



Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi
Turkey Journal of Theological Studies
[Tiad-2017]

[TiAD], 2022, 6 (2): 794-826

**Müslüman Toplumlarda İslamofobi'nin Algılanışı ve Medyanın
Etkisi Üzerine Bir Saha Araştırması**

A Field Research on The Perception of Islamophobia in Muslim Societies and
The Impact of the Media

Ünal KILIÇ

Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi
(Prof., Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Theology)

ukilic@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6366-6350

Nihal ACAR

Arş. Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi
(Res. Assist., Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Theology)

nihalacar@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1552-5654

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types : Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received : 25.07.2022
Kabul Tarihi / Accepted : 07.11.2022
Yayın Tarihi / Published : 31.12.2022
Yayın Sezonu : Aralık
Pub Date Season : December

Atıf/Cite as: KILIÇ, Ünal – ACAR, Nihal. "Müslüman Toplumlarda İslamofobi'nin Algılanışı ve Medyanın Etkisi Üzerine Bir Saha Araştırması". Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi. 6/2 (Aralık 2022): 794-826 doi: 10.32711/tiad. 1148467

İntihal-Plagiarism: Bu makale, Turnitin yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir/This article has been scanned by Turnitin.

Etik Beyan/Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur/It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited (Ünal KILIÇ ve Nihal ACAR).

Telif Hakkı&Lisans/Copyright&License: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır. / Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU

Müslüman Toplumlarda İslamofobi'nin Algılanışı ve Medyanın Etkisi Üzerine Bir Saha Araştırması¹

Öz

Araştırma, İslamofobi'nin Müslümanlarda oluşturduğu algıyı betimlemek ve medyanın, İslamofobi üzerindeki etkisini açıklamak üzere nicel yaklaşımla tasarlanmıştır. Araştırmada, 435 üniversite öğrencisinin İslamofobi algılarının gayrimüslimlerin İslamiyet ve Müslümanlığa duyduğu korku, İslamlaşma korkusu ile medyadan beslenerek oluştuğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların, İslamofobi'yi algılama düzeylerinin sosyo-demografik özelliklerine göre farklı sonuçlar gösterdiği saptanmıştır. Araştırmada, medya kuruluşlarının İslamofobi üzerinde haberin gerçekliği ve doğruluğu, ulusal ve uluslararası basının bilgiyi aktarım şeffaflığı, denetim mekanizmaları, düşünce ile din özgürlüğü, ırkçılık açısından etkiler oluşturduğu da elde edilen diğer sonuçlar arasında yer edinmiştir. Katılımcıların, yarından fazlasının geleneksel ve yeni medyada İslamofobik olaylara maruz kaldığı belirlenmiştir. Araştırma sonunda gelecek çalışmalarda İslamofobi kavramı üzerine Müslüman örneklem ve medyanın etkilerinin nasıl ortadan kaldırılabileceğine yönelik daha fazla inceleme yapılması önerilmiştir. Son olarak ise medyanın küresel değer yargılarına uygun kullanılması için kontrol odaklarının ağırlıklarını artırması tavsiye edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, İslamofobi'nin Algılanışı, Medya, Medya Etkisi, Üniversite Öğrencileri.

A Field Research on The Perception of Islamophobia in Muslim Societies and The Impact of the Media²

Abstract

The research was designed with a quantitative approach to describe the perception of Islamophobia in Muslims and to explain the effect of the media on Islamophobia. In the research, it was revealed that the perceptions of Islamophobia of 435 university students were formed by the fear of non-Muslims towards Islam and Islam, the fear of Islamization and the media. It was determined that the participants' level of perception of Islamophobia showed different results according to their socio-demographic characteristics. Among the other results obtained in the research, media organizations have effects on Islamophobia in terms of the reality and accuracy of the news, the transparency of information transfer of the national and international press, control mechanisms, freedom of thought and religion, and racism. It was determined that more than half of the participants were exposed to Islamophobic incidents in traditional and new media. At the end of the research, it is suggested that further studies should be conducted on the concept of Islamophobia in Muslim samples and how the effects of the media can be eliminated. Finally, it is recommended to increase the weight of the locus of control in order to use the media in accordance with global value judgments.

Keywords: Islamophobia, Perception of Islamophobia, Media, Media Influence, University Students.

¹ Bu çalışma Sivas Cumhuriyet Üniversitesinde İLH-2021-041 numarası ile yürütülen Bilimsel Araştırma Projesinin destekleriyle gerçekleştirilmiştir.

² This study was carried out with the support of the Scientific Research Project carried out at Sivas Cumhuriyet University with the number İLH-2021-041.



Giriş

İslamofobi, 1990'lı yıllarda akademik alanda yer edinmeye başlamıştır. İslam ve Müslümanlara karşı hissedilen korku İslamofobi³; bu olumsuz duyguların saldırgan ve dışlayıcı eyleme dönüşmesi ise İslamofobik olay olarak görülmektedir.⁴

İslamofobi; üreten, şekil veren, besleyen, belirgin bir hale getirilmesine neden olan ve bir söylem olarak her alanda kullanılması medya ile gerçekleşmektedir. 20. yüzyılının iletişim araçlarından olan radyo ve televizyon ile gerçekleştirilen İslamofobik söylemler, 21. yüzyılda internetin iletişimde kullanılması ile hız kazanmıştır.

İlgili literatür incelendiğinde İslamofobiye yönelik araştırmaların genel olarak iletişim ve ilahiyat alanlarında yapıldığı görülmektedir. Araştırmalarda İslamofobi'nin kavramsal çerçevesi ile tarihsel kökenleri⁵, ortaya çıkış nedenleri⁶, Türk medyasında İslamofobi'nin varlığı⁷, Müslüman toplumlarda durumu⁸, sosyal ağ platformlarındaki işleniş⁹, sinemada aktarım şekli¹⁰, batılı ülkelerde üretim yolları¹¹, Avrupa Birliği'ne yansımaları ve Birliğin kavrama olan tutumları¹², açılarından incelenmiştir.

Allen İslamofobiye, Batının İslam ve Müslümanlar hakkında doğru ya da yanlış ne düşündüğü ve ne konuştuğunu anlama açısından önemli bir kavram olarak yorumlamaktadır.¹³ Bunun için Lee ve diğerleri tarafından 2009 yılında "The

³ Nurdan Akıner - Mustafa Sami Mencet, "Türkiye'de İslamofobi: Mizah Dergilerinde İslam'ın Temsili", *Akademik İncelemeler Dergisi* 11 / 2 (2016), 172.

⁴ Necmi Karşlı, "İslamofobi'nin Psikolojik Olarak İncelenmesi", *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 13/1 (2013), 83.

⁵ Mehmet Gökhan Genel, "Avrupa'daki Türk Medya Perspektifinden Batı'nın Bir Ötekileştirme Dili Olarak Kullandığı İslamofobiye Bakış", *Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 6/6 (2014), 105-125.

⁶ Mustafa Alıcı, "Batı'nın Bitmeyen Sanal Korkusu: İslamofobi", *Diyanet İlmî Dergisi* 55 (2019), 405-430.

⁷ Mustafa Sami Mencet, *Mizah Dergileri Ölçeğinde Türkiye'de İslamofobi* (Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2016).

⁸ Wayne Hanniman, "Canadian Muslims, Islamophobia and National Security", *International Journal of Law Crime and Justice* 36/4 (2008), 271-285.

⁹ Çilem Tuğba Koç, "Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/2 (2018), 211-242.

¹⁰ Nureddin Güz vd., "İslamofobi ve Medya: "The Stone Merchant" Film Afişinin Gösterge Bilimsel Analizi", *International Journal of Social Sciences and Education Research* 6/1 (2020), 11-30.

¹¹ Abdülkadir Gölcü - Fatma Betül Varol, "Yükselen Bir Trend Olarak İslamofobi Endüstrisi: Amerikan Medyasına Yönelik Araştırmaların Bir Panoraması", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/1 (2018), 73-88.

¹² Murat Aktaş, "AB Ülkelerinde İslamofobi ve Terörizm", *Ombudsman Akademik Dergisi* 7 (2017), 127-155.

¹³ Chris Allen, *Islamophobia*. (England: Published by Ashgate Publishing Limited, 2011).



Islamophobia Scale” isimli ölçek geliştirmiştir.¹⁴ 2013 yılında yine Lee ve diğerleri tarafından yapılan başka bir çalışma da ise gayrimüslim kişilerin Müslüman korkusunu belirlemek için “Fear of Muslims: Psychometric Evaluation of the Islamophobia Scale” isimli ölçek geliştirilmiştir.¹⁵ 2013 yılında Kunts ve diğerleri İslamofobi kavramını, İslamiyet’i benimsemiş Müslüman kişilerin algılarından betimlemek istemiştir.¹⁶ Kunts ve diğerleri (2013) bu algıya yönelik ölçeği geliştirmiş, ölçeği farklı değişkenler (stres ve ayrımcılık) ile ilişkilendirmiştir.¹⁷ Araştırma sonunda Müslüman katılımcıların (262 Alman-Türk, 277 Fransız-Maghrebis ve 249 İngiliz-Pakistanlı) İslamofobiye yönelik algıları 3 alt boyutta kümelenmiştir. Bunlar; gayrimüslimlerin İslam ve Müslümanlara karşı duydukları genel korku, gayrimüslim ülkelerinin İslamlaşma korkusu ve medyanın İslamofobi’yi beslediği düşüncesidir. Bu araştırmada da Kunts ve diğerlerinin¹⁸ (2013) geliştirip, Kılıç ve Acar¹⁹ tarafından 2021 yılında Türkçeye uyarlaması yapılan “Algılanan İslamofobi Ölçeği” kullanılmıştır. Böylece bu araştırmada, Türk ve yabancı uyruklu Müslüman öğrencilerin İslamofobiye yönelik algıları ile medyanın kavram üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılacaktır. Son olarak ise İslamofobi’nin medyada yer alma türü ve sıklığı ile katılımcıların kavramı algılama düzeylerinin onların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığı incelenecektir.

1. İslamofobi’nin Kavramsal Çerçevesi ve Ortaya Çıkışında Etkili Olan Faktörler

İslamiyet, 1990’lı yılların sonuna doğru Batı tarafından “fobi (korku)” kelimesi ile birleştirilerek vurgulanmaya başlamıştır. Bu yeni kelime, “İslamofobi” olarak adlandırılmıştır. Kelime, batının İslam medeniyetini kendi egemenliklerine karşı bir tehlike olarak algılaması sonucu ortaya çıkmıştır.²⁰

İslamofobi, resmi olarak ilk kez 1997 yılında İngiliz düşünce kuruluşu olan “Runnymede Trust” tarafından açıklanmıştır. Bu düşünce kuruluşu, 1998 yılında “Islamophobia: A Challenge for Us All (İslamofobi: Hepimiz İçin Bir

¹⁴ Lee Sherman A. vd., “The Islamophobia Scale: Instrument Development and Initial Validation”, *International Journal For The Psychology Of Religion* 19/2 (2009), 92-105.

¹⁵ Lee Sherman A. vd., “Fear Of Muslims: Psychometric Evaluation Of The Islamophobia Scale” *Psychology Of Religion and Spirituality* 5/3 (2013), 157-171.

¹⁶ Jonas R. Kunst vd., “Perceived İslamophobia: Scale Development and Validation” *International Journal of Intercultural Relations* 37/2 (2013), 225-237.

¹⁷ Kunst vd., “Perceived İslamophobia: Scale Development and Validation”, 225-237.

¹⁸ Kunst vd., “Perceived İslamophobia: Scale Development and Validation”, 225-237.

¹⁹ Ünal Kılıç – Nihal Acar, “Algılanan İslamofobi Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması”, *Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi* 2/12 (2021), 175-198.

²⁰ Seyfettin Aslan vd., “İslamofobiye ve batı dünyasındaki yansımaları”, *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16 (2016), 452.



Meydan Okuma)" isimli raporda kavramı, "Müslümanların tümünden ya da çoğundan korkma, hoşlanmama ve İslam dinine karşı beslenen nedeni olmayan düşmanlık" olarak açıklamıştır.²¹ Runnymede Trust, 2017 yılında yayınladığı "Islamophobia Still a Challenge for Us All (İslamofobi Hepimiz İçin Hala Bir Meydan Okuma)" raporunda ise İslamofobi'yi "Müslüman karşıtı ırkçılık" olarak tanımlamıştır.²² Türk Dil Kurumu'na ait Türkçe sözlükte ise bu kelimenin bir karşılığı bulunmamaktadır. Türk dili akademisyenleri, İslamofobi'nin ütopyik bir kavram olarak batı tarafından ortaya atıldığını, medya özellikle de sosyal medya platformları ile içinin doldurulmaya çalışıldığını belirtmektedir.²³

Lee ve diğerlerine göre İslamofobi temelde gayrimüslimlerin, bilişsel, duygusal ve psikolojik algılarını yönlendiren, İslamiyet ve Müslümanlardan, korkma, kaçınma, sinirlenme, endişe ve rahatsız olma hali olarak tanımlanmaktadır.²⁴ Imhoff ve Recker, İslamofobi'nin bazı kesimler tarafından dini gelenekler, alışkanlıklar ve dini rejimleri küçük düşürmek için kasıtlı olarak üretildiğini belirtmektedir.²⁵ İslamofobi, Müslümanlara karşı ayrımcılık çıkartmak amacı ile bilinçli olarak yapılandırılmış ve İslam'a karşı nefret barındıran, bu dini eleştirmek isteyenler için gönüllü olarak kullanılan bir kavram olarak da açıklanmaktadır.²⁶ Bundan dolayı da kavramın "İslamoprejudice" (İslam'a önyargı) olarak nitelendirilmesinin daha tutarlı olacağına yönelik görüşler bulunmaktadır.²⁷ Ayrıca bazı araştırmalarda İslamofobi kavramının yerine "İslamodium" kavramının kullanımı da önerilmektedir.²⁸

İslamofobi'nin batılı bilim insanları tarafından üretilmiş bir kavram olarak, oryantalizmden beslendiği düşünülmektedir.²⁹ Oryantalist araştırmalar incelendiğinde, Batılıların ötekileştirdiği Müslüman toplumlar olan doğu

²¹ Runnymede Trust (RT), *Islamophobia, a Challenge for Us All, Summary* (United Kingdom: The Runnymede Trust, 1997), 1-2.

²² Farah Elahi – Omar Khan, *Islamophobia Still a Challenge for Us All* (Runnymede Trust, 2017), 1-106.

²³ Tolga Orhanlı, "Türkçede İslamofobi Kavramı Var Mıdır?" (Görüşmecisi: Nihal Acar, Telefon Kaydı, 05 Ağustos 2021)

²⁴ Lee vd., "Fear of Muslims: Psychometric Evaluation of The Islamophobia Scale", 157.

²⁵ Roland Imhoff – Julia Recker, "Differentiating Islamophobia: Introducing A New Scale To Measure Islamoprejudice and Secular Islam Critique", *Political Psychology* 33/6 (2012), 812-813.

²⁶ Roland Imhoff – Julia Recker, "Differentiating Islamophobia: Introducing A New Scale to Measure Islamoprejudice and Secular Islam Critique", 814.

²⁷ Roland Imhoff – Julia Recker, "Differentiating Islamophobia: Introducing A New Scale to Measure Islamoprejudice and Secular Islam Critique", 812.

²⁸ Selçuk Kırtepe – Esra Öztunç, "İslamofobi Kavramı Yerine İslamodium Kavramı", *Tokat İlmîyat Dergisi* 8/21 (2020), 162.

²⁹ Genel, Avrupa'daki Türk Medya Perspektifinden Batı'nın Bir Ötekileştirme Dili Olarak Kullandığı İslamofobiye Bakış", 110-113.



ülkelerinin; cinsel hayata düşkün, gerici zihniyete sahip, ilerleme ve gelişme karşıtı bir karakteristiğe sahip oldukları ve bunların da İslam dininin bir öncülü olarak kabul edildiği görülmektedir.³⁰ Avrupa ülkeleri tarafından sürekli olarak canlı tutulan oryantalist düşüncenin varlığı, doğunun bir İslamofobi kaynağı olduğu mesajını vermektedir.³¹

İslamofobi; Batılı ülkelerin gerçekçi olmayan bir şekilde Müslümanlara ve İslamiyet'e duydukları genel bir korkuyu tanımlamak üzere 2000'li yılların hemen başında politik aktivistler tarafından dillendirilen, retorik ve eyleme gönderme yapan bir kavram olarak da tanımlanmaktadır.³² İslamofobi ilk olarak politik çevrelerce şekillendirilmiş, ardından ise akademi ve medya alanında geliştirilerek son hali verilmeye çalışılmıştır. Kavram, temelde üç farklı disiplinde oluşturulmuştur. İslamofobi kavramı en temel anlamda İslamiyet ve Müslüman kişilere karşı hissedilen korku olarak tanımlanabilmektedir. İslamofobi, gayrimüslimlerin Müslümanlara duydukları korku, şüphe, güvensizlik duygusunu tanımlayacak şekilde literatürde sıkça açıklanmaktadır. İlgili araştırmalarda^{33,34,35} yer alan tanımlarda da genel olarak bu cümledekine benzer olarak açıklama yapıldığı görülmektedir.

İslamofobi nasıl tanımlanırsa tanımlansın öznenin Müslüman kimseler olduğu görülmektedir. Bu tanımlarda hem eyleme hem de söylemlere maruz kalan kimseler üzerinde durulmaktadır. Bu eylem ve söylemlerin her biri ise İslamofobik olay olarak adlandırılmaktadır. İslamofobik olaylar; sözsüz ya da sözlü, gerçek ya da sanal ortamlarda meydana gelen gayrimüslim kişiler tarafından Müslüman kişilere karşı kin, nefret, düşmanlığın beslediği duygu durumları ile fiziksel eylemlerin tümüdür. Aslan ve diğerlerine göre İslamofobik eylemelerde, Müslümanların insan olduklarından dolayı sahip oldukları hak ve özgürlüklerinin engellenmesi, din ve inanç hürriyetlerinin sınırlandırılması, fiziksel şiddet mekanizmalarından meydana gelen sorunlar ortaya çıkmaktadır.³⁶

³⁰ Edward W. Said, "Orientalism Reconsidered", *Cultural Critique* 1 (1985), 89-107.

³¹ Şule Kılıç vd., "Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: İslam Karşıtlığı Bağlamında Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi", *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* 8/30 (2017), 162.

³² Alıcı, "Batı'nın Bitmeyen Sanal Korkusu: İslamofobi", *Diyanet İlmî Dergisi*, 407.

³³ Ahmet Külahçı, "Yabancı Düşmanlığı Görmezden Geliniyor", *Kamu'da Sosyal Politika* 9/34 (2016), 38-42.

³⁴ Murat Aktaş, "Avrupa'da Yükselen İslamofobi ve Medeniyetler Çatışması Tezi", *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi* 13/1 (2014), 31-54.

³⁵ Ayşenur Kırılmaz, "Batı'da Artan İslamofobiye Algısının Müslüman Kadınlar Üzerindeki Etkileri", *Bölgesel Araştırmalar Dergisi* 4/10 (2020), 178-206.

³⁶ Aslan vd., "İslamofobiye ve Batı Dünyasındaki Yansımaları", 451-463.



Gayrimüslimler tarafından gerçekleştirilen tüm İslamofobik eylemlerin temeli, geçmişte yer alan siyasal, ekonomik ilişkiler ve uyuşmazlıklar, Hristiyanlığın tek din, Hz. İsa'nın son peygamber olarak görülmesi, Batılı ülkelerin bilgileri sorgulamadan doğru olarak kabul etmesi, itibarsızlaştırma, kültürel-sosyal farklılıklara açık olmama ve medya tarafından Müslümanlara karşı oluşturulan olumsuz algıların varlığından kaynaklanmaktadır. Literatürde İslamofobi'nin; teoloji, tarih, demografi, medya, entelektüel düşünce sistemi ile siyasal ve askeri faktörlerden ortaya çıktığı vurgulanmaktadır.³⁷ Bu faktörler kısaca şu şekilde sıralanabilmektedir;

- **“İslamofobi'nin Teolojik Faktörleri:** İslam dininden önce gelen Hristiyanlığın geçersiz kalacağı korkusu, Orta Çağ dönemi boyunca kiliseler tarafından Kur'an-ı Kerim'deki mesajların ve buyrukların İncil'dekilere uygunsuz olduğu iddiası, İslamiyet'in kiliseler tarafından olumsuz bir şekilde yorumlanması, Kur'an-ı Kerim'in inmesi ile İncil'in geçersiz kılınması, Hz. Muhammed'in tüm insanlığa peygamber olarak gönderildiği değil de, Hz. İsa'ya düşman olarak gönderildiği yargısı ile İslamiyet'tin Allah yerine Hz. Muhammed'e inanılması gereken bir din olduğu algısının oluşturulmasıdır.
- **İslamofobi'nin Tarihsel Faktörleri:** İslamiyet'in hızla yayılması ile batının en büyük düşmanı Müslümanlar olmaya başlamıştır. XI. yüzyılda başlayan Haçlı Seferleri ile de İslam düşmanlığı başlamıştır. XV. ve XVI. yüzyıllarda ortaya çıkan Rönesans ve Reform dönemlerinin getirdiği özgürlük anlayışı da İslam'a olan ilgiyi artırmıştır.
- **İslamofobi'nin Demografik ve Sosyo-Kültürel Faktörleri:** 1960'larda başlayan işçi göçleri, Müslüman nüfusun gayrimüslim ülkelerde artması, batıda Hristiyanlık ve Museviliğinin bitip İslam'ın yaygınlaşacağı korkusu, Müslüman kişileri kendi toplumlarına entegre etmemek için onları bir tehdit olarak algılamaları ve kendilerinden başka toplulukları kabullenememe duygularıdır.
- **İslamofobi'nin Medya Faktörleri:** XIX. yüzyılda başlayan oryantalist hareketlerin geleneksel özellikle de sosyal medya ile hızla devam ettirilmesi, bir post modern iletişim aracı olan sosyal ağların “bilincin yazı tahtası” olarak düşünce özgürlüğü kisvesi altında kullanılması, televizyondan sinema filmlerine kadar her farklı mecrada etik kuralların ihlal edilerek İslamofobi'nin belirginleştirilmesi ve bu araçlar sayesinde Müslüman kimlikler ile İslam'ın kötü, dışlanmayı hak eden bir din olduğu kitlelere aşılacaktır.

³⁷ Alıcı, “Batı'nın Bitmeyen Sanal Korkusu: İslamofobi”, *Diyanet İlmî Dergisi*, 411-423.



- **İslamofobi'nin Entelektüel Faktörleri:** Batılı ülkelerin, Müslüman toplulukları bağnaz, kapalı, tutucu olarak açıklamasıdır.
- **İslamofobi'nin Siyasi ve Askeri Faktörleri:** XIII. ve XIV. yüzyıllarda, Müslüman topluluklar, Avrupa ülkelerinde askeri ve siyasi üstünlük kurmuş, bu başarılar da batı tarafından bir korku olarak algılanmaya başlamıştır. Endülüs, Selçuklu ve Osmanlı devletleri her zaman batının en büyük düşmanı olmuştur".³⁸

Koçer ve Yazıcı³⁹ da Alıcı⁴⁰ gibi İslamofobi'nin ortaya çıkmasında tarih, kültür, teoloji, siyaset, ekonomi, iletişim ve ek olarak ise davranış faktörlerinin etkili olduğunu belirtmektedir. Kunts ve diğerlerine (2013) göre ise özellikle 2. Dünya Savaşı sonrasında 1960'lı yıllarda Avrupa ülkelerine başlayan göç olayları İslamofobik eylemlerin meydana gelmesine neden olmuştur.⁴¹ Yine seçim dönemlerinde de İslamofobik söylemlerin artması özellikle sağ tabanlı partiler için bir avantaj olmuş ve oylarını sürekli artırmıştır.⁴²

2. Medyada İslamofobi'nin İşlenişi

Medya, meydana gelen olayların sonuçları üzerinde tesir oluşturan ve bunların sonuçlarından da etkilenen çift yönlü bir mekanizmadır.⁴³ Geleneksel medya (televizyon, radyo, gazete, dergi) ya da yeni medya (internet, uydu, sosyal medya platformları, video, CD) kullanıcıları algı ve kanaat oluşturmada ya da var olan görüşleri etkilemede büyük potansiyele sahiptir. Her medya kanalı belirli bir ideoloji üzerine söylemlerini temellendirmektedir. Medyanın kitleler üzerindeki hedeflenen temel amacı ise bu ideolojiler üzerinden inşa edilmektedir. Bu ideolojiler ekonomik, siyasal, kültürel ve teknoloji alanında olabileceği gibi özellikle son 20 yıldır İslamofobi adı altında yapılandırılmaktadır. Van Dijk'ın da vurguladığı üzere medya söylemleri kitlelerin düşünce temellerinde yatan, onların duygu, davranış ve ideolojilerini etkileyen unsurlara sahiptir.⁴⁴

Medya kurumlarının sahip olduğu ideoloji, bilginin üretimi, yayılımı ve tüketimine kadar bütün aşamalarda kendini göstermektedir. Batılı medya

³⁸ Alıcı, "Batı'nın Bitmeyen Sanal Korkusu: İslamofobi", *Diyanet İlmî Dergisi*, 411-423.

³⁹ Mustafa Koçer – Fikret Yazıcı, "İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/2 (2018), 191-209.

⁴⁰ Alıcı, "Batı'nın Bitmeyen Sanal Korkusu: İslamofobi", *Diyanet İlmî Dergisi*, 411-423.

⁴¹ Kunst vd., "Perceived Islamophobia: Scale Development and Validation", 225.

⁴² Hülya Kınık – Emel İlter (2019). "Müslümanlara Yönelik Medya Algısı: İngiliz Yazılı Basını", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 33/3 (2019), 963.

⁴³ Kınık – İlter (2019). "Müslümanlara Yönelik Medya Algısı: İngiliz Yazılı Basını", 964.

⁴⁴ Teun Adrianus van Dijk, *New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach* (Philadelphia: Open University Press, 2000), 211-226.



kuruluşları, 11 Eylül Saldırıları'ndan hemen sonra İslamiyet ve Müslümanlığı kötüleyme yönelik girişimlerde bulunmuştur. Batı medyası, dünyanın farklı ülkelerinde meydana gelen her olumsuz olayın sorumlusu olarak Müslümanları göstermiş, kitlelere İslamiyet'i hiç olmadığı gibi aktarmıştır. 2001'de ABD'de Dünya Ticaret Merkezi, 2003'te İstanbul, 2004'te Madrid, 2005'te ise Londra'daki saldırılarda İslamiyet ve Müslüman kimliklere karşı medya kuruluşları korku üretmiştir.⁴⁵ İslamofobi, medya kanallarında üretilen söylemler ile 11 Eylül saldırılarından hemen sonra Avrupalı ülkelerde daha belirgin hale gelmiştir.⁴⁶

Amerika ve Avrupa'da, İslam dini ve Müslüman kişilere karşı geliştirilen gerçeği yansıtmayan olumsuz düşüncelerin oluşturulup yayılmasında medya bir güç olmuştur.⁴⁷ Batının çeşitli nedenlerden dolayı Müslümanları istememesi, Müslüman kimliğe sahip kişilerin farklı açılardan zarar görmesine neden olmuştur. Müslüman kişiler azınlık konumunda sınıflandırılmış, diğer vatandaşların sahip olduğu hak ve özgürlüklerden faydalanamamış, çevrimiçi ortamlarda dahi sözlü şiddete maruz kalmıştır.⁴⁸ İslam İş Birliği Teşkilatı ile Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından 12 Eylül 2013 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen "Hukuk ve Medya Bağlamında Uluslararası İslamofobi Konferansı"nda Georgetown Üniversitesi'nden Prof. John L. Esposito "İslamofobi'nin artık bu denli destekçi bulmasında sosyal medya kullanımının çok önemli bir payının olduğunu düşünüyorum" demiştir.⁴⁹

Geleneksel medyanın aksine yeni medya ile yapılan İslamofobik eylemlerin tümünde düşünce özgürlüğü hakkı yasal bir dayanak olarak gösterilmektedir. Facebook'un CEO'su Mark Zuckerberg, sosyal medya platformlarında İslam dini ya da Müslüman kişilere karşı olumsuz bir eleştirinin yapılmadığını, her ağ kullanıcısının düşüncelerini açıklamada özgür olduğunu belirtmektedir. Sosyal medya, geleneksel kitle iletişim araçlarından anonimlik, etkileşim ve kullanıcı türevli içerik gibi özelliklerinden dolayı ayrılmaktadır.⁵⁰ Koç'a göre ise özellikle Facebook, Twitter gibi sosyal ağ platformları haber ve bilgiyi hızlı bir şekilde sunması, bilginin yeniden okunmasına ve tartışma yapabilmesine izin

⁴⁵ Sami Çöteli, (2012). "Propaganda ve İslamofobinin İngiliz Kitle İletişim Araçlarından Yansımaları", *Akademik Bakış* 33 (2012), 1.

⁴⁶ Arda Almalı, "Almanya'da Yükselen İslamofobi ve Dergilerdeki İslam Karşılığı Yayınlar", *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi* 2/2 (2018), 132.

⁴⁷ Durmuş Ali Arslan, "Dünyada ve Türkiye'de Medya ve İslamofobi", *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi* 2 (2019), 28-52.

⁴⁸ Genel, "Avrupa'daki Türk Medya Perspektifinden Batı'nın Bir Ötekileştirme Dili Olarak Kullandığı İslamofobiye Bakış", 108.

⁴⁹ Hüseyin Türkan vd., *Avrupa'da Yükselen Ayrımcılık, Nefret, İslamofobi ve Irkçılık* (İstanbul: Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, 2015), 30.

⁵⁰ Kılıcı vd., "Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: İslam Karşıtlığı Bağlamında Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi", 155.



vermesi gibi özelliklerinden dolayı geleneksel medyanın aksine söylem üretiminde daha fazla tercih edilmektedir.⁵¹

İlgili literatür incelendiğinde İslamofobi algısının oluşturulmasında ve söylemlerin yayılmasında medyanın ne derece baskın olduğu ile hangi türden söylemlere hizmet ettiği görülmektedir. Koçer ve Yazıcı, Charlie Hebdo Dergisi'nin Twitter hesabında paylaşılan karikatürlerin İslamiyet ve Müslüman kişileri karalamak üzere yapıldığını belirtmektedir.⁵² Koçer ve Yazıcı'ya göre derginin Twitter hesabında nefret, ayrımcılık, ırkçılık gibi söylemler ile Batılı ülkelerde var olan İslamofobi korkusunun canlı tutulması amaçlanmaktadır.⁵³

Koç⁵⁴ da Koçer ve Yazıcı'nın⁵⁵ araştırmasına benzer olarak sosyal medyada İslamofobik söylemin nasıl üretildiğini araştırmıştır. Koç, Facebook'ta, İslamofobik söylem üreten "Anti-İslam Alliance" ve "Stop Islamization of The World" isimli grupların, 2017-2018 yıllarındaki paylaşımlarını eleştirel söylem analizi ile incelemiştir.⁵⁶ Koç, bu gruplarda yer alan kullanıcıların, İslam ve Müslümanlar hakkındaki yargılarının köktenci olduğunu, İslam dinini net bir şekilde bilmediklerini, öğrenmek yerine gerçeği olmayan söylemlere inanmayı tercih ettiklerini, diğer gruplarda yer alan Müslümanlara saldırgan bir şekilde davrandıklarını ayrıca kendi inandıkları din dışında başkasına inanan kimselere karşı da hoşgörü beslemediklerini saptamıştır.⁵⁷

Başka bir araştırmada ise Güz ve diğerleri (2013) sinema filmlerinin afişlerinde İslamofobi'nin işlenişini göstergebilim tekniği ile incelemiştir. Güz ve diğerleri "The Stone Merchant" filminin afişinde yer alan başrol oyuncusunun görüntüsünün tam değil de yarı profilden yakın çekim ile verildiğine dikkat çekmiştir.⁵⁸ Sinema dilinde, karakterin bu açıdan verilmesi başrol oyuncusunun bilinmeyen ve karanlık bir kişiliğe sahip olduğu anlamını taşımaktadır. Afişteki karakterin, buğday tenli olduğu da görülmekte bu da batı ile doğunun temsiline gönderme yapmaktadır. Karakter, afişte Müslüman kişilerin sahip olduğu saç, sakal gibi fiziki özellikler ile dış görünüme uyumlu olarak verilmiştir. Karakterin bıyık şekli Hz. Muhammed'in sünnetine uygun olarak

⁵¹ Koç, "Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği", 211.

⁵² Koçer – Fikret Yazıcı, "İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi", 191.

⁵³ Koçer – Fikret Yazıcı, "İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi", 205.

⁵⁴ Koç, "Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği", 211.

⁵⁵ Koçer – Fikret Yazıcı, "İslamofobinin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi", 205.

⁵⁶ Koç, "Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği", 211.

⁵⁷ Koç, "Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği", 211.

⁵⁸ Güz vd., "İslamofobi ve Medya: "The Stone Merchant" Film Afişinin Gösterge Bilimsel Analizi", 21.



dudağı açık şekilde verilmiştir. Afişte, hâkim olan arka fon renkleri siyah ve kapalı tonlarda kurgulanmış, böylece Müslüman insanların karanlık işler ile uğraştığı mesajı verilmek istenmiştir. Karakterin, omzunun üzerine büyük bir camii silueti yerleştirilmiş, bu da karakterin Müslüman olduğunu göstermek amacı ile kodlanmıştır. Afişte temelde üç farklı gösterge kullanılmıştır; yarı yüz profilinde sinirli bakışlara sahip bir erkek ile Müslüman kişilerin şiddete meyilli oluşu, koyu renkli taş arka plan ile Müslümanların karanlık, yasal olmayan işlerin tüccarlığını yapması; Sultan Hasan Camii ve Medresesi ile de tüm Müslüman topluluklar üzerine bir genelleme yapılmıştır. Güz ve diğerleri bir filmin sadece afişinin bile ne derece İslamofobik olabileceğini ortaya koymuştur.

Akner ve Mencet ise Türkiye'deki mizah dergilerinde İslamofobi'nin işlenişini incelemiştir.⁵⁹ Araştırmada; Leman, Penguen ve Uykusuz dergilerinde yer alan yaklaşık 35.500 karikatürün İslamofobik batı söylemlerine benzer olduğunu ortaya çıkartmıştır. İslamofobik söylemlerin Müslümanların giyimleri, davranışları ile yapıldığını ve Müslümanların yobaz, sahtekâr, sapık, terör ile bağlantılı kişiler olarak verildiği saptanmıştır. Akner ve Mencet, Türkiye'deki İslamofobi'nin incelenmesi için farklı disiplinlerde daha fazla araştırma yapılmasını önermiştir.⁶⁰

Temel'in araştırması özellikle İslamofobi'nin Türkiye'de ve diğer ülkelerde işleniş hakkında geniş bir bilgi sunmuş, gelecekte yapılacak İslamofobi araştırmaları için yol gösterici olmuştur.⁶¹ Temel, 2019 yılında uluslararası ve Türkçe literatürde yer alan İslamofobi makalelerinin tümünü incelemiştir.⁶² İlk olarak İslamofobiye yönelik yapılan Türk dışı araştırmalarında;

- Çoğunlukla içerik analizi/söylem analizi yöntemleri kullanılmış ve medya aracılığı ile İslam'ın ve Müslümanların temsil edilme şekilleri belirlenmeye çalışılmıştır,
- Gerçekleştirilen saldırılar sonucunda İslam'a karşı tutum saptamaları yapılmıştır,
- 11 Eylül Saldırılarından sonra araştırmalar yoğunlaşmaya başlamıştır,
- İslamofobi'yi içeren ırkçılık, ayrımcılık, dışlama, şiddet gibi faktörler çok fazla vurgulanmamıştır,

⁵⁹ Nurdan Akner – Mustafa Sami Mencet, "Türkiye'de İslamofobi: Mizah Dergilerinde İslam'ın Temsili", *Akademik İncelemeler Dergisi* 11/2 (2016), 169-196.

⁶⁰ Akner – Mencet, "Türkiye'de İslamofobi: Mizah Dergilerinde İslam'ın Temsili", 170.

⁶¹ Mustafa Temel, "Türkiye'de Medya ve İslamofobi Araştırmaları", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2/1 (2019), 93-121.

⁶² Temel, "Türkiye'de Medya ve İslamofobi Araştırmaları", 101.



- Araştırmaların sonucunda İslam karşıtlığına dair bilimsel çözüm önerilerinin sınırlı sayıda olduğu ortaya çıkartılmıştır.⁶³

Temel yine aynı çalışmasında (2019) Türkçe literatürde yer alan araştırmaların da tümünü inceleyerek şu sonuçları elde etmiştir⁶⁴;

- Batı ülkelerinde yer alan araştırmalar ile karşılaştırıldığında İslamofobi'nin yeteri kadar incelenmediği ve yapılan araştırmalarda kullanılan yöntemlerin (eleştirel söylem analizi, içerik analizi) aynı olduğu,
- İslamofobi'nin 11 Eylül 2001 olayları çıkışlı olarak sıklıkla politik açıdan ele alındığı ve kavramsal çerçevesinin tam oturtulmadığı,
- İslamofobi kavramına eleştirel yaklaşılmadığı,
- İslamofobi'nin sadece batıya özgü algılandığı ve Türkiye'deki durumun sorgulanmadığı,
- Türkiye'de yapılan birkaç İslamofobi araştırmasında sadece karikatürlerin incelendiği ortaya çıkmıştır.

Temel, tüm İslamofobi araştırmalarında felsefi yaklaşım, tarihsel bilgi eksikliği ve kavramsallaştırma sorunlarının olduğunu belirtmiştir.⁶⁵ İslamofobi araştırmalarındaki bu üç sorunun çözülmesi ile kavramın daha objektif değerlendirileceği öne sürülmüştür. Bu araştırma buradan hareket ile Türk-yabancı uyruklu Müslüman kişilerin İslamofobi algılarını betimlemek ve medyanın bu algı üzerindeki etkisini açığa çıkartmak üzere nicel desende hazırlanmıştır. Bu çerçevede ilgili literatür taraması sonucunda şu araştırma sorularına yer verilmiş ve hipotezler oluşturulmuştur;

Araştırma Sorusu 1: Katılımcıların İslamofobiye algılama düzeyleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcıların, medya kuruluşlarının İslamofobi üzerindeki etkisine yönelik düşünceleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 3: Katılımcılar, İslamofobik olayları en çok hangi kitle iletişim aracında görmekte ve duymaktadır?

Araştırma Sorusu 4: Katılımcıların kitle iletişim araçlarında İslamofobik eylemleri görme ve duyma sıklığı nasıl dağılım görmektedir?

⁶³ Temel, "Türkiye'de Medya ve İslamofobi Araştırmaları", 101.

⁶⁴ Temel, "Türkiye'de Medya ve İslamofobi Araştırmaları", 107.

⁶⁵ Temel, "Türkiye'de Medya ve İslamofobi Araştırmaları", 110-112.



Araştırma Sorusu 5: Katılımcıların, İslamofobi'yi algılama düzeyleri onların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?

Hipotez 1: Katılımcıların İslamofobi algıları, cinsiyetlerine göre farklılaşmamaktadır.

Hipotez 2: Katılımcıların İslamofobi algıları ile yaşları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Katılımcıların İslamofobi algıları aylık gelirlerine göre farklılaşmamaktadır.

Hipotez 4: Katılımcıların İslamofobi algıları, ülkelerine göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 5: Katılımcıların İslamofobi algıları, fakültelerine göre farklılık göstermektedir.

3. Metodoloji

Çalışma açıklayıcı araştırma ile yapılandırılmıştır. Açıklayıcı araştırmalar, keşfedilmiş bir olgunun bir ya da birden fazla değişken arasındaki ilişkisini belirlemeye çalışan araştırma grubudur. Bu araştırma grubu gözlem ile başlamakta ve değişkenler arasındaki ilişki nedenleri ile açıklanmaya çalışılmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada öncelikli olarak Türk ve yabancı uyruklu Müslüman öğrencilerin, İslamofobi algıları betimlenecek ve ardından bağımsız değişkenler ile arasındaki ilişki saptanmaya çalışılacaktır.

3.1. Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Araştırmanın evreni Sivas Cumhuriyet Üniversitesi olarak belirlenmiştir. Katılımcı seçiminde basit rastgele örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu örnekleme tekniğinde sosyo-demografik özellikler kümeleşme göstermemektedir.⁶⁶ Evrende yer alan tüm birimlerin örneklemede seçilme şansı birbirine eşittir. Rastgele örneklemin uygulama kısmında öncelikle birimler listelenmekte ve rastgele birimler seçilerek araştırmanın örneklemini belirlenmektedir. Listelerin belirlenmesinde ise her bir birimin ana kütle (N) girebilme olasılığı eşit kabul edilmektedir. Listeye girecek birimler belirlendikten sonra ise her birine araştırmacının kolay anlayacağı bir kod verilir.

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nin 30.12.2021 tarihi itibarıyla 20,982'si kadın, 21.027'si de erkek olmak üzere toplamda 42.009 öğrencisi bulunmaktadır.⁶⁷ Araştırmanın örneklem hesaplaması 2 aşamada gerçekleştirilmiştir; (1) üniversite bazında yapılması gereken anket sayısının hesaplanması, (2) fakülte

⁶⁶ AÜADM, 24 Ağustos 2022.

⁶⁷ SCÜ/ÖDB, 21 Haziran 2021.



bazında yapılması gereken anket sayısının hesaplanması. Yapılan örneklem hesaplamasında %95 güvenilirlikte, %3 hata oranı ile bu araştırmanın katılımcı sayısı üniversite bazında 381 öğrenci olarak hesaplanmıştır. Fakülte bazında yapılması gereken anket sayısını hesaplamak için her bir fakülte ve meslek yüksekokuldaki (MYO) öğrenci sayısı, genel örnekleme yer alan toplam öğrenci sayısına oranlanmış ve tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Fakülte ve MYO Bazında Yapılması Gereken Anket Sayısı

Fakülteler	Katılımcı Sayısı
Edebiyat	55
Cumhuriyet S.B. MYO	48
Eğitim	47
Mühendislik	32
İktisadi ve İdari Bilimler	28
İlahiyat	26
Sağlık Hizmetleri MYO	26
Sağlık Bilimleri	22
İletişim	16
Tıp	14
Fen	11
Veterinerlik	7
Şarkışla MYO	7
Hafik MYO	7
Teknoloji	7
Mimarlık	7
Spor Bilimleri	7
Eczacılık	7
Diş Hekimliği	7
Toplam= 19	N= 381

Katılımcıların hatalı cevap vermesi gibi kişisel sorunlar yaşanabileceği dikkate alınarak bu araştırmanın örneklemini 434 kişi olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada ana kütleyi oluşturan ve rastgele seçilen her bir birim yani katılımcı N₁’den başlamak üzere N₄₃₄’e kadar kodlanmıştır.

Araştırmanın saha aşaması 14.02.2022-11.04.2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin; %65,5’i kadın, %33,8’ si ise erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmada, yukarı da verildiği şekli ile örnekleme yer alan kadın öğrencilerin çoğu evrenin doğal popülasyonundaki oranından kaynaklanmaktadır. Bu açıdan erkek öğrencilerin az olması araştırmanın cinsiyet dağılımındaki sınırlılığı temsil



etmektedir. Bu duruma bağlı olarak da cinsiyet gruplarını karşılaştıracak şekilde araştırma sorusu yazılmamıştır.

Araştırmaya alınan örneklem grubunun demografik özellikleri de çalışmanın bu kısmında incelenmiştir. En küçük yaştaki öğrencinin 18; en büyük yaştaki öğrencinin 33 ve örneklemin yaş ortalamasının ise $\bar{X} = 20,14$ olduğu saptanmıştır. Örneklemin dağılımı fakülte ve MYO, bazında hesaplandığında ise katılımcıların; %1,6'sının diş hekimliği; %1,4'ünün eczacılık; %1,6'sının spor bilimleri, mimarlık ve teknoloji; %2,3'ünün Hafik Meslek Yüksekokulu, %2,5'inin fen; %3,00'ünün tıp; %3,2'sinin Şarkışla meslek yüksekokulu; %3,7'sinin iletişim; %4,4'ünün veterinerlik; %4,6'sının eğitim; %5,1'inin sağlık bilimleri; %6,4'ünün mühendislik; %6,9'unun sağlık hizmetleri meslek yüksekokulu; %8,5'inin ilahiyat; %9,2'sinin iktisadi ve idari bilimler; %12,0'ünün edebiyat, %20,5'inin ise Cumhuriyet sosyal bilimler meslek yüksekokulunda öğrenim gördüğü anlaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin uyrukları hesaplandığında %91,3'ünün Türk; %8,7'sinin de yabancı uyruklu olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Ülke Dağılımları

Ülke	Katılımcı Sayısı N	Katılımcı Yüzdesi %
Endonezya	10	2,3
Filistin	3	,7
Fas	3	,7
Kazakistan	3	,7
Mısır	3	,7
Afganistan	2	,5
Suriye	2	,5
Ürdün	1	,2
Hollanda	1	,2
İran	1	,2
Tanzanya	1	,2
Somali	1	,2
Toplam	31	8,7

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrenci işleri daire başkanlığından alınan son güncel verilere göre evrende 2487 yabancı uyruklu öğrenci öğrenimine devam etmektedir.⁶⁸ Öğrencilerin ülkelerine göre dağılımı yukarıda yer alan tablo 2'de verilmiştir. Bu sayı üzerinden yapılan örnekleme hesabında ise araştırmada yer alacak katılımcıların 27'sinin yabancı uyruklu olması gerektiği anlaşılmıştır.

⁶⁸ SCÜ/ÖDB, 21 Haziran 2021.



Yine geri dönüşte olumsuz durumlar olabileceği varsayılarak araştırmada toplamda 31 yabancı uyruklu öğrenci ile çalışılmıştır.

3.2. Soru Formu

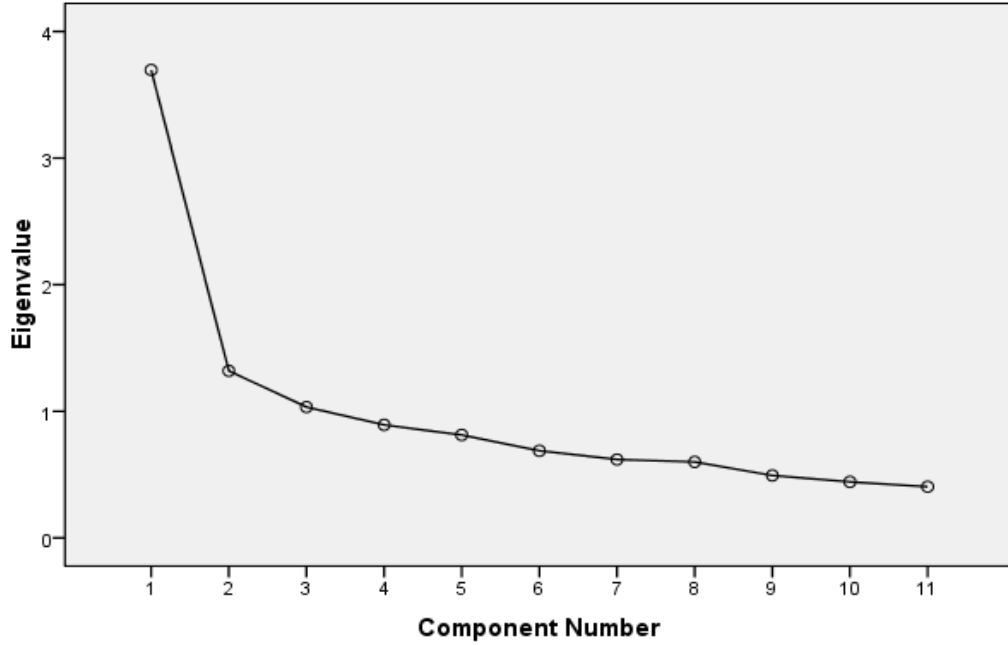
Araştırmada kullanılan soru formu temelde 4 farklı bölümden oluşturulmuştur. (1) Türk ve yabancı uyruklu öğrencilerin İslamofobi algısı (2) medyanın İslamofobi üzerindeki etkisi (3) İslamofobik olayların hangi medyada görüldüğü/duyulduğu ve sıklığı (4) sosyo-demografik özellikler.

Araştırmanın ilk kısmında kullanılan “Perceived Islamophobia Scale (PIS)” Kunst ve diğerleri tarafından 2013 yılında geliştirilmiştir. Ölçek geliştirme aşamasında Almanya’da Araplar ve Türkler ile İngiltere’de yaşayan Pakistanlı Müslümanlardan oluşan 551 öğrenci ile çalışılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirliği kabul edilen PIS’in 3 farklı alt boyutlu bir ölçek olduğu anlaşılmıştır. PIS’in alt boyutları; İslam ve Müslümanlara yönelik “genel korku”, İslam’ın egemen olacağı korkusu “İslamlaşma” ve “medya etkisi” olarak sıralanmıştır. Ölçekte genel korku, 1-6.; İslamlaşma korkusu, 7-9.; medya etkisi ise 10-12. maddelerde yer almıştır. Ölçek maddelerinden 3, 4 ve 5 ters şekilde kodlanmıştır. Kunst ve diğerlerinin (2013) PIS’i geliştirme araştırmasının ardından farklı araştırmacıların ölçeği kullanarak bir saha araştırması yapmadığı saptanmıştır. Türkçe literatürde ise Müslüman kişilerin İslamofobi algılarını betimlemek için bir ölçeğin bulunmadığı bilinmektedir. Orijinalinde İngilizce olarak hazırlanan PIS, 2021 yılında Kılıç ve Acar⁶⁹ tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Uyarlama işlemi aşamalarında madde 1 (M1) .30’ dan aşağı negatif bir yük ile yüklendiği için Türkçe formda yer almamıştır. Yapı ve kavram geçerliliği yani dil eşitliliği ile psikometrik (geçerlilik/güvenirlilik) özellikleri kabul edilen PIS, Türkçe literatürde 11 madde, 3 alt boyut ile “Algılanan İslamofobi Ölçeği (AİÖ)” olarak yer edinmiştir. Ölçek, İslamlaşma korkusu alt boyunda M1, M2, M3, M4; genel korku alt boyutunda ise M5, M6, M7, M8 ve medyanın etkisi alt boyutunda M9, M10, M11 maddeleri ile yük kazanmıştır. Kunst ve diğerleri (2013) ile Kılıç ve Acar’ın (2021) orijinal ölçekte saptadığı alt boyutların bu araştırmadaki dağılımı da belirlenmiştir. Bunun için ilk olarak veri setine öz değer faktör saçılma analizi uygulanmıştır. Şekil 1 incelendiğinde 3 faktörün, 1 değerinin üstünde olduğu görülmektedir. Eğri, 3. faktörden sonra, 1’in altına düşmüş ve dirsek kırılmasına uğramıştır. Bu araştırmada da AİÖ’nin maddelerinin genel korku; İslamlaşma korkusu ve medya etkisi olmak üzere 3 alt boyuttan oluştuğu saptanmıştır.

Şekil 1: AİÖ’nin Öz Değer Faktör Saçılma Analizi

⁶⁹ Kılıç – Acar, “Algılanan İslamofobi Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması”, 184.

Scree Plot



Araştırmada AİÖ'nin 11 maddesine ait Cronbach's α değerleri hesaplanmıştır. Cronbach's α katsayısı aralıkları; $0 < R2 < 0.40$ ise güvenilir değil; $0.40 < R2 < 0.60$ ise düşük güvenilirlikte; $0.60 < R2 < 0.80$ oldukça güvenilir ve $0.80 < R2 < 1.00$ ise yüksek güvenilirlikte olarak değer görmektedir.⁷⁰ Bu araştırmada ise Cronbach α katsayısının ,760 ile oldukça güvenilir olduğu saptanmıştır.

Tablo 3: AİÖ'ye Ait Cronbach's Alpha Katsayısı

Cronbach's Alpha	Standarize Edilmiş Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,756	,760	11

Anket formunun ikinci kısmında medyanın İslamofobi üzerindeki etkisi çeşitli açılardan belirlenmek istenmiştir. Araştırmacılar tarafından betimleyici analizlerin ruhuna uygun olarak "EVET/HAYIR" formatında 13 farklı soru hazırlanmıştır. Soruların hazırlanmasında literatür taraması ve alanında uzman akademisyenler ile yapılan görüşmeler yönlendirici olmuştur. Araştırmacıların

⁷⁰ Ece Uzunsakal – Doğan Yıldız., "Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama", Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi 2/1 (2018), 19.



medyayı İslamofobi açısından gözlemlemesi de soruların hazırlanmasında katkı sağlamıştır.

Anket formunun üçüncü kısmında katılımcıların, İslamofobik olayları yoğunlukla hangi medyada ne kadar sıklıkla gördüğü belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kısımda yine araştırmacıların, kişisel gözlem ve literatür incelemesi sonucunda elde ettiği bilgiler ışığında hazırlanmıştır.

Anket formunun son kısmında ise katılımcıların sosyo-demografik özellikleri cinsiyet, yaş, uyruk, gelir, fakülte özelinde belirlenmek istenmiştir.

Anket formunda katılımcıların İslamofobi algıları bağımlı; medyanın etkisi, türü, sıklığı ile sosyo-demografik özellikler ise bağımsız değişken olarak atanmıştır. Böylece bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken üzerindeki etkisi ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

3.3. Uygulanan Analizler

Örneklemin temsil oranını belirlemek için veri setine KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett testi uygulanmıştır. KMO değerinin 0 ile 1 arasında yer alması gerekmektedir.⁷¹ KMO değeri aralıkları; 0.5 ile 0.7 orta; 0.7 ile 0.8 iyi; 0.8 ile 0.9 çok iyi; 0.9'dan büyük ise mükemmel düzeyde örneklemin temsil edildiğine işaret etmektedir.⁷² KMO katsayısı 0,50'nin üzerinde ise örneklem ölçüm yapmak için yeterli ağırlıktadır.⁷³ Yapılan analiz sonucunda KMO değeri .852, Bartlett testi değeri ise $\chi^2=1072.817$ (p <.05) anlamlı olarak bulunmuştur. Buradan hareketle örneklemin temsil oranının %85 ile çok iyi temsil edildiği ayrıca analizleri de yapmak için anlamlı olduğu söylenebilmektedir.

Veri setinde hangi analiz türü (parametrik ya da no-parametrik) ile çalışılacağı belirlenmesi için normallik analizi yapılmıştır. Veri setinin normal dağılım gösterdiği durumlarda parametrik, göstermediği durumlarda ise no-parametrik analizler tercih edilmektedir. Veri setinin dağılım analizi için Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmıştır. Skewness değeri .117; Kurtosis değeri ise .234 olarak hesaplanmıştır. Kurtosis ve Skewness değer aralıklarında -1.5 ile +1.5 aralığında yer alan tüm sonuçlar veri setinin normal dağıldığına işaret etmektedir.⁷⁴ Elde edilen Kurtosis ve Skewness değerlerine bağlı olarak

⁷¹ Graeme Hutcheson- Nick Sofroniou, *The Multivariate Social Scientist: Introductory Statistics Using Generalized Linear Models*, (CA. Sage Publications, Thousand Oaks, 1999), 224.

⁷² Graeme Hutcheson- Nick Sofroniou, *The Multivariate Social Scientist: Introductory Statistics Using Generalized Linear Models*, 224.

⁷³ Ayhan Çakır, *Faktör Analizi (İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi)*, 5.

⁷⁴ Şeyma Erbay – Hacı Ömer Beydoğan, *Eğitmcilerin Eğitim Araştırmalarına Yönelik Tutumları, Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi* 18/3 (2017), 250.



araştırma sorularının açıklanmasında ve hipotezlerin sınanmasında parametrik testlerin kullanılabilmesi anlaşılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada, bulgular bölümü dört farklı bölümden oluşturulmuştur. (1) öğrencilerin İslamofobi algıları, kavramı algılama düzeyleri (2) medyanın İslamofobi üzerindeki etkisi (3) İslamofobik olaylara en fazla hangi medyada maruz kaldığı ve sıklığı (4) katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin İslamofobi algıları üzerindeki etkisi.

4.1. Katılımcıların İslamofobi Algılarına Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu alt başlığında öğrencilerin İslamofobi kavramına yönelik algıları merkezi eğilim analizlerinden betimleyici teknik ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bunun için öncelikli olarak öğrencilerin, İslamofobi algılarına ait madde puanlarının ortalamaları alınmıştır.

Katılımcıların İslamofobi kavramından ne anladığına yönelik maddeler, puanları en yüksekten en düşük olana doğru verilmiştir. Yukarıda yer alan tablo 4 incelendiğinde en fazla yükün genel korku alt boyutunda yer alan maddelerde ($\bar{X}=3,38$; $\bar{X}=3,19$; $\bar{X}=3,15$) toplandığı görülmektedir.

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların İslamofobi kavramını hangi seviyede algıladığını belirlemek için yine merkezi eğilim istatistikleri uygulanmış ve ortalama değer belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun için 5'li likert ölçeğinde 0.80'lik (4/5) bir aralık kullanılmıştır. Bu aralıklarının düzeyleri 1,00-1,80 = çok düşük; 1,81-2,60 = düşük; 2,61-3,40 = orta; 3,41-4,20 = yüksek; 4,21-5,00 = çok yüksek olarak belirlenmiştir.⁷⁵

Tablo 4: Katılımcıların AIÖ'ye Ait Maddelerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

⁷⁵ Mustafa Şahin – Birol Gülnar, "İletişim Korkusu ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması", *Selçuk İletişim Dergisi* 9/2 (2016), 5-26.



AIÖ MADDELERİ	Ortalama	Std. Sp.
7. Pek çok gayrimüslim, kendi ülkelerinin İslamlaşmasından korkar.	3,3839	1,09974
6. Pek çok gayrimüslim, Müslümanların kendi ülkelerinin yönetiminde etkili olacağından korkar.	3,1954	1,13429
8. Pek çok gayrimüslim, İslam'ı kendi öz değerlerine bir tehdit olarak görür.	3,1540	1,24126
9. Gayrimüslimlere ait medya (televizyon, radyo, internet, sosyal medya, dergi, gazete vs.) her zaman Müslümanları tehlikeli insanlar olarak sunar.	3,1448	1,4991
1. Gayrimüslimler, Müslümanlara karşı şüphecidir.	3,1402	1,09507
11. Gayrimüslimlere ait medya (televizyon, radyo, internet, sosyal medya, dergi, gazete vs.) Müslümanlar ve İslam hakkına büyük bir korku yayar.	3,0897	1,82248
3. Genelde, çok az sayıda gayrimüslim, İslam'dan korkar.	3,0851	1,04931
2. Genel olarak gayrimüslimler, Müslümanlara güvenirlere.	3,0690	1,08608
10. İslam, medyada her zaman gayrimüslimlerin kültürüne bir tehdit olarak sunulur.	2,9747	1,22260
5. Pek çok gayrimüslim, Müslümanları görünce onlara karşı kin ve nefret besler.	2,8345	1,15012
4. Çoğu gayrimüslim, Müslümanlar arasında kendini güvende hisseder.	2,7448	1,09742
Valid N (listwise)	435	435

Tablo 5: Katılımcıların İslamofobi Algılarına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ort.	St. Sap.
ASAYÖ	1100	1.00	5.00	3,0637	,65650

Yukarıda yer alan tablo 5 incelendiğinde katılımcıların İslamofobi kavramını algılama düzeylerinin $\bar{X} = 3,06$ ile orta seviyede olduğu saptanmıştır.

4.2. Medyanın İslamofobi Üzerindeki Etkisi

Araştırmanın bu alt başlığında yer alan soruların değerlendirilmesi için merkezi eğilim istatistiklerinden frekans analizi kullanılmıştır. Tablo 6 incelendiğinde geleneksel ve yeni medyanın İslamofobi üzerindeki etkisi gerçeklik, doğruluk, ulusal/uluslararası basının bilgiyi aktarım şeffaflığı, denetim mekanizmaları, düşünce/din özgürlüğü ve ırkçılık özelinde açıklanmıştır. Ayrıca katılımcıların, bu kitle iletişim araçlarında yer alan İslamofobik eylemlerden etkilenme durumları da incelenmiştir. Sırası ile katılımcıların çoğunluğunun sosyal medya ağlarında İslamofobik paylaşım gördükleri (%69,2) ve bu paylaşımlara tepki verdikleri (%52,2) saptanmıştır. Katılımcıların %22,3'ünün ise sosyal medya ağlarında İslamofobik olaylara maruz



kaldıkları görülmüştür. Katılımcılar, sosyal medya ağlarının İslamofobik olayların artışında etkileyici olduğunu (%69,2) ve yapılan paylaşımların gerçeği yansıtmaya dahi diğer kullanıcıları etkilenebileceğini belirtmiştir (%75,6).

Tablo 6: Medyanın İslamofobi Üzerindeki Etkisine İlişkin Frekans Analizi

Katılımcıların, %58,8'inin ise ağlarda gördükleri İslamofobi paylaşımlarının doğruluğunu araştırdığı ortaya çıkmıştır. Yine katılımcıların %76,6'sı hem ulusal hem de uluslararası basının İslamiyet ve Müslümanlığı gerçek bir şekilde yansıtmadığını, kitle iletişim araçlarında İslamofobiye yönelik bir denetim mekanizmasının işlemediğini belirtmiştir (%69,4). Katılımcılar, medyanın

Medyanın İslamofobi Üzerindeki Etkisine Yönelik Sorular	% Evet	% Hayır	Yanıt Yüzdesi (%100)
Sosyal medya platformlarında İslamofobik olaylara yönelik paylaşım görüyor musunuz?	69,2	30,1	99,5
Sosyal medyada gayrimüslimler tarafından İslamofobik olaylara maruz kaldınız mı?	22,3	76,0	98,3
Sosyal medyada gayrimüslimler tarafından gerçekleştirilen İslamofobik olaylara karşı tepki veriyor musunuz?	52,2	46,4	98,6
Sosyal medya sizce İslamofobik olayların artışına neden olmakta mıdır?	69,2	30,1	99,4
Sosyal medyada yapılan İslamofobi paylaşımları gerçeği yansıtmaya bile sizce kullanıcılar bundan etkilenebilir mi?	75,6	23,7	99,3
Sosyal medyada gördüğümüz İslamofobik olayların doğruluğunu araştırıyor musunuz?	56,8	41,8	98,6
Gayrimüslimlerin, İslamiyet ve Müslümanlığı yanlış bildiğini ya da algıladığını düşünüyor musunuz?	78,4	21,1	99,5
Ulusal basının, İslamiyet ve Müslümanlığı doğru aktardığını düşünüyor musunuz?	20,2	76,6	96,8
Uluslararası basının, İslamiyet ve Müslümanlığı gerçek bir şekilde yansıttığını düşünüyor musunuz?	22,3	76,6	98,6
Bütün dünya ülkelerinde, medyada İslamofobiye yönelik bir denetim sürecinin olduğunu düşünüyor musunuz?	30,4	69,4	99,8
Medyanın kullanımında düşünce özgürlüğünün sınırları belirlenmeli midir?	55,6	43,9	99,5
Medyanın insanların din özgürlüğünü ihlal ettiğini düşünüyor musunuz?	57,7	41,6	99,3
Sizce medya İslamiyet'i benimsemiş Müslümanları azınlık gibi mi göstermektedir?	51,7	47,1	98,8

İslamiyet'i benimsemiş Müslümanları azınlık gibi gösterdiğini (%51,7), insanların din özgürlüğünü ihlal ettiğini (%57,7) ve son olarak da bunların



kullanımında düşünce özgürlüğünün sınırlarının belirlenmesi gerektiğini (%56,6) vurgulamıştır.

4.3. İslamofobik Olayların İletişim Aracına Göre Medyada Yer Alma Türü ve Sıklığı

Araştırmanın bu alt başlığında öncelikle katılımcıların İslamofobik olayları en çok hangi kitle iletişim aracından gördüğü/duyduğu belirlenmek istenmiştir. Bunun için veri setine çoklu yanıt analizi yapılmıştır.

Tablo 7: Medya Aracının Türüne Göre İslamofobik Olayların Görülme ve Duyulma Sıklığına İlişkin Çoklu Yanıt Analizi

Kitle İletişim Aracı	N	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde
TV	96	13,8	22,5
Radyo	11	1,6	2,6
Web	124	17,8	29,0
Sos. Med.	467	66,9	109,3
Toplam	698	100,0	163,0

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların İslamofobik olayları en çok sosyal medya ağlarında gördükleri ve duydukları anlaşılmaktadır. Katılımcıların İslamofobik olaylar ile en çok hangi sosyal ağda karşılaştıkları da araştırılmıştır. Buna göre katılımcıların %25,6'sı Instagram; %22,8'i Twitter; %11,3'ü TikTok ve %7,2'i ise Facebook'ta İslamofobik olaylar ile karşılaştıklarını belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların %63,0'dan fazlasının İslamofobik olayları birden fazla kitle iletişim aracından gördükleri ve duydukları anlaşılmaktadır.

İslamofobik olayları görme ve duyma türü medya aracının türüne göre belirlendikten sonra, katılımcıların bu ortamlarda ne sıklıkla karşılaştıkları da belirlenmek istenmiştir.

Tablo 8: İslamofobik Olayların Medyada Görülme ve Duyulma Sıklığına İlişkin Frekans Analizi

Zaman Sıklığı	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Her Gün	67	15,4	15,4
3 Günde	40	9,2	9,2
Haftada	90	20,7	20,7
15 günde	42	9,7	9,7
Ayda	182	41,8	41,8
Total	1100	100,0	100,0



Tablo 8'e göre katılımcıların %15,4'ünün İslamofobik olayları medyada her gün; %41,8'inin ise ayda 1 kez gördüğü ve duyduğu anlaşılmaktadır. Diğer zaman dilimleri toplandığında katılımcıların %55'inin ayda birden çok kez gördüğü dikkat çekmektedir.

4.4. Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Araştırmanın bu alt aşlığında katılımcıların İslamofobi algı düzeylerinin, onların cinsiyet, yaş, gelir, uyruk ve öğrenim görülen fakülte gibi sosyo-demografik özelliklerine göre anlamlı bir şekilde değişip değişmediğini belirlemek için parametrik testlerden bağımsız örneklem *t* testi, korelasyon testi ve ANOVA testleri kullanılmıştır

4.4.1. Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Cinsiyet

Katılımcıların İslamofobi algılarının cinsiyetlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için veri setine bağımsız örneklem *t* testi yapılmıştır.

Tablo 9: Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Cinsiyetlerine Ait Bağımsız Örneklem *t* Testi Analizi

Yukarıda tablo 9'da yer alan bağımsız örneklem *t* testi sonuçlarına göre sırası ile İslamlaşma korkusu, genel korku ve medya etkisinde (sig., .772, $p > .005$; sig., .883, $p > .005$; sig., .708, $p > .005$) katılımcıların İslamofobi algıları, onların cinsiyetlerine göre farklılaşmamaktadır. Böylece hipotez H1 kabul edilmiştir.

4.4.2. Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Yaş

Katılımcıların İslamofobi algılarının, yaşlarına göre farklılaşp farklılaşmadığını açıklamak için veri setine korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 10: Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Yaşlarına Ait Korelasyon Analizi

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	<i>t</i> Testi	Sig.
İslamlaşma Korkusu	Kadın	285	3,1570	7,383	.772
	Erkek	147	3.1310		
Genel Korku	Kadın	285	2,7230	2,076	.883
	Erkek	147	2,4905		
Medya Etkisi	Kadın	285	3,0585	1,487	.708
	Erkek	147	3,0998		



** . Correlation is no--significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 10’da sonuçları verilen korelasyon analize göre katılımcıların İslamofobi’yi algılama düzeyleri ile yaşları arasında İslamlaşma korkusu ($r = ,062$, $p > .01$); genel korku ($r = ,040$, $p > .01$) ve medya etkisi ($r = ,077$, $p > .01$) alt boyutlarının hiçbirinde pozitif ya da negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmamış ve H2 reddedilmiştir.

4.5.3. Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Gelir Durumu

Katılımcıların İslamofobi algılarının aylık gelirlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını saptamak için veri setine korelasyon analizi uygulanmıştır.

ALT BOYUTLAR		YAŞ
İslamlaşma Korkusu	Pearson Correlation	,062
	Sig. (2-tailed)	,195
	N	435
Genel Korku	Pearson Correlation	,040
	Sig. (2-tailed)	,470
	N	435
Medya Etkisi	Pearson Correlation	,077
	Sig. (2-tailed)	,110
	N	435

Uygulanan korelasyon analizi sonucuna göre katılımcıların İslamofobi algılarına ait alt boyutlar ($r = -,038$, $p > .05$; $r = -,051^*$, $p > .05$; $r = -,046^*$, $p > .05$) ile gelirleri arasında negatif ya da pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Tablo 11’den elde edilen analiz sonuçlarına göre H3 kabul edilmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Gelir Durumlarına Ait Korelasyon Analizi



ALT BOYUTLAR		GELİR
İslamlaşma Korkusu	Pearson Correlation	-,038
	Sig. (2-tailed)	,431
	N	435
Genel Korku	Pearson Correlation	,051
	Sig. (2-tailed)	,286
	N	435
Medya Etkisi	Pearson Correlation	,046
	Sig. (2-tailed)	,340
	N	435

** . Correlation is no--significant at the 0.01 level (2-tailed).

4.5.4. Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Ülkeleri

Katılımcıların İslamofobi algılarının, ülkelerine göre farklılık gösterip göstermeyeceğini anlamak için ANOVA analizi kullanılmıştır

Tablo 12: Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Ülkelerine Ait ANOVA Analizi

Alt Boyutlar	F	Sig.
İslamlaşma Korkusu	2,354	,004**
Genel Korku	2,770	,356
Medya Etkisi	1,053	,336

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

Tablo 12 incelendiğinde katılımcıların İslamofobi algılarının sadece İslamlaşma korkusu (F= 2,354; p < .004) alt boyutunda ülkelerine göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Genel korku (F= 2,770; p < .356) ve medya etkisi (F= 2,770; p < .336) alt boyutlarında ise anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir. Buradan hareketle H4 kabul edilmiştir.

4.5.5. Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Fakülte Dağılımları

Katılımcıların İslamofobi algılarının, fakültelerine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için ANOVA analizi kullanılmıştır.

Tablo 13: Katılımcıların İslamofobi Algıları ve Fakültelerine Ait ANOVA Analizi

Alt Boyutlar	F	Sig.
İslamlaşma Korkusu	,891	,590
Genel Korku	1,960	,011
Medya Etkisi	1,295	,186

Tablo 13 incelendiğinde katılımcıların İslamofobi algılarının İslamlaşma korkusu (F= ,891; p < .590) genel korku (F= 1,960; p < .011) ve medya etkisi (F= 1,295; p < .186) alt boyutlarında öğrenim gördükleri fakülteye göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmüş ve H5 reddedilmiştir

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada ilk olarak katılımcıların, İslamofobi kavramını algılama değerine yönelik aralığın orta seviyede olduğu saptanmıştır. Algıyı oluşturan maddeler incelendiğinde bu aralığın beklenen düzeyde çıktığı görülmektedir. Katılımcıların İslamofobi algılarının gayrimüslimlerin İslamiyet/Müslümanlığa duyduğu korku, İslamlaşma korkusu ve medyadan beslenerek oluştuğu saptanmıştır. Araştırmanın bu çıktısı aynı Allen (2011) ile Kunts ve diğerlerinin de (2013) elde ettiği gibi İslamofobi kavramının içinin gayrimüslimler tarafından doldurulduğu sonucu ile benzerlik göstermiştir. Bu durum, Türk ve yabancı uyruklu Müslüman kişilerde İslamofobi kavramının gayrimüslimlerin kendi değer yargıları tarafından oluşturulan bir algı olduğu düşüncesini belirginleştirmiştir. Katılımcıların İslamofobi algılarının Kunts ve diğerlerinin de (2013) saptadığı gibi kendi değer yargılarından güç alarak özellikle medya ile algılatıldığı, kavramın İslamiyet ve Müslümanlığı objektif bir şekilde temsil etmediği de elde edilen diğer sonuçlar arasında yer edinmiştir. Katılımcıların, İslamofobi kavramına yönelik algılarında özellikle gayrimüslimlerin kendi kültür ve diğer değer yargılarına ait korkularından dolayı İslam dini ve Müslümanları olumsuz yönde eleştirdiklerine yönelik madde yüklerinin fazla olduğu dikkat çekmiştir (M6, M7, M8). Ayrıca katılımcıların %78,4'ü gayrimüslimlerin İslamiyet ve Müslümanlığı yanlış bildiğini belirtmiş, %75,6'sı da paylaşımların insanları ırkçılık, öfke gibi açılardan etkileyebileceğini belirtmiştir. Bu bulgunun desteklenmesine ek olarak katılımcıların %76,6'sının ulusal ve uluslararası basının İslamiyet ile Müslümanlığı gerçek bir şekilde yansıtmadığı düşüncesine sahip olduğu da ortaya çıkmıştır. Bu oranın yüksekliği araştırmacılar da, Türk ve Müslüman kişilerin İslamofobi algısını farklı açılardan yorumlayabileceğini düşündürmüştür. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlardan hareketle literatürde yer alan İslamofobi kavramına yönelik sıkça vurgulanan “İslamiyet ve Müslümanlara duyulan korku, endişe, kin ve nefret” olarak değil de “gayrimüslimlerin kendi korkularından kaynaklanan ve temeli



olmayan İslam değerlerine duyulan korku, endişe, kin ve nefret” olarak yeniden tanımlanmasının yapılabileceği ihtimali oluşmuş görünmektedir. Böylece kavramın gerçekliği, var oluş nedenleri, oluşturulmasında ne gibi amaçlarının hedeflendiği ve böyle bir kavramın literatürde yer alıp-almayacağı Müslüman kitleler tarafından da sorgulanabilecektir.

Araştırmada katılımcıların medyanın İslamofobi üzerindeki etkilerine yönelik düşünceleri gerçeklik, doğruluk, ulusal/uluslararası basının bilgiyi aktarım şeffaflığı, denetim mekanizmaları, düşünce/din özgürlüğü ve ırkçılık özelinde betimlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada, sosyal ağ uygulamalarının İslamofobik olayların artışında etkili olduğu ve insanların platformlarda yer alan paylaşımları doğruluğunu araştırmadan aktardığı, bunun da kitleler üzerinde olumsuz algılara yol açtığı anlaşılmıştır. Öte yandan ise bazı katılımcıların, ağlarda gördükleri her İslamofobik olaya inanmadıklarını ve konu hakkında araştırma yaptıkları, gerçeği yansıtmayan paylaşımlara karşılık kendi hesaplarından tepki verdikleri saptanmıştır. Ayrıca gayrimüslimlerin İslamiyet ve Müslümanlığı yanlış algıladığı, bunun da özellikle sosyal ağ platformları ile yapılandırıldığı belirlenmiştir. Araştırma sonunda, din özgürlüğünün ihlal edildiği, uluslararası ve ulusal basının Müslümanlık ve İslamiyet'i doğru bir şekilde lanse ettirmediği de elde edilen diğer sonuçlar arasında yer almaktadır.

Araştırmanın bir başka bulgusunda ise katılımcıların %63'ünden fazlasının İslamofobik olayları birden fazla medya aracından gördüğü ve duyduğu saptanmıştır. Araştırma sonucunda, İslamofobik olayların bütün iletişim araçlarında yer aldığı görülmüştür. Bu sonuca bağlı olarak da İslamiyet ve Müslümanlara yönelik olumsuz yapılanmanın medya kanallarında yayına verilmesinden önce gayrimüslimlerin kendi kontrol mekanizmalarının denetim süreçlerini yoğunlaştırması ve şeffaf bilgiyi aktarması beklenmektedir.

Araştırmada, katılımcıların %55'inin medyada İslamofobik olaylara en az 15 günde, en çok ise her gün maruz kaldıkları saptanmıştır. Katılımcıların, %41,8'i ise ayda 1 kez İslamofobik olaylar ile karşılaştığı anlaşılmıştır. Bu durum yine denetim mekanizmalarının varlığını hissettirmektedir. Katılımcıların İslamofobik olayları en çok %66,9 ile sosyal medya uygulamalarından gördüğü bilindiğinde, platformlardaki paylaşım seçeneklerinin yeniden gözden geçirilmesi tavsiye edilmektedir. Bunun için sosyal ağ kullanıcılarına yönelik yaptırımların uygulanmasının önünün açılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Sosyal ağların virallik ve denetimsizlik özellikleri düşünüldüğünde yapılacak iyileştirmeler ile Müslümanlar ve İslam dinine ait düşünce özgürlüğü altında yapılan İslamofobi içeren paylaşımların önüne geçilmiş olacağı varsayılmaktadır.



Araştırmada genel bir değerlendirilme yapıldığında katılımcıların İslamofobi algılarının; İslamlaşma korkusu, genel korku ve medyanın etkisine bağlı olarak ortaya çıktığı saptanmış ve yine bu algının da katılımcıların, sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaştığı anlaşılmıştır. Araştırmada, elde edilen bulgulardan hareketle bazı öneriler sıralanmıştır. Bunlar;

- Türkiye’de de temsilcilikleri açılmaya başlanan sosyal ağ uygulamaları yetkilileri İslamofobi konusunda daha fazla hassasiyet göstermeli, evrensel değer yargılarının korunması sağlanmalıdır.
- İslamofobi kavramının gerçekliği özellikle sosyoloji bilimi tarafından yeniden sorgulanmalı, Türk dil bilimciler tarafından da diğer dillerde yer alan varlığı tartışılmalıdır. Bu değerlendirmede ilahiyat ve iletişim bilimleri ile ortak çalışılmalı ve bilim insanları, bir araştırma sürecinin doğasına uygun olarak konu ile ilgili yansız bir tavır sergilemelidir.
- Dini tercihi bakılmaksızın kitlelere İslamiyet ve Müslümanlık hakkında doğru bilgiler verilmelidir. Din gibi bir değerın medya tekeline terk edilmesi sağlanmalıdır.
- Özellikle genç nüfusun medya kullanımı konusunda bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. Bunun için üniversiteler kanalı ile iletişim ve ilahiyat fakülteleri başta olmak üzere medya kullanımına yönelik dersler verilmelidir.
- Uluslararası alanda ise medya kanalları sıkı bir şekilde takip edilmelidir. İslamiyet ve Müslümanlığın temel ilkelerine ters düşen haberlerin servisine müdahale edilmelidir.
- Küresel ve yerel haber ajanslığı yapan, yayın ağı denizaşırı ülkeler ile sınırları kapsayan radyo/televizyon kanalları tüm insanlığın ortak değerlerine uygun bir şekilde yayın politikası benimsemelidir.
- Kişilerin din özgürlüğünün olduğu unutulmamalı, toplumların barış içinde yaşayabilmeleri için karşı tarafın değerlerine en az kendilerinininki kadar saygı duyulması sağlanmalıdır.
- Türkiye’de yer alan radyo ve televizyon kanallarında, diğer ülkelerden servis edilen haberlerin doğruluğu araştırılmalıdır. Haber, araştırılmadan direkt olarak kitlelere sunulmamalıdır.
- Gayrimüslimler tarafından iddia edilen İslamofobik eylemlerin asılsız çıkması durumunda Müslüman kitleler bilgilendirilmelidir. Bunun yapılması ile İslamofobik olayların olup olmadığının sorgulanmasının da yapılabileceği düşünülmektedir.
- Instagram, Twitter, TikTok gibi sosyal ağ uygulamalarında yapılan paylaşımlarda kullanıcıların dini hassasiyetlerine önem verilmelidir.



Toplumsal çatışmaya neden olacak paylaşımların yapılması denetim mekanizmaları tarafından engellenmelidir.

- Medyada yer alan bilgilerin gerçekliği sorgulanmadan kabul edilmemelidir. Ayrıca medyanın temel ortaya çıkış nedenlerinden birisi olan kitleleri bilgilendirme işlevine daha fazla ağırlık kazandırılmalıdır.
- Son olarak İslamofobi araştırmalarında artık medyanın etkilerinin neler olduğu değil de bu etki sonucunda ne gibi iyileştirmeler yapılabileceğine yönelik saha çalışmalarına ağırlık verilmelidir.



Yazar Katkıları/ Author Contributions

Çalışmanın Tasarlanması | Design of Study: ÜK (%50), NA (%50)

Veri Toplanması | Data Acquisition: ÜK (%50), NA (%50)

Veri Analizi | Data Analysis: ÜK (%50), NA (%50)

Makalenin Yazımı | Writing up: ÜK (%50), NA (%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu | Submission and Revision: ÜK (%50),
NA (%50)

Finansman/ Grant Support

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir. |
The authors declared that this study has received no financial support.

Çıkar Çatışması/ Conflict of Interest

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir. | The authors have no conflict
of interest to declare.



Kaynakça / References

- Akner, Nurdan – Mencet, Mustafa Sami. "Türkiye'de İslamofobi: Mizah Dergilerinde İslam'ın Temsili". *Akademik İncelemeler Dergisi* 11/2 (2016), 169-196.
- Aktaş, Murat. "AB Ülkelerinde İslamofobi ve Terörizm". *Ombudsman Akademik*, 7 (2017), 127-155.
- Aktaş, Murat. "Avrupa'da Yükselen İslamofobi ve Medeniyetler Çatışması Tezi". *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi* 13/1 (2014), 31-54.
- Alıcı, Mustafa. "Batı'nın Bitmeyen Sanal Korkusu: İslamofobi". *Diyanet İlmî Dergisi* 55 (2019), 405-430.
- Almalı, Arda. "Almanya'da Yükselen İslamofobi ve Dergilerdeki İslam Karşıtı Yayınlar". *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi* 2/2 (2018), 129-145.
- Arslan, Durmuş Ali. "Dünyada ve Türkiye'de Medya ve İslamofobi". *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, 2 (2019), 28-52.
- Aslan, Seyfettin vd. "İslamofobiye ve Batı Dünyasındaki Yansımaları". *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16 (2016), 451-463.
- AÜADM, Ankara Üniversitesi Açık Ders Malzemeleri, "Örnekleme Yöntemleri". 24 Ağustos 2022. <https://acikders.ankara.edu.tr/>
- Ayhan, Çakır. *Faktör Analizi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2014.
- Chris, Allen. *Islamophobia*. England: Published by Ashgate Publishing Limited, 2011.
- Çöteli, Sami. "Propaganda ve İslamofobi'nin İngiliz Kitle İletişim Araçlarından Yansımaları". *Akademik Bakış* 33 (2012), 1-17
- Dijk, Teun Adrianus van, New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach. Philadelphia: Open University Press, 2000.
- Erbay, Şeyma – Beydoğan, Hacı Ömer. "Eğitimcilerin Eğitim Araştırmalarına Yönelik Tutumları". *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi* 18/3 (2017), 246-260.
- Genel, Mehmet Gökhan. "Avrupa'daki Türk Medya Perspektifinden Batı'nın Bir Ötekileştirme Dili Olarak Kullandığı İslamofobiye Bakış". *Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 6/6 (2014), 105-125.
- Gölcü, Abdülkadir – Varol, Fatma Betül "Yükselen Bir Trend Olarak İslamofobi Endüstrisi: Amerikan Medyasına Yönelik Araştırmaların Bir Panoraması". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/1 (2018), 73-88.
- Güz, Nureddin vd. "İslamofobi ve Medya: "The Stone Merchant" Film Afişinin Gösterge Bilimsel Analizi". *International Journal Of Social Sciences And Education Research* 6/1 (2020), 11-30.



- Hanniman, Wayne. "Canadian Muslims, Islamophobia and National Security". *International Journal Of Law Crime And Justice* 36/4 (2008), 271-285.
- Hutcheson Graeme – Sofroniou Nick. *The Multivariate Social Scientist: Introductory Statistics Using Generalized Linear Models*. CA: Sage Publications, Thousand Oaks, 1999.
- Imhoff, R. & Recker, J. Differentiating Islamophobia: Introducing A New Scale to Measure Islamoprejudice and Secular Islam Critique. *Political Psychology*, 33/6 2012, 811-824.
- Karslı, Necmi. "İslamofobi'nin Psikolojik Olarak İncelenmesi". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 13/1 (2013), 75-100.
- Kılıcı, Şule vd." Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: İslam Karşıtlığı Bağlamında Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi". *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* 8/30 (2017), 155-187.
- Kılıç, Ünal – Acar, Nihal. "Algılanan İslamofobi Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması". *Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi* 2/12 (2021), 175-198.
- Kınık, Hülya – İlter, Emel. "Müslümanlara Yönelik Medya Algısı: İngiliz Yazılı Basını". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 33/3 (2019), 963-976.
- Kırılmaz, Ayşenur. "Batı'da Artan İslamofobiye Algısının Müslüman Kadınlar Üzerindeki Etkileri". *Bölgesel Araştırmalar Dergisi* 4/10 (2020), 178-206.
- Kırtepe, Selçuk - Öztunç, Esra. "İslamofobi Kavramı Yerine İslamodium Kavramı". *Tokat İlmîyat Dergisi* 8 / 1 (2020), 161-197.
- Koç, Çilem Tuğba. "Yeni Medyada İslamofobik Söylemin Üretimi: Facebook Örneği". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/2 (2018),
- Koçer, Mustafa – Yazıcı, Fikret. "İslamofobi'nin Charlie Hebdo Dergisi Twitter Hesabında Paylaşılan Karikatürler Örneğinde İncelenmesi". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/2 (2018), 191-209.
- Kunst, Jonas R. vd. "Perceived Islamophobia: Scale Development and Validation". *International Journal of Intercultural Relations* 37/2 (2013), 225-237.
- Külahçı, Ahmet. "Yabancı Düşmanlığı Görmezden Geliniyor". *Kamu'da Sosyal Politika* 9/34 (2016), 38-42.
- Lee, Sherman A. vd. "Fear Of Muslims: Psychometric Evaluation Of The Islamophobia Scale". *Psychology Of Religion and Spirituality* 5/3 (2013), 157-171.
- Lee, Sherman A. vd. "The Islamophobia Scale: Instrument Development and Initial Validation". *International Journal for The Psychology of Religion* 19/2 (2009), 92-105.



Marlow, Cristine. *Research Methods For Generalist Social Work*. New York: Thomson Learning Brooks/Cole, 2015.

Mattia, Casula vd. "The potential of working hypotheses for deductive exploratory research". *Qual Quant* 55 (2021), 1703–1725.

Mencet, Mustafa Sami. *Mizah Dergileri Ölçeğinde Türkiye'de İslamofobi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2016.

Runnymede Trust. (1997). *Islamophobia, a Challenge for Us All*, Summary. <http://www.runnymedetrust.org/uploads/publications/pdfs/islamophobia.pdf>

Said, Edward W. "Orientalism Reconsidered". *Cultural Critique* 1 (1985), 89-107.

SCÜ, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi. "Öğrenci Sayıları". 21 Haziran 2021. <https://www.cumhuriyet.edu.tr/ogrenci/ogrenci-sayilari>

Şahin, Mustafa – Gülnar, Birol. İletişim Korkusu ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması. *Selçuk İletişim Dergisi* 9/2 (2016), 5-26.

Temel, Mustafa. "Türkiye'de Medya ve İslamofobi Araştırmaları". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2/1 (2019), 93-121.

Türkan, Hüseyin vd. *Avrupa'da Yükselen Ayırıcılık, Nefret, İslamofobi ve Irkçılık*. İstanbul: Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, 2015.

Usta, Aydın. "Evreleri ile Bilimsel Araştırma Süreci ve Raporlaştırılması". *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi* 6/13 (2019), 85-101.

Uzunsakal, Ece – Yıldız, Doğan. Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi* 2/1 (2018), 14-28.

