., 2004. The context of diaspora, *Cultural Anthropology : Journal of the Society for Cultural Anthropology*. <https://doi.org/10.1525/can.2004.19.1.26>
- Başaran, F. (2017) Sanal uzam/özgür akademi: Olasılıkları düşünmek, <https://sendika64.org/2017/04/sanal-uzamozgur-akademi-olasiliklari-dusunmek-funda-basaran-gazete-duvar-413359/>
- Belge, M. (2011) Sunuş, (Dufoix, Stephane, Yazar), *Diasporalar*, (içinde), (I. Ergüden, Çev.), İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları
- Besleney, Z. A. (2010) Circassian Nationalism and the Internet, *openDemocracy*, <https://www.opendemocracy.net/en/odr/circassian-nationalism-and-internet/>
- Besleney, Z. A. (2016). *Türkiye'de Çerkes Diasporasının Siyasi Tarihi*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Kimlik*, (M. Hazır, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Brockmeier, J. (2017) Remembering and Forgetting: Narrative as Cultural Memory, file:///C:/Users/pc/Downloads/Remembering_and_Forgetting_Narrative_as_Cultural_M.pdf
- Canefe, N. (2007). Giriş, Nergis Canefe (Yazar) *Anavatandan Yavruvatana Milliyetçilik, Bellek ve Aidiyet*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Castelss, M. (2016). İletişim Gücü, (E.Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Connerton, P. (2014). *Toplumlar Nasıl Anımsar?* (A. Şenel, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dirlik, A. (2017). *Kriz, Kimlik ve Siyaset Küreselleşme Yazıları*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çağlak, U. (2019) Whatsapp, Whatsapp Grupları ve Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 12, Sayı: 66, Ekim 2019, www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581.
- Erdoğan, İ., Korkmaz, A. (2011). *Kültür ve İletişim, Halk Kültürü Kitle Kültürü ve Popüler Kültürün Üretim Dağıtım Tüketim Pratiklerinin Doğası*, Ankara: ERK Yayınları.
- Gleason, P. (2014) Kimliği Tanımlamak: Semantik Bir Tarih, Fırat Mollaer (Der.), *Kimlik Politikaları tanınma, özdeşlik ve farklılık*, (s.) içinde, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Goffman, E. (2016) *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Güvenç, B. (1991). İnsan ve Kültür, Ankara: Remzi Kitabevi.
- Halbwachs, M. (2018). *Kolektif Bellek*, (Z. Karagöz, Çev.), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Hall, S. (2019) Cultural Identity and Diaspora, <http://www.rlwclarke.net/Theory/SourcesPrimary/HallCulturalIdentityandDiaspora.pdf>
- Halliday, F. (2008). Evrensellik ve Haklar: Milliyetçiliğin Karşısındaki Tehditler, Umud Özkırımlı (Der.) *21. Yüzyılda Milliyetçilik*, (s.) içinde, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Hobsbawm, E.J. (2010). *Millletler ve Milliyetçilik, Program, Mit, Gerçeklik*, (O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İnaç, H. (2005). *AB'ye Entegrasyon Sürecinde Türkiye'nin Kimlik Problemleri*, Ankara: Adres

Yayınları.

Kaya, A. (2001) Türkiye'deki Çerkes Diasporası ve Siyasal katılım Stratejileri, ,Firdevs Gümüşoğlu (Der.), *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Kaya, A. (2014) The Circassian Diaspora In and Outside Turkey, Problems of Post-Communism, 61:4, 50-65, DOI: 10.2753/PPC1075-8216610404, <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.2753/PPC1075-8216610404>

Keles, J. Y. (2016) Digital Diaspora and Social Capital, Middle East Journal of Culture and Communication 9 (2016) 315–333

Laguerre, M. (2020) Virtual diasporas and global problem solving project papers, <http://oldsite.nautilus.org/gps/virtual-diasporas/paper/Laguerre.html>

Lars F. H. (2015) iCircassia: Digital Capitalism and New Transnational Identities, Journal of Caucasian Studies (JOCAS) / *Kafkasya Çalışmaları - Sosyal Bilimler Dergisi* September / Eylül 2015, Yıl / Vol. 1, № 1 ISSN 2149–9527 (print / basılı) ISSN 2149–9101 (online / çevrimiçi)

Maalouf, A. (2016). Ölümçül Kimlikler, A. Bora (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

McBride, C., Seglow, J. (2009) Introduction: Recognition: Philosophy and Politics, Volume: 8 issue: 1, page(s): 7-12, <https://doi.org/10.1177/1474885108096957>

Miller, J. M., Castles, S. (2008). *Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*, (B. U. Bal, İ. Akbulut, Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Narmanlıoğlu, H. (2013). *Sanal Cemaatte Ulus ve Ulusçuluk, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü*, (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Oran, B. (2004). *Türkiye'de Azınlıklar Kavramlar, Teori, Lozan, İç Mevzuat, İçtihat, Uygulama*, İletişim Yayınları: İstanbul.

Özkırımlı, U. (2017). *Milliyetçilik Kuramları* “eleştirel bir bakış”, Ankara: Doğubatı Yayınları.

Parekh, B. (2014). Kimliğin Mantiği , Fırat Mollaer (Der.) *Kimlik Politikaları tanınma, özdeşlik ve farklılık*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Rafael, E. B. (2010) Diaspora, Sociopedia.isa, DOI: 10.1177/205684601052, <http://www.sagepub.net/isa/resources/pdf/diaspora.pdf>

Safran, W., “Diasporas in Modern Societies : Myths of Homeland and Return”, Diaspora: A Journal of Transnational Studies, C. 1, S. 1 (Bahar 1991), s. 83-84.

Smith, A. D. (2017). *Milli Kimlik*, (Sina Şener, Çev.), İstanbul İletişim Yayınları.

Toumarkine, A. (2001). Kafkas ve Balkan Göçmen Dernekleri: Sivil Toplum ve Milliyetçilik, *Türkiye'de Sivil Toplum ve Milliyetçilik*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Tuğal, C. (2001). 1915 Hatıraları ve Ermeni Kimliğinin İnşası, Esra Özyürek (Der.), *Hatırladıkları ve Unuttuklarıyla Türkiye'nin Toplumsal Hafızası*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Voicu, C. (2013) Cultural Identity and Diaspora, Philobiblon – Vol. XVIII (2013) – No. 1, file:///C:/Users/Windows/Downloads/CulturalIdentityDiaspora.pdf

Yuval-Davis, N. (2008) Aidiyetler: Yerlilik ile Diaspora Arasında, Umut Özkırmırlı (Der.) 21. *Yüzyılda Milliyetçilik*, ; İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Williams, R.(1993). *Kültür*, (S. Aydın, Çev.), Ankara: İmge Kitabevi.