

Gazetecilik Etiği ve Dijital Okuryazarlığın İslamofobiyle Mücadelede Rolü

Fatma Betül AYDIN VAROL*

Öz

Bu çalışma, gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlığın stratejik birlikteliğini hem etik içerik üretimini destekleyip hem de bireylerin dijital içerikleri eleştirel değerlendirmesini sağlayarak İslamofobik söylemlere karşı etkili bir mücadele yaklaşımı geliştirmesi bağlamında derinlemesine analiz etmektedir. Geleneksel haber çerçeveleme pratikleri ve dijital platform algoritmaları aracılığıyla yayılan, Müslümanları sıklıkla “öteki” veya “tehdit” olarak resmeden İslamofobik söylemler, toplumsal önyargıları pekiştiren ciddi bir sorun teşkil etmektedir. 2000-2024 yılları arasında akademik yayınlar, etik kodlar, politika belgeleri ve raporları kapsayan kapsamlı bir literatür taraması, sistematik bir şekilde Edward Said’in Oryantalizm kuramı üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırma, gazetecilik etiğinin (doğruluk, tarafsızlık, kamu yararı gibi temel ilkelerle) profesyonel pratiklere rehberlik etme potansiyelini vurgulamaktadır. Araştırmalar ticari baskılar ve algoritmik önyargıların etik ihlalleri ve ayrımcı içeriklerin yayılımını tetiklediğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, çalışma gazetecilik etiği ile dijital okuryazarlık arasındaki stratejik sinerjinin, içerik üretimindeki sorunlara müdahale ederken aynı zamanda içerik tüketimindeki savunmasızlığı azaltarak, İslamofobik nefret söylemlerini engellemede kritik bir role sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bu potansiyelin hayata geçirilmesi için medya kuruluşlarının etik standartları güçlendirmesi, dijital okuryazarlık programlarının yaygınlaştırılması ve bireylerin bilinçlendirilmesine yönelik somut adımların atılması zorunludur.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, Gazetecilik Etiği, Dijital Okuryazarlık

The Role of Journalism Ethics and Digital Literacy in Combating Islamophobia

Abstract

This study deeply analyzes the strategic partnership of journalistic ethics and digital literacy to support ethical content creation and foster critical evaluation to combat Islamophobic discourse effectively. Islamophobic discourses propagated through traditional news framing practices and digital platform algorithms, which often portray Muslims as "other" or "threat," pose a serious problem that reinforces social prejudices. A comprehensive literature review of academic publications, codes of ethics, policy documents, and reports from 2000-2024 was systematically evaluated from the perspective of Edward Said's Orientalism. The research highlights the potential of journalistic ethics to guide professional practices and the function of digital literacy to empower individuals by equipping them with critical thinking skills to counter disinformation. In particular, it was found that commercial pressures and algorithmic biases can increase the spread of ethical violations and discriminatory content. In conclusion, the study argues that the strategic synergy between journalistic ethics and digital literacy has a critical role in curbing Islamophobic hate speech and building a more informed and democratic media ecosystem by addressing problems in content production while reducing vulnerability in content consumption. Realizing this potential and implementing an integrated approach requires a shared responsibility from media organizations and individuals.

Keywords: Islamophobia, Journalism Ethics, Digital Literacy

ATIF: Aydın Varol, F. B. (2025). Gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlığın İslamofobiyle mücadelede rolü. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 8(1), s. 63-84

*Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, e-mail: mailbetulaydin@selcuk.edu.tr, orcid.org/0000-0003-4962-3690, Konya, Türkiye

Giriş

21. yüzyılın hızlanan dijitalleşen medya ortamı fırsatlar kadar önemli riskler de barındırmaktadır. Özellikle dijital platformların kitlesel erişimi ve küresel yayılımı, toplumsal nefret ve korku söylemlerinin hızla yayılmasına zemin hazırlamaktadır. Bunların başında Müslümanlara yönelik önyargı, korku ve nefreti ifade eden İslamofobi gelmektedir. Medyanın yapısal dinamikleri, geleneksel haber çerçeveleme yöntemleri dijital platform algoritmaları, ticari baskılar, yankı odaları ve dezenformasyon, Müslümanların sıklıkla “öteki” veya “tehdit” olarak sunulduğu anlatıları güçlendirerek toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekte ve sorunun küresel karmaşıklığını artırmaktadır. Nitekim İslamofobi, sadece Batı’ya özgü bir sorun olmayıp, Hindistan’da vatandaşlık haklarını sorgulayan devlet politikaları ve ırkçılıkla iç içe (Kunnummal, 2024; Sikka, 2022), Myanmar’da Rohingya Müslümanlarına yönelik etnik temizliği meşrulaştıran yapısal yaklaşımlarla (Bakali, 2021; Chowdhury & Sifat, 2024) ve Çin’de Sincan Uygur Özerk Bölgesi’ndeki Uygurlara yönelik kitlesel gözetim ve ayrımcı kampanyalarla (Miao, 2024) tezahür eden, ağır insan hakları ihlallerine varan küresel bir olgudur.

Bu karmaşık sorunla mücadele, hem İslamofobik içeriklerin üretim süreçlerine (medya profesyonellerinin etik sorumlulukları ve pratikleri) hem de alımlanma biçimlerine (vatandaşların eleştirel dijital okuryazarlık becerileri) odaklanan çok yönlü bir yaklaşımı gerektirmektedir. Ancak literatüre bakıldığında, mevcut akademik tartışmalar ve çözüm önerileri, bu iki önemli alanı - gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlık- genellikle birbirinden ayrı ele almaktadır. Creswell ve Creswell’in (2018) belirttiği gibi literatür taramasının temel işlevlerinden biri, mevcut diyalogdaki bu tür “boşlukları” belirlemek ve önceki çalışmaları genişletmektir.

İşte bu çalışma, tam da tespit edilen disiplinlerarası “boşluğu” doldurmayı ve mevcut diyalogu genişletmeyi hedefleyerek, İslamofobi ile mücadelede gazetecilik etiği ilkeleri ile eleştirel dijital okuryazarlık becerileri arasındaki stratejik sinerjiyi merkeze almaktadır. Temel amacı, bu iki alanın birbirini nasıl tamamlayabileceğini ve güçlendirebileceğini analiz ederek, İslamofobik söylemlerin hem üretimini hem de etkisini azaltmaya yönelik bütünlük bir çerçeve sunmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere kapsamlı ve sistematik bir literatür taraması yöntemi benimsenmiştir. Literatür taraması, PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) rehberi çerçevesinde yürütülmüş olup, 2000-2024 yılları arasında yayınlanmış ve İslamofobi ile doğrudan ilişkili akademik makaleler, kitap bölümleri, uluslararası medya etik kodları, dijital politika belgeleri, İslamofobi izleme raporları ile sosyal medya analizleri sistematik olarak incelenmiştir. Örneklem seçiminde, yalnızca konuyla ilgili, akademik hakem sürecinden geçmiş ve uluslararası geçerliliğe sahip kaynaklar dahil edilmiştir. Konuyla doğrudan ilgisi olmayan, güncelliği yitirmiş ya da güvenilirlik açısından yeterince referans göstermeyen yayınlar dışlanmıştır. Bu kriterler doğrultusunda yapılan örneklem seçimi, çalışmanın amaçlarına uygun temsili ve güvenilir verilerin analiz edilmesini sağlamıştır.

Ele alınan metinler, İslamofobi ile bağlantılı anlatıları incelemek ve medyanın bu konudaki rolünü anlamak amacıyla titizlikle seçilmiştir. Bu yöntem hem haber metinlerini hem de sosyal medya içeriklerini kapsamlı bir şekilde analiz ederek, medyadaki İslamofobik söylemlerin köklerini ve yayılımını anlamaya çalışmıştır. Ayrıca, “İslamofobiyle mücadele” çerçevesinde dezavantajlı grupların hikâyelerini görünür kılma, aktif bilgilendirme ve şeffaflık ilkeleri incelenerek ortak stratejiler belirlenmiştir.

Çalışmanın teorik çerçevesini ise Edward Said'in Oryantalizm teorisi oluşturmaktadır. Daha açık ifade etmek gerekirse, Edward Said'in Oryantalizm teorisi, Müslümanların medya temsillerindeki "öteki"leştirme pratiklerini anlamada temel kuramsal bir çerçeve sunmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, medyadaki İslamofobik temsillerin üretim mekanizmalarını, gazetecilik etiğinin bu mekanizmalara müdahale potansiyelini, dijital okuryazarlığın bireyleri dezenformasyona karşı nasıl donatabileceğini ve bu iki alanın kesişiminde ortaya çıkan potansiyel iş birliği ve çözüm stratejilerini ele almaktadır. Böylelikle, İslamofobi ile mücadeleye disiplinlerarası bir bakış açısı getirerek literatüre özgün bir katkı sağlamayı ve daha bilinçli ve adil bir medya ekosisteminin gelişimine yönelik öneriler sunmayı hedeflemektedir.

1. İslamofobi Üzerine Disiplinlerarası Bir Çerçeve: Gazetecilik Etiği ve Dijital Okuryazarlığın Önemi

Latince kökenli moralis terimi, Batı dillerinde ve Türkçede "ahlak" ile "etik" kavramlarının eşanlamı kullanıma yol açmış olsa da bu iki kavramın tarihsel ve kavramsal ayrımı, modern felsefenin temel tartışmalarından biridir. Ahlak, bireyin içinde yaşadığı toplumun normlarından, dini inançlarından ve kültürel kodlarından beslenen bir "iyi-kötü" algısını ifade etmektedir. Bu algı, kolektif değerlerle şekillenmekte ve pratik yaşamda davranışları yönlendiren bir rehber işlevi görmektedir. Etik ise, bu değer yargılarının sistematik bir şekilde analiz edildiği, evrensel ilkelerin sorgulandığı ve normatif standartların oluşturulduğu felsefi bir disiplindir (Williams, 1985).

Aristoteles, *Nikomakhos'a Etik* adlı eserinde etiği "insanın rasyonel bir varlık olarak erdemli yaşamı arayışının incelenmesi" şeklinde tanımlayarak, onu kuramsal felsefeden bağımsız bir alan haline getirmiştir (Aristotle, 1999). Ancak bu ayrım, modern dönemde Nietzsche gibi düşünürler tarafından radikal bir eleştiriye tabi tutulmuştur. Nietzsche, *Ahlakın Soykütüğü Üzerine* adlı çalışmada, ahlakın toplumsal iktidar ilişkilerinin bir ürünü olduğunu ve "iyi-kötü" ikiliğinin güç mücadeleleriyle şekillendiğini savunmaktadır (Nietzsche, 2024). Bu perspektif, etiğin evrensel iddialarını sorgulayarak, ahlaki değerlerin tarihsel ve kültürel görelliliğini vurgulamaktadır.

Etik tartışmalar, deontoloji, faydacılık ve erdem etiği gibi temel kuramlar üzerinden ilerlemektedir. Immanuel Kant'ın *deontolojik yaklaşımı*, eylemlerin sonuçlarından bağımsız olarak "evrensel ahlak yasalarına" uygunluğunu savunmaktadır. Kant'a göre, bir eylemin etik olması için "ödev" duygusuyla ve evrenselleştirilebilir ilkelerle uyumlu olması gerekmektedir (Kant, 2020). Örneğin, "yalan söylememek" Kantyen etikte mutlak bir yükümlülüktür, çünkü yalanın evrensel bir norm haline gelmesi toplumsal güveni çökertir. Buna karşılık, Jeremy Bentham ve John Stuart Mill'in *faydacılık kuramı*, eylemlerin sonuçlarına odaklanmaktadır. Buna göre en fazla insana en yüksek faydayı sağlayan eylem etiktir (Mill, 2017). Ancak bu yaklaşım, dijital medyanın hız odaklı doğasında "tıklanma oranları" gibi nicel göstergelerle istismar edilebilir. Üçüncü bir perspektif olan *erdem etiği* ise, Aristoteles'in temellerini attığı ve kişinin karakterinde erdemleri (dürüstlük, adalet, cesaret vb.) içselleştirmesini merkeze alan bir yaklaşımdır. Bu kuram, eylemlerin sonuçlarından ziyade, bireyin "iyi bir insan" olma çabasını vurgulamaktadır (MacIntyre, 2007).

Bu temel tartışmalar, *meslek etiği* gibi uzmanlaşmış alanlarda somutlaşmaktadır. Meslek etiği, belirli bir mesleğin icrasında uyulması gereken normatif standartları tanımlamakta ve bu standartlar, genel ahlaki ilkelerle mesleğin teknik gereklilikleri arasında köprü kurmaktadır (Bayles, 1989). Bir başka deyişle meslek etiğini "mesleğin gerekliliklerini ahlaki bir sorumlulukla uygulama pratiği" olarak tanımlamak mümkündür. Bu çalışma bağlamında bakıldığında gazetecilik etiği,

gazetecinin hem toplumsal sorumluluğunu hem de mesleğin deontolojik kurallarını (nesnellik, doğruluk, kamusal yarar) dengelemesini gerektirmektedir. Bu denge, habercinin kişisel vicdanı ile toplumsal rollerini uzlaştırmasını zorunlu kılmaktadır (Damlapınar & Balcı, 2016). Ne var ki gazetecilik etiğinin uygulanmasında bireysel ve kurumsal sorunlar yaşanmaktadır. Gazetecilerin etik kararlarında kişisel değerler, mesleki kodlardan daha etkili olmaktadır. Haber endüstrisindeki ticarileşme, reyting kaygısı ve hız odaklılık gibi yapısal sorunlar, nesnellik ve doğruluk gibi ilkeleri zayıflatmakta; dijital medyadaki tıkanma odaklılığı ise manipülasyonu artırmaktadır. Bu bağlamda mevcut etik rehberler de yetersiz kalmaktadır. Çözüm olarak ise, gazetecilik eğitiminde etik vurgusunun artırılması, bağımsız etik kurulların oluşturulması ve kamusal yararın öncelenmesi önerilmektedir (Çığ & Çamuroğlu Çığ, 2011).

Dijital okuryazarlık, bu bahsedilen etik ilkelerin uygulanmasını sağlayan ve modern çağın en önemli becerilerinden biri olarak öne çıkan bir araçtır. Bilgi odaklı bir dünyada verilerin doğru bir şekilde analiz edilmesi ve dijital teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılması için dijital okuryazarlık hayati bir gereksinim haline gelmiştir. İletişim araçları, teknolojiler ve bilginin yayılması açısından bu becerinin önemi giderek artmaktadır. Dijital okuryazarlık, çeşitli konuları kapsayan bir yetkinlik alanıdır (Olkun, 2023). Bir başka deyişle, dijital okuryazarlık, internet platformları, sosyal medya ve mobil cihazlar gibi dijital teknolojilerin yaygınlaştığı günümüz toplumunda aktif bir şekilde yer almak, öğrenmek ve çalışmak için gerekli olan tüm becerileri içermektedir (İlhan & Ekmekci, 2024). Bu becerilerin -literatürden yola çıkılarak- İslamofobi gibi nefret söylemlerinin dijital platformlarda yayılımını engellemede üç temel bileşene dayandığı söylenebilir:

(1) Bilgi Doğrulama: Dijital platformlarda İslamofobik söylemlerin yayılması, genellikle manipüle edilmiş görseller, bağlamından koparılmış alıntılar veya kasıtlı olarak çarpıtılmış istatistiklerle beslenmektedir (Aydın Varol, 2023). Bu nedenle, dijital okuryazarlık becerileri büyük öneme sahiptir. Temel yöntemler şunlardır: (a) *Kaynak Analizi:* Haberlerin orijinal kaynağını (resmi kurumlar, uzman raporları vb. gibi) doğrulamak. Örneğin, “Avrupa’da Müslüman nüfus artışı” iddialarını Eurostat verileriyle karşılaştırmak. (b) *Görsel Tersine Arama:* Google Images veya TinEye gibi araçlarla görsellerin gerçek bağlamını tespit etmek. (c) *Bağlam Kontrolü:* Alıntılarının eksik veya yanlış yorumlanıp yorumlanmadığını anlamak için bütün metni okumak (Wardle & Derakhshan, 2017). Bu beceriler, İslamofobik söylemlerin “bilimsel” veya “resmi” bir görünüm kazanmasını engellemektedir. First Draft News gibi doğrulama platformları, bu süreçte kullanıcılara rehberlik sağlamaktadır.

(2) Algısal Eleştiri: İslamofobi, medyada açık nefret söylemlerinden ziyade, dilin ve temsil biçimlerinin inceltilmiş manipülasyonlarıyla yayılmaktadır. Edward Said (1998), *Oryantalizm* eserinde, Batı medyasının Müslümanları “ilkel”, “şiddet eğilimli” veya “kadın düşmanı” olarak temsil etme eğiliminde olduğunu tarihsel bir perspektifle açıklamaktadır. Dijital okuryazarlık bağlamında bu temsiller şu şekilde analiz edilebilir: (a) *Dil Kalıpları:* “Radikal İslam” veya “İslami terör” gibi terimler sıkça kullanılırken, “Hristiyan terörü” gibi kavramlar nadiren yer almaktadır. Sosyal medyada bu tür söylemler, Müslüman toplumunu hedef alan önyargıları daha da belirginleştirmektedir (Nuraisyah vd., 2024). (b) *Görsel Temsil:* Müslümanların haberlerde genellikle silahlı veya peçeli kadınlar olarak gösterilmesi, önyargıları pekiştirmektedir. Örneğin, Fransa’da başörtüsü yasağı tartışmalarında medyanın “özgürlük” vurgusu yaparken Müslüman kadınların seslerine yer vermemesi gibi (Amiriaux, 2016). (c) *Çerçeveleme:* Haberlerin “güvenlik”

veya “göçmen krizi” çerçevesinde sunulması, Müslümanların bir “tehdit” olarak konumlandırılmasına yol açmaktadır. Bu analiz, kullanıcıların medya iletilerinin alt metnini anlamasını sağlamaktadır (Entman, 1993).

(3) Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Eleştirel medya okuryazarlığı, haberlerin toplumsal güç ilişkilerini nasıl yeniden ürettiğini ve bu sürece nasıl müdahale edilebileceğini anlamayı amaçlamaktadır. İslamofobi bağlamında bu beceri şunları içermektedir: (a) *Hegemonik Söylemlerin Tanınması:* Van Dijk’ın (2006) eleştirel söylem analizi yaklaşımı, medyanın belirli siyasi aktörlerin (örneğin, aşırı sağ partiler, lobi grupları) söylemlerini “anaakım” haline getirme pratiklerini anlamaya yardımcı olmaktadır. (b) *Alternatif Medya Kullanımı:* İslamofobiye karşı mücadele eden Middle East Eye, Muslim Advocates, The Muslim Council of Britain (MCB) ve Council on American-Islamic Relations (CAIR) gibi bağımsız platformların takip edilmesi. (c) *Katılımcı Üretim:* Kullanıcıların sosyal medyada İslamofobi karşıtı içerik üreterek karşı-anlatılar oluşturmaları. Örneğin, #IslamophobiaAwareness, #MuslimVoices, #StandAgainstIslamophobia, #EndIslamophobia vb. gibi hashtagler ile Müslümanların gündelik yaşam deneyimlerini paylaşması (Beydoun, 2018).

Gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlık ilişkisine bakıldığında, modern medya ekosisteminde birbirini tamamlayan iki önemli alan olarak öne çıkmaktadır. Gazetecilik etiği, haber üretiminde doğruluk, tarafsızlık, şeffaflık ve kamu yararını gözetme gibi temel ilkeleri içerirken (Uzun, 2007), dijital okuryazarlık bireylerin dijital platformlarda bilgiye erişim, değerlendirme ve üretim becerilerini kapsamaktadır (Livingstone, 2004). Bu iki alanın kesişiminde, medya tüketicilerinin ve üreticilerinin hem etik hem de eleştirel bir perspektifle hareket etmesi gerekliliğinin ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda gazetecilik etiği, dijital çağda yalnızca profesyonel gazeteciler için değil, aynı zamanda dijital platformlarda içerik üreten tüm bireyler için de geçerlidir. Dijital okuryazarlık, bireylerin medya içeriklerini eleştirel bir şekilde değerlendirme ve dezenformasyonu tespit etme becerilerini geliştirirken, gazetecilik etiği bu içeriklerin üretiminde etik standartların korunmasını sağlamaktadır. Örneğin, dijital okuryazarlık becerileri, kullanıcıların yanlış bilgiye dayalı içerikleri yaymaktan kaçınmasını sağlarken, gazetecilik etiği, bu tür içeriklerin üretilmesini önlemeyi hedeflemektedir.

Her iki alanın ortak noktalarından birisi de doğru ve güvenilir bilgiye erişim ve bu bilginin yayılmasındaki sorumluluk bilincidir. Dijital okuryazarlık, bireylerin medya içeriklerini doğruluk açısından sorgulamasını teşvik ederken (Hobbs, 2010), gazetecilik etiği, bu doğruluğun sağlanması için gazetecilere rehberlik etmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarında, etik ilkeler ve dijital okuryazarlık becerileri, yanlış bilginin yayılmasını önlemede önemli bir rol oynamaktadır.

Sonuç olarak, gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlık hem medya üreticilerinin hem de tüketicilerinin sorumluluklarını belirleyen ve bilgi ekosisteminin güvenilirliğini artıran iki temel alandır. Bu iki alanın kesişimi, bireylerin hem etik hem de eleştirel bir bakış açısıyla medya içeriklerini üretmesini ve tüketmesini sağlayarak, demokratik toplumların bilgiye dayalı karar alma süreçlerini güçlendirmektedir.

2. İslamofobiyle İlgili Medya Temsilleri ve Etik Yaklaşımlar

İslamofobik söylemin medya tarafından üretimi ve bunun etik boyutları, son yıllarda iletişim çalışmalarının önemli odak noktalarından biri haline gelmiştir. Özellikle 11 Eylül sonrası dönemde, medya içeriklerinde İslam ve Müslümanlar hakkındaki olumsuz temsillerin artması, bu konunun akademik bağlamda daha detaylı incelenmesini gerekli kılmıştır. Medya temsilleri yoluyla

Müslümanların “ötekileştirilmesi”, günümüz toplumlarında İslamofobinin yayılmasında ve normalleşmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Batı medyası İslam’ı genellikle “monolitik”, “durağan” ve “değişime dirençli” bir din olarak temsil etmekte, bu temsiller İslam’ın karmaşık, dinamik ve çeşitli yapısını göz ardı etmektedir (Perocco, 2018; Said, 2008). Bu durumu somutlaştırmak gerekirse, 2005 yılında Danimarka’da yayımlanan ve İslam peygamberini hedef alan karikatürler, 2015’teki Charlie Hebdo karikatürleri ve 2019’da Yeni Zelanda’daki cami saldırılarının medyada ele alınış biçimi, İslam’ın tekil ve homojen bir yapı olarak sunulmasının önemli örneklerindendir (Ahmed & Matthes, 2017). Medya söylemlerindeki bu indirgemeci yaklaşım, İslam ve Müslümanlar hakkında toplumda var olan önyargıları pekiştirmekte ve İslamofobinin yaygınlaşmasına zemin hazırlamaktadır.

Medyanın inşa ettiği bu olumsuz söylemlere çerçeveleme teorisi perspektifinden bakıldığında, İslam ve Müslümanlarla ilgili haberlerin belirli çerçeveler içinde sunulması, toplumun bu konudaki algılarını doğrudan şekillendirmektedir. Entman, çerçevelemenin “algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçmek ve bunları iletişimsel bir metinde daha belirgin hale getirmek” olduğunu belirtmektedir (1993). Medya çerçeveleme sırasında birtakım stereotiplere başvurmaktadır ki bu kalıp yargılar kitleler üzerinde çok etkili olmaktadır. Örneğin, İngiliz medyasında Müslümanlar genellikle “problemlili”, “tehditkâr” veya “Batı değerlerine karşıt” olarak çerçevelenirken (Poole, 2005), Alman medyasında Müslümanlar “terörist”, “kadın düşmanı”, “demokrasi karşıtı” ve “fanatik” stereotipleriyle temsil edilmektedir (Hafez, 2009). Alman medyasında 2015 mülteci krizi sırasında Der Spiegel ve Bild gazetelerinin Müslüman sığınmacıları “kültürel uyumsuzluk” çerçevesinde ele alması bu duruma örnek verilebilir (Vollmer & Karakayalı, 2018).

Hollywood filmlerine bakıldığında da İslamofobik unsurlar genellikle açıkça görülmektedir. Araplar ve Müslümanlar “terörist”, “şehvet düşkünü şeyh”, “uyumsuz göçmen” ya da “tehlikeli yabancı” olarak stereotipleştirilmektedir (Shaheen, 2003). Bu bağlamda 11 Eylül saldırıları öncesi “Executive Decision” (1996), “The Siege” (1998), ile 11 Eylül sonrası “Kingdom of Heaven” (2005), “Zero Dark Thirty” (2012), “American Sniper” (2014) ve “Argo” (2012) gibi Oscar ödüllü filmler, Müslümanları monolitik ve tehdit unsuru olarak gösteren yapımlara örnek gösterilebilir. Bu tür temsiller, genel olarak Batı dünyasında Araplara ve genel olarak Müslümanlara yönelik önyargıları güçlendirmektedir.

İslamofobik söylemin medyada üretilmesinde kullanılan çerçevelemeler kadar, dilsel tercihler ve söylemsel stratejiler de önemli bir rol oynamaktadır. Richardson (2004), İngiliz gazetelerinin İslam ve Müslümanlarla ilgili haberlerde sıklıkla “radikal”, “militan”, “fundamentalist” veya “aşırılıkçı” gibi olumsuz çağrışımları olan terimler kullandığını tespit etmiştir. Geleneksel medyadaki söylem ve temsillerin benzeri sosyal medya platformları ve çevrimiçi haber sitelerinde de kendini göstermektedir. Örneğin, Twitter (şimdiki adıyla X) gibi platformlarda #BanIslam ve #StopIslam gibi etiketlerin 2016-2019 yılları arasında milyonlarca paylaşıma ulaşmıştır. İslamofobi, -çalışmanın girişinde de belirtildiği üzere- yalnızca Batı’nın değil, Hindistan, Myanmar ve Çin gibi ülkelerin de sorunu haline gelmiştir. Örneğin, COVID-19 pandemisi sırasında Hindistan’da #CoronaJihad etiketi viral hale gelerek Müslümanların pandeminin yayılmasında suçlanmasına yol açmıştır. Bu tür olaylar, sosyal medyanın İslamofobinin yayılmasındaki etkisini göstermektedir. Yapılan araştırmalar, sosyal medyanın birey odaklı yapısıyla

İslamofobik söylemlerin hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasına olanak tanıdığını ortaya koymakta; bu platformlar, ötekileştirici dilin yoğunlaşmasına ve İslamofobik fikirlerin taraftar kazanmasına önemli katkılarda bulunmaktadır. Ayrıca sosyal medya, kullanıcıların İslamofobik içerikleri kolayca paylaşımlarını ve bu içeriklerin “yankı odaları” içinde güçlenmesini sağlamaktadır (Beydoun, 2018).

Gerek geleneksel gerekse sosyal medyadaki İslamofobik söylemler, İslam ve şiddet arasında uygunsuz bir ilişki kurulmasına neden olmaktadır. Bu durum toplumda ırkçı ve yabancı düşmanlığının tohumlarının atılmasına da neden olmaktadır ki Van Dijk, medyadaki ırkçı söylemlerin genellikle “biz” ve “onlar” ayrımı üzerine kurulduğunu ifade etmektedir. Bu ayrım, “biz”i olumlu, “onlar”ı ise olumsuz özelliklerle tanımlayarak, azınlık grupların, bu durumda Müslümanların, toplumun “öteki” veya “yabancı” üyeleri olarak algılanmasına neden olmaktadır (van Dijk, 2000). Ya da bir başka deyişle medyada sürekli olarak olumsuz temsil edilen İslam ve bu dinin mensuplarının, toplumun diğer üyeleri tarafından “öteki” veya “tehdit” olarak algılanması kaçınılmazdır. Öyle ki yapılan çalışmalar da medyadaki İslamofobik söylemlerin Müslümanlara yönelik ayrımcılığı normalleştirdiğini göstermektedir (Allen, 2011).

Medyadaki olumsuz söylem ve temsillerin sosyolojik yansımaları olmakta; toplumda korku ve güvensizliği artırmakta ve akabinde ayrımcı politikaların meşrulaştırılmasına zemin hazırlamaktadır (Green, 2015). Böylece, medyadaki İslamofobik temsiller özellikle aşırı sağ partilerin Müslüman karşıtı söylemlerini güçlendirmekte ve ayrımcı yasaların oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır (Bleich, 2011; Lean, 2015). Fransa’da 2004 yılında okullarda başörtüsü yasağı, 2010’da burka yasağı ve 2021’de “İslami ayrılıkçılıkla mücadele” yasasının çıkarılması, medyada İslam’ın “tehlikeli” ve “entegre olamayan” bir din olarak sunulmasının politik yansımalarıdır. İslamofobik medya temsillerinin sonuçları sadece politik ya da duygusal tonda olmamakta, aynı zamanda fiziksel sonuçlara da sebebiyet vermektedir. Ayrıca yapılan araştırmalar İslamofobik medya temsillerinin, sürekli olumsuz temsillere maruz kalmanın Müslümanların öz-saygılarını, kimlik algılarını ve toplumsal aidiyet hislerini zayıflatarak marjinalleşmeyi güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Poole, 2005).

Gazetecilik etiği, sorumlu haber yapma ilkeleri kapsamında doğruluk, tarafsızlık, denge, adalet ve kamu yararını esas almayı içermekte, haber yaparken stereotiplerden kaçınılmasını ve farklı perspektiflere yer verilmesini gerektirmektedir (Society of Professional Journalists, 2014). Etik gazetecilik, farklı kültür ve inançlara saygı duymayı, toplumsal uyumu desteklemeyi ve klişelerden kaçınmayı içermektedir. Kültürlerarası anlayışı destekleyen etik kodlar, İslamofobik söylemlerin önlenmesinde etkili olabilir. Etik gazetecilikte empati ve duyarlılığın ön planda olduğu göz önüne alındığında gazeteciler, haber yaptıkları kişilere insanî bakış açısıyla yaklaşarak onları nesneleştirmek yerine hikâyelerini insani boyutlarıyla anlatmalıdır. Hatta Debra Mason bu işi bir adım daha ileriye götürerek, gazetecilerin dini okuryazar olmaları gerektiğini ifade etmektedir. Mason’a göre din, bireylerin kimliklerini ve toplumsal dinamiklerini şekillendiren önemli bir unsurdur. Dini okuryazarlık, gazetecilerin doğru bilgi vermelerini ve farklı bakış açılarını yansıtmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda din haberciliğinde kalitenin artırılması için gazetecilerin dini okuryazarlıklarını geliştirmeleri önemlidir. Mason’a göre bu durum, İslam hakkındaki bilgi eksikliğini gidermeye yardımcı olarak stereotiplerin yeniden üretilmesini engelleyebilir. Bu sayede önyargıların ve yanlış anlamaların önüne geçilebilir ve elbette Müslümanların medyada daha adil temsil edilmesine katkıda bulunabilir (Mason, 2021). Adil temsil ve kapsayıcı gazetecilik,

İslamofobik söylemleri engellemede önemli bir rol oynamaktadır. Kapsayıcı gazetecilik, gazetecilerin kültürel önyargılarını sorgulamalarını ve farklı perspektiflere açık olmalarını gerektirir. Gazetecilerin, Müslüman toplulukların çeşitliliğini yansıtırken, önyargılarından kaçınmaları önemlidir. Ayrıca, Müslüman kadınların temsili genellikle Batılı bakış açılarıyla sınırlı kalmaktadır; bu nedenle, onların kendi hikâyelerini anlatabilecekleri platformların oluşturulması, adil temsili sağlamak açısından elzemdir.

Etik açısından bakıldığında dijital okuryazarlık, İslamofobik söylemlerin tanınması ve sorgulanması açısından büyük önem taşımaktadır. Dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi, bireylerin medya mesajlarını eleştirel bir perspektifle değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda dijital okuryazarlık, bireylerin medyada yer alan stereotipleri ve önyargıları tanımalarını ve bu içeriklere karşı bilinçli bir tutum geliştirmelerini sağlamaktadır (Hobbs, 2011). Bu bağlamda UNESCO'nun "Medya ve Bilgi Okuryazarlığı" (MIL) programı, özellikle gençlerin medyadaki ayrımcı ve ırkçı içerikleri tespit edebilme ve eleştirel değerlendirebilme becerilerini geliştirmeyi amaçlayan önemli bir girişimdir (Grizzle & Calvo, 2013). Ayrıca, "Get The Trolls Out" gibi diğer dinlere yönelik nefret suçlarıyla birlikte İslamofobiye izleyen ve raporlayan dijital platformlar, kullanıcıların İslamofobik içerikleri tanımlama ve bildirme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. İngiltere'deki "Tell Mama" (Measuring Anti-Muslim Attacks) ve Avrupa çapındaki "Islamophobia Watch" gibi izleme platformları, medyada ve sosyal medyada İslamofobik içerikleri belgeleyerek, bunlara karşı kampanyalar düzenlemektedir. Böylece alternatif medya platformları İslam ve Müslümanlar hakkında daha dengeli ve çeşitli perspektifler sunarak, stereotiplerin ve önyargıların azalmasına katkıda bulunmakta, dolayısıyla İslamofobik söylemlere karşı mücadelede önemli bir rol oynamaktadır.

Sonuç olarak, İslamofobik medya temsillerinin toplumsal etkileri ve etik boyutları, iletişim çalışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Medyanın İslam ve Müslümanları olumsuz, indirgemeci ve stereotipik şekilde temsil etmesi, İslamofobinin yayılmasını ve derinleşmesini artırmaktadır. Bunu önlemek için gazetecilik etiğinde sorumlu haber yapma, önyargılardan kaçınma ve adil temsil ilkeleri benimsenmelidir. Ayrıca, medya tüketicilerinin dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi ve alternatif medya platformlarının desteklenmesi, bu söylemlerle mücadelede etkili stratejiler sunmaktadır. Etik medya temsilleri ve gelişmiş dijital okuryazarlık, İslamofobik söylemlerin azalmasına ve toplumda daha kapsayıcı bir anlayışın oluşmasına katkı sağlayacaktır.

3. Dijital Okuryazarlığın İslamofobiyle Mücadeledeki Rolü

Dijital çağda bilgiye hızlı ve kolay ulaşım, toplumun doğru ve güvenilir bilgi akışından faydalanmasını artırsa da aynı zamanda yanıltıcı içeriklerin, yanlış haberlerin, dezenformasyonun ve nefret söyleminin yayılımını da beraberinde getirmiştir. Dijital platformlar, özellikle algoritmik yönlendirmeler nedeniyle, yanlış bilgilerin yayılmasını kolaylaştırmakta ve bu durum bireylerin karar alma süreçlerini olumsuz etkilemektedir. Dijital ortamların yapısı gereği bilgi üretiminin denetimsizliği, özellikle sosyal medyada yanlış ve hedef şaşırtıcı içeriklerin yayılmasını hızlandırmakta, bu durum da İslamofobi gibi ayrımcı ve ötekileştirici tutumların güçlenmesine zemin sağlamaktadır. Bir başka deyişle, dijitalleşme, İslamofobik söylemin farklı siyasi ve coğrafi çevrelerle bağlantılı dinamik bir ağ oluşturmasına katkıda bulunmaktadır (Ekman, 2015). Öyle ki yapılan araştırmalar, özellikle kriz süreçlerinde veya terör saldırıları gibi hassas dönemlerde sosyal ağlarda yayılan yanıltıcı bilgilerin İslam karşıtı nefret söylemini artırıcı etkiler taşıdığını ortaya

koymaktadır (Allen, 2020). Dolayısıyla İslamofobi gibi nefret söylemlerinin yaygın olduğu dijital ortamlarda, dijital okuryazarlık yetkinliğine sahip olmak kullanıcılara; İslam karşıtı veya yabancı düşmanı söylemlerin kaynağını doğrulama, yanlış bilgileri tespit etme ve kışkırtıcı içerikleri sorgulayabilme noktasında daha önemli bir hale gelmektedir.

Dijital mecralarda günümüzdeki en büyük sorunlardan biri yanlış bilgi, yani dezenformasyondur. Dezenformasyonla mücadele, yalnızca bireysel sorumlulukla sınırlı değildir; geleneksel ve dijital medya aktörlerinin de üstlenmesi gereken etik bir görev söz konusudur. Bu bağlamda, medya kuruluşlarının bilgi doğrulama süreçlerini güçlendirmeleri ve toplumsal fayda gözetken habercilik ilkelerini benimsemeleri gerekmektedir (Carlson, 2018). Medya kuruluşları ve gazetecilerin; doğru habercilik modellerini benimseyerek “doğruluk kontrolü” mekanizmalarını devreye sokmaları, dezenformasyona karşı etkili ve sürdürülebilir çözüm yollarından biridir (Wardle & Derakhshan, 2017). Snopes.com, FactCheck.org, BBC Reality Check gibi küresel doğruluk kontrol platformları ile Türkiye’de teyit.org ve dogrulukpayi.com gibi yerel girişimler dezenformasyonla mücadele etmektedir. Bu platformların doğruluk kontrolü girişimlerinin özellikle sosyal medyada yayılabilen İslamofobik içerik ya da iddialara karşı önleyici ve farkındalık yaratıcı etkilerinin söz konusu olduğu ve İslamofobi ile mücadeleye katkı sağlamalarının beklendiği söylenebilir. Ayrıca dezenformasyonla mücadelede çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bunlardan biri, platformların algoritma düzenlemeleridir. Facebook ve Twitter gibi sosyal medya devleri, birtakım algoritmalar geliştirmektedir (Munger & Phillips, 2022). Sosyal medya algoritmaları, ekonomik teşvikler ve siyasi motivasyonlar, sahte haberlerin hızla yayılmasına zemin hazırlayan etkin faktörler olup, bunlar kullanıcıların bilgi algısını manipüle eden karmaşık bir enformasyon ekosistemi oluşturmaktadır (Allcott & Gentzkow, 2017). Bu algoritmalar, nefret söylemi ve yanlış bilgi içeren paylaşımların potansiyel etkisini sınırlandırmaktadır.

Sosyal medya platformları, din hakkında bilgilerin yaygınlaşmasını ve çevrimiçi öğrenme topluluklarının gelişimini kolaylaştırırken, aynı zamanda dinsel konulardaki dezenformasyonun hızlı ve geniş çaplı yayılımına da zemin hazırlayabilmektedir. Bu platformların çift yönlü doğası, bilgi edinme süreçlerinde hem fırsat hem de risk oluşturmaktadır (Henry, 2021). Platformlardaki denetimsiz içerikler, dinsel inançlar hakkında yanlış algıların oluşmasına katkıda bulunabilir. Bu bağlamda sosyal medya okuryazarlığı, özellikle çocuk ve gençler için önemli bir beceri olarak önem kazanmaktadır (Onay & Kiylioğlu, 2022). Sosyal medya okuryazarlığı eğitimleri, kullanıcılara dijital ortamlarda karşılaştıkları bilgileri eleştirel bir süzgeçten geçirme ve doğrulama becerisi kazandırmaktadır. Bu eğitimler, bireylerin dezenformasyonla mücadele etme kapasitelerini artırarak, sosyal medyada daha bilinçli ve sorumlu bir enformasyon tüketimi yaklaşımı geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Bahçıvan, 2024). Literatüre bakıldığında da bireylerin bilgi karşısında eleştirel bir tutum geliştirebilmeleri için dijital okuryazarlık ve sosyal medya okuryazarlığı gibi okuryazarlık atölyelerinin önemli olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu atölyelerde, katılımcılara dijital içeriklerin nasıl değerlendirileceğine dair stratejiler ve yöntemler öğretilerek, daha bilinçli içerik tüketimi teşvik edilmektedir ki yapılan araştırmalar, medya okuryazarlığı eğitim programlarının kullanıcıların dâhil oldukları dijital bilgi ortamını daha eleştirel ve farkındalıklı bir şekilde değerlendirebildiklerini göstermektedir (Buckingham, 2019). Ayrıca dijital okuryazarlık becerilerinin zorunlu eğitim müfredatlarına dâhil edilmesi ve medya kuruluşlarıyla paydaş iş birliklerinin güçlendirilmesi; dezenformasyon ve İslam karşıtı söylemlere karşı mücadelede etkili sonuçlar verecektir. Bunun yanı sıra, toplumsal düzeyde medya

okuryazarlığı kampanyalarının düzenlenmesi, bireylerin gözle görülür bir değişim sağlamasında etkili olacaktır.

Dijital okuryazarlık, sadece bireysel düzeyde bilgi doğrulama ve eleştirel medya okuryazarlığı süreçlerini değil, aynı zamanda toplumsal farkındalık yaratmayı, empatiyi artırmayı ve kültürlerarası anlayışı teşvik etmeyi de kapsamaktadır. Bu perspektiften hareketle, dijital medya ortamında yayılan ayrımcı veya nefret içerikli söylemlerin etkisini azaltmada empatik yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Dijital okuryazarlık sayesinde, bireyler bilgi tüketimi sırasında sadece doğruluk süzgeci uygulamakla kalmayarak, medya tarafından temsil edilen farklı grupları daha kapsamlı bir şekilde değerlendirme becerisi kazandırmaktadır (Livingstone & Helsper, 2007). Bu perspektiften hareketle, İslamofobi gibi ötekileştirici söylemlerin yayılmasının önlenmesinde, medyada kullanılan dilin, mesajların ve görsellerin eleştirel bir şekilde analiz edilmesi önemlidir. Özellikle genç bireylerin dijital medya ortamında karşılaştıkları ayrımcı içeriklere duyarlılık gösterebilmeleri için, dijital okuryazarlık eğitimlerinde empati temelli yaklaşımlar ön plana çıkarılmalıdır. Dijital okuryazarlık programlarının empati odaklı hale getirilmesi, gençlerin medya ve teknoloji kullanarak ayrımcılık ve önyargı ile mücadele etmesine yardımcı olabilir. Örneğin, sanal gerçeklik (VR) teknolojilerinin empati geliştirme aracı olarak kullanımı, bireylerin ötekileştirilen gruplarla bağ kurmasına yardımcı olmaktadır. Yapılan çalışmalarda, VR deneyimlerinin bireylerin farklı gruplar üzerindeki önyargılarını azaltmada etkili olduğu kanıtlanmıştır (Sanchez-Vives & Slater, 2005). Bu tür yenilikçi teknolojiler, İslamofobi dahil olmak üzere nefret söylemlerine karşı farkındalık yaratma süreçlerinde güçlü araçlar olarak değerlendirilebilir.

Tüm bunların yanı sıra, alternatif medya platformlarının direnişteki rolü büyüktür. Yerel ve küresel düzeyde örgütlenen bağımsız medya ağları (Middle East Eye, HuffPost Islam, Council on American-Islamic Relations (CAIR), The Muslim Vibe, Islam21c, Migrant Voice vb.) mağdur grupların hikâyelerini aktararak hâkim söylemlere meydan okumaktadırlar. Bu bağımsız girişimler, Müslüman toplulukların yaşadığı ayrımcı olayları görünür kılarak adalet ve farkındalık sağlama misyonu üstlenmiştir. Alternatif medya platformlarının yanı sıra sosyal medya kullanıcılarının da içerik üretiminde aktif rol alması, dezenformasyonun yaygın olduğu medyada yeni bir denge sağlamaya yardımcı olabilir (Couldry & Hepp, 2016). Dijital okuryazarlık ayrıca, bireylerin kendi kimliklerini inşa etmelerine ve dijital platformlarda ayrımcı söylemlere karşı stratejik içerik üretmelerine olanak tanımaktadır (Ekman, 2015). Bireyler, yapıcı kültürlerarası diyalog ortamlarının teşvik edildiği projelerde, kimliklerini nefret söylemi temelli algoritmalarından bağımsız olarak ifade edebilirler. Bu da dijital okuryazarlık eğitimlerinin önemini daha da artırmaktadır.

Medya düzenleyicileri ve sosyal medya platformlarının etkili iş birliklerine de ihtiyaç olduğunun altı çizilmelidir. Sosyal medya devlerinin nefret içeriklerini tespit eden algoritmalar geliştirmesi, bu içeriklerin görünürlüğünü ve etkisini azaltmada temel bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, etkili iş birlikleri ve kullanıcı eğitimiyle toplumsal bilinç artırılmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun 2016 tarihli "Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online" (Yasadışı Nefret Söylemine Karşı Çalışma Yönergesi) düzenlemesi, çevrimiçi platformların yasadışı nefret içeriklerini denetlemesi için uluslararası düzeyde önemli bir kılavuzdur. Bu düzenleme, sosyal medya platformlarının çevrimiçi nefret söylemiyle daha etkili mücadele etmelerini sağlamayı hedeflemektedir. Platformların, kullanıcılar tarafından bildirilen yasadışı içerikleri en geç 24 saat içinde gözden geçirip kaldırmaları ve bu süreçte şeffaf olmaları beklenmektedir. Bu yönergenin

yanı sıra Facebook'un 2020 yılında başlattığı "hate speech detection algorithm" gibi projeler Gillespie'ye göre nefret söylemiyle mücadelede hem etik hem de teknik gelişmeler sağlamaktadır. Bu düzenlemeler sosyal medya platformlarının yasadışı nefret içeriğiyle mücadelede daha sıkı düzenlemeler uygulamasını teşvik ederken, aynı zamanda bireylerin kendi dijital alanlarında doğruluk ve etik odaklı bir tutum geliştirmeleri için fırsatlar yaratmaktadır (2018). Ancak İslamofobiyle mücadele bağlamında dijital okuryazarlığın etkinliğini artırmak adına, bu becerinin bireyler ve kurumlar tarafından nasıl hayata geçirileceğine ilişkin somut adımların belirlenmesi büyük bir önem taşımaktadır. Özellikle okullarda, üniversitelerde ve topluluk temelli merkezlerde dijital okuryazarlık programlarının uygulanabilirliği üzerine çalışmalar yapılarak, bu eğitimlerin bireylerin medya içeriklerini eleştirel analiz etme becerilerini geliştirip geliştirmede incelenmelidir (Bulger & Davison, 2018).

Son olarak sivil toplum kuruluşlarının ve topluluk liderlerinin, özellikle Müslümanların temsil edildiği alanlarda, farkındalık kampanyaları düzenleyerek dijital okuryazarlığın ötekileştirici söylemlerle mücadeledeki katkısını geniş kitlelere ulaştırması önemlidir. Örneğin, daha önce başarılı olduğu gösterilen medya okuryazarlığı atölyeleri ve toplum diyalog projeleri, bireylerin hem önyargılardan arınmasına hem de nefret söylemlerini erken aşamada tespit edebilmesine olanak sağlamıştır. Bunun yanı sıra, sosyal medya platformları ile iş birliği yaparak yerel veya ulusal seviyelerde sosyo-kültürel anlayışı güçlendiren empati temelli kampanyaların oluşturulması, İslamofobi ile mücadelede etkili bir strateji olarak değerlendirilebilir. Bu tür uygulamalara ilişkin daha fazla empirik çalışma yapılması, dijital okuryazarlık çabalarının somut sonuçlarını görme ve gelecekteki politikaları şekillendirme açısından faydalı olacaktır (Wardle & Derakhshan, 2017).

Dijital çağın getirdiği dönüşüm, bilgi akışının hem fırsatlarını hem de tehditlerini beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda, İslamofobi gibi nefret söylemleriyle mücadelede dijital okuryazarlık, bireylerin yalnızca dezenformasyonun etkilerinden korunması açısından değil, aynı zamanda toplumsal empati ve hoşgörünün artırılmasında önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Dijital okuryazarlığın eğitim ve farkındalık kampanyalarıyla güçlendirilmesi, bireylerin manipülatif içeriklere karşı daha bilinçli ve eleştirel bir duruş sergilemesini sağlarken, sivil toplumun katılımıyla geliştirilen empati temelli projeler, toplumlar arası diyalogun da temelini oluşturacaktır. Ayrıca, sosyal medya platformlarının daha sorumlu algoritma tasarımları geliştirmesi ve bu süreçte bireylerin aktif katılımını desteklemesi, daha güvenilir ve adil bir dijital ekosistemin inşasında önemli bir role sahiptir. Sonuç olarak, dijital okuryazarlık yalnızca bireylerin bilgi üretim ve tüketim süreçlerine yönelik bir beceri değil, aynı zamanda daha kapsayıcı ve anlayışa dayalı bir toplum inşa etmek için stratejik bir araçtır. Bu nedenle, dijital okuryazarlık üzerine yapılan çalışmalar ve politika geliştirme süreçleri daha geniş ve kapsayıcı bir çerçevede ele alınmalı, bu alandaki iş birlikleri artırılmalıdır.

4. Gazetecilik Etiği ile Dijital Okuryazarlığın Sinerjisi

Dijital çağın hızla değişen ve sıklıkla kutuplaşan medya ortamında, İslamofobi gibi köklü ayrımcılık biçimleri yeni ve tehlikeli yayılma alanları bulmaktadır. Bu zorlu bağlamda, gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlık, modern medya ekosisteminde birbirini tamamlayan iki disiplin olarak öne çıkmaktadır. Özellikle ayrımcılıkla mücadele ve eleştirel farkındalık geliştirme hedefiyle, bu iki alan güçlü bir iş birliği potansiyeli taşımaktadır. Bu noktada, gazetecilik etiğinin yol gösterici ilkeleri ile dijital okuryazarlığın eleştirel yetkinlikleri, İslamofobi ile mücadelede sadece birbirini

tamamlamakla kalmamakta, aynı zamanda dezenformasyona ve nefrete karşı *dirençli* bir medya ekosistemi yaratmak için zorunlu bir sinerji oluşturmaktadır.

Medya, özellikle günümüzde İslamofobi gibi ayrımcı söylemlerin ve nefret içeriklerinin yayılmasına zemin hazırlayabilmektedir. Tıklanma odaklı medya stratejileri ve reyting baskısı, bu tür zararlı içerikleri daha görünür kılarak normalleştirebilmektedir. İşte tam bu noktada – daha önce de ifade edildiği üzere- gazetecilik etiği, medya profesyonellerine daha adil, dengeli ve kapsayıcı bir dil benimseme sorumluluğunu hatırlatırken, dijital okuryazarlık ise bireyleri manipülatif içerikleri tespit etme, kaynakları sorgulama ve bilinçli birer medya tüketicisi olma konusunda güçlendirmektedir (Hobbs, 2010). Örneğin, etik ilkelerle çalışan bir gazeteci, haberinde Müslüman topluluk içindeki çeşitliliği yansıtmaya, klişeleri yıkmaya ve farklı seslere yer vermeye özen gösterirken; dijital okuryazar bir birey, bu tür nitelikli içerikleri fark edip takdir edebilir, kaynağını doğrulayabilir ve sosyal medyada bilinçli bir şekilde paylaşarak olumlu anlatıların yayılmasına katkıda bulunabilir. Tersine, dijital okuryazar bir kitle, yanıltıcı veya İslamofobik içerik üreten medya kuruluşlarına karşı daha talepkâr olabilir ve bu kuruluşların etik standartlara uyması konusunda toplumsal bir baskı yaratabilir. Edward Said’in “Oryantalizm” adlı eserinde belirttiği gibi (1998), medya sıklıkla Müslümanları basmakalıp ve sorunlu biçimlerde (örneğin, ilkel ve şiddet eğilimli olarak) temsil etmektedir; bu da önyargıları besleyip yeniden üretmektedir. İşte bu noktada, dijital okuryazarlık becerileri bireylere sorunlu temsilleri tanıma, sorgulama ve reddetme konusunda önemli araçlar sunarak, daha adil ve doğru bir medya ortamının oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Uygulanabilir politikalar, bu sinerjinin kurumsallaşması ve yaygınlaşması için hayati öneme sahip olup, dikkatle ele alınmalıdır. Medya profesyonelleri ve meslek örgütleri, İslamofobik mecazlar, genellemeler ve nefret söyleminden kaçınmayı amaçlayan, kültürel duyarlılığı yüksek, kapsayıcı ve düzenli olarak güncellenen etik kodlar geliştirmeli ve bunların uygulanmasını aktif bir şekilde teşvik etmelidir. Dijital platformlar ise yalnızca içerik denetleme ile yetinmemeli; nefret söylemlerini ve dezenformasyonu yayma potansiyeli taşıyan algoritmalarını şeffaf bir şekilde denetleyip, ayrımcılığı azaltacak ve adil temsili destekleyecek şekilde yenilemelidir. Platformların şeffaflığını ve hesap verebilirliğini artırmak için bağımsız denetim mekanizmaları ve kamu yararını gözetken düzenleyici çerçeveler üzerine tartışmalar derinleştirilmelidir. Middle East Eye veya Council on American-Islamic Relations (CAIR) gibi kuruluşlar, ana akım medyada sıkça göz ardı edilen perspektifleri sunarak, karşı anlatılar oluşturarak ve İslamofobik içeriklerle mücadele ederek alternatif medya platformlarının önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, sosyal medya platformlarında kullanıcıların “#IslamophobiaAwareness” ve “#StandAgainstIslamophobia” gibi etiketlerle yürüttükleri dijital aktivizm kampanyaları, bireysel katılımın kolektif bir farkındalık ve değişim yaratma potansiyelini etkili bir şekilde göstermektedir.

Eğitim programlarının geliştirilmesi, bu sinerjiyi güçlendirecek önemli bir diğer adımdır. Okullarda medya okuryazarlığı derslerinin müfredata entegre edilmesi, genç bireylerin erken yaşta medya içeriklerini analiz edebilme, kaynak güvenilirliğini değerlendirme ve yanlış bilgileri ayırt edebilme kapasitelerini artıracaktır (Grizzle & Calvo, 2013). Ancak eğitim, okul duvarlarıyla sınırlı kalmamalı; yaşam boyu öğrenme perspektifiyle yetişkinlere, ebeveynlere, eğitimcilere ve topluluk liderlerine yönelik dijital okuryazarlık ve eleştirel düşünme atölyeleri düzenlenmelidir. Dijital okuryazarlık eğitimlerinin yanı sıra, kültürler ve inançlar arası anlayışı ve diyalogu teşvik eden,

kişisel hikâye anlatımına dayalı empati temelli kampanyalar ve projeler, İslamofobi'nin temelindeki önyargı ve korkuyla mücadelede etkili bir politika olacaktır. Bu alanda yürütülecek daha fazla empirik çalışma, uygulanan politikaların ve eğitim programlarının etkinliğini ölçerek hem politika yapıcılara hem de medya profesyonellerine değerli veriler sunabilir.

Gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlık arasındaki sinerjide belki de en önemli aşama *bireysel farkındalığın ve sorumluluğun yükseltilmesi* meselesidir. Öyle ki bu çok katmanlı mücadelenin temel taşlarından biridir. Medya kullanıcılarının, karşılaştıkları bilgilerin doğruluğunu teyit etme (fact-checking), manipülatif dil kullanımını tanıma, duygusal tuzaklara düşmeme ve özellikle sosyal medya akışlarını şekillendiren algoritmaların potansiyel önyargılı sonuçlarına karşı (örneğin, yankı odaları, filtre balonları) eleştirel bir direnç geliştirebilmesi için dijital okuryazarlık becerilerini edinmesi ve sürekli geliştirmesi gerekmektedir (Wardle & Derakhshan, 2017). Kullanıcıların farklı kaynaklardan bilgi edinme alışkanlığı kazanması, kişiselleştirilmiş içerik önerilerini sorgulaması ve yankı odalarının farkında olması bu direncin önemli bileşenleridir. First Draft News¹ gibi girişimler, medya kullanıcılarının yanlış bilgilere ve dezenformasyon kampanyalarına karşı farkındalık geliştirmelerine ve doğrulama araçlarını kullanmalarına destek olmaktadır (Mason, 2021). Aynı şekilde, Müslüman kadınlar gibi sıklıkla stereotipleştirilen grupların medya temsillerinin çeşitlendirilmesi ve bu grupların kendi hikâyelerini anlatabilecekleri, kendi seslerini duyurabilecekleri platformların güçlendirilmesi, adil ve hakkaniyetli temsilin artırılmasına doğrudan katkıda bulunacaktır.

Gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlık, İslamofobi ile mücadelede birbirinden ayrı düşünülmemeyecek, birbirini güçlendiren ve destekleyen, ayrılmaz bir bütün sunmaktadır. Gazetecilik etiği, medya üretim süreçlerinde adil, doğru ve kapsayıcı temsilleri teşvik ederek yapısal bir çerçeve sunarken; dijital okuryazarlık, bireyleri bu içerikleri eleştirel bir farkındalıkla tüketme, sorgulama ve yanıtlama konusunda yetkilendirmektedir. Bu sinerji, sadece medyadaki ayrımcı söylemleri ve nefret içeriklerini minimize etmekle kalmamakta, aynı zamanda daha bilgili, eleştirel düşünebilen ve aktif katılımcı bir toplum yaratarak sosyal uyumun, demokratik değerlerin ve insan haklarına saygının güçlendiği bir gelecek inşa edilmesine de temelden katkıda bulunmaktadır. Ancak, bu dinamik alanlarda, özellikle yapay zeka destekli nefret söylemi tespiti ve etik denetimi, kültürlerarası medya projelerinin toplumsal etkisinin ölçülmesi gibi konularda, daha fazla empirik araştırmaya ve uygulamaya yönelik yenilikçi, özgün stratejilere acil ihtiyaç duyulmaktadır.

Sonuç

Dijital çağın karmaşık ve hızla kutuplaşan medya ortamında İslamofobi hem geleneksel hem de yeni mecralarda medyanın yapısal dinamikleriyle beslenen, endişe verici bir toplumsal sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yayılımın temelinde, geleneksel ve dijital medyada Müslümanların sıklıkla “tehdit” veya “öteki” olarak çerçevelenmesi ve bunun toplumsal önyargıları derinleştirilmesi yatmaktadır. Haber endüstrisindeki ticarileşme ve tıklanma odaklı stratejiler, nesnellik ve kamu yararı gibi temel ilkeleri zayıflatırken, dijital platformlarda algoritmik önyargılar yankı odalarını güçlendirerek bu kısır döngüyü pekiştirmektedir. Bu zorluğun üstesinden gelmek için, etik habercilik ilkeleri ile eleştirel dijital okuryazarlık becerilerinin sinerjisi, nefret söylemlerinin ve dezenformasyonun yayılımını kırmada stratejik bir rol oynamaktadır. Bu bütünleşik yaklaşım, yalnızca İslamofobi ile mücadele için değil, aynı zamanda daha adil, demokratik ve bilinçli bir medya ekosistemi yaratmak için de önemli bir potansiyel sunmaktadır.

Bu sinerjinin etkinleştirilmesi hem bireysel hem de kurumsal düzeyde çok yönlü ve somut adımlar atılmasını gerektirmektedir. Gazetecilik etiği ve medya profesyonelleri cephesinde, etik ilkelerin güçlendirilmesi ve uygulamaya geçirilmesi önceliklidir. Bu, medya profesyonellerine yönelik düzenli mesleki eğitimlerin ötesinde, gazetecilik eğitim müfredatlarında reform yapılmasını içermektedir. Bu reformlar kapsamında, dini okuryazarlık ve kültürlerarası iletişim modüllerinin (Livingstone & Helsper, 2007; Mason, 2021) entegre edilmesi, etik ikilem simülasyonlarının (örneğin, sanal gerçeklik tabanlı empati eğitimleri) kullanılması ve Middle East Eye gibi alternatif medya kuruluşlarıyla iş birliklerinin geliştirilmesi önerilmektedir. Medya kuruluşları, sosyal sorumluluk sahibi kurumlar olarak hareket etmeli, stereotiplerden arındırılmış, kapsayıcı bir dil kullanımını teşvik eden iç denetim mekanizmalarını güçlendirmeli ve editoryal bağımsızlığı korumalıdır. Ayrıca, yapay zekâ gibi yeni teknolojilerin, etik ilkeler çerçevesinde, İslamofobik içerikleri tespit etme ve önlemedeki potansiyelleri araştırılmalı ve sorumlu bir şekilde değerlendirilmelidir.

Eş zamanlı olarak, eleştirel dijital okuryazarlık becerilerinin toplum geneline yayılması elzemdir. Bireylerin medya mesajlarını eleştirel bir süzgeçten geçirme, manipülatif teknikleri fark etme ve dezenformasyonu ayırt etme yetkinliklerini geliştirmek, İslamofobik anlatılara karşı toplumsal direnci artıracaktır. Bu doğrultuda, Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) müfredatına medya okuryazarlığı/ dijital okuryazarlık derslerinin zorunlu olarak eklenmesi, görsel tersine arama ve bağlam analizi gibi pratik teknikleri öğreten ve Teyit.org gibi yerel doğrulama platformlarının model alınarak desteklendiği yaşam boyu öğrenme programlarının (özellikle dezavantajlı gruplar ve yaşlı nüfus hedeflenerek) yaygınlaştırılması önemlidir. Sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve üniversiteler arasındaki iş birlikleriyle yürütülecek bu programlar, teknik becerilerin yanı sıra eleştirel düşünme, empati ve kaynak doğrulama gibi yetkinliklere odaklanmalıdır.

Dijital platformların rolü ve teknolojik düzenlemeler de bu mücadelenin merkezindedir. Nefret söylemini ve dezenformasyonu yayma potansiyeli taşıyan algoritmaların şeffaflığı artırılmalı; özellikle içerik önerme, sıralama ve filtreleme süreçlerinde kullanılan temel kriterler daha anlaşılır bir şekilde açıklanmalıdır. Bu algoritmaların etkileri, İslamofobik içeriklerin yayılımı da dahil olmak üzere, bağımsız denetimlerle incelenerek hesap verebilirlik zorunluluğu getirilmelidir. Bu kapsamda, platformların ve medya kuruluşlarının yapay zekâ destekli içerik denetim sistemlerinin düzenli ve bağımsız etik denetimlerden geçirilmesi, bu denetimlerin sonuçlarının kamuoyu ile paylaşılması ve içerik moderasyonunda insan denetiminin kritik rolünün korunarak otomatik sistem kararlarına etkin itiraz mekanizmalarının sağlanması somut adımlar olarak öne çıkmaktadır. Platformlar, İslamofobik içeriklerin tespiti ve kaldırılmasında Avrupa Komisyonu'nun Davranış Kuralları (Code of Conduct) modelinde olduğu gibi daha proaktif ve hesap verebilir bir tutum benimsemelidir. Ayrıca, bağımsız araştırmacıların algoritmik etkileri (mahremiyet ilkeleri gözetilerek) inceleyebilmesi için veri erişiminin kolaylaştırılması ve kullanıcılara gördükleri içerikler üzerinde daha fazla kontrol imkânı tanınması şeffaflığı artıracaktır. Teknolojik çözümler bağlamında, yapay zekâ tabanlı nefret söylemi filtrelerinin geliştirilmesi, VR tabanlı kültürlerarası diyalog simülasyonlarının kullanılması ve açık kaynaklı eleştirel okuryazarlık araç setlerinin yaygınlaştırılması üzerinde durulmalıdır.

Bu disiplinler arası mücadelede başarı, belirli müdahalelerin ötesinde, bütüncül bir yaklaşıma dayanmaktadır. Medya üretici-tüketici etkileşimindeki döngüsel ilişkinin dönüştürülmesi

hedeflenmelidir. Bu, medya profesyonellerinin etik sorumluluklarını yerine getirmesini ve dijital okuryazar bireylerin eleştirel katılımını gerektirmektedir. Edward Said'in (1998) Oryantalizm adlı eserinden ilhamla, "Medya sadece bir ayna değil, çoğu zaman seçici ve güçlü bir projektördür. Etik ve bilinçli kullanımı, toplumsal gerçekliği daha adil bir şekilde yeniden şekillendirme potansiyeli taşır." Bu doğrultuda, Müslüman toplumların anlatılarını oluşturabileceği alternatif medya kanallarının desteklenmesi ve ana akım medyada temsil çeşitliliğini artıracak politikaların geliştirilmesi önemlidir.

İslamofobiyle mücadelenin etkinliğini artırmak ve stratejileri sürekli iyileştirmek için daha fazla ve nitelikli ampirik araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. İslamofobinin farklı sosyo-kültürel bağlamlardaki tezahürlerini karşılaştırmalı olarak inceleyen çalışmalar, medya temsillerinin toplumsal tutumlar üzerindeki uzun vadeli etkilerini ölçen boylamsal araştırmalar ve dijital okuryazarlık müdahalelerinin İslamofobik önyargıları azaltmadaki etkinliğini değerlendiren deneysel çalışmalar, politika yapıcılara ve uygulayıcılara değerli veriler sunacaktır.

Sonuç olarak, gazetecilik etiği ve dijital okuryazarlığın stratejik bir sinerji içinde ele alınması, İslamofobi ve diğer ayrımcılık biçimleriyle mücadelede güçlü ve vazgeçilmez bir yaklaşım sunmaktadır. Bu çalışma, nefret söylemleriyle mücadelenin yalnızca teknik bir sorun olmadığını, aynı zamanda insanlık durumuna dair temel bir etik ve politik meydan okuma olduğunu hatırlatmayı amaçlamaktadır. Bu potansiyelin tam olarak hayata geçirilmesi, medya endüstrisi, akademi, sivil toplum, teknoloji platformları ve politika yapıcılar arasında sürekli, yapıcı ve sürdürülebilir bir iş birliğini gerektirmektedir. Bu kolektif çaba, yalnızca belirli bir ayrımcılık türüyle mücadele etmekle kalmayacak, aynı zamanda daha sağlıklı, dirençli, çoğulcu ve demokratik bir kamusal alanın inşasına hizmet edecektir.

Kaynakça

- Ahmed, S., & Matthes, J. (2017). Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis. *International Communication Gazette*, 79(3), 219-244. <https://doi.org/10.1177/1748048516656305>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election—American economic association. *Journal of Academic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Allen, C. (2011). *Islamophobia*. Routledge Book. https://www.routledge.com/Islamophobia/Allen/p/book/9780754651406?srsId=AfmBOopo5e-zEePwk1XFUK_CIPFv7BbWlkCnnrX8YjImEz8uogIFS9f-
- Allen, C. (2020). *Reconfiguring Islamophobia: A radical rethinking of a contested concept*. Palgrave Macmillan. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-33047-7>
- Amiriaux, V. (2016). Visibility, transparency and gossip: How did the religion of some (Muslims) become the public concern of others? *Critical Research on Religion*, 4(1), 37-56.
- Aristotle. (1999). *Nicomakhos'a etik*. Batoche Books.
- Aydın Varol, F. B. (2023). *İslamofobi söylemi*. Pınar Yayınları.
- Bahçıvan, S. (2024). Afet yönetiminde sosyal medya, insansız hava araçları (drone) ve diğer teknolojik araçların rolü. *Strategic Public Management Journal*, 10(17), 175-193. <https://doi.org/10.25069/spmj.1412171>

- Bakali, N. (2021). Islamophobia in Myanmar: The Rohingya genocide and the 'war on terror.' *Race & Class*, 62(4), 53-71. <https://doi.org/10.1177/0306396820977753>
- Beydoun, K. (2018). American Islamophobia: Understanding the roots and rise of fear. *İçinde American Islamophobia: Understanding the Roots and Rise of Fear* (s. 245). <https://doi.org/10.1525/9780520970007>
- Bleich, E. (2011). What is Islamophobia and how much is there? Theorizing and measuring an emerging comparative concept. *American Behavioral Scientist*, 55(12), 1581-1600. <https://doi.org/10.1177/0002764211409387>
- Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/The+Media+Education+Manifesto-p-9781509535873>
- Bulger, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1-21. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>
- Carlson, M. (2018). Confronting measurable journalism. *Digital Journalism*, 6(4), 406-417. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1445003>
- Chowdhury, A. N., & Sifat, R. I. (2024). The impact of Islamophobia on the persecution of Myanmar's Rohingya: A human rights perspective. *Journal of Human Rights and Social Work*, 9(2), 185-199. <https://doi.org/10.1007/s41134-024-00309-z>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality* | Wiley. Polity Press. <https://download.e-bookshelf.de/download/0010/8804/28/L-G-0010880428-0026716188.pdf>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th edition). SAGE Publications, Inc.
- Çiğ, Ü., & Çamuroğlu Çiğ, E. (2011). Haber endüstrisi ve gazetecilik etiği. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(8), 25-60.
- Damlapınar, Z., & Balcı, Ş. (2016). Sosyal algılamada medyanın haberleşme etiği: Ankara-Konya alan araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 42, 353-375.
- Ekman, M. (2015). Online Islamophobia and the politics of fear: Manufacturing the green scare. *Ethnic and Racial Studies*, 38(11), 1986-2002. <https://doi.org/10.1080/01419870.2015.1021264>
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm—Entman—1993—*Journal of Communication*—Wiley Online Library. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Green, T. H. (2015). *The fear of Islam: An introduction to Islamophobia in the West*. Augsburg Fortress. <https://doi.org/10.2307/j.ctt12878h3>
- Grizzle, A., & Calvo, M. C. T. (2013). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines—UNESCO Digital Library*. UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>
- Hafez, K. (2009). The role of media in the Arab world's transformation process. *İçinde Bound to Cooperate: Europe and the Middle East II* (ss. 321-339). Verlag Bertelsmann Stiftung.

- Henry, A. (2021). Religious literacy in social media: A need for strategic amplification. *Religion & Education*, 48(1). <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15507394.2021.1876507>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action : a white paper on the digital and media literacy recommendations of the Knight Commission on the information needs of communities in a democracy*. Aspen Institute.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Corwin Press. <https://eric.ed.gov/?id=ED523447>
- İlhan, G., & Ekmekci, Z. (2024). Dijital çağda okuryazar olmak: Duygusal zekânın dijital okuryazarlık üzerine etkisi. *Etkileşim*, 7(13), 192-218. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2024.7.13.246>
- Kunnummal, A. (2024). Between appeal to citizenship and biopolitical fracture: Islamophobia and the new politics of Muslim citizenship in India. *Islamophobia Studies Journal*, 8, 261-272. <https://doi.org/10.13169/islastudj.8.2.0261>
- Lean, N. (2015). *İslamofobi endüstrisi*. DİB Yayınları.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671-696. <https://doi.org/10.1177/1461444807080335>
- Mason, D. L. (2021). Religious literacy in news. *Religion & Education*, 48(1), 74-88. <https://doi.org/10.1080/15507394.2021.1877522>
- Miao, Y. (2024). Privilege and Prejudice: Han victimhood and legitimizing Islamophobia in China. *The China Quarterly*, 260, 948-969. <https://doi.org/10.1017/S0305741024000493>
- Munger, K., & Phillips, J. (2022). Right-Wing YouTube: A supply and demand perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 186-219. <https://doi.org/10.1177/1940161220964767>
- Nietzsche, F. (2024). *Ahlakın soykütüğü üstüne—Say Kitap*. Say Yayınları.
- Nuraisyah, D., Surawan, & Widiastuty, H. (2024). THE dynamics of Muslim women in minority areas: Perceptions of hijab usage. *International Seminar*, 6, 241-251.
- Olkun, E. O. (2023). Dijital medya okuryazarlığı. İçinde F. B. Aydın Varol (Ed.), 21. *Yüzyılda Okuryazarlık ve İletişim* (ss. 153-174). Literatürk.
- Onay, C. Z., & Kiylioğlu, L. (2022). Türkiye’de medya okuryazarlığının dini boyutu: Sosyo-psikolojik bir değerlendirme. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 15, 321-340. <https://doi.org/10.46250/kulturer.1161707>
- Perocco, F. (2018). Anti-migrant Islamophobia in Europe. Social roots, mechanisms and actors. *REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 26(53), 25-40. <https://doi.org/10.1590/1980-85852503880005303>

- Poole, E. (2005). The effects of September 11 and the war in Iraq on British newspaper coverage. İçinde J. E. Richardson & E. Poole (Ed.), *Muslims and the News Media* (ss. 89-102). I.B.Tauris. <https://doi.org/10.5040/9780755695652>
- Richardson, J. (2004). *(Mis)Representing Islam: The racism and rhetoric of British broadsheet newspapers*. John Benjamins Publishing. <https://benjamins.com/catalog/dapsac.9?srsId=AfmBOoolhp507PHWmcolNo4ylzUlbNg7iRnaEiHvi21OoDyrDfLd7pB6>
- Said, E. (1998). *Oryantalizm*. İrfan Yayınevi.
- Said, E. (2008). *Medyada İslam*. Metis Yayınları.
- Sanchez-Vives, M. V., & Slater, M. (2005). From presence to consciousness through virtual reality. *Nature Reviews. Neuroscience*, 6(4), 332-339. <https://doi.org/10.1038/nrn1651>
- Shaheen, J. (2003). Reel bad Arabs: How Hollywood vilifies a people. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1(588), 171-193.
- Sikka, S. (2022). Indian Islamophobia as racism. *The Political Quarterly*, 93(3), 469-477. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.13152>
- Society of Professional Journalists (Code of Ethics). (2014). <https://www.spj.org/wp-content/uploads/2024/08/spj-code-of-ethics-bookmark.pdf>
- Uzun, R. (2007). *İletişim etiği: Sorunlar ve sorumluluklar*. Dipnot Yayınları. https://www.academia.edu/21619547/%C4%B0leti%C5%9Fim_Eti%C4%9Fi_Sorunlar_ve_Sorumluluklar_g%C3%B6zden_ge%C3%A7irilmi%C5%9F_ikinci_bask%C4%B1_%C4%B1
- van Dijk, T. (2000). New(s) Racism a discourse analytical approach. İçinde *Ethnic Minorities and the Media* (ss. 211-226). Open University Press. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1564787>
- Van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359-383. <https://doi.org/10.1177/0957926506060250>
- Vollmer, B., & Karakayalı, S. (2018). The volatility of the discourse on refugees in Germany. *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, 16(1-2), 118-139.
- Wardle, C., & Derakhshan, A. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. Council of Europe. <https://firstdraftnews.org/glossary-items/pdf-wardle-c-derakhshan-h-2017-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making-council-of-europe/>
- Williams, B. (1985). *Ethics and the limits of philosophy*. Harvard University Press.

¹ First Draft News, doğru bilgiye erişim sağlamak ve dezenformasyonla mücadele etmek amacıyla kurulmuş bir organizasyondur. 2015 yılında, savaş bölgeleri ve kriz anlarında gerçekleşen olayların anlık olarak raporlanması ve bunların güvenilir biçimde doğrulanması ihtiyacından doğmuştur. First Draft News, dijital çağda bilgiye ulaşmanın zorluklarına dikkat çekerken, medyanın güvenilirliğini artırmak için çaba göstermekte ve modern haberciliğin karşılaştığı zorluklara yanıt aramaktadır.

The Role of Journalism Ethics and Digital Literacy in Combating Islamophobia

Fatma Betül AYDIN VAROL*

Extended Abstract

Introduction

This research provides an in-depth examination of how Islamophobia, a deeply entrenched and complex form of racial and religious prejudice, is reproduced and reinforced both in traditional media content and on contemporary digital platforms. Islamophobia is increasingly recognized as a globalized problem, one that transcends geographic and cultural boundaries. Although often framed as predominantly a Western issue, Islamophobia equally manifests through prejudice, exclusion, and violent attacks against Muslim communities in diverse geographical contexts beyond Europe and North America, including countries such as India, Myanmar, and China. This broad scope calls for a contextualized understanding of how Islamophobia operates in various social media ecosystems, state-controlled media, and independent journalism within different political and cultural environments.

Central to this research is an exploration of the strategic roles of journalistic ethics and digital literacy as complementary tools for devising effective solutions against Islamophobic narratives. The study contends that journalistic ethics are a foundation for producing responsible and fair media content. At the same time, digital literacy empowers individuals to critically evaluate and challenge harmful content that is proliferating on digital platforms. The intersection of these disciplines offers a promising framework for combating Islamophobia comprehensively and sustainably.

In understanding the media's role, it is crucial to analyze it from two perspectives. First, the traditional framing strategies employed by news media, such as consistently presenting Muslims as a "threat" or associating them disproportionately with terrorism, migration crises, or social instability, contribute substantially to the normalization of prejudiced views. Second, the rise of digital platforms has introduced algorithmic biases and networked echo chambers that often amplify extremist opinions and hateful discourses. These algorithms, designed to maximize user engagement, frequently prioritize sensationalist or divisive content, thereby intensifying Islamophobic narratives across social media networks.

To thoroughly investigate these dimensions, this study conducted an extensive literature review encompassing various sources published between 2000 and 2024. These sources include

* Assoc. Prof., Selçuk University, e-mail: mabetulaydin@selcuk.edu.tr, orcid.org/ 0000-0003-4962-3690, Konya, Türkiye

peer-reviewed academic articles, codes of media ethics, digital policy documents, Islamophobia monitoring reports, and analyses of social media discourse. The theoretical framework utilized integrates Edward Said's seminal theory of Orientalism, which critically examines the historic "othering" and stereotyping of Muslim identities through Western discourse, alongside van Dijk's critical discourse analysis approach that facilitates the deconstruction of power-laden, discriminatory, and hateful language patterns within media texts.

Methodology

The research methodology involved a systematic review of diverse texts—including peer-reviewed articles, media ethics codes, and Islamophobia monitoring reports—published between 2000 and 2024 across various countries. This period covers both pre-digital and digital media landscapes, enabling analysis of changes in Islamophobic discourse.

Explicit inclusion and exclusion criteria were applied to ensure relevance and quality: only sources directly related to Islamophobia and media, peer-reviewed or from reputable institutions, were included; outdated or unrelated materials were excluded. The PRISMA guidelines were followed to enhance transparency and rigor in the selection process.

Thematic coding was used to identify key themes under "journalistic ethics" (such as accuracy and impartiality) and "digital media" (including echo chambers, hate speech, and algorithmic bias). Combining qualitative textual analysis with digital content evaluation, this approach comprehensively explains how Islamophobia is constructed and spread in contemporary media.

Findings

The study's findings highlight the multifaceted and often interconnected mechanisms through which Islamophobic discourses are produced and circulated in both traditional and digital media spaces. Traditional media outlets frequently deploy framing strategies that reinforce negative stereotypes about Muslims. For instance, news coverage disproportionately associates Muslim individuals and communities with terms like "terrorism," "migrant crisis," and "social threat." These portrayals not only stigmatize Muslims but also cultivate fear, mistrust, and prejudice within broader society. Recurrent use of loaded headlines and imagery contributes to the solidification of these negative social stereotypes, often with little regard for accuracy or nuance regarding the diversity of Muslim experiences.

On digital platforms, the challenges are compounded by the structural design of social media algorithms and user interactions. Hate speech and Islamophobic content can spread rapidly through hashtags such as #BanIslam or #StopIslam, which gain traction via likes, shares, and comments, thereby entering numerous users' newsfeeds. The algorithms tend to amplify content that generates strong emotional reactions, regardless of its veracity or ethical implications. This accelerates the visibility and reach of hateful discourses and creates echo chambers where users are continually exposed to similar prejudiced messages, reinforcing existing biases.

The commercial realities of the news industry further complicate the ethical landscape. An increasing emphasis on clicks, views, and ratings often incentivizes media organizations to privilege sensationalist headlines and oversimplified narratives that attract audience attention at

the expense of responsible journalism. This "clickbait" culture undermines journalistic standards, contributing to a decline in the quality and depth of media content.

Despite these challenges, the study identifies journalistic ethics as a crucial bulwark against the perpetuation of Islamophobia. Principles such as accuracy, impartiality, the public interest, and diversity in sourcing guide journalists to critically interrogate prejudices and resist the temptation to reinforce stereotypes. However, pressures including rapid news cycles, editorial biases, and commercial interests frequently impede adherence to these ethical standards, limiting the capacity for nuanced and investigative reporting that can counter Islamophobic narratives.

An equally important finding relates to digital literacy's role in empowering individuals to combat misinformation and harmful content. When users possess skills in fact-checking, critically assessing sources, and understanding how digital algorithms function, they become more capable of discerning distorted statistics, manipulated images, and misleading claims common in Islamophobic propaganda. Enhanced digital literacy helps individuals avoid spreading false content and encourages the creation and dissemination of counter-narratives that challenge discriminatory discourses. Online campaigns led by socially conscious users—using hashtags like #StandAgainstIslamophobia and alternative social media platforms that prioritize ethical moderation—demonstrate the potential for digital spaces to be mobilized in the fight against hate speech.

Conclusion

In conclusion, this research underscores that the reproduction of Islamophobia across media and digital platforms represents a deeply embedded societal challenge that can only be addressed effectively through a holistic and integrated approach. The synthesis of journalistic ethics and digital literacy forms the cornerstone of a sustainable strategy to mitigate Islamophobic discourse. Ethical awareness and commitment among professional journalists are essential to producing fair and accurate media portrayals that resist perpetuating stereotypes. Simultaneously, fostering a public empowered with critical digital literacy skills ensures audiences can identify, question, and reject hateful narratives propagated online.

Robust adoption of ethical principles in journalism creates an environment where hate speech is less likely to flourish, contributing to the reduction of Islamophobia's impact on social cohesion and individual well-being. This approach also supports developing a more just, pluralistic, and democratic media ecosystem. By limiting Islamophobic content's reach and resonance, society can move towards inclusivity and respect for diversity.

The findings generate meaningful, practical recommendations for various stakeholders, including media practitioners, educators, policymakers, and civil society advocates. Strengthening independent oversight and reinforcing professional, ethical standards within media organizations are pivotal to enhancing resilience against misinformation and hate speech. Likewise, embedding media and digital literacy education within school curricula can equip new generations with the critical tools to navigate increasingly complex information landscapes. Additionally, promoting transparency in social media algorithms and implementing anti-hate speech regulations can help curb the digital proliferation of harmful content while preserving freedom of expression.

Through these integrated measures, it is possible to build a comprehensive framework where both producers and consumers of media collaborate to dismantle Islamophobic discourses, fostering a more informed, equitable, and peaceful public sphere.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/ Contribution of Authors

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

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

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

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale bir benzerlik taramasından geçirilmiştir ve dergi beklentilerini karşılamaktadır.

This article has undergone a plagiarism check and meets the expectations of the journal.

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

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

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