

ZAZA ETNİK MEDYASININ KİMLİK İNŞA SÜREÇLERİNDEKİ ROLÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Mehmet Fiğan²

Öz

Bu çalışma, Zaza etnik medyasının Zaza kimliğinin inşâ süreçlerindeki rolünü incelemektedir. Çalışmanın temel araştırma sorusu, “Zaza etnik medyası, temsiliyet, dil ve etkileşim bağlamlarında Zaza kimliğinin inşâ süreçlerinde nasıl bir rol oynamaktadır?” şeklinde belirlenmiştir. Araştırma, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde yürütülmüş; veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Haziran 2020 ile Ağustos 2024 tarihleri arasında, Bingöl-Solhan, Diyarbakır-Lice ve Tunceli-Nazımiye’de gerçekleştirilen saha çalışması kapsamında, Zazaca içerik üreten medya çalışanları ve medya tüketicileriyle toplam 20 görüşme yapılmış; elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, etnik medyanın üç temel işlev üstlendiğini ortaya koymaktadır. Birincisi, ana akım medyanın eksik veya çarpıtılmış anlatılarına karşı alternatif bir söylem geliştirerek Zaza kimliğinin korunmasına katkı sağlamaktadır. İkincisi, Zazacanın kamusal alandaki görünürlüğü artırarak, dilin yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesinde, kimlik inşasında merkezi bir unsur haline gelmesini desteklemektedir. Üçüncüsü, içerik üreticileri ile tüketicileri arasındaki etkileşimi güçlendirerek topluluk içi iletişimi ve aidiyet hissini pekiştirmektedir. Çalışma, Türkiye’de etnik medya ve kimlik ilişkisine dair literatürde Zazalar özelinde yapılan ilk araştırmalardan biri olması açısından önem taşımaktadır. Zaza kimliğinin medya aracılığıyla nasıl şekillendiğini ve sürdürüldüğünü ortaya koyarak, etnik medya alanındaki akademik tartışmalara katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Zazalar, Etnik Medya, Kimlik İnşası, Zaza Etnik Medyası.

¹ Bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı bünyesinde sürdürdüğüm, “Farklı Coğrafyalarda Zaza Olmak: Etno-Dinsel Sınırlar, Karşılaşmalar, Farklılaşmalar” başlıklı doktora tezimin saha araştırması verilerinden üretilmiştir.

² Arş. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü, mfigan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4342-8923

A STUDY ON THE ROLE OF ZAZA ETHNIC MEDIA IN IDENTITY CONSTRUCTION PROCESSES

Abstract

This study examines the role of Zaza ethnic media in the construction processes of Zaza identity. The main research question of the study is “What role does Zaza ethnic media play in the construction processes of Zaza identity in the contexts of representation, language and interaction?”. The research was conducted within the framework of qualitative research methodology; in-depth interview were used as data collection technique. Within the scope of the fieldwork conducted between June 2020 and August 2024 in Bingöl-Solhan, Diyarbakır-Lice and Tunceli-Nazımiye, a total of 20 interviews were conducted with media workers and media consumers producing Zaza content; the data obtained were evaluated using descriptive analysis method. The research findings reveal that ethnic media fulfills three main functions. First, it contributes to the preservation of Zaza identity by developing an alternative discourse to the incomplete or distorted narratives of the mainstream media. Second, by increasing the visibility of Zaza in the public sphere, it supports the language to become not only a means of communication but also a central element in identity construction. Third, by strengthening the interaction between content producers and consumers, it reinforces intra-community communication and a sense of belonging. This study is important as it is one of the first studies in the literature on the relationship between ethnic media and identity in Turkey with a special focus on Zazas. It aims to contribute to academic debates in the field of ethnic media by revealing how Zaza identity is shaped and sustained through the media.

Keywords: Zazas, Ethnic Media, Identity Construction, Zaza Ethnic Media.

GİRİŞ

Medya araçları ve etnisite arasındaki ilişki, etnik medya kavramının önem kazanmasında temel bir rol oynamıştır. Etnik medya, etnik kimliğin inşasıyla bağlantılı olarak, egemen devlete ait ana kimliklerin dışında kalan grupların medyasıdır. Bu bağlamda etnik medya, yalnızca göçmen toplulukları ve geçici olarak egemen ülkelerde bulunan turist ya da yabancıların anadillerinde hizmet sunmak amacıyla oluşturulmuş medya kuruluşlarını kapsamakla kalmaz, aynı zamanda çok dilli toplumların dil ve kültürel kimlik çeşitliliğini koruyabilen bir araç olarak da öne çıkar. Etnik medya, geleneksel medya araçları (gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon) ve dijital platformlar (çevrimiçi siteler, sosyal medya hesapları ve etnik amaçlarla oluşturulmuş dijital platformlar) aracılığıyla etnik topluluklara hitap eder.

Etnik medya içeriklerinde, topluluğu doğrudan ilgilendiren haberler, bilgiler ve görseller yer almakta, bu içerikler etnik kimliği güçlendirme amacını taşımaktadır. İçerik üreticileri, etnik iletilerin (etnik topluluğu ilgilendiren her türlü medya içeriği) etkili bir şekilde ulaştırılması için çeşitli yöntemler kullanırlar ve bu süreçte anadil kullanımı büyük bir önem taşır. Bu doğrultuda anadil, etnik medyanın kurumsallaşmasını sağlarken, aynı zamanda onun alternatif medyadan ayrışmasını da mümkün kılar. Birçok bölgesel dilin gelişmesini ve yayılmasını sağlayan etnik medya, egemen dilde yayın yapan ana akım medyanın, etnik grupların dil ve kültürlerinin gelişmesi önündeki engelini de aşma fırsatı sunar. Bu bağlamda Türkiye’de Zazacanın, (Dimilkî, Kirdkî ve Kirmanckî³) gündelik kullanımında yaşanan azalma ve yeni neslin bu dil konusunda yaşadığı zayıflık (Güntaş Aldatmaz, 2020, s. 64), egemen medya araçlarından Zazacanın dışlanmış olmasının bir sonucudur. Zazacanın medyada yer bulamaması, dilin nesiller arası aktarımını engellemiş ve geleceği konusunda ciddi bir tehdit oluşturmıştır.

Bu çalışma, Zaza etnik medyasının temsiliyet, dil ve etkileşim bağlamlarında Zaza kimliğinin inşa süreçlerine nasıl katkıda bulunduğunu ele almayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede etnik medyanın bu süreçlerdeki rolü, içerik üreticileri ve tüketicilerinin deneyimleri üzerinden derinlemesine incelenerek, Zaza kimliğinin medya aracılığıyla nasıl şekillendiği, sürdürüldüğü ve yeniden üretildiği analiz edilmektedir. Çalışma, Zaza etnik medyasının bir iletişim aracı olmanın ötesinde, topluluk içerisinde kimlik bilincinin oluşumuna ve kültürel sürekliliğin sağlanmasına nasıl hizmet ettiğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda çalışmada cevabı aranacak temel araştırma sorusu: ‘Zaza etnik medyası, temsiliyet, dil ve etkileşim bağlamlarında Zaza kimliğinin inşa süreçlerinde nasıl bir rol oynamaktadır?’ şeklinde belirlenmiştir. Bu soruyu yanıtlamak amacıyla Bingöl-Solhan, Diyarbakır-Lice

³ Kirmanç, Kird, Dimili ve Zaza gibi bölgesel adlandırmalarla bilinen topluluğun konuştuğu dil, bu grubun isminde olduğu gibi çeşitlilik göstermektedir. Bu bağlamda, Dimilkî, Kirdkî, Kirmanckî/Kirmançça gibi terimler, tıpkı Zazaca terimi gibi, bu dili tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Zaza bölgelerinde yerel adlandırmalara yönelim yaygın olmakla birlikte (Güntaş Aldatmaz, 2020, s. 70), bu çalışmada ‘Zaza’ ve ‘Zazaca’ terimlerinin tercih edilmesi, çalışmanın Türkçe yürütülmesi ve hem Türkçe hem de uluslararası literatürde bu grubun ve dilinin genellikle bu şekilde adlandırılmasından kaynaklanmaktadır.

ve Tunceli-Nazımiye’de yaşayan Zazaların kültürel kimliklerinin etnik medya ile olan ilişkisi, katılımcıların ifadeleri bağlamında anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Zaza etnik medyasının kimlik inşa sürecindeki rolü üzerine yapılacak bu inceleme, Zaza topluluğunun kültürel kimlik bilincinin anlaşılır kılınmasına katkı sağlayacak ve etnik medya alanındaki tartışmalara bir perspektif sunacaktır. Nitekim Zazaların etnik medya ile ilişkisine dair daha önce yapılmış spesifik bir çalışma bulunmamaktadır. Türkiye’deki etnik medya literatürüne bakıldığında ise, çoğunlukla göçmenler veya diaspora gruplarına dair sınırlı çalışmalar yapıldığı görülmektedir (örneğin Kara, 2009; Gülnar, 2011; Hayır, 2017; Coşgun, 2019; Adıgüzel, 2023; Adıgüzel ve Hepkon, 2023). Ancak, yerli etnik grupların medya üretimi ve tüketimi konusunda sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu durum, Türkiye’de farklı etnik gruplara yönelik tarihsel ve politik dinamiklerden kaynaklanmaktadır. Araştırma bu yönüyle, konu hakkındaki mevcut literatüre katkı niteliğindedir.

Araştırma, beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde, etnik medya ve kimlik inşası kavramlarına ilişkin kuramsal çerçeve ele alınmıştır. İkinci bölümde, Zaza etnik medyasının tarihsel gelişim süreci incelenerek, bu medyanın ortaya çıkışı, evrimi ve dinamikleri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde, araştırmanın metodolojik yaklaşımı, kullanılan yöntem ve veri toplama teknikleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Dördüncü bölümde ise, elde edilen bulgular analiz edilerek, Zaza etnik medyasının kimlik inşası üzerindeki rolü, temsiliyet, anadil kullanımı ve etkileşim bağlamında içerik üreticileri ve tüketicileri üzerinden irdelenmiştir. Sonuç bölümünde ise, Zazalar özelinde etnik medyanın kimlik inşasına yönelik katkıları değerlendirilmiş ve çalışmanın genel bir sentezi sunulmuştur.

1. ETNİK MEDYA VE KİMLİK İNŞASI

Etnik gruplar ve medyanın etnik çeşitlilik gösteren toplumlarda oynadığı rol, 1980’lerden itibaren araştırılmaya başlanmış ve daha kapsamlı çalışmalar ise ancak 2000’lerle birlikte mümkün olmuştur (Cottle, 2000, s. 23). Barth (2001) ve Wimmer (2013), etnisitenin üyelerini dışarıdan ayıran sınırlarla ve içerideki benzerlikleri pekiştirerek, bir grup oluşturduğuna dikkat çekerken, Riggins (1992, s. 1), etnik medyanın iç sınırları kapatmaya hizmet ettiğini belirtir. Anderson ise “*Hayalî Cemaatler*” adlı eserinde (2006), etnisite ve ulusal kimliklerin inşa edilmesinde medya araçlarının nasıl merkezi bir rol oynadığını tartışır ve “medya, ulusal kimliğin bireysel zihinsel hayallerde somutlaşmasını sağlayarak, insanların kendilerini hayali cemaatin bir parçası olarak algılamalarına yol açar” (Anderson, 2006, s. 67) ifadelerini kullanır.

Medya, etnik toplulukların ana akım medya tarafından yanlış ya da yetersiz temsil edilmesine karşı mücadele eder ve izleyicilerini kimlik duygusu inşa etmeye davet eder (Cottle, 2000, s. 1-2). Bu bağlamda, Zaza kimliği de medya aracılığıyla farklı temsillere ve inşa süreçlerine tabi tutulur. Zazaların kimliği, yerelden yerele farklılıklar gösterdiği gibi, Zaza etnik medyası da bu kimliği pekiştirme ve yayma işlevi görür. Etnik toplulukların, özellikle kültürel kimliklerini koruma amacıyla etnik medyaya yönelmeleri, büyük ölçüde ana akım medyaya karşı duydukları kültürel kaygılara dayanır. Bu kaygılar, dilin kaybolma riski, kültürel değerlerin aşındırılması ve sosyal yapıların zayıflaması gibi faktörlerle şekillenir. Etnik medya, bu bağlamda toplulukların kültürel kimliklerini güçlendirme, onları

sürdürülebilir kılma ve yerel toplulukların içsel bütünlüğünü sağlamada kritik bir rol oynar (Noronha ve Papoutsaki, 2014, s. 20). Özellikle dil, bir topluluğun kimliğinin temel unsurlarından biri olarak kabul edilir ve etnik medya, toplulukların dilsel varlıklarını koruma ve geliştirmenin ötesinde, dilin bir ifade biçimi olarak kültürel mirası yaşatma işlevi de görür. Zazalar örneğinde olduğu gibi, dil ve kimlik arasındaki ilişki, toplulukların medya aracılığıyla kendi anlatılarını inşa etmelerinde merkezi bir yer tutar.

Zaza kimliğinin inşa süreçleri, yerel bağlamlara göre büyük değişkenlik göstermektedir. Örneğin, Tunceli, Erzincan ve Varto'daki Zaza topluluklarında kültürel kimlik, daha çok Raa Haq (Hak Yolu) gibi dini öğretilerle şekillenirken (hatta buradaki topluluklar, Aleviliği öncelikli bir kimlik olarak kavrar); Bingöl ve Elazığ gibi bölgelerde ise Sünni-İslam odaklı bir kimlik yapısı daha belirgin hale gelmektedir (Keskin, 2019, s. 32). Bu yerel farklılıklar, Zazaların kendi kültürel kimliklerini medya aracılığıyla ifade etmeleri ve toplumsal temsillerini oluşturmaları sürecini etkiler. Etnik medya, bu yerel kimliklerin güçlendirilmesinde ve yayılmasında önemli bir araç haline gelir. Bu tür medyalar, ana akım medyanın marjinalleştirdiği ve yanlış temsil ettiği etnik gruplara öz-temsili imkânı sağlayarak, topluluğun sesini duyurmasına olanak tanır. Bununla birlikte, etnik medyanın bu işlevi, genellikle yalnızca topluluğun içerisindeki üyeleri hedef alır ve toplumsal sınırlar içerisinde kalma eğilimindedir. Yine etnik medya, topluluğun kimlik çeşitliliğini ve kültürel zenginliğini yansıtarak farklı bir medya dili geliştirir.

Araştırmalar (Riggins, 1992; Karim, 2003; Budarick, 2018), medyanın etnisiteyi yaratmadığını, ancak etnisitenin medyada desteklendiğini savunur. Medya, kültürel kimliğin aktarım aracı olarak işlev görür ve etnik medya, ana akım medyanın etnik toplulukları sistematik olarak ihmal etmesine karşı bir yanıt olarak ortaya çıkar. Ancak etnik medyanın, anadil kullanımı ve etnik topluluğa adanmış olması gibi gerçeklikler, onun alternatif medyadan da ayrışmasına yol açar (Karim, 2003, s. 87). Etnik medyayı alternatif medyadan ayıran bir diğer olgu ise, topluluk içerisindeki tartışmalı meseleleri görmezden gelmeye meyil etmesidir. Bu anlamda ilgili topluluğun genel izleyici kitlesine hitap eden konuları işlemeye daha yatkındır. Bu da Zaza kültürünün medya aracılığıyla oluşturulan farklı kimlik temsillerine ve içerik çeşitliliklerine yol açar.

Etnik medya, toplulukların kültürel kimliklerini sürdürebilmek, marjinalleşen kimliklerini görünür kılmak ve toplumsal aidiyet duygusunu pekiştirmek adına önemli bir araçtır. Bu bağlamda Zazaların etnik medya kullanımı, yalnızca kendi kimliklerini inşa etmeleri için değil, aynı zamanda toplum içerisinde karşılaştıkları zorluklara karşı bir direncin ifadesi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu süreç, etnik medyanın, toplumsal değişim ve kimlik inşası açısından ne denli hayati bir işlevi yerine getirdiğini gösterir (Cottle, 2000, s. 2-15).

Etnik medyanın işlevlerinin başında, topluluğun temsil edilmesi yer alır. Etnik medya, grupların kendilerini doğru şekilde ifade etmeleri ve temsil etmeleri için bir platform sağlayarak hem topluluk üyelerine hem de dış dünyaya yönelik bir köprü işlevi görür. Bu temsil, toplulukların dış dünyaya kendilerini tanıtmalarının yanı sıra, içsel bağlarını güçlendirmelerine de olanak tanır. Bu bağlamda etnik medya, etnik gruplar için önemli bir ifade biçimi oluştururken, aynı zamanda toplumlar arası anlayış ve

ilişkiyi de geliştirmeyi amaçlar (Noronha ve Papoutsaki, 2014, s. 30). Etnik medyanın işlevleri, Karim'in (2003, s. 80-84) belirttiği gibi, çoklu düzeylerde işler ve etnik medya ile izleyici arasındaki ilişkilerin çok yönlü bir resmini çizer. Etnik medya, izleyicilerinin bilgi ihtiyaçlarını karşılamak, topluluğu konsolide etmek ve kültürel kimlikleri sürdürmek adına geniş bir içerik yelpazesi sunar. Diğer bir ifadeyle topluluk için bir ses sağlamak, kolektif kültürel kimliği teşvik etmek, topluluğun toplumsal çıkarlarını savunmak, asimilasyonu önlemek ve köken bölgeyle bağları sürdürmek (Azocar ve Funabiki, 2008, s. 2) etnik medyanın başlıca sorumluluk alanlarıdır.

Topluluk dillerinin uzun yıllar boyunca Türkiye'de baskı altında olması, resmi otoriteler tarafından yasaklanması ve ihmal edilmesi, bu dillerin zayıflamasına ve yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmasına yol açmıştır. Cumhuriyet'in ilanından sonra, özellikle 1920'lerden itibaren, Türkçenin resmi dil olarak kabul edilmesiyle birlikte diğer dillerin kullanımına yönelik baskılar artmıştır. 1930'larda başta Kürtçe olmak üzere etnik dillerin kamusal alanda kullanımı yasaklanmıştır. Bu durum Zaza kimliğinin önemli bir belirleyicisi olan Zazacayı da etkilemiş, bu alandaki yazılı ve görsel medyanın gelişimini engellemiştir. 1990'ların sonuna kadar süren bu yasaklar, kitap ve dergi yayıncılığını mümkün kılmamıştır. Ancak Avrupa'ya göç eden Zazalar, dillerini ve kültürlerini özellikle dergiler ve kitaplar aracılığıyla yaşatmışlardır. 2000'li yıllarda Türkiye'de yapılan yasal düzenlemelerle bu alandaki sınırlamalar kısmen hafifletilmiş ve Zazaca yayınların sayısı artmaya başlamıştır (Alanoğlu, 2019, 688-690). Öte taraftan UNESCO'nun 2009 yılında yayınladığı Tehlike Altındaki Dünya Dilleri Atlası'na göre, Türkiye'deki 18 dil, çeşitli düzeylerde kaybolma riski taşımaktadır ve bunlardan biri de Zazacadır (aktaran Moseley, 2010). Zazaca, bu süreçte, resmi baskılarla karşılaşmasının yanı sıra küreselleşme ve yeni medya teknolojilerinin yükselmesi ile daha da tehdit altına girmiştir. Ancak, paradoksal bir şekilde, teknolojik gelişmeler (uydu televizyonu, İnternet vb.) topluluk dillerine, özellikle Zazaca gibi dillerin korunması ve yayılmasına yönelik yeni fırsatlar da sunmuştur. Zazalar, dijital ve geleneksel etnik medya sayesinde, kendi kültürel kimliklerini sürdürmek ve dış dünyaya tanıtmak için yeni platformlara kavuşmuşlardır.

Etnik medya, topluluk kültürü ve kimliğinin korunması ve geliştirilmesi sürecinde önemli bir işleve sahiptir. Bu bağlamda etnik medya, topluluk kültürünü muhafaza eden ve aynı dili paylaşan bireyler arasında dayanışmayı güçlendiren bir araç olarak kimlik inşasına katkıda bulunur. Aynı zamanda, etnik medya, topluluk dili ve kültürünün nesiller arasında aktarılmasında kilit bir rol oynayarak, ülke genelinde dilsel çeşitliliğin korunmasına ve sürdürülmesine yardımcı olur. Bu süreç, kültürel mirasın canlı tutulmasını sağlarken, topluluk içerisinde ve dışında dilin ve kültürün görünürlüğünü artırır. Sonuç olarak, etnik medyanın kimlik inşa sürecini daha sağlam bir temele oturttuğu ve kültürel sürekliliği desteklediği söylenebilir.

2. ZAZA ETNİK MEDYASININ GELİŞİMİ: DERGİ, GAZETE, RADYO VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Zazacanın uzun süre yasaklı olması, anadilde medya içeriklerinin üretilmesini engellemiş ve Zaza etnik medyasının gelişimini büyük ölçüde kısıtlamıştır. Bu durum, Zaza etnik medya girişimlerinin çoğunlukla Avrupa'da ya da Türkiye içerisinde gizli bir biçimde gerçekleşmesine yol açmıştır. Zazaca

yayıncılığının ilk örnekleri, genellikle dergi ve gazete odaklıdır. Bu doğrultuda Söylemez tarafından yapılan incelemeye göre (2011, s. 175), 1963'ten 2011'e kadarki süreçte 87 dergide Zazacaya yer verilmiştir; bunlardan 39'u Avrupa'da, 48'i ise Türkiye'de yayımlanmıştır. Bu dergilerden 7 tanesi tamamen Zazaca, 14 tanesi ise Zazaca ağırlıklı olarak yayımlanan karma dilli dergilerdir. Geriye kalan 46 dergi, Zazacaya kısmi olarak yer vermiştir.

Türkiye'de Zazacanın yazılı olarak kullanılmaya başlanması, Cumhuriyet'in ilk yıllarından (1923) 1960'lara kadar mümkün olmamıştır. İlk defa 1963 yılında İstanbul'da yayımlanan *Roja Newe* adlı Kürt dergisinde iki Zazaca metin yer almıştır. Bu metinlerden biri Bingöl yöresine ait bir *kilam* (dengbejlige özgü bir şiir türü), diğeri ise bir Kürt sürgününün anıdır. Ardından 1970'lerde, Ankara'da yayımlanan *Özgürlük Yolu - Riya Azadî* (1975), *Roja Welat* (1976) ve *Devrimci Demokrat Gençlik* (1976) dergilerinde, Kurmancî ile birlikte ara sıra Zazaca metinler yayınlanmıştır. Bu metinler genellikle folklorik içerikler ve kısa haberlerden ibarettir. Zazaca için erken dönem sayılabilecek bu yayınların ardından özellikle 1990'ların başlarına gelindiğinde, gazete ve dergi sayısında önemli bir artış yaşanmıştır. Bu dönemde yayımlanan *War* (1997), *Bîr* (2005), *Şewçila* (2011), *Vatî* (1998), *Miraz* (2006) ve *Veng u Vaj* (2008) gibi dergiler, Zazaca ile ilgili önemli çalışmalar yapmışlardır (Kurij, ?; Söylemez, 2011). Zaza etnik medyası için önemli dönüm noktalarından biri ise *Tirêj* ve *Vate* dergilerinin ortaya çıkması olmuştur.

Tirêj dergisi, 1979 yılında yayımlanmaya başlamış ve toplamda dört sayı çıkmıştır. Derginin ilk sayısında, Zazacaya 19 sayfa ayrılması, ilgili dönemde önemli bir gelişmedir. *Tirêj*'de folklorik metinlerin yanı sıra, Zazaca hikâyeler, şiirler, sözlükler, atasözleri, bilmece ve dil bilgisi yazıları da yayımlanmıştır. Derginin Zazaca bölüm editörü, aynı zamanda *Vate* dergisinin baş redaktörlüğünü üstlenen Mehemed Malmîsanî'dir. *Tirêj*, Zazaca metinlerin yazın hayatına dâhil olmasını sağlamış ve Zaza etnik medyasının şekillenmesinde kritik bir rol oynamıştır (Varol, 2015, s. 141-142; Söylemez, 2011, s. 184). *Vate* dergisi ise, 1997 yılında İsveç'te yayın hayatına başlamış ve bugüne kadar 80 sayı yayımlamıştır. *Vate*, kültürel içerik üretiminin yanı sıra, Zazacanın standardizasyonu konusunda önemli bir rol üstlenmiştir. 1996 yılında kurulan *Vate Çalışma Grubu*, Zazacanın yazım kuralları ve dil standardizasyonu için çalışmalar yapmış ve bu kararlar doğrultusunda dergi içeriklerini üretmiştir (Vate, 2024). *Vate* dergisinin yayınladığı yazılarda, folklorik ürünler, masallar, şiirler, dilbilgisi çalışmaları gibi çeşitli türlere yer verilmektedir.

Zazaca gazeteciliği, 2011'de *Newepel* adlı gazetenin yayın hayatına girmesiyle bir dönüm noktası yaşar. *Newepel*, Türkiye'de Zazaca yayınlanan ilk gazete olarak, 100. sayısına kadar varlık sürdürmüştür; ancak, ekonomik zorluklar nedeniyle yayınları sona ermiştir (İnce, 2017). 2014 yılında yayımlanmaya başlayan *Vengê Welatê Zazayan* gazetesi ise, Zazaca dilinin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması amacıyla önemli bir girişim olmuştur. Gazetenin editörü Emrullah Doğrubaş, Zazaca'nın kaybolma tehlikesine karşı bu gazeteyi çıkarmaya karar verdiklerini belirtmiştir. Ancak bu gazete de beşinci sayısının ardından yayın hayatını sonlandırmıştır (Gencin Sesi, 2014 ; Bingölonline, 2024).

Zazaca radyo ve televizyon yayıncılığı, 2000'lerin başına kadar pek gelişmemiştir. Bu bağlamda tarihsel anlamdaki ilk düzenli Zazaca radyo yayını, Almanya'nın Duisburg kentinde 1991 yılında

başlamıştır. Bu tarihte, *Duisburg* Radyosu'nun '*Halk Kürsüsü*' programı kapsamında, "*Dengê Kurdan li Duisburgê*" adıyla Almanca–Kürtçe (Kurmançî ve Zazaca) haftalık bir program yayınlanmaya başlar. 2010'a kadar sürdürülen bu yayınların ardından *Duisburg Radyosu*'nun ana programında, Essen ve Hamburg şehirlerinde Zazaca radyo programları yapılmıştır (Kuriş'den aktaran Berdibek, 2012). Türkiye'de ise 1968'de radyo ve televizyon yayıncılığının başladığı dönemde, Türkçe dışında herhangi bir dilde yayın yapılmasına izin verilmemiştir. 2004 yılına gelindiğinde, TRT 3 kanalında Zazacaya haftada yaklaşık 30 dakika yer verilmiş, 2009'da ise TRT Şeş'in (yeni adıyla TRT Kurdî) yayına başlamasıyla, Zazaca televizyon yayıncılığı daha fazla görünür hale gelmiştir (Karabeyeser, 2011, s. 386). 2000'lerin ortasında ise, bağımsız medya girişimleri Zazaca televizyon yayıncılığını sürdürmüştür. 2014'te yayına başlayan *Jîyan TV* ve 2015'te yayına giren *Zarok TV*, Kurmançîye ek olarak Zazaca yayın yapan ilk televizyon kanalları arasında yer almışlardır. Ancak, 2016'da OHAL gerekçe gösterilerek çıkarılan Kanun Hükmünde Kararnameler (KHK) ile bu kanalların kapanması kararlaştırılmış, ardından *Zarok TV*'nin hakkındaki karar geri alınmıştır (Bianet, 2017). *Jîyan TV* Genel Yayın Yönetmeni Emrah Kelekçier, kanalın amacının kaybolmaya yüz tutmuş Zazacayı yaşatmak olduğunu vurgulamıştır. *Zarok TV* ise, çocuklar arasında anadil farkındalığı oluşturmayı hedeflemiştir (Kamer, 2016). İstanbul merkezli *Zaza TV* deneyimi ise, Zaza etnik medyasının bir başka önemli TV örneğidir. Kanal, Zazaların kültürel mirasını korumayı ve topluluk kimliğini güçlendirmeyi amaçladığını belirtmiştir. *Zaza TV*, kültürel etkinlikler, müzik, tarih ve dil gibi konulara odaklanarak Zaza toplumunun zenginliğini izleyicilere sunmayı hedeflemiştir (Zaza TV, 2024).

Son yıllarda çevrimiçi medya da Zazaca yayıncılığının gelişmesinde etkili olmuştur. *Zazakî News*, 2023'te Diyarbakır'da yayına giren ve Zazaca içerikler sunan tek haber sitesidir. Bu çevrimiçi platform, Zazacanın yayılmasına katkı sağlamakta ve dilin dijital ortamda kullanılmasına olanak tanımaktadır (Gökırmaklı, 2023).

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Derinlemesine mülakat, araştırmacı ile görüşmeci arasındaki sosyal etkileşime dayanan ve bireylerin deneyimlerini, düşüncelerini ve algılarını derinlemesine anlamayı amaçlayan bir nitel veri toplama tekniğidir. Bu yöntem, görüşmecilerin günlük yaşam pratikleri, sosyal çevreleri ve kültürel bağlamları içerisinde nasıl anlam ürettiklerini ortaya çıkarmaya yardımcı olur. Özellikle sosyoloji, antropoloji, psikoloji ve sosyal çalışmalar gibi disiplinlerde kullanılan bu teknik, yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmamış formatlarda uygulanabilmektedir. Derinlemesine görüşmeler, anket veya diğer nicel yöntemlerden farklı olarak, görüşmecilerin kendilerini daha özgürce ifade edebilecekleri esnek bir yapı sunar. Bu sayede, bireylerin inançları, değerleri, kimlik algıları ve toplumsal bellekleri gibi derinlemesine incelenmesi gereken konular daha ayrıntılı bir şekilde analiz edilebilir. Ancak, zaman ve maliyet açısından yoğun bir süreç gerektirdiği için, araştırmacının görüşmecilerle güçlü bir güven ilişkisi kurması ve onların doğal ortamlarında gözlem yapabilmesi önemlidir (Johnson, 2002, s. 109; Boyce ve Neale, 2006, s. 3).

Bu araştırma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde yürütülmüş olup, veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin deneyimlerini,

algılarını ve anlam dünyalarını keşfetmeye yönelik bir anlayış sunmaktadır. Çalışmada etnografik bir araştırma deseni benimsenmemiş fakat katılımcıların medya ile kurdukları ilişkiyi anlamak amacıyla Lice, Nazımiye ve Solhan'da gözlem ve görüşmeye dayalı bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, açık uçlu ve yarı yapılandırılmış sorular içeren bir görüşme formu kullanılarak, etnik medya çalışanları ve içerik tüketicileriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar, amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiş ve kartopu tekniği kullanılarak ulaşılmıştır. Görüşmeler, Haziran 2020 ile Ağustos 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan görüşme formu, medya içeriği üretme ve tüketme pratiklerine dair ön görüşmeler yapılarak hazırlanmış ve bu ön görüşmelerde belirlenen konu başlıklarına uygun olarak son şekli verilmiştir. Kartopu tekniğiyle ulaşılan Zazalara öncelikle araştırmanın amacı açıklanmış ve çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden bireylerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde, Zazaların etnik medya ile kurdukları ilişkiyi nasıl ifade ettikleri meselesine yanıt aranmıştır.

Çalışmanın verileri, amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenen 20 katılımcıdan toplanmıştır. Katılımcıların 5'i Zazaca içerik üreten medya kuruluşlarında çalışan kişilerden (Bingöl, Diyarbakır ve Tunceli), 15'i ise bu içeriklerle bir biçimde ilişkilenen bireylerden (Lice, Nazımiye ve Solhan) oluşmaktadır. Katılımcı sayısının sınırlı olması, araştırmanın genelleme yapma amacı taşımadığını; bunun yerine, belirli bir sosyal fenomeni derinlemesine anlamayı hedeflediğini göstermektedir. Medya çalışanlarının tamamı üniversite düzeyinde eğitim almışken, etnik medya tüketicilerinin eğitim seviyeleri farklılık göstermektedir. Ayrıca medya çalışanları, yayıncılık ve içerik üretimi alanında en az 5 yıl deneyime sahiptir. Medya tüketicileri ise farklı sosyo-ekonomik geçmişlere sahip olup, çeşitli kuşaklara mensuptur.

Araştırma, 21 Ocak 2020 tarihinde alınan 'Etik Komisyon İzni' doğrultusunda yürütülmüştür. Katılımcılardan bazıları yazılı, bazıları ise sözlü onay vererek araştırmada yer almayı kabul etmiştir. Medya çalışanlarının neredeyse tamamı isimlerinin açıkça belirtilmesine dair herhangi bir çekince belirtmemiş olsa da tüm katılımcılar bu konuda aynı görüşte olmadığı için bütün görüşmecilerin isimleri anonimleştirilmiştir.

Tablo 1. Etnik Medya Çalışanlarının Demografik Özellikleri

Anonim İsim	İkamet	Cinsiyet, Yaş	Çalıştığı sektör, Görevi	Deneyim
İrfan	Bingöl	Erkek, 34	Televizyon (Kameraman)	9 Yıl
Gülistan	Diyarbakır	Kadın, 32	Radıo (Sunucu-Programcı)	5 Yıl
Orhan	Bingöl	Erkek, 44	Televizyon (Programcı)	12 Yıl
Zerrin	Diyarbakır	Kadın, 40	Gazete (Muhabir)	15 Yıl
Hüseyin	Tunceli	Erkek, 39	Dergi (Editör)	13 Yıl

Tablo 2. İçerik Tüketicilerinin Demografik Özellikleri

Anonim İsim	İkamet	Cinsiyet, Yaş	Eğitim	Medeni Durum	Mesleği
Deniz	Lice	Erkek, 32	Üniversite	Bekâr	Memur
Aren	Lice	Erkek, 22	Lise	Bekâr	Esnaf
Belkıs	Lice	Kadın, 57	-	Evli	Çalışmıyor
Ayşe	Lice	Kadın, 25	Lise	Evli	Kuaför
Ahmet	Lice	Erkek, 63	-	Evli	İnşaat
Menekşe	Nazımiye	Kadın, 64	Üniversite	Evli	Öğretmen
Hasan	Nazımiye	Erkek, 70	-	Evli	Serbest
İnci	Nazımiye	Kadın, 37	Üniversite	Evli	Muhasebe
Ali	Nazımiye	Erkek, 24	Üniversite	Bekâr	Öğrenci
Rengin	Nazımiye	Kadın, 49	Üniversite	Bekâr	Memur
Asya	Solhan	Kadın, 78	-	Evli	Çalışmıyor
Esma	Solhan	Kadın, 42	Üniversite	Bekâr	Memur
Mustafa	Solhan	Erkek, 38	Lise	Evli	Esnaf
Selahattin	Solhan	Erkek, 32	Üniversite	Evli	Öğretmen
Eylül	Solhan	Kadın, 20	Üniversite	Bekâr	Öğrenci

3. 1. Verilerin Analizi

Bu çalışmada, Zazaların kimlik inşasında etnik medyanın rolü, önemi ve muhataplarının deneyimlerini nasıl ifade ettikleri meselesine yanıt aranmaktadır. Diğer bir deyişle etnik medyanın Zaza kimliğini inşa etme süreçlerindeki rolü, içerik üreticileri ve tüketicilerinin deneyimleri üzerinden incelenmiştir. Aynı zamanda, Zazacanın 'yok olma' riski taşıyan diller arasında yer alması gerçeğinden hareketle, etnik medyanın Zazaca ile ilişkisi, temsil konusundaki rolü ve etkileşim bağlamı da ele alınmıştır.

Derinlemesine görüşmelerden elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu analiz yöntemi, araştırmacıya verileri betimleme ve tematik analiz çerçevesinde değerlendirme imkânı sunarken, aynı zamanda yorumlarını da sürece dâhil etme olanağı tanır (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 221). Nitel veriler analiz sürecinde kodlanmış, bu kodlar temalar hâlinde sınıflandırılmış ve medya

çalışanları ile içerik tüketicilerinin ifadeleri bağlamında değerlendirilmiştir. Kodlama süreci, temsil, dil ve etkileşim bağlamında etnik medya ile kurulan ilişkinin kimlik inşasına etkisi üzerinden yürütülmüştür. İçerik üreticileri ve tüketicilerinden elde edilen bulgular üç ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu analizler, Zaza kimliğinin medya aracılığıyla nasıl şekillendiğini ve pekiştirildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, her bir tema altında ilgili görüşme verileri değerlendirilmiş ve etnik medyanın Zaza kimliğinin inşasındaki işlevi detaylandırılmıştır.

Öte yandan araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunduğunu belirtmek gerekir. Öncelikle çalışma, Bingöl-Solhan, Diyarbakır-Lice ve Tunceli-Nazımiye bölgeleriyle sınırlı olduğundan, Zaza nüfusunun tamamını temsil etmemektedir. Ayrıca, derinlemesine görüşmeler bireysel anlatılar üzerinden önemli içgörüler sunsa da medya içeriklerinin geniş kitleler üzerindeki etkisini doğrudan ölçme imkânı sağlamamaktadır. Görüşmecilerin kimlik temsiliyetine ilişkin hassasiyetleri ve Zazaca medya içeriklerinin sınırlı olması, veri çeşitliliğini ve derinliğini etkileyen diğer faktörlerdir. Bununla birlikte, betimsel analiz yöntemi kullanılarak veriler tematik çerçevede değerlendirilmiştir. Bu sınırlılıklar, bulguların genellenebilirliğini ve kapsamını etkilemektedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE TARTIŞMA

4. 1. Kimlik İnşası Bağlamında Zaza Etik Medyasında Temsiliyet

Etnik medyanın çoğunluğu, sayısız bölgesel ila yerel gazete ve derginin yanı sıra, programlarını yayınlamak için istasyonlardan yayın süresi satın alan blok veya tam zamanlı radyo ile kablolu TV operatörleri ve bağımsız İnternet sitelerinden oluşur. Yerel ve ulusal düzeydeki etnik medya kuruluşları, ülke genelindeki genişleyen etnik topluluklardaki milyonlarca insana hizmet sunarlar. Bu hizmet sırasında etnik medya kuruluşları, kendilerini bir topluluğun temel konulardaki pozisyonunu, kolektif imajını, kültürel benzersizliğini ve daha geniş toplumun eşit bir üyesi olma iddiasını yansıtan bir aracı olarak görürler (Azocar ve Funabiki, 2008, s. 1-7). Dolayısıyla bu medya kuruluşları, kendi topluluklarının kültürel benzersizliğini, toplumsal konumunu ve değerlerini yansıtarak kimliklerini pekiştirir ve toplumda daha geniş bir yer edinmelerine yardımcı olur. Nitekim görüşülen kişilerin tamamı, etnik medyanın bu misyonu ve temsil yükünün farkındadır. Topluluğun sesi olmak ve ana akım medyanın topluluğa ilişkin hata ve yanlış yorumlarını düzeltmeyi görev edindikleri gözlenmiştir.

“Bizim yaptığımız yayınlar sadece haber ve bilgi vermekle sınırlı değil, aynı zamanda kültürümüzü ve dilimizi yaşatma çabasıdır. Ana akım medya içersinde Zazalara yer verilmiyor. O yüzden biz, kim olduğumuzu unutmamak ve herkese hatırlatmak için kendi medyamızı oluşturduk.” (Orhan)

“Zazaca yayınlar sadece geçmiş anlatmıyor, aynı zamanda bugünkü Zaza kimliğini temsil yoluyla nasıl inşa ettiğimizi de yansıtır. Bu bakımdan Kimlik sadece tarihsel bir şey değil, bugün de medya aracılığıyla temsil edilip, şekilleniyor.” (Zerrin)

“Ana akım medya, Zazalar ve Kurmancları hep negatif temsil ediyor. Ben de ana akım bir kanalda çalışıyorum ama biz anadilde yayın yaparak tam tersi bir yaklaşım sergiliyoruz. Zazaların iletişimde özel ihtiyaçları var. Eskiden sadece izleyiciydim, şimdi bu dilde yayın yapıyorum. Bu benim için gurur verici ve çok değerli. Amacım, kendi kültürümü doğru şekilde temsil etmektir.” (İrfan)

“Zazakî yayın yapan bir radyoda programlar sunuyorum ve bir internet sitesine de gönüllü destek veriyorum. Zazakî yayıncılıkla ilgili her türlü çalışmaya katkı sunmaya çalışıyorum. Bunu bir görev olarak görüyorum, çünkü bugüne kadar Zazalar hakkında doğru içerikler üretilmedi ve temsiliyetleri hep eksik kaldı. Ana akım medyanın sundukları ise yanlış ve manipülatiftir.” (Gülistan)

Görüşülen kişiler, Zazalar ve kültürlerinin ana akım medyada doğru ve yeterli şekilde temsil edilmediğine dikkat çekmektedir. Etnik medya aracılığıyla, kendi kültürlerini etkili bir şekilde temsil etme ve yanlış biçimlerle mücadele etme amacı gütmektedirler. Bu anlamda, Zaza kültürünü etkili şekilde yansıtarak, topluluklarına katkı sağlama arzularını ifade ederken, Zazaların temsilinin eksik ve manipülatif olmasından dolayı, bu eksikliği gidermek için istekli olarak çalıştıklarını belirtmektedirler. Zaza etnik medyası çalışanlarının yaptıkları iş ile ‘gurur duyma’ ve bu işe, ‘görev/sorumluluk’ bilinci ile yaklaşmaları da dikkat çekicidir. Bu bağlamda Azocar ve Funabiki (2008, s. 9), etnik medya uygulayıcılarının birçoğunun, kişisel ödül ve tatmin kaynağı olarak, topluluk odaklı misyonları olarak derin tutkularını tanımladıklarını ifade ederler. Bu derin tutku, etnik medyanın sürdürülebilirliği ve sürekliliği açısından hayati bir önem taşır.

Etnik medya çalışanlarının, yaptıkları iş ile duygusal olarak ilişkilermeleri, topluluk kimliği ve kültürüne duydukları derin bağlılığın bir ifadesidir. Bu çerçevede görüşülen kişilerin çoğu, ana akım medyanın Zaza topluluğuna yönelik yanlış veya eksik temsillerine karşı bir tepki olarak, kendi medyalarında doğru ve adil bir temsil sunmayı görev olarak görmektedirler. Bu bağlamda etnik medya içerik üreticileri, ana akım medyanın toplulukları ihmal etmelerine, yalnızca büyük merkezlerdeki olayları haberleştirmelerine, klişeleri güçlendirip, kalıp yargıları yeniden üretmelerine de tepkisel yaklaşmaktadırlar.

“Büyük medyada Zazalar yok. Bizler bu durumun farkındayız ve oradaki yalan yanlış gösterilenlerin de bizi yansıtmadığını düşünüyoruz. Kendi kültürümüzün doğru bir şekilde anlatılmasını istiyoruz. Ben ve çevremdekiler anadilde yayın yapan platformları destekliyoruz ve bu tür içeriklerin artmasını talep ediyoruz.” (Ayşe)

“Nitelikli bir Zaza medyası, öncelikle Zazaları doğru temsil etmelidir. Merkez medyanın yanlış temsillerine de karşı durmalıdır. Zazaların gündemini takip etmeli hatta yeri geldiğinde gündem oluşturmalıdır. Kültürel etkinliklerden haberdar etmeli ve kültürel mirasımızın korunmasına yardımcı olmalıdır.” (Esma)

“Zaza medyası, her şeyden önce Zaza kültürünü ve kimliğini savunmalı, iktidara karşı da korumalıdır. Fakat maalesef Zaza medyası kendi içinde bile bütün değil. Geçenlerde Zaza TV’yi açtım, dil eğitimi veriyor ama ne alfabesi ne lehçesi belli. Sadece Elazığ ağzıyla yayın yapıyorlar. Ben açmasam, bizim evde Zaza TV ve TRT hiç açılmaz. Bizi temsil edeceklerse, bunu doğru düzgün yapmalılar.” (Ali)

İçerik tüketicilerinden yapılan alıntılar da Zaza etnik medyasının içerik üretiminde temsiliyet meselesinin taşıdığı önemi gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda Esma ve Ayşe, Zaza medyasının, Zazaların öz temsili konusunda bir misyon üstlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Onlara göre etnik medya, yanlış temsillere karşı durmalı ve topluluğun kültürel mirasını koruma sorumluluğu üstlenmelidir. Bu çerçevede öz temsil, topluluk üyelerinin kendilerini medya aracılığıyla tanımlarını ve kültürel kimliklerinin toplumsal düzeyde görünür olmasını sağlamaktadır. Öte yandan Ali, Zaza medyasındaki tutarsızlıklara dikkat çekerek, bu durumun temsiliyet meselesine zarar verdiğini belirtmektedir. Özellikle Zaza TV’nin yayınlarında yalnızca belirli bir bölgeye ağırlık vermesi, topluluğun çeşitliliğini göz ardı etmekte ve Zaza kimliği ile kültürünü yeterince yansıtmadığına dair endişelere yol açmaktadır. Bu tür eksiklikler, Zazaların etnik medya tarafından etkili bir şekilde temsil edilmesini zorlaştırmaktadır. Ayrıca, medyanın yalnızca kültürel bir temsil aracı olmanın ötesinde, toplumsal ve politik düzeyde Zaza kimliğini savunma sorumluluğu taşıdığı da dile getirilmiştir. Bu bağlamda görüşmeciler, Zaza medyasının yalnızca kültürel temsili doğru bir şekilde yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda topluluğun sınırlarının inşasında önemli bir araç olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

“Ana akım kanallar beni hiç çekmiyor, bomboş içerikler sunuyorlar ve bizi yanlış tanıtıyorlar. Anadilimizdeki yayınlar ise çok kesik kesik ve amatörce. Dile çok hâkim olmasam da Zazakî yayıncılıkta ciddi eksiklikler olduğunu düşünüyorum. Sosyal medya daha iyi bu konuda. Bir de Zazalar arasındaki inanç farklılıkları göz ardı ediliyor. Oysa bu farklılıklar zenginliğimiz. Bunları görmez ve saygı duymazsa, büyük kanallardan ne farkı kalır ki?” (Deniz)

“Can TV ve PİRHA bizim için önemli. Alevilik odaklı yayın yapıyorlar. Medyaya hiç Zazaların temsil edilip edilmediği gözüyle bakmadım, daha çok Aleviliğin temsili ilgimi çekiyor. Siyasi Zazacılığa pek ilgim yok. Anadilimiz Zazaca, ama diğer Zazalarla bağlarımız sınırlı. İnancımız ön planda. Bingöl veya Elazığ merkezli yayınlar genelde bizi ve inancımızı göz ardı ediyor. Merkezi medyadaki ırkçılık ve ayrımcılık ise zaten had safhada.” (İnci)

“Medyada Aleviler hiç yok. Aleviliği yanlış gösteriyorlar ya da hiç göstermiyor. Sadece birkaç tane küçük kanal var. Zazaca konuşanlar da inancımızı görmüyor. Halbuki Alevilik, bizim can damarımız. Medyamız, önce inancımıza sahip çıkmalı.” (Hasan)

Araştırmanın temsil konusundaki bulguları, ana akım medyaya maruz kalmanın Zaza topluluğu üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Görüşülen kişiler nezdinde ana akım medya Zazaları, çoğunlukla ya görmezden gelmekte ya da olumsuz tasvirlerle temsil etmektedir. Bu durum, Zaza bireylerinin öz saygısını azaltarak kimlik algılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Etnik gruplarının kendi kimliklerine yönelik olumsuz medya temsillerine maruz kalmaları halinde, bu temsillerdeki basmakalıp

özellikleri içselleştirme eğiliminde olduklarını ve bunun da öz-klişeleştirmeyi sürdürebileceği (Turner, 1985, s. 87) bilinmektedir. Bu bağlamda, ana akım medyanın Zazalar hakkında sunduğu sınırlı ve yanıltıcı temsillerin, topluluk üyelerinin kendilerini ve kimliklerini algılamalarında olumsuz bir çerçeve oluşturabileceği söylenebilir. Diğer bir ifadeyle ana akım medyanın Zazaları ya olumsuz ya da eksik bir şekilde temsil etmesi, topluluk üyelerinde dışlanmışlık hissini pekiştirebilir. Bu tür bir dışlanmışlık hissi, Zaza topluluğu içerisinde düşük öz saygıya, kültürel kimlikten uzaklaşmaya ve toplumsal aidiyet duygusunun zayıflamasına yol açabilir.

Ana akımın sunduğu olumsuz temsil biçimleri karşısında, etnik medyanın sunduğu alternatif öz temsiller ise, topluluk üyeleri için büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda Zaza etnik medyası, ana akım medyanın eksik bıraktığı veya çarpıttığı kimlik unsurlarını görünür kılarak, Zaza kimliğini daha bütüncül ve olumlu bir çerçevede ele almaktadır. Öyle ki Turner (1985), kimliğin olumlu bir biçimde temsil edildiği sosyal bağlamların, bireylerin benlik algıları ve kimlik güvenlikleri üzerinde olumlu etkiler yarattığını ifade etmektedir. Bulgular, Zaza etnik medyasının topluluk üyelerine kendi kimlikleri hakkında alternatif ve daha olumlu bir bilgi kaynağı sunduğunu, bu sayede bireylerin etnik kimliklerine yönelik aidiyet duygularını güçlendirdiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte, etnik medya da eleştirel bir değerlendirmeyi gerektirmektedir. Ana akım medyaya kıyasla daha az klişe tasvirler sunmasına rağmen, Zaza etnik medyasının da bazı alt grupları (örneğin, farklı inançtan veya belirli lehçeleri konuşan Zazaları) görmezden gelme veya marjinalleştirme riski taşıdığı göz ardı edilmemelidir. Dolayısıyla, Zaza kimliğinin medya aracılığıyla inşasında, temsilin hem çoğulcu hem de kapsayıcı olması gerektiği vurgulanmalıdır.

Genel olarak bakıldığında temsil konusundaki bulgular, Zaza etnik medyasının Zaza topluluğu üzerinde olumlu etkiler yaratma potansiyeline sahip olduğunu, özellikle de etnik gururu artırarak ve kültürel kimlik performansını güçlendirerek, kimlik inşasında önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Buna karşın, Zaza kimliği hakkında bilgi edinmek için yalnızca ana akım medyaya güvenmek, topluluk üyelerinin öz saygılarında azalmaya ve kimlik algılarında olumsuzluklara yol açabilir. Etnik medyanın sunduğu alternatif temsil biçimleri, ana akım medyadaki klişeleşmiş ve eksik temsillerin olumsuz etkilerini hafifletme potansiyeline sahiptir.

4. 2. Dil ve Kimlik İlişkisi Bağlamında Etnik Medya

Kimlik inşa süreçlerinde etnik medyanın oynadığı rol, özellikle dilin kullanımı bağlamında büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda etnik medya, yalnızca topluluk içi iletişimi kolaylaştıran bir araç değil, aynı zamanda kolektif kimliğin şekillenmesine katkı sunan dinamik bir mekanizmadır. Görüşmelerde, katılımcıların büyük çoğunluğu, anadilde haber yapmanın ve iletişim kurmanın yalnızca pratik bir kolaylık sağlamadığını, aynı zamanda topluluk aidiyetini pekiştirdiğini vurgulamaktadır. Anadilin kamusal alanda kullanımı, hem iletişim etkinliğini artıran hem de topluluğun kültürel ve kimliksel sürekliliğini sağlayan temel bir unsur olarak görülmektedir (Azocar ve Funabiki, 2008, s. 9). Bu çerçevede, Zazaca gibi dillerin korunması ve geliştirilmesi, etnik kimlik inşasında merkezi bir konumda yer almaktadır.

Etnik medya, yalnızca dilin aktarımını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda dilin kamusal görünürlüğünü artırarak kimlik bilincinin pekişmesine de katkı sunmaktadır. Görüşülen bireylerin tamamı, UNESCO’nun 2009 yılında Zazacanın tehlike altındaki diller arasında olduğu yönündeki açıklamasına atıfta bulunarak, bu tür uluslararası vurguların kendi medya pratiklerinin önemini artırdığına işaret etmektedir. Bu bağlamda etnik medya kuruluşları, anadili kullanarak içerik üretirken aynı zamanda dilin prestijini artıran ve onu kültürel direnç aracı olarak konumlandıran bir işlev üstlenmektedir. Öte yandan Zaza etnik medyası çalışanları, dilin sadece gündelik ve kültürel iletişimde değil, politik bir kimlik unsuru olarak da güçlenmesini amaçlayan içerikler ürettiklerini vurgulamışlardır. Anadilin medya yoluyla kamusal alanda görünür kılınması, Zazaların kolektif bellek ve ortak bilinçlerinin güçlendirilmesini de sağlamaktadır.

“Anadilde yayın yapmak, bize sadece pratik bir kolaylık sağlamıyor, aynı zamanda topluluğumuzun aidiyetini güçlendiriyor. UNESCO’nun Zazacanın tehlike altında olduğunu belirtmesi, bizim yayınlarımızın önemini daha da arttırdı. Bizler, anadilimizin kamusal alanda görünür olması ve Zazaların kolektif bilincini pekiştirmek gibi amaçlara sahibiz. Bu yüzden, işimiz, kimliğimizin gelecek nesillere aktarıldığı bir alan haline geliyor.” (İrfan)

Etnik medya pratikleri içerisinde dil, kimlik inşasında belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Nitekim Zaza topluluğu içerisinde kimlik tanımları bakımından farklı perspektifler bulunmasına rağmen, dilin kamusal alandaki görünürlüğünün artırılması konusunda ortak bir hassasiyetin var olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda etnik medya, bir haber ve iletişim aracı olmanın ötesinde, kimliğin yeniden üretilmesini ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlayan önemli bir kültürel üretim alanı olarak değerlendirilebilir.

“Zaza dilini önemsiyor ve onun için her türlü çabayı gösteriyoruz. Zazaca, Kürtçeden farklı bir dil ve Zazalar Kürt değil. Ama bazı yanlış politikalar Zazacayı Kürtçenin lehçesi gibi göstermeye çalışıyor. Oysa bu iki dil birbirinden farklı. Biz yayınlarımızda bunu sıkça vurguluyor ve bilimsel araştırmalara atıfta bulunuyoruz.” (Orhan)

“Zazaca yayın yapan bir kuruluş, tamamen Zazaca yayın yapmalı. Ama örneğin Zaza TV’de çok fazla Türkçe içerik var. Akşam haberlerini açıyorsun, spiker Türkçe konuşuyor. Bu, Zazakî bir kanal için ayıp. Bir de Dersimli bir Zaza, Zaza TV’yi ağız farkından dolayı anlamakta zorlanıyor. Zazaların kimliğini geliştirecek tartışmalara da yer vermiyorlar. Jîyan TV ise farklıydı, tamamen Zazaca yayın yapıyordu ve Vate Grubu dil standardizasyonunu sağlıyordu. Haberler, tartışmalar, belgeselle, hepsi Zazacaydı. Kimlik ve dil için çok önemliydi, muhtemelen bu yüzden kapatıldı.” (Hüseyin)

Orhan, Zazacanın bağımsız bir dil olarak tanınması gerektiğini ve Kürtçeyle karıştırılmaması gerektiğini savunarak, Zaza kimliğinin kültürel ve dilsel özgünlüğüne dikkat çekmektedir. Bu, Zazaların bağımsız bir topluluk ve kültüre sahip oldukları iddiasını güçlendiren bir söylemdir. Diğer taraftan Hüseyin, Zazaları Kürt olarak tanımlamakta ve medyanın dil standartizasyonu ile kültürel içeriğe odaklanmasının önemini vurgulamaktadır. Ona göre, Zaza TV’nin dilsel ve kültürel çeşitliliği

yansıtamaması Zaza kimliğinin kamusal görünürlüğüne zayıflatırken, Jîyan TV daha tutarlı bir dil politikası izleyerek Zaza kimliğini güçlendirmektedir. Bu bağlamda, dilin doğru kullanımı ve medyanın bu dili etkili bir şekilde yansıtmaması, Zaza topluluğunun kültürel kimliğinin inşa edilmesi ve toplum içerisinde görünür hale gelmesi açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu görüşmeler dilin, toplumsal kimliğin inşasında nasıl merkezi bir rol oynadığını açıkça ortaya koymaktadır.

Zaza etnik medyasının homojen bir görüntü sergilemediği teorik tartışmada ifade edilmişti. Bu bakımdan toplulukların yanı sıra içerik üreticilerinin de inançları, sosyal, ekonomik ve politik koşulları, mesleki ideolojilerini, rollerine ilişkin anlayışlarını ve üretim süreçlerini etkilemektedir. Zaza kimliğine dair tahayyülleri ve toplumsal iktidara karşı konumlanışlarındaki farklılıklar, etnik medya kuruluşlarının ana akım medya dışında kendi aralarında çatışma noktalarının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Buna rağmen Zaza etnik medyasında çalışma deneyimi, ana akım medyada çalışma deneyiminden farklıdır çünkü temsil ettiğini belirttiği Zazaların talep ve beklentilerine yanıt vermesi gerekir. Bu talep ve beklentiler de etnik medya çalışanları üzerinde ciddi bir baskı oluşturur.

Medya, ticari bir organizasyon olarak ele alındığında, ana akım izleyicinin beklentilerine hitap eden ve reklam veren odaklı bir içerik üretim sürecine sahip olması kaçınılmaz görünmektedir. Bu durum, etnik grupları kendi kimliklerine dair içerik arayışına yönlendirerek, ana akım medya dışında alternatif mecralara, özellikle de etnik medyaya yönelmelerine neden olmaktadır. Böylece bireylerin hem ana akım hem de etnik medya izleyicisi olmaları mümkün hale gelmektedir (Noronha ve Papoutsaki, 2014). Nitekim bu çalışma kapsamında görüşülen katılımcıların büyük bir kısmı, yalnızca etnik medyaya bağlı kalmayıp, aynı zamanda ana akım medya içeriklerini de takip etmektedirler.

Görüşmeler, medya tercihlerinin dil yetkinliğiyle doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Genç katılımcılar, Zazaca bilmemeleri nedeniyle ağırlıklı olarak ana akım medyaya yönelirken, daha yaşlı görüşmeciler ise hem Zazaca hem de Türkçe bildikleri için her iki medya alanını da takip etmektedir. Ancak bu durum, etnik medya izleyiciliğinin yalnızca dil yeterliliğine bağlı olmadığına da işaret etmektedir; siyasi eğilimler, yaşam tarzı tercihi ve medya tüketim alışkanlıkları gibi faktörler de bireylerin medya tercihlerini belirleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, dijitalleşmenin etkisiyle geleneksel medyayı tamamen terk ederek içerik ihtiyacını yalnızca dijital platformlardan karşılayan bireyler de bulunmaktadır.

Etnik medya içerisinde en fazla ilişkilenen araç televizyon olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, televizyonun kolay erişilebilir olmasının yanı sıra Zazalar arasında Zazaca okuma yazma oranının düşük olmasıyla da doğrudan ilişkilidir. Dilin büyük ölçüde sözlü iletişim düzeyinde kullanılması bu durumun nedenidir. Buna karşılık, yazılı basın organları olan gazete ve dergilerin etnik medya içerisindeki tüketimi yok denecek kadar azdır. Bu durum, medya çalışanı olmayan bireylerle yapılan görüşmelerin büyük ölçüde televizyon odaklı ilerlemesine neden olmuştur. Zaza etnik medyası, özellikle televizyon aracılığıyla dilin kimlik inşa sürecindeki rolünü pekiştiren bir araç olarak işlev görmektedir. Nitekim Zazacanın kamusal alanda görünürlüğüne artırarak, topluluk aidiyetinin ve kültürel kimliğin güçlendirilmesine katkı sunmaktadır.

“Televizyonda Zazaca yayın yapan kanalları izlediğimde, kimliğime dair daha fazla şey öğreniyorum. Daha önce aile içinde konuşulan bir dil olarak gördüğüm Zazacanın aslında medyada da var olabileceğini fark ettim. Bu, bana kimliğimin sadece ev ve çevremle sınırlı olmadığını hissettirdi.” (Mustafa)

“Zazaca yapılan yayınları dinleyince, yıllardır duyduğum ama konuşmaya çekindiğim kelimeleri hatırlıyorum. Özellikle gençler için bu tür yayınlar önemli çünkü çoğu, artık bu dili öğrenme fırsatı bulamıyor. Medya sayesinde dilimize ve kültürümüze sahip çıkabiliyoruz.” (Selahattin)

İçerik tüketicileri, genç kuşağın Zazaca konusundaki yetersizliğinin önemli sebeplerinden birinin Zazaca yayıncılığın eksikliği olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda, tamamen Zazaca yayın yapan düzenli bir etnik medyanın gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Dil konusundaki iletişimsel yetersizlik, Zaza kültürünün zayıflamasına yol açmakta; medya ise yalnızca dilin değil, aynı zamanda topluluğun özgün kültürel ifadelerinin aktarımında da kritik bir rol oynamaktadır. Nitekim Karim (2003), etnik medyanın temel hedeflerinden birinin, ana akım medyanın çoğu zaman sağlayamadığı biçimde grupların dil odaklı kültürel ifadelerini yansıtmak olduğunu belirtmektedir. Matsaganis ve diğerleri (2011, s. 9-15) ise, etnik medya içeriklerinin topluluk üyelerinin “etraflarında olup biteni” anlamalarına yardımcı olmak amacıyla üretildiğini ifade etmektedir. Bu medya, dil aracılığıyla yalnızca topluluğa “doğru davranışlar” hakkında bilgi sunmakla kalmaz, aynı zamanda kültürel ifadelerin ve grup sınırlarının öğrenilmesine de katkı sağlar. Dolayısıyla belirsizlik veya kriz dönemlerinde etnik medya, izleyicilere destek ve rehberlik sunarak adeta bir “öğretmen” işlevi görebilmektedir.

“Ailem evde bazen Zazaca konuşuyor ama ben pek bilmiyorum. Instagram’da ve YouTube’da Zazaca içerikler görmeye başladığımda ilgimi çekti ve ufak ufağa kelimeleri öğrenmeye başladım. Ayrıca Zazalar hakkında daha fazla bilgi edindim ve kendimin farkına vardım. Medya olmasaydı, bu dili ve kültürü öğrenme şansım daha az olurdu.” (Deniz)

Genelde Türkçe kanalları izliyorum, Zazaca yayınlar hakkında pek bilgim yok. Zazaca anlıyorum ama konuşamıyorum. Zaza medyasının dil öğretmesini, özellikle okuma yazma öğretmesini isterim. Belli saatlerde bunu yapabilirler. Bir de bizim gibi gençlerde tarih bilinci yok, aileler de aktarmıyor. Bunun için bir şeyler yapmalılar.” (Aren)

“Zaza medyasının çabasını değerli buluyorum ama çevreme baktığımda, bizim kuşağın onları takip ettiğini sanmıyorum. Çoğumuz isimlerini bile bilmiyoruz çünkü gençlere hitap eden içerikler üretmiyorlar. Zaza medyası yaygınlaşsa bile, onları anlayacak bir kitle kalmadı. Sosyal medyaya yoğunlaşıp gençlere uygun içerikler üretmezlerse, dilimiz ve kimliğimiz yok olacak.” (Eylül)

Aren’in ifadeleri, Zazaca yayıncılığın eksikliğinin dilin ve kültürel aktarımın zayıflamasına yol açtığını gösteren önemli bir örnektir. Zazaca anlayan ancak konuşamayan biri olarak, medya aracılığıyla dilin öğretilmesini talep etmesi, etnik medyanın dilin sürdürülebilirliği açısından kritik bir işlev üstlenebileceğini ortaya koymaktadır. Eylül’ün ifadeleri ise, Zazacanın yaşatılabilmesi için etnik

medyanın içerik ve mecralarını genç kuşağın dil kullanım alışkanlıklarına uygun hale getirmesi gerektiğini göstermektedir. Medyanın varlığının tek başına yeterli olmadığını, onu anlayabilecek ve kullanabilecek bir kitlenin eksikliği nedeniyle etkisinin sınırlı kaldığını ifade etmesi, dilin yaşatılması açısından medya-politikalarının gözden geçirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisini vurgulaması, Zazacanın sürdürülebilirliği için geleneksel medya yerine dijital platformlara yönelmenin bir zorunluluk haline geldiğini göstermektedir. Bu bağlamda, dilin medya aracılığıyla aktarımının yalnızca içerik üretmekle değil, hedef kitleye uygun stratejiler geliştirmekle mümkün olacağı anlaşılmaktadır.

Zaza kimliği inanç, bölge ve ağız farklılıkları gibi çeşitli unsurlara dayanan çok katmanlı bir yapıya sahiptir ve bu durum, kimlik inşa süreçlerini karmaşık hale getirmektedir. Bununla birlikte Zazaca yayın yapan medya organları, bir yandan dilin yaşatılmasını sağlamak isterken diğer yandan belirli politik ve kültürel söylemler çerçevesinde kimlik inşasına katkıda bulunmaya çalışmaktadır.

4. 2. Etnik Medyada Etkileşimin Boyutları ve Kimliğe Etkisi

Zaza etnik medyasının, Zazacanın korunması ve kimliğin sürdürülmesi amacıyla gösterdiği çaba, Anderson'ın medyanın etnik ve ulusal kimlik oluşturmadaki rolünü anlatan görüşleriyle örtüşmektedir. Nitekim Anderson'a göre (2006, s. 35-45-67) medya, bir topluluğun üyelerini ortak bir kimlik etrafında birleştirir. Zaza medyasındaki içerik üreticileri de dilin ve kültürün devamlılığını sağlamak için benzer bir pratik içerisinde hareket ederler fakat burada ulusal bir kimlikten ziyade, etnik bir kimlik ve bölgesel bir aidiyet söz konusudur. Bu, Anderson'ın ulusal kimlikler üzerinden yaptığı analizle bağdaşsa da, Zaza medyasındaki içerik üretiminin daha yerel ve kültürel bir bağlamda şekillendiği söylenebilir.

Zaza etnik medyası, yalnızca içerik üretimiyle sınırlı kalmayıp aynı zamanda içerik üreticileri ile topluluk üyeleri arasında güçlü bir etkileşim alanı oluşturmaktadır. Bu bağlamda görüşme yapılan içerik üreticilerinin tamamı, hareket sahalarını “Zazaların yoğun olduğu bölgeler” şeklinde belirtmişlerdir; bu bölgeler, kimi zaman Bingöl veya Tunceli gibi çoğunlukla homojen Zaza şehirleri iken, kimi zaman Aksaray'ın küçük çaplı Zaza köyleridir. Etnik medya çalışanları, Zazaların yaşadığı bölgelerdeki kültürel ve dilsel özellikleri keşfetmek, topluluğun taleplerini doğru bir şekilde anlayabilmek için sahada aktif bir şekilde yer alırlar. Bu da onlara, sadece medya üretimi değil, aynı zamanda toplumsal bağları güçlendirme ve kimlik inşasına katkı sağlama fırsatı sunar. İçerik üreticilerinin birçoğu, Zaza köylerine yapılan gezilerde yerel halkla etkileşimde bulunarak, bölgedeki kültürel özellikleri, halk hikâyelerini ve gelenekleri belgelemeye çalışırlar. Zaza coğrafyasındaki geziler, içerik üreticilerine sadece işlerini yapma fırsatı sunmakla kalmaz, aynı zamanda toplulukla derin bağlar kurmalarını sağlar. Bu da içerik üreticilerinin kimliklerine olan bağlılıklarını güçlendirir ve Zaza kültürünü geleceğe taşıma adına önemli bir görev üstlenmelerini sağlar. Dolayısıyla etnik medya çalışanlarının her biri, sadece medya içerik üreticisi değil aynı zamanda kimlik savunucusu ve pekiştiricisi gibi hareket ederek, topluluğun kimlik egzersizi yapmasında rol oynar.

“Zazakî medya dil bilinci ve farkındalığı oluşturuyor. Zazaca konuşan herkes, politik kimliğimize bakmadan medya çalışanlarını dinliyor. Normalde bir araya gelmeyeceğimiz insanlar bile bizi

takip ediyor. Sahada ziyaretlerimizde insanlar, Zazalar ve dil hakkında sorular sorup, takip ettiklerini söylüyorlar.” (Hüseyin)

“Zaza kültürüne aşinayım ama gittiğim her yer bana yeni bir şey öğretiyor. Zaza coğrafyasını gezmek en sevdiğim iş. Alevi Zazalarla da bu gezilerde tanıştım, aramızda güçlü bir bağ oluştu. Doğaya saygıları beni çok etkiledi. Medya çalışanı olmasam, belki hep önyargılı kalacaktım.” (Orhan)

“İçerik üretmek için Zaza bölgelerinde yaşlılarla görüşüyor, yerel kültür hakkında sohbetler ediyorum. Çarpıcı hikâyeler çıkıyor. Yaptığım her şeyin gelecek nesillere kalacağını biliyorum. Yurt dışındaki Zazalar da paylaşımlarımıza duygusal yorumlar yapıyorlar. Uzakta olmak onları, köklerinden koparmıyor. Bu anlamda Zaza coğrafyası bize, biz onlara devamlı kimliği hatırlatıyoruz ve aramızda kalıcı, güçlü bir bağ kuruyor.” (Zerrin)

“Radyoda Zazaca yayınlar yaptığımda, dinleyicilerden sık sık ‘sizi dinlerken kendimi evimde hissediyorum’ şeklinde mesajlar alıyorum. Zaten insanın dili ve buna bağlı olarak kültürü evi değil midir? Nitekim bende onların hiçbirini yabancı olarak görmüyorum.” (Gülistan)

Medya çalışanları, haber ve içerik üretimi sürecinde Zaza topluluklarıyla doğrudan temas kurarak, farklı ideolojik ve dini kimliklerden bireyleri dil etrafında birleştiren bir etkileşim alanı oluşturmaktadır. Yerel halkla yapılan görüşmeler, sahada gerçekleştirilen ziyaretler ve diaspora ile kurulan çevrimiçi bağlar, Zaza kimliğinin yalnızca dilsel değil, aynı zamanda duygusal ve sosyal bir aidiyet biçimi olarak etkileşim içerisinde yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu süreç, hem medya üreticilerinin hem de tüketicilerin aktif katılımıyla sürekli bir mekanizma oluşturarak, Zaza kimliğinin dinamik bir şekilde inşa edilmesine katkı sağlamaktadır.

“Zaza bir kanal köyümüze gelip, bizimle Zazaca konuştu. Her şeyi Zazaca yaptılar, bu beni çok mutlu etti. Bana ‘anne’ diye hitap ettiler. Köydeki tüm yaşlılarla görüştüler. Ama bir keresinde Kanal 7’den de geldiler, onlarla kimse pek konuşmak istemedi. Utandılar. Bizimkilere güvendiğimiz kadar onlara güvenmiyoruz.” (Asya)

“Burada Zazaca yayın yapan medya çalışanlarını hemen herkes tanıyor. Sık sık Nazımiye’ye gelip, kutsal mekânlarımızı çekiyorlar. Bir gelişme olursa haber vermemizi istiyorlar. Bazen insanlar onlarla tartışıyor, ‘niye bunu böyle yaptınız’ diye. Hoşlarına gitmeyen bir şey olunca hemen söylüyorlar.” (Rengin)

Asya, Zazaca yayınların topluluğun dil ve kültürüne olan bağlılığını güçlendirdiğini ve yerel halkın etnik medya ile daha derin bir bağ kurduğuna işaret ederken, Rengin, Zaza medyasının, toplulukla yakın bir ilişki içinde olduğunu ve halkın medya içeriklerine dair geri bildirimde bulunarak, kültürel temsillerin denetiminde etkin rol oynadığını ortaya koymuştur. Tüketiciler, Zaza medyasının içeriklerini yalnızca izleyen, okuyan veya dinleyen bireyler olmaktan öte, içeriklerin doğruluğuna, kültürel temsiline ve dilsel kullanımlarına dair eleştirilerde bulunarak üretim sürecine doğrudan

müdahil olmaktadır. Bu sayede, Zaza etnik medyası, topluluğun dinamik ve katılımcı bir kimlik inşa süreci yürütmesine imkân tanımakta, medya ile toplum arasındaki etkileşimi güçlendiren bir platform işlevi görmektedir.

Dilim benim kimliğimdir. O dilde bir şeyler duyunca, izleyince içim rahatlıyor. Medyada çalışan Zazalar bizi anlıyorlar, gelip gidiyorlar. Onlara güveniyoruz. Onlar olmasa, dilimiz, kültürümüz kaybolurdu. Onlar bizi dinliyor, biz de onları izliyoruz. (Belkis)

Etnik medya, Zazaca konuşan topluluk için bir kimlik aktarım aracı ve ifade biçimidir. Bu nedenle, içerik üreticileri ile tüketiciler arasında karşılıklılığa dayanan duygusal bağlar ve etkileşim, kimlik inşa sürecinde önemli bir unsur olarak görev görür. Bu ilişki içerisinde tüketiciler, medya aracılığıyla kimliklerini pekiştirirken, içerik üreticileri de topluluklarının ihtiyaçlarına göre üretim yapma konusunda ciddi bir sorumluluk duygusuyla hareket ederler.

SONUÇ

Bu çalışma, Zaza etnik medyasının kimlik inşa sürecinde oynadığı rolü temsiliyet, dil ve etkileşim boyutlarında ele alarak, sunduğu katkıları incelemiştir. Araştırma bulguları, etnik medyanın üç temel işlev üretmekte olduğunu ortaya koymuştur: ana akım medyanın eksik, çarpıtılmış ve olumsuz temsillerine karşı alternatif temsiller sunma, anadili kamusal alanda görünür kılma ve etkileşim yoluyla topluluk içi bağları güçlendirme.

Veriler, Zaza etnik medyasının yalnızca haber ve bilgi aktarımıyla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda topluluk üzerinde kültürel ve duygusal bir bağlılık yarattığını göstermiştir. Görüşülen kişiler, ana akım medyanın Zazaları ya görmezden geldiğini ya da olumsuz temsil ettiğini belirtirken, etnik medyanın kimlik inşa sürecinde önemli bir rol oynadığını vurgulamışlardır. Bununla birlikte, belirli bölge ağızlarının ya da inanç gruplarının öne çıkarılması gibi eleştiriler, etnik medyanın kapsayıcılık konusunda daha dengeli bir strateji geliştirmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Dil boyutunda, etnik medyanın Zazacanın kamusal alanda daha fazla görünür olmasını sağlayarak, dilin yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesinde, kimlik inşasının merkezinde yer almasını desteklediği gözlemlenmiştir. UNESCO tarafından tehlike altındaki diller arasında gösterilmesi, Zazacanın korunması ve geliştirilmesi noktasında etnik medyanın rolünü daha da kritik hale getirmektedir. Etnik medya, topluluğun beklentisi doğrultusunda ortaya koyduğu çabayla, dilin prestijini artırarak, onu bir kültürel direnç aracına dönüştürmeyi hedeflemektedir. Ancak, medya içeriklerinin belli bölgesel ağızlara veya ideolojik bakışa dayalı üretilmesi, topluluk içerisinde tartışmalara yol açmaktadır. Öte yandan etnik medyanın anadil kullanımına dayalı kimlik inşasında, çeşitli zorluklarla karşı karşıya kaldığı gözlemlenmiştir. Özellikle genç kuşağın Zazacaya olan ilgisinin azalması ve dil yeterliliklerinin zayıflaması, dilin sürdürülebilirliği açısından ciddi bir risk oluşturmaktadır. Bu sebeple, etnik medyanın dilin korunmasının yanı sıra, gençlerin ilgisini çekebilecek içeriklerin üretilmesine odaklanması gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Etkileşim boyutunda etnik medya, tek yönlü bilgi akışı sağlayan bir araç olmaktan öte, içerik üreticileri ile topluluk üyeleri arasında karşılıklı etkileşime dayalı bir platform işlevi görmektedir. Bu etkileşim, Zaza kimliğinin yalnızca dilsel ve temsiliyet boyutlarını değil, aynı zamanda bu kimliğe sahip olanların sosyal aidiyet hislerini de pekiştirmektedir. Gerçekleştirilen görüşmeler, yerel halkla kurulan doğrudan temaslar ve çevrimiçi diaspora ile sürdürülen bağların, Zaza kimliğinin dinamik biçimde yeniden üretilmesine katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu süreç, Anderson'ın (2006) medyanın kimlik oluşturmadaki rolüne dair teorileriyle örtüşmekte, ancak Zazalar bağlamında bu etkileşimin daha yerel ve kültürel bir zeminde gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

Sonuç olarak Zaza etnik medyası, temsiliyet, dil ve etkileşim boyutları üzerinden kimlik inşa sürecinde çok yönlü ve dinamik bir rol üstlenmektedir. Temsiliyet açısından, ana akım medyanın eksik veya çarpıtılmış anlatılarına karşı alternatif bir söylem geliştirerek, Zaza kimliğinin kültürel ve tarihsel mirasını koruma işlevi görmektedir. Dil bağlamında, Zazacanın kamusal alanda görünürlüğüne artırarak, onu yalnızca bir iletişim aracı olmanın ötesine taşımakta ve politik-kültürel bir kimlik unsuru olarak güçlendirmektedir. Etkileşim boyutunda ise, içerik üreticileri ile topluluk üyeleri arasındaki karşılıklı ilişkiler, kimliğin teorik bir olgudan ziyade, pratikte yaşayan ve sürekli yeniden üretilen bir yapı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu unsurların bir arada işlemesi, Zaza etnik medyasını kimliğin korunması, güçlendirilmesi ve gelecek nesillere aktarılmasında merkezi aktörlerden birisi haline getirmektedir. Ancak, bu çalışmanın sınırlılıklarının işaret ettiği alanda daha derinlemesine analizler yapılmasına ihtiyaç vardır. Özellikle topluluk deneyimlerinin geniş kapsamlı, incelikli bir şekilde ele alındığı ve etnik medya içeriklerinin alımlanma biçimlerine odaklanan çalışmalar, bu sürece önemli katkılar sunabilir. Bu çalışma, Zaza etnik medyasının kimlik inşasındaki rolünü temsiliyet, dil ve etkileşim boyutları üzerinden kapsamlı bir şekilde inceleyerek önemli bulgular ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, gelecek araştırmalar için bir temel oluşturmanın yanı sıra, izleyicilerin kimlik inşa sürecindeki rollerinin daha ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasına yönelik yeni perspektiflerin geliştirilmesine de katkıda bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O. H. (2023). "Ulusası Güler ve çok K  lt  l   Toplumlarda Etnik Medya: Kuramsal Yaklaşımlar". Medya ve Kültür, 3 (2), 152-178.
- Adıgüzel, O. H., & Hepkon, Z. (2023). "  ki Dünya Arasında: Türkiye'deki Suriyeli Göçmenlerin Medya Kullanım Eğilimleri". Etkileşim, 12(1), 60-83.
- Alanoğlu, M. (2019). Zazalar: Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu Bölgelerinde Yaşayan Etnik Grup.   inde, TDV   sl  m Ansiklopedisi, (3. basım Ek-2. cild). Ankara. s. 688-690
- Anderson, B. (2006). Hayalî Cemaatler: Milliyetin Kökenleri ve Yayılmaları. M. H. Doğan ( ev.). İstanbul:  letiřim Yayınları.
- Azocar C. L. ve Funabiki J. (2008). "A Study Report; The Health of Ethnic Media: Needs and Opportunities". Center for Integration and Improvement of Journalism.
- Barth, F. (2001). "Etnik Gruplar ve Sınırları". (E. Kaya ve S. Gürkan  ev.). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Berdibek, R. N. (2012). "Sey  dxan Kurij ile Zazaca ve Vate   zerine Söyleři". Zaza.net, Erişim Tarihi, 12 Temmuz 2024, Link: <http://www.zazaki.net/yazdir/haber/seydxan-kurij-ile-zazaca-ve-vate-uzerine-soylesi-1217.htm>
- Bianet. (2017). "Kapatılan Radyo ve TV'ler Nerede, Ne Zaman Yayına Başladı, Hangi Dilde Yayın Yapıyorlardı?". Erřim, 12 Temmuz 2024, Link: <https://bianet.org/haber/kapatilan-radyo-ve-tv-ler-nerede-ne-zaman-yayina-basladi-hangi-dilde-yayin-yapiyorlardi-179353>
- Bing  lonline (2024). "Kanat'ın 'Batı Kaynaklarında Zazalar ve Zazaca' Kitabı  ıktı". Erişim, 12 Temmuz 2024, Link: <https://www.bingolonline.com/haber/kanatin-bati-kaynaklarinda-zazalar-ve-zazaca-kitabi-cikti-79842.html>
- Boyce, C. ve Neale, P. (2006). Conducting In-depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-depth Interviews for Evaluation Input. Watertown, MA: Pathfinder International.
- Budarick, J. (2018). "Ethnic Media and Counterhegemony: Agonistic Pluralism, Policy, and Professionalism". International Journal of Communication 12 (15), 2406–2420

- Coşgun, A.T. (2019). “Çok kültürlü Toplumlarda Etnik Pazarlama Almanya'daki Türklere yönelik Etnik Pazarlama Faaliyetlerinin İncelenmesi.” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cottle, S. (2000). “Introduction Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field”. İçinde, *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. S. Cottle (Ed.), Buckingham: Open University Press, s. 1-30
- Gencin Sesi (2014). “Venge Welate Zazayan Yayın Hayatına Başladı.” Erişim, 12 Temmuz 2024, Link: <https://www.gencinsesi.com/venge-welate-zazayan-yayin-hayatina-basladi/>
- Gökırmaklı, İ. (2023). “Zazakî News Kurucusu Enver Yılmaz: “Zazaca Haber Üreterek Dili ve Kültürü Geleceğe Taşımak İstiyoruz”. [newslabturkey.org](https://www.newslabturkey.org), Erişim Tarihi, 12 Temmuz 2024, Link: <https://www.newslabturkey.org/2023/12/14/zazaki-news-kurucusu-enver-yilmaz-zazaca-haber-ureterek-dili-ve-kulturu-gelecege-tasimak-istiyoruz/>
- Gülınar, B. (2011). “Yabancı Öğrencilerde Kültürleşme ve Medya Kullanımı.” *Global Media Journal*, 2 (3), s. 51-68.
- Güntaş Aldatmaz, N. (2020). “Topluluk Dillerinin Kaybolması ve İletişim: Kirmancca (Zazaca) Örneği”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hayır, C. (2017). “Etnik Medya Kavramı Çerçevesinde Avusturya’da Türkçe Yayınlanan Gazeteler Üzerine Bir İnceleme.” *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1 (44), 60-79.
- İnce, S. (2017). “Türkiye’deki İlk Zazaca Gazete Kapanıyor.” *Rudaw*, Erişim Tarihi, 12 Temmuz 2024, Link: <https://www.rudaw.net/turkish/culture/14072017>
- Johnson John M. (2002). “In-Depth Interview.” J. B. Gubrium ve J. A. Holstein (Yay. Haz.). İçinde, *Handbook of Interview Research Context & Method*. Londra: Sage Publications.
- Kamer, H. (2016, 30 Eylül). “Kapatılan TV’lerin Yöneticileri Kararı Nasıl Değerlendiriyor?”. *BBC NEWS TÜRKÇE*, Erişim Tarihi, 12 Temmuz 2024, Link: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-37513869>
- Kara, B. ve Öztürk, G. (2009). “Etnik Pazarlama ve Etnik Reklamcılık.” *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (11), 27-50.
- Karabeyeser, A. (2011). “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Zazaca İçin Önemi.” İçinde, *İ. Uluslararası Zaza Dili Sempozyumu (13-14 Mayıs 2011) Bingöl: Bingöl Üniversitesi Yayınları*, 385-392.

- Karim K.H. (2003) *The Media of Diaspora*. New York, NY: Routledge.
- Keskin, M. (2019). “Zaza Dili”. Mesut Özcan ve Hüseyin Çağlayan (Der.). *İçinde, Tarihsel ve Sosyolojik Gelişimi ile Zazaca*. Ankara: Kalan Yayınları.
- Kurij, S. (?). “Zazalar ve Zazaca Yazını”, Erişim: 17 Temmuz 2024, Link: http://www.zazaki.net/file/zazalar_v...pdf
- Matsaganis, M. D., ve Katz, V. S. (2014). “How Ethnic Media Producers Constitute Their Communities of Practice: An Ecological Approach.” *Journalism*, 15 (7), 926-944.
- Matsaganis, M., Matthew, D., Katz, V. ve Ball-Rocheach, S. (2010). *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers and Societies*, Los Angeles: Sage.
- Moseley, C., (2010). “UNESCO Atlas of the World’s Languages in Danger.” 3. Baskı Paris: UNESCO Publishing.
- Noronha, S. ve Papoutsaki, E. (2014). “The Migrant And The Media: Maintaining Cultural Identity Through Ethnic Media.” *İçinde, Communication Issues in Aotearoa New Zealand: A Collection of Research Essays*. G. Dodson, ve E. Papoutsaki (Ed.), New Zealand: Epress Unitech, s. 17-37.
- Riggins S.H. (1992) “The Media Imperative: Ethnic Minority Survival in The Age of Mass Communication”. *İçinde, Ethnic Minority Media: An International Perspective*. Stephen H. R. (Ed.), Newbury Park CA: Sage Publications, s. 1-22.
- Söylemez, İ. (2011). Geçmişten Günümüze Zazaca Dergiler: Kronoloji, Sorunlar ve Çözümler. *İçinde, I. Uluslararası Zaza Dili Sempozyumu*. (13-14 Mayıs 2011) Bingöl: Bingöl Üniversitesi Yayınları, 175-191.
- Turner, J. C. (1985). “Social Categorization and the Self-Concept: A Social Cognitive Theory of Group Behavior. *İçinde, Advances in Group Process: Theory and Research*. E. J. Lawler (Ed.), Greenwich, CT: JAI Press, s. 77–122.
- Varol, M. (2015). “Zaza Edebiyatında Tirêj Dergisinin Yeri.” *Mukaddime Dergisi*, 6(1), 139- 149.
- Vate (2024). “Vate Dergisi.” Erişim, 17 Temmuz 2024, Link: <https://vate.com.tr/tr/3-vate-dergisi/>
- Wimmer, A. (2013). “Ethnic Boundary Making: Institutions, Power, Networks.” Oxford/New York: Oxford University Press.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri” (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zaza TV (2024). “Zaza TV Hakkında.” Erişim, 17 Temmuz 2024, Link: <https://www.zazatv.net.tr/hakkimizda/>