

MEDİAD

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

DERLEME MAKALE | REVIEW ARTICLE

Haziran 2018, 1 (1), 73-88

Geliş: 04.05.2018 | Kabul: 07.06.2018 | Yayın: 28.06.2018

Yükselen Bir Trend Olarak İslamofobi Endüstrisi: Amerikan Medyasına Yönelik Araştırmaların Bir Panoraması

Abdulkadir GÖLCÜ*
F. Betül AYDIN VAROL**



Öz

Uzun bir geçmişe sahip İslamofobi, bugün 'modern dünyanın' etnosentrizm (ırkçılık), zenofobi (yabancı korkusu), anti-semitizm gibi ötekileştirici ideolojik düşüncelerinden birisi olarak kabul görmektedir. Fakat İslamofobi bu ötekileştirici düşünsel mirastan ayrı kılan, onun belirli çıkar grupları tarafından maddi enstrümanların yanı sıra manevi argümanların da kullanılarak sistematik şekilde üretilme çabasıdır. Bugün adeta bir endüstri haline gelen İslamofobi, medyadan siyasete, sivil toplum kuruluşlarından eğitim alanına kadar gündelik yaşam pratiklerinin tümüne temas eden mecralarda kendini göstermektedir. Bu sorunsal çerçevesinde tasarlanan bu çalışma, İslam/Müslümanlar ile ilgili yaptığı açık ya da örtülü mesajlar içeren yayınlarıyla kitleleri etkileyen medya ile ilgili Amerika'da yapılan araştırma sonuçlarının bir derlemesini içermektedir. Bu araştırmaları yapanlar ve araştırmalara konu olan Amerikan kamuoyu araştırmalarının hem öznesi hem de nesnesi olmasına rağmen, ortaya objektif ve özgün sonuçlar çıkabilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda; medyada İslamofobik söylemler kullanılmakta, İslam'ın/Müslümanların medyada kendilerini ifade etmelerine çok az imkân verilmekte ve belki de en önemlisi, Müslümanların olumsuz hareketleri ya da işledikleri suçlar önyargılı bir genelleme süreciyle medya mecralarında dolaşıma sokulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, İslamofobi Endüstrisi, Medya, Sosyal Araştırmalar

The Industry of Islamophobia as a Rising Trend: A Panorama of Researches on American Media

Abstract

Islamophobia, which has a long history, is now regarded as one of the other modernizing ideological ideologies such as ethnocentrism (racism), xenophobia (foreign fear), anti semitism. But what separates Islamophobia from this alienating intellectual heritage is the effort to produce it systematically by certain interest groups, using material instruments as well as spiritual arguments. Islamophobia, which has become an industry today, shows itself in the whole of everyday life practices touching from media to politics, from non-profit organizations to education. Designed in this problematic framework, this study also includes a review of the results of researches conducted in the United States about the media, which affects masses with publications containing explicit or implicit messages about Islam / Muslims. Although the researchers and American public opinion subjected these researches are not only the main objects but also the main subjects of these researches, objective and original results have emerged. In line with these results; Islamophobic discourses are used in the media, and Islam/Muslims have little opportunity to express themselves in the media and perhaps most importantly, the negative movements of Muslims or the crimes they commit are being circulated in media circles with a prejudiced generalization proces.

Keywords: Islamophobia, Islamophobia Industry, Media, Social Researches

ATIF: Gölcü, A. ve Aydın Varol, F. B. (2018). Yükselen Bir Trend Olarak İslamofobi Endüstrisi: Amerikan Medyasına Yönelik Araştırmaların Bir Panoraması, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 1 (1), s. 73-88.

* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, kadirgolcu@yahoo.com

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, betulaydin@selcuk.edu.tr

Giriş

İnsanın olduğu bütün sosyal ortamlarda çeşitli fikir ayrılıkları ortaya çıkmakta ve bu tip durumlar için uzlaşma zemini bulmak mümkün olamamaktadır. Bu konuda etnik köken, inanç, ten rengi, kullanılan dil gibi çeşitli farklılıklar, insan toplulukları arasında çatışma ya da ayrışma düşüncesinin oluşmasına belirleyici bir şekilde etki etmektedir. Özellikle farklı din ve etnik kökenlere mensup insanlar arasında çatışma ortamı, insanoğlunun yaratılışından bu yana var olagelmıştır. Tarihsel süreçte, farklı din ve etnisitelerin teması sonrasında dolaylı ya da dolaysız, fiziksel ya da zihinsel, bir biçimde dinler ve milletler arası çatışma ve rekabetler yaşanmış, bu rekabetlerin bazen olumsuz sonuçları da ortaya çıkmıştır. Bu çatışma durumu, günümüzde en çok bir din olarak İslam ve bu dinin aktörleri olan Müslümanlar üzerinden sürdürülmektedir. Çeşitli araç ve aktörlerin yoğun olarak kullanımıyla sürdürülen çatışma durumu, kavramsal olarak da bir zemine oturtulmuştur. Bu kavram İslamofobi olarak günümüz düşünce dünyasında yoğun bir şekilde ele alınmaktadır. Kelime anlamı itibariye “İslam korkusu” anlamına gelen İslamofobi, aslında bu yapay korkudan ziyade İslam’ı/ Müslümanları ötekileştirme ve onlardan nefret etme gerekçesi olarak kullanılmaktadır.

İslam’ın ortaya ilk çıktığı dönemlerde Batılı Hristiyan teologlar yazdıkları apolojilerle Hristiyanlığı savunurken, günümüzde bu savunmanın yerini İslam’a ve Müslümanlara saldırı almıştır. İslam karşıtı eylem, söylem ve düşüncelerin yer aldığı İslamofobi ağı, bugün uluslararası medya örgütlenmelerinden tutun da, yardımlaşma organizasyonlarına kadar komplike bir yapı içerisinde üretilmektedir. Çok büyük ekonomik bağışlarla ve desteklerle sistematik bir şekilde üretilen İslamofobi, Nathan Lean’in ifadesiyle bugün bir “endüstri” haline gelmiştir. Batı toplumlarında İslamofobi bugün ırkçılık, yabancı düşmanlığı, etnosentrizm ya da Avrupa merkezilik gibi kavramlar çerçevesinde açıklanırken, Amerika’da bu kavram, “İslamofobi endüstrisi” ifadesi kullanılarak daha sağlam teorik temeller üzerinden açıklanmaktadır. Tabi burada İslamofobi endüstrisinin çıktılarının dağıtımında ve tüketiminde en büyük görev medyaya düşmektedir. Bu bağlamda bu çalışma da, Amerikan medyasında yer alan İslamofobik yayınlarla ilgili yapılan saha çalışmalarının bir panoramasını ortaya koymak amaçlanmıştır.

1. İslamofobi Kavramına Bakış

Bir kavram olarak İslamofobi, kısaca ‘İslam’a ve Müslümanlara karşı korku ya da önyargılı bakış açısı’ olarak tanımlanabilir. Bu kavram, her ne kadar 11 Eylül saldırılarından sonra yaygın olarak dolaşıma girmiş olsa da yeni bir fenomen değildir. Yaygın görüşe göre 11 Eylül saldırıları sonrasında ortaya çıkmış bir olgu olduğu tezi de aslında İslam karşıtlığının Batı tarihinde geçmişe giden derin köklerini göz ardı etmekte ve kadim geçmişe dayanan İslamofobik eğilimlerin varlığının da görmezden gelmesine neden olmaktadır.

İslamofobinin yükselişe geçmesinde şüphesiz 11 Eylül’ün bir kırılma noktası olduğu söylenebilir. 11 Eylül’den itibaren, Müslümanlara ve İslam’a yönelik önyargı ve korkunun her geçen gün artması, İslamofobiye sosyolojiden iletişime/medyaya, siyasetten felsefeye kadar disiplinler arası bir konu haline getirmiştir. Böylece, İslamofobi ile ilgili ciddi bir literatür oluşmasının yanı sıra İslamofobi, hakkında raporların yayımlandığı bir araştırma konusu haline gelmiştir. 11 Eylül saldırılarından önce, 1997 yılında yayınlanan ve İslamofobi ile ilgili ilk kapsamlı raporlardan biri olma özelliği taşıyan Runnymede Trust adlı kuruluşun raporu bu bağlamda dikkat çekmektedir.

İngiltere merkezli Runnymede Trust (1997, s. 5) ‘İslamofobi: Hepimiz İçin Bir Tehdit’ (Islamophobia: A Challenge For Us All) başlıklı yayınladığı bu ilk raporunda

İslamofobiyi řu şekilde tanımlamaktadır: “İslamofobi, İslam’a karşı, temeli olmayan bir dūřmanlıktır. Müslüman bireylere ve topluluklara karşı gösterilen haksız ayrımcılığın uygulamadaki sonuçları ve Müslümanların sosyal ve siyasal temel meselelerden dışlanması İslamofobinin ana unsurlarıdır.” Raporda İslamofobinin özellikleri sekiz kategoride sıralanmıştır. Bunlar; (1) Müslümanlar ve İslami kültürler tek parça olarak görölmektedir. (2) Diđer kültürlerden büyük ölçüde farklı olan İslami kültürler, diğer kültürleri etkilemedikleri gibi diğer kültürlerden de etkilenmezler. (3) İslami kültür Batı’da alt kültür olarak görölmektedir. (4) İslam, şiddet yanlısı, terörü destekleyen, saldırgan olarak algılanmaktadır. (5) Müslümanlar, inançlarını siyasi veya askeri avantaj sağlamak için kullanmaktadırlar. (6) Müslümanlar Batı’ya yönelik bir eleştiri yaptıklarında bu, derhal reddedilmektedir. (7) Toplumdan Müslümanların dışlanması ve Müslümanlara yönelik ayrımcı uygulamalar dūřmanca meşrulaştırılmaktadır. (8) İslamofobi normaldir ve Anti-Müslüman dūřmanlığı doğal kabul edilmektedir.

Bu rapor, İslamofobinin 11 Eylül ürünü olmadığını, daha öncesinde de var olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Raporda İslamofobinin Batı ölkelerinde yüzyıllardan beri süregeldiğini fakat son 20 yılda daha çok belirginleştiği vurgulanmaktadır (Uzun, 2012, s. 16). Ne var ki rapordaki İslamofobi tanımı, konunun uzmanları tarafından eleştirileri de beraberinde getirmiştir. İslamofobi tanımında, failin amacının ve motivasyonunun yerine kurbanın özelliğinin daha çok tanımlanması; Anti-semitizm gibi İslamofobinin de belirgin ve ayrı bir şekilde tanımlanabilmesi noktasında eleştiriler yer almaktadır (Allen, 2010, s. 80). Fakat kavramın sorunlu bir ifade içerdiiği ve ideal olmadığı raporu kaleme alanlar tarafından da kabul edilmesine rağmen, gittikçe artan ve hızlı bir şekilde yayılan İslam/Müslüman karşıtı ayrımcılığın/ önyargının, böyle bir kavrama ihtiyaç duyulduğunu ifade etmişlerdir (Runnymede Trust, 1997, s. 4).

Kavramın ilk ne zaman kullanıldığıyla ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. Bir kısım görüşe göre İslamofobi kavramının ilk kez, 1922 yılında oryantalist Etienne Dinet’in bir deneme yazısında kullanıldığı öne sürölürken (Cesari, 2015, s. 63), Runnymede Trust’ın yukarıdaki mezkûr raporunda İslamofobi kavramının ilk olarak 1980’lerin sonunda icat edildiği ve ilk basılı kullanımın da 1991 yılının şubat ayında Amerika’da periyodik yayın yapan bir dergide yer aldığı belirtilmektedir (Runnymede Trust, 1997: 1). Ancak bir kavram olarak İslamofobinin ilk ne zaman ortaya çıktığından ziyade, İslamofobinin ontolojik bağlamda ne zaman ortaya çıktığı daha önem arz etmektedir. Waardenburg’un (2011, s.119) da ifade ettiği gibi, İslamofobiyi İslamiyet’in ortaya çıktığı 7. yüzyıl ile başlatmak ve dolayısıyla bu olgunun kökenlerini on dört asır öncesine kadar götürmek mümkündür.

Uzun tarihi bir geçmişe sahip olan İslamofobinin; siyasi, ekonomik, kültürel, psikolojik, felsefi ve en önemlisi teolojik bir arka planı bulunmaktadır. Hristiyanlar, İslam’ın ortaya çıktığı andan itibaren onu, teolojik bir rakip olarak görmüş ve bu durumu kısa zamanda siyasi tehdit algısı izlemiştir (Kalın, 2008, s. 41-43). Diğer faktörler bir yana bırakıldığında bile “Bir din olarak İslam, Batı Hristiyanlığı için bir tehdit olmuştur” (Esposito, 2002, s. 85). Ancak Avrupa’nın İslam’ı dini açıdan tehdit ya da rakip görmesi, onun İslam kültürüne olan ilgisini etkilememiştir. Özellikle Orta Çağ Avrupa’sının İslam’a bakışı çok belirleyici olmuş ve bu bakış açısı günümüze dek süregelmiştir. Bu bağlamda Avrupa, bir din olarak İslam’ı bir kültür ve medeniyet olarak İslam’dan kesin şekilde ayırmış, İslam’ın din özelliğine karşı tavır alırken, İslam kültürüne hayran kalmış ve ondan etkilenmiştir (Kalın, 2008, s. 48). Psikolojik olarak İslamofobi, diğer önyargılar gibi bir antipati olup, çok negatif genellemeler barındırmaktadır (Borell, 2015, s. 411). Tüm bu etmenlerin içerisinde oryantalizm de unutulmamalıdır. Edward Said (2000, s. 198) oryantalizmi; “Estetik, bilimsel, ekonomik, sosyolojik, tarihe ait ve filolojik metinler aracılığı ile “aktarılmaya” çalışan bir cins jeo-ekonomik görüşler bütünü” olarak

tanımlamakta; onu sömürgeciliğin ve misyonerliğin bir aracı olarak görmektedir. Totale tüm bu faktörler birbiriyle bağlantılı olup, birini diğerinden yalıtılmış düşünmek neredeyse olanaksızdır. İslam'ın ortaya çıktığı dönemden bu yana, tüm bu faktörleri barındıran fakat Doğu-Batı ya da İslam-Hristiyan karşılaşmasında bazı olaylar/olgular dönüm noktası olmuştur.

Tarihsel akış içerisinde Müslüman-Hristiyan karşılaşmalarında dönüm noktaları olarak kabul edilen temelde üç önemli süreç bulunmaktadır. 8. ve 11. yüzyıllarda İspanya'da hüküm süren *Endülüs Emevi Devleti Dönemi*, 11. yüzyıldan başlayıp 13. yüzyılın sonlarına kadar devam eden *Haçlı Seferleri Dönemi*, 15. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar Doğu Avrupa'da varlığını sürdüren *Osmanlı Devleti ile Avrupa İlişkileri Dönemi* bu önemli dönüm noktaları olarak kabul edilmektedir (Kumar, 2016, s. 24-37; Bulaç, 1995, s. 16). Ancak, 20. yüzyılın sonlarına doğru yaşanan gelişmelerden; çok sayıda Müslümanın Batı'ya göç etmesi, İran Devrimi ile adam kaçırmaya ve rehin olayları, 1980 ve 1990'larda terör olaylarının yanı sıra (Esposito, 2015, s. 19), 11 Eylül saldırıları ile yeniden canlanan İslamofobi için, yukarıdaki dönemleştirmelere ek olarak 21. Yüzyıl Dönemi ya da 11 Eylül Sonrası Dönem gibi bir başlık açılması gerekmektedir.

Bu tarihsel dönemler göz önüne alındığında ve günümüzdeki İslamofobi ile karşılaştırıldığında, İslamofobinin -belki de postmodern dönemin bir gerekliliği olarak- biçim değiştirdiği, özellikle medya aracılığıyla kitlesel bir mecra üzerinden tekrar tekrar üretilip, dolaşıma sokulduğu söylenebilir. Nathan Lean bunu (2015, s. 40), ırkçı siyasetçilerin ve nefret söyleminde bulunan medya uzmanlarının da içerisinde yer aldığı bir endüstri ile yani "İslamofobi endüstrisi" ile tanımlamaktadır.

2. Yeniden Bir Üretim Aracı Olarak "İslamofobi Endüstrisi"

Günümüzde bir endüstri haline gelen İslamofobinin üretilme süreci, meta endüstrilerinde olduğu gibi karmaşık bir yapıya sahiptir. Fakat Lean'a göre ürünlerin ortak bir şemsiyesi altında üretilen birçok endüstrinin tersine, İslamofobi endüstrisi farklıdır. Bu endüstri daha dinamik ve esnek olup çeşitli hareketli parçaları bağımsızdır. İslamofobi üreticileri manidar yollarla birbiriyle bağlantılıdır. Birbirlerinin çalışmalarını ulusal ve uluslararası organizasyonlara genişletmek için interneti kullanmaktadırlar. İslam karşıtı nefret söylemi üreten küçük gruplar zamanla büyümekte ve benzer bir liderlik altında işlev gören birtakım yan gruplar ortaya çıkmaktadır (2015, s. 41).¹ Bu bağlamda *Center for American Progress* adlı kuruluş, bu endüstrinin nasıl işlediği, kimin hangi vakıflara ne kadar finans sağladığını, İslamofobinin körüklenmesini kimlerin organize ettiğini, eylemde ve söylemde bulunanların işlevlerini vb. 2011 ve 2015 yıllarında yayınladığı raporlarla ortaya koymuştur.

Center for American Progress yayınladığı "Fear Inc.: Amerika'da İslamofobi Ağının Kökleri" başlıklı raporların amacının; Amerika Birleşik Devletleri'ndeki karmaşık İslamofobi ağının dünyadaki etkisini ortaya çıkararak, bu bireylerin ve örgütlerin etkisinin kısıtlanabilmesi ve argümanlarının meşruluğunun pek çoğunun Amerikalıların gözünde azaltılabilmesi olduğu belirtilmiştir (2015, s. 54).

Rapora göre 2001-2012 yılları arasında İslamofobi ağına 57 milyon dolar katkı sağlayan sekiz bağışçının yer aldığı (*Center for American Progress*, 2015, s. 56) bu imgesel endüstriyi; En İyi Finansmanlılar, Kuruluşlar, Yanlış Bilgilendirme Uzmanları ile (içinde İslam karşıtı vakıflar, aktivistler, doğrulayıcılar, tabanda örgütler, dindar sağ gruplar ile medyada ve siyasetteki müttefiklerinden oluşan) Yankı Odası oluşturmaktadır.²

En iyi finansmanlıların yer aldığı bu ilk oluşumda, bir grup küçük vakıf ve zengin bağışçılar, Amerika'daki İslamofobi ağının can damarı olarak hizmet vermekte-

dir. Bağışçılar, sağ kanat düşünce kuruluşlarına ve yanlış bilgi uzmanlarına Müslümanlardan ve İslam'dan korkmaları ve nefret etmeleri için kitaplar, videolar, raporlar ve web siteleri biçiminde bir eleştiri finansmanı sağlamaktadırlar. Ancak vakıflardan ve bağışçılardan gelen bu para bazen İslamofobiyi açıkça desteklemek için kullanıldığı gibi, genellikle bu düşünce kuruluşları ve taban örgütleri –nefret ve korku mesajlarını olabildiğince geniş bir alana yayarak– kendi öncelikli amaçlarına yönelik olarak kullanılmaktadırlar. Bu bağışçılar ve kuruluşlar milyonlarını çocuk sağlığını geliştirmek ve daha eşit bir toplum yaratmak için harcarken, aslında paralarıyla yanlış ve nefret dolu propaganda yapıldığı hakkında bilgileri yoktur (Center for American Progress, 2011, s. 13).

İslamofobi endüstrisine finansal destek sağlayan kuruluşlardan, (1) *Donors Capital Fund*; 2005 yılından 2012 yılına kadar İslamofobik gruplara 26.689.600 dolar bağış yapmıştır. (2) *Richard Mellon Scaife Foundations*; 2001 ve 2012 yılları arası İslamofobi ağına 10.475.000 dolar bağışta bulunmuştur. (3) *Lynde and Harry Bradley Foundation*; 2001 ve 2012 yılları arası 6.540.000 dolar yardım sağlamıştır. (4) *Newton D. & Rochelle F. Becker Foundations and Charitable Trust*; 2001'den 2012'ye kadar 1.411.000 dolar katkı sağlamıştır. (5) *Russell Berrie Foundation*; 2001-2012 yılları arasında Müslüman karşıtı organizasyonlara 3.802.351 dolar bağış yapmıştır. (6) *William Rosenwald Family Fund, Middle Road Foundation ve Abstraction Fund*; muhafazakâr kurumlara cömert bağışlar yapan bu vakıflar grubu, bu bağışların yanında İslamofobik altı farklı gruba 2001-2012 yılları arası 4.952.979 dolar bağış yapmıştır. (7) *Fairbrook Foundation*; İslamofobik olmayan bir dizi ana akım muhafazakâr grubu desteklerken, 2004-2011 yılları arasında İslamofobi ağına 1.859.450 dolar bağış yapmıştır. (8) Diğerlerine göre daha yeni bağışçı olan *Alan and Hope Winters Family Foundation*; 2008-2012 yılları arasında İslamofobi endüstrisine 817.060 dolar bağışta bulunmuştur (Center for American Progress, 2015, s. 60-61). Bu bağışlar, sistematik bir şekilde sürdürölen İslamofobi endüstrisinin devamı için bağış yapan birbirinden farklı kuruluşların, İslam karşıtı misyonları hakkında bilgi vermektedir.

İkinci oluşum olan *kuruluşlar*; İslamofobi ağını besleyen, Amerika'daki Müslümanlara ve İslam'a karşı korku, bağnazlık ve nefreti yaymakla yükömlö olan örgütlerden oluşmaktadır. Bu örgütler, genelde birbirine bağlı olup, aralarındaki bağ çok sıkı bir şekilde gizli kalmakta, ayrıca birbirlerinin materyallerini yaymakta ve maddi olarak birbirlerini desteklemektedirler (www.islamophobicnetwork.com).

Yanlış bilgilendirme uzmanları, bu yapının diğer bir oluşumudur. "Fear, Inc." raporuna göre ana akım, kamuoyuna ağın yanlış bilgilendirme uzmanlarının iddialarını ve çarpıtmalarını çürötmek için gerekli bilgileri vererek, İslamofobi ağının unsurlarını ortaya çıkarmaya çalışmaktadır (Center for American Progress, 2015, s. 4). İslam ve Müslümanlar hakkında yanlış bilgiler veren yanlış bilgilendirme uzmanları dünya çapında yaklaşık 1,6 milyar mensubu olan İslam dininin yanlışlıkla tasvir edilmesini aktif biçimde desteklemektedir. Geisser bu kişileri "medyatik entelektöel" olarak tanımlamakta ve bunların "gerçek Müslümanlardan" ziyade 'İslami tehdit' hayalini tekrar tekrar inşa eden kişiler olduğunu ifade etmektedir (2011, s. 49). Bu kişilerin anlattıkları İslam, yaşayan binlerce sıradan Müslüman'ın İslam'ı değil; onların anlattıkları Batı toplumlarının geleceği ile ilgili kıyamet senaryoları yazan bir bakış açısının ürünü olarak "*hayali İslam*"dır. Böylelikle medyatik entelektöeller bir şey icat etmemiş, sadece 11 Eylül'den beri güç kazanan *korkunun yeni uzmanlarının* güvenlik odaklı söylemini tekrar üretip ve yeniden kullanıma hazır hale getirmişlerdir (Geisser, 2010, s. 63). *Islamophobia and Its Impact in the United States* (2010, s. 16-19) isimli bir başka rapor da Pamela Geller, Robert Spencer, Brigitte Gabriel, Frank J. Gaffney Steven Emerson, Newt Gingrich ve Amerika'da İslamofobik düşöncenin atası olarak gösterilen Daniel Pipes gibi kamuoyu tarafından bilinen ve çeşitli sivil toplum kuruluşları ya da medya örgütlenmelerinin ba-

şında olan kişilerin İslamofobi endüstrisinin aktörleri olarak görev aldıklarını dile getirmektedir. Uzmanlardan oluşan bu küçük ağ, birbirine bağlı para şebekesinin, kanat önderlerinin, medya uzmanlarının ve seçilmiş yetkililerin güvendiği ve tekrarladığı mesajları üretmektedir (Center for American Progress, 2011, s. 27). Center for American Progress'in (2015, s. 54) raporuna göre; İslamofobi endüstrisinin aktörleri, nefret gündemini ilerletmek için korku ve belirsizlikten yararlanma fırsatlarını aramaya son vermeyecektir. İslamofobik ideologlar ve onların patronları, tüm Müslümanların terörist olduğunu ve ABD'nin bunlar karşısında etkin olması gerektiğini iddia etmektedirler.

Korkuyu ve hatalı bilgiyi artırarak halkı yanıltan dördüncü oluşum ise 'Yankı odası'dır. Farklı kesimleri barındıran bu oluşumda, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Müslümanları ve İslam'ı kötüye kullanan Müslüman ve İslam karşıtı vakıflar, yanlış bilgi uzmanları, aktivistler, doğrulayıcılar, taban örgütleri, dindar sağ gruplar ile medyada ve siyasetteki müttefikleri bulunmaktadır (Center for American Progress, 2015, s. 1). Bu müttefiklerden olan ve çoğu uzman ya da Müslüman olmayan fakat genelde Orta Doğu kökenli olan 'doğrulayıcılar', yanlış bilgi uzmanlarının radikal görüşlerini desteklemekte; bunun için de sağcı medyanın ve Müslüman karşıtı politikacıların sıklıkla radikal İslam'ın gerçekleri hakkında bilgi sahibi olduklarını düşünen belirli bir gruba yönelmektedirler. Raporda 'Eylemciler', "yanlış bilgilendirme uzmanları ve doğrulayıcıların yanında çalışan, nefret söylemini körükleyen, İslam ve Müslümanlar hakkında yanlış bilgilendirme çabalarına liderlik eden bireyler" olarak tanımlanmaktadır (www.islamophobicnetwork.com).

'Taban örgütleri', gönüllüleri işe almak ve angaje etmek için karmaşık iletişim stratejileri kullanmaktadır. Burada özellikle üç tür Müslüman karşıtı taban gruptan söz edilebilir: (1) ACT! gibi örgütler –ki Müslümanları hedef alan en büyük taban grubundan birisidir- tarafından örneklendirilen ve tek gayesi İslamofobi olan gruplar, (2) Amerikan Aile Birliği (American Family Association) ve Kartal Forumu (Eagle Forum) gibi sağ görüşlü gruplar ile Amerika'nın İslamlaşmasını Durdurma (Stop Islamization of America) gibi Müslüman karşıtı örgütler, İslam ve Müslümanlar hakkında yanlış bilgilendirme kampanyaları yürütmektedir. (3) Son örgüt tipi ise eyalet temelli, yerel veya çay partisi örgütleridir (Center for American Progress, 2011, s. 64).

'Siyasi oyuncuları' ise yanlış bilgi uzmanlarının mesajlarını, politika tavsiyelerini, konuşmalarını ya da yayınlanmış ifadelerini güçlendirmektedirler. Siyasi liderler; yasama eylemleri, yasal gözetim oturumları ve seçim tartışmalarıyla Müslüman karşıtı mesajları desteklemekte ve onların bu girişimlerinin çoğu haber olmaktadır. İslam ile ilgili yanlış kavram ve mitler temelinde bağış toplama kampanyaları ve kampanya reklamları başlatan siyasiler ayrıca, benzer fikirlere sahip medya kuruluşlarında ve konferanslarda görünmektedirler (Center for American Progress, 2011, s. 110). 'Dindar sağ grupları' da dünya görüşlerini, dini anekdotlarla şekillendirmekte ve İslam'ın kendi hoşgörüsüzlüğünü kendi köktenci inançlarıyla bağdaşmaz görmektedirler (www.islamophobicnetwork.com).

Tüm bu organizasyonda İslamofobi endüstrisinin en önemli ayaklarında biri kuşkusuz medyadır. Rapora göre, Müslüman karşıtı nefreti Amerika Birleşik Devletleri'ne yaymak, birkaç marjinal sesi yükseltmek için çok gelişmiş bir sağ kanat, medyaya bağlıdır. Bu konumda yer alan kişiler ve kuruluşlar, İslam karşıtı mesajların yayılması için sağ kanat blogların, dergilerin, radyoların, gazetelerin ve televizyon haber programlarının ideolojik olarak benzer bir grubu ile simbiyotik bir ilişki içerisindeyler (Center for American Progress, 2011, s. 85). 11 Eylül terör saldırıları ekseninde düşünüldüğünde Amerikan kamuoyunda medyatik bir hamle ile İslam dini ve Müslüman-

lara karşı geliştirilen düşmanlık kısa zaman içinde karşılığını bulmuştur. Özellikle 11 Eylül saldırıları sonrasında medyanın kullanımıyla oluşturulan psikolojik ortam; Amerikan toplumunda İslamofobiyi teşvik etmiş, yaygınlaştırmış ve hatta meşrulaştırmıştır (Emre, 2013).

Mesic'in de belirttiği gibi, günümüzde İslam'a ve Müslümanlara karşı medyada çeşitli kampanyalar sürmekte, önemli finansal kaynaklara ve çoklu kanallara sahip çoğu Batılı medya, halka İslam'ın kaba bir resmini göstermeye çalışmaktadır (2011, s. 2). Bu gelişmelerin bir neticesi olarak bugün Amerika'daki Yeni-Muhafazakâr (Neo-Conservative) medya organları; şeriat tehditleri, dünyayı İslamcıların devralması, radikal Müslümanların topluma ve hükümete sızması gibi var olmayan senaryoların ortaya konmasında önemli rol oynamaktadır. Ulusal, eyalet ve yerel düzeydeki politikacılar seçim dönemlerinde, bu medya sağlayıcılarına Müslüman karşıtı mesajlarını muhafazakâr tabanlara ve sağ görüşe sahip gruplara yaymaları için yardım etmektedirler (Center for American Progress, 2011, s. 101). Bu raporda da görüldüğü gibi, bu tür İslamofobik mesajlaşma ve düşüncelerin temel tehlikesi, Amerikalı Müslümanlara ırkçı profil oluşturma ve bazen şiddet biçiminde onları ayrımcılığa uğratmaktır. İslamofobi endüstrisi tarafından desteklenen politikalar sadece Amerikan Müslümanlarının sivil haklarını ve özgürlüklerini değil tüm Amerikalıların haklarını da ihlal etmektedir (Center for American Progress, 2015, s. 54).

İslamofobi endüstrisi –reklam endüstrisinde olduğu gibi– mesajını halka yaymak için elinden geleni yapmakta; ancak İslamofobi endüstrisinde ürünü yayanların bizzat kendileri halk arasında Müslüman korkusunu fitillemede etkin rol almaktadır (Lean, 2015, s. 123). Bu süreç kısa zaman içerisinde devasa iletişim aygıtları, medya tekelleri ve Müslüman toplum içerisinde devşirilen yapay zekâlı yerel aktörler ve kimi devlet adamları ve medya mensupları marifetiyle çok olumsuz bir Müslüman imajının tedavüle sokulmasını sağlamış ve sağlamaya da devam etmektedir (Genel, 2014). Bu durumu özetleyen bir örnek olarak; 2008 yılında “Obsesyon (Saplantı): Radikal İslam'ın Batı'ya Yönelik Tehdidi” isimli yanlış bir belgeselin, içerisinde New York Times gibi liberal gazetelerinde yer aldığı 70 farklı Amerikan gazetesi tarafında 28 milyon kopya olarak okurlara ücretsiz dağıtılması gösterilebilir (Colton, 2008). Ayrıca haber kanalları ve ideolojik medya uzmanları yalnızca olumsuz bir İslam/Müslüman imajı çizmemekte, olumlu bir İslam/Müslüman imajı çizen programlar da (ilgili TV kanalının reklam parasını kısıtlama veya medya uzmanları vb. kişiler tarafından kampanya başlatma gibi yöntemlerle) yok edilmeye çalışılmaktadır (Lean, 2015, s. 136). Günümüzde Batı toplumlarındaki İslam korkusu ve bu korku karşısındaki ekonomik destekli İslam karşıtı eylemler ve söylemler yadsınamaz bir şekilde karşımızda durmaktadır. Batının geçmişten bugüne devam eden İslam korkusu/nefreti bugün endüstriyel bir hale gelmiş, bu endüstrinin kitlesel olarak pazarlanıp, Amerikan vatandaşlarının ikna edilmesinde medyaya büyük görev düşmüştür.

3. Amerikan Medya İçeriklerinde İslamofobik Söylemin Dolayımlanması

Kuzey Amerika ve Avrupa toplumları, geçmişten bu yana kendi ulusal dokularının bir parçası olarak görmedikleri kitlelerle çatışmışlardır. Bu hoşgörüsüzlüğün temelinde de yabancılara karşı yoğun korku ve nefreti ifade eden ‘yabancı düşmanlığı’ vardır (Lean, 2015, s. 33). Günümüzde artarak devam eden ve küresel bir nefret haline dönüşen İslam korkusunun kitlesel bir boyut kazanmasında medya oldukça belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda bugün Müslüman-karşıtı gruplar ve örgütlerin faaliyetlerine ek olarak, İslam ve Müslümanların Amerikan medya ve eğlence sektöründeki temsilleri, Amerika Birleşik Devletleri'nde İslamofobinin yükselişinin temel faktörü olarak görülmektedir (Considine, 2017, s. 166). Bu doğrultuda negatif İslam/Müslü-

man tasvirlerini yaymayı ve bu yabancı düşmana karşı yeni seferberlikler başlatmayı hedefleyen İslamofobi endüstrisi, her geçen gün daha da büyümekte ve Amerikan medyasının da desteğiyle İslamiyet ve terör ayrılmaz bir bütün olarak görülmektedir (Said, 2000, s. 28). Bir başka deyişle İslamofobi endüstrisinde, İslam korkusunun ya da düşmanlığının pompalanıp kitlesel olarak dağıtıldığı en önemli mecra medyadır. Medyanın; bilgi vermek, eğlendirmek, bireyleri toplumun bütününe eklemleyen değerleri, inançları ve davranış kodlarını aşılacak gibi işlevleri bulunduğu göz önüne alındığında (Herman ve Chomsky, 2012, s. 72), medya ideolojik manipülasyonlarını en çok bilgilendirme işlevi gören haberler ile eğlendirme işlevi gören filmler üzerinden yapmaktadır.

Bugün medya üzerinden dolaşıma sokulan hem tarihsel hem de modern anlatılar sayesinde insanların Müslümanları bir tehdit olarak görmesi kolaylaştırılmaktadır. Özellikle medyada Müslümanların temsilinde kullanılan şeytanlaştırılmış ve insanlıktan çıkmışlığın sembolü imgeler Amerikan halkını konuya duyarsızlaştırmaya ve Müslümanlara karşı üretilen nefret ve korkuyu meşrulaştırmaya sevk etmiştir. Ayrıca medya ve siyasette Müslümanları terörizm ve şiddetle eşleştiren bir söylemin devamlı olarak dolaşıma sokulması İslamofobinin sürekliliğini sağlamaktadır (Zaal, 2012, s. 556). Amerikan medyası özellikle muhafazakâr sağın üretmiş olduğu “cihatçılık” retorığı üzerinden, taraflı ve çarpıtılmış bir Müslüman imajını dolaşıma sokmayı tercih etmeyi meslek haline getirmiştir. Benzer şekilde Geisser de tikelde Fransa’daki İslamofobiyi tüm yönleriyle ele aldığı kitabında, aslında tümelde Batı medyasında İslamofobinin inşa edilip, medyada dolayımlanması ile ilgili bize bir prototip sunmaktadır. Geisser’e göre indirgemeci bir mantıkla ideal bir “medyatik Müslüman” tipi inşa edilmekte; bu tip, sistematik olarak aynı duruşu sergilemektedir. İslam; arkadan görüntülenmiş namaz kılan Müslümanlar, tehdit sloganları ve çığlıklar atan sıkışık topluluklar, örtülü kadınlar, ağzı açık, sakallı, gözleri fal taşı gibi irileşmiş gerçeklikten kopuk kendi dünyasında yaşayan mensupları olan bir din gibi betimlenmektedir (2010, s. 30). Bir başka deyişle, hiçbir bireysellik, hiçbir kişisel özgürlük veya deneyimin olmadığı bu resimlerin büyük kısmı; kitlesel öfkeyi, sefaleti ya da akıldışı jestleri göstermektedir. Bütün bu stereotipler, mantık ve bilgidен yoksunluktan kaynaklanmakta, bu da Müslümanların “basit” bir şekilde sınıflandırmalarına neden olmaktadır (Akıner, 2014, s. 142). Bu bağlamda Amerika Birleşik Devletleri’ndeki ve birçok Avrupa ülkesindeki Müslüman karşıtı retorik ve söylemler bu söylemlerin üreticileri ve savunucuları tarafından sosyal medya ve sivil oluşumlar aracılığıyla diğer Batılı ülkelere de transfer edilmekte ve daha geniş bir dolaşım ağına sokulmaktadır (Sinno, 2012, s. 166). Sonuç olarak bugün Amerikan medyasında çeşitli medya formatları, Müslümanları olumsuz çağrışımlara sahip olan klişelere dayalı olarak tanımlayan bir dizi imgeleri sık sık kullanmayı tercih etmekte, bu sayede ‘rahatsız edici ve tabu’ olarak görülen imajların yayılması ile kamusal bir çekicilik üretme görevini yerine getirmektedir (Ullaq, 2016).

Küreselleşmenin ideolojik silahları olan tekelleşmiş medya grupları, doğru haber akışını manipüle edip haberinde dezenformasyon (yanlış bilgilendirme) yaparak bireylerin doğru habere ulaşma hakkını göz ardı ederek engellemektedir (Akıner, 2014, s. 53). Bu bağlamda medyanın yanı sıra hükümet, jeopolitik stratejistler ile –genelde topluma mal olmasa da– İslam uzmanı akademisyenler hep bir ağızdan İslamiyet’in Batı’ya tehdit ettiğini haykırmaktadır. Bu kişilerin kendi İslamiyet imajlarını empoze etme güçleri ve istemleri vardır. Dolayısıyla kendi imajları, başkalarınınkinden daha geçerli ve daha çok gündemdedir (Said, 2000, s. 220). Amerikan film endüstrisi ve televizyon ağları tarafından toplumsal dayanışma için üretildiği iddia edilen içerikler bile, toplumsal yapıdaki bir azınlığı marjinalize etmek için kullanılabilir. Bu imgeler, eğitilmiş, başarılı ve sosyal olarak muhafazakâr olan Müslümanların çoğunu

yanlış temsil ederek; çok kültürlü farkındalığa rağmen, Müslümanların basmakalıpla-
rı, popüler medyada Müslüman karşıtı deneyimlerin artmasına neden olmaktadır (Ul-
laq, 2016). Böylece medya, İslam ve Müslümanlar hakkında ortak algıya dair söylemler
üretme eğilimi göstermekte (Geisser, 2010, s. 39), bu eğilim ise gazetecilerin “kendi
özgün düşüncelerini” açıkladıkları iddiasını baltalamaktadır.

4. Yöntem

Amerikan medyasında yapılan İslamofobik yayınlarla ilgili yapılan saha çalışma-
larının bir panoramasının ortaya konulmak istendiği bu çalışma, bilimsel gözlemi esas
alan temel literatür taraması yöntemine dayanılarak inşa edilmiştir. Hakemli akademik
dergilerden, kitaplara, uluslararası araştırma şirketlerinden, gazete ve internet yazıları-
na kadar geniş bir literatürün taranması sonucunda, elde edilen veriler tarihselci bir ba-
kış açısıyla kronolojik olarak dizayn edilmiştir. Ayrıca doğruluğundan emin olunamayan
bilgilerin ya da güvenilirlik sorunları barındıran kaynakların öne sürmüş olduğu iddialar
ya da bilgiler, bilimsel bir çalışmada kullanılmasının çeşitli problemlere sebep olacağı
düşünülererek kullanılmamıştır.

5. Amerikan Medyasına Yönelik Yapılmış İslamofobi Araştırmaları

Amerikan medyası için 11 Eylül saldırıları, ülke genelinde üretilen medyatik içe-
riklerin merkezine İslamofobi düşüncesinin yerleşmesinin başlangıç noktasını oluşturu-
muştur. Michigan Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Juan Cole’ye göre Amerika’da sağcı
ve muhafazakâr oluşumlar İslamofobi düşüncesini yaymak ve benimsetmek için ciddi
anlamda çaba sarf etmiştir. Cole, Center for American Progress araştırma ekibinin 2011
ve 2015 yıllarında yapmış oldukları ve yukarıda da detaylıca verilen araştırmaların bul-
gularını destekleyen sonuçlar ortaya koymuştur. Bu bağlamda özellikle Amerika gene-
linde İslam karşıtı söylemlerin yayılmasını amaçlayan sivil oluşumlara yıllık 40 milyon
dolardan fazla bir paranın aktarıldığını ifade etmiştir. 11 Eylül saldırılarının Amerikan
toplumu üzerinde travma etkisi yaptığını dile getiren Cole, İslam hakkında bilgi sahibi
olmak yerine, suni bir dayanaktan beslenen ‘İslamcı terörist’ algısının değerlendirmeye
alındığını ifade etmiştir (Gölcü ve Çuhadar, 2017, s. 78). Bu gelişmeler doğrultusunda
Amerikan medyasında artan İslamofobik içerik üretiminin ve İslamofobi endüstrisinin
boyutları aşağıda sonuçları verilmiş olan saha araştırmaları üzerinden tarihsel bir bakış
açısıyla daha anlaşılır olacaktır.

Amerikan medyasında İslam karşıtlığıyla ilgili yapılan ilk çalışma 1980’li yılların
sonunu ve 1990’lı yılların başını kapsayan süreçte Amerikan gazetelerinde Müslüman-
ların temsilinin araştırılması üzerine inşa edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre birçok
haber metninde Müslümanlar negatif sembollerle temsil edilirken, Müslümanlardan
bahseden haber içeriklerinin çoğunluğunun da savaş, patlama gibi negatif olay örgüle-
ri üzerine inşa edildiği ortaya çıkmıştır (Sheikh ve vd., 1996).

Edward Said yapmış olduğu araştırmasında Amerikan medyasında konunun
İslamiyet ya da Müslümanlar olması durumunda gazete muhabirlerine yanlış yapma
imtiyazı tanınmakla kalmayıp hiçbir sınır tanımayan etnosentrisizmin, kültürel ve hatta
ırkçı bir nefretin ve derin olduğu kadar da yüzeysel bir düşmanlığın açıkça sergilenme-
sine olanak tanındığını da dile getirmiştir (2000, s. 53). Ali ve Khalid’in (2008) 11 Eylül
saldırılarınin öncesini kapsayan çalışmaları ise, Amerika’nın saygın haber dergilerinden
Newsweek ve Time dergilerinin 1991-2001 yılları arasında dünya ülkelerini haber içe-
riklerinde nasıl sundukları üzerine kurgulanmıştır. Araştırmada *müttefik*, *nötr* ve *düşman*
olarak üç gruba ayrılan ülkelere bakıldığında, Müslüman ülkelerin genellikle düşman
kategorisinde oldukları görülmüştür.

Center for American Progress Action Fund isimli kuruluşun 2001 ve 2009 yıl-

larını kapsayan Fear, Inc. The Roots of the Islamophobia Network in America isimli araştırması, Amerika özelinde İslamofobi endüstrisinin nasıl oluşturulduğunu ya da maddi olarak nasıl desteklendiğini gözler önüne sermektedir. Araştırma bulguları doğrultusunda Amerika’da İslamofobinin yükselişinin ardında büyük bir sağcı komp-lonun olmadığını, bunun yerine etkili savunucular, medya ortakları ve taban örgütlen-meleri aracılığıyla milyonlarca Amerikalıya ulaşma çabasını yönlendiren küçük, sıkı ağ bağlantılı bir grup ve yanlış bilgi uzmanının olduğunu göstermektedir.

Pew Research Center (2011) tarafından yapılan bir araştırmada Amerikan ha-ber medyasının 2010 yılı boyunca ele aldığı konuların ilk beşinden dördü doğrudan ya da dolaylı olarak İslam dini ya da Müslümanlarla ilgili konuları içermiştir. 2010 yılı boyunca Amerikan topluma servis edilen bu dört konuda da New York’a cami ya-pılmaması, bir rahibin Kuran yakması gibi olaylar üzerinden Müslümanlar ya da İslam dini olumsuz bir bağlamda değerlendirilerek aktarılmıştır. Media Matters For Ameri-ca (2012) tarafından yürütülen bir araştırma, Amerikan medyasındaki İslamofobi en-düstrisinin boyutlarını görmek açısından önem arz etmektedir. 13 Mayıs 2010’dan 12 Ağustos 2010’a kadar olan 91 günlük sürede Fox News Channels’ın haber programla-rının Amerika’ya cami yapımı projesini tartışmak için en az 47 katılımcıyı ağırladığını, katılımcıların da %75’inin bu projeye karşı kişiler arasından seçildiği bulgulanmıştır. Aynı kanalın haber yayınları için tercih ettiği toplam 47 konuktan sadece dokuzunun projeyi destekleyen kişiler arasından seçilmiş olması da kanalın haber kaynağı ve uz-man tercihinde İslamofobik bir eğilimi benimsediğini göstermektedir.

İslam ve Müslümanların medyadaki temsillerinin Amerika Birleşik Devletle-ri’nde İslamofobinin yükselişinde anahtar bir faktör olarak görev yaptığını dile ge-tiren Medya Tenor International (2013) isimli bir başka araştırma şirketi ise, yapmış olduğu çalışma ile bu iddiayı doğrulayan bulgulara ulaşmıştır. Sivil toplum kuruluşları ve hükümetler için veri araştırmaları yapan bir araştırma enstitüsü olan Medya Tenor International; Fox, NBC ve CBS gibi haber kaynaklarının içeriklerini 2007-2013 yılları arasındaki dönem boyunca incelemiştir. Araştırma sonucunda Amerikan kamuoyu tarafından yoğun olarak takip edilen bu haber kanallarının 2007’den 2013’e kadar İslam’ı ve Müslümanları haber içeriklerinde şiddet kaynağı ya da şiddetle ilişkili olarak gösterdiği bulgulanmıştır. Bu süre zarfında Amerikan haber medyasında Müslüman-larla ilgili yayınlanan haberlerin neredeyse tamamının negatif içerikler taşıdığı, çok nadir olarak pozitif konuların haber olarak aktarıldığı da gözlemlenmiştir.

Medya Tenor International’ın (2011) yapmış olduğu bir başka araştırmada ise, ABD ve Avrupa haber ajanslarının Ortadoğu’daki olaylara odaklanırken Müslüman militanlık arayışı bağlamında odaklandığını ortaya koyan bulgular elde edilmiştir. Yine Medya Tenor International’ın (2015) yapmış olduğu diğer bir kapsamlı araştırmada ise Amerikan haber medyasının üç önemli haber sağlayıcısı olan Fox News, NBC ve CBS kanallarının 2001-2015 yılları arasında yayınlamış olduğu 327 bin 21 adet haber raporu analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre ABD haber medyasında terörle ilgili endişelerin haber içeriklerinin ana konusu olmaya devam ettiği ve Amerikan halkının izlediği haberlerde terörizmin genellikle Müslümanlar ya da İslam’la ilişkili olarak su-nulduğu bulgulanmıştır.

Pew Research Center (2016) tarafından yapılan araştırmada, ABD’de 11 Eylül saldırılarından 2011 yılına kadar 11 Müslümanın karıştığı çeşitli saldırıların gerçekleştiği ve bu saldırılar sonucunda 33 kişinin hayatını kaybettiği bulgulanmıştır. Buna karşı-lık ülke genelinde aynı zaman zarfında yaklaşık olarak 150 bin cinayet işlendiği rapor edilmiştir. Yaklaşık olarak 3 milyon Müslümanın yaşadığı ve nüfusun %1’i etmeyen ABD’de 11 kişilik bu kitle bir anda yoğun bir medyatik ilgiye maruz kalmış ve bu ilginin

bir neticesi olarak ABD medyası üzerinden Müslüman nüfus sosyal cadı avının hedef tahtasına oturtulmuştur.

Council on American-Islamic Relations (2010) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Amerikan toplumunda artan İslamofobik içerik üretimine karşın, Müslüman azınlığın medya içeriği üretme, kendilerine karşı üretilen içeriklerle mücadele etme, medyada düşüncelerini açıklama ve eşit ifade hürriyetine sahip olma gibi temel haklarda oldukça geride kaldığı ya da bıraktığı ortaya çıkmıştır. Aynı araştırmada 2010 yılındaki Amerikan ara dönem seçimlerinde senato üyeliği için seçime giren birçok adayın medya tartışmalarında ya da medya üzerinden yapmış oldukları açıklamalarda İslamofobik ifadelerin sık sık kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Media Matters for America (2015) isimli bir araştırma şirketi tarafından yapılan “The Worst Islamophobia of 2015” isimli bir araştırmada ise, Amerikan medya örgütlenmeleri arasında sağcı ya da muhafazakâr olarak bilinen medya örgütlenmelerinde artarak devam eden İslamofobik içerik üretiminin, liberal medya örgütlenmeleri tarafından da benimsenmeye başladığı bulgulanmıştır. Media Matters for America (2017) yılında “Right-Wing Media’s Outrageous Coverage of Muslims in 2017” isimli bir rapora göre ise; medya üzerinden artarak devam eden İslamofobik içerik üretiminin sosyal hayatta Müslümanlara karşı işlenen şiddet eylemlerinde ve nefret suçlarında belirgin bir artışa sebep olduğu dile getirilmiştir.

Council on American-Islamic Relations (2017) tarafından yapılan bir başka araştırmada ise; ABD’deki Müslüman olmayan çoğunluğunun, politikacılar ve medya organları tarafından geliştirilen ve aktarılan İslamofobik söylemlere paralel olarak Müslümanlara karşı düşmanca bir tavır ya da düşünceye yöneldikleri bulgulanmıştır. Aynı araştırmada elde edilen bir başka sonuç ise, Müslümanlara karşı medya mecralarında işlenen nefret suçlarının 2014 yılında 38 olaydan 2016 yılında 260 olaya çıktığı olmuştur.

Pew Research Center’in (2017) yapmış olduğu bir başka araştırmada ise Amerikan medyası üzerinden üretilen İslamofobinin sosyal hayatta belirgin bir şekilde ayrımcılığa dönüştüğü bulgulanmıştır. Araştırma süresinde elde edilen ilginç bulgulardan birisi; Amerika’da yaşayan Müslümanların %75’inin sosyal hayatta Müslümanlara yönelik birden fazla ayrımcı davranışa maruz kaldığını beyan etmesi olmuştur. Araştırmadaki bir başka dikkat çekici sonuç ise; Amerika’da yaşayan Müslümanların %40’i; Donald Trump’ın başkan olmasından sonra hem medyada hem de günlük hayatta kendilerine yönelik ayrımcı tavır ve davranışların bir önceki yıla göre arttığını dile getirmeleri olmuştur.

Sonuç

Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle birlikte, Amerikan menşeli hegemonik ilişkiler ağı yeni bir küresel düşmana ihtiyaç duymuştur. Bu kapsamda hedef tahtasına Samuel Huntington’ın ‘Medeniyetler Çatışması’ tezinde resmini çizdiği düşman olarak, İslam dini ve Müslümanlar yerleştirilmiştir. Bu stratejik düşman belirleme süreci sonrasında medya örgütlenmeleri de planlı bir şekilde İslam karşıtı düşüncelere yer veren içerikler üretmeye başlamıştır. Amerikan medya örgütlenmelerinin bu konuda hızlı bir şekilde içerik üretimi gerçekleştirmeleri, bu sürecin oldukça planlı bir stratejinin ürünü olduğunu da göstermektedir. Bu içeriklerin dünya genelinde yaygın bir dolaşım ağına hızlı bir şekilde sokulması; İslamofobik tutum, düşünce ve algıların yaygınlaşmasını kolaylaştırırken, karşıt fikirlerin ve içeriklerin dolaşıma sokulması da engellenmiştir. Bugün Amerikan medya örgütlenmelerinin çoğu için İslam terörizm, savaş, şiddet vb. birçok olumsuz durumu içeren bir dini temsil etmektedir. Bu sorunlu temsil yapıları özellikle Amerikan kamuoyu için sosyal hayatta İslam merkezlerine, Müslümanlara ve

Müslüman görünümlü bireylere yönelik oldukça ürkütücü sonuçları olan saldırıları da beraberinde getirmiştir.

Esasında Amerikan medyası, İslam ve Müslüman karşıtlığını kısa zaman içinde bir endüstriye dönüştürerek, Nathan Lean'in (2015) tanımıyla İslamofobi Endüstrisi'nin temellerini atmıştır. Gelinen noktada Amerikan medyası birçok farklı içerik türünde İslam karşıtı düşünceleri sistematik bir şekilde üretmekte ve dolaşıma sokmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak Amerikan medyasının oluşturduğu İslamofobi Endüstrisi bireysel ve toplumsal hayatı bütüncül bir şekilde etkisi altına alarak; kendisini yanlış içerik üretimi, nefret söylemi, nefret suçları, kundaklama, saldırı ve hatta cinayet gibi somut süreçlerde görünür kılmayı başarmıştır. Bu gelişmeler sonucunda farklı gruplar ya da akademik oluşumlar tarafından Amerikan medyasının İslamofobi endüstrisindeki rolünün araştırıldığı çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların ortaya koymuş olduğu bulgular, Amerikan medyasında üretilen İslamofobik içeriklerin planlı bir endüstriyel üretimin sonucu olduğu düşüncesini daha da güçlendirmiştir. Bu çalışma kapsamında panoramik bir gözle Amerikan medya örgütlenmelerinin İslamofobi Endüstrisine yapmış oldukları 'katkılar' detaylıca ortaya konmuştur. Amerikan medya örgütlenmeleri haberden tartışma programlarına, sinemadan köşe yazılarına kadar birçok farklı içerik türünde İslam karşıtı düşüncelere yer verirken, İslamofobi endüstrisinin de işleyişini sıradanlaştırmıştır. Medya içeriklerinde izlenen bu endüstriyel sürecin sıradanlaşması, Amerikan kamuoyu açısından İslam karşıtlığı ve Müslümanlara karşı işlenen nefret suçlarının da sıradanlaşmasına neden olmuştur. Yapılan saha çalışmalarından elde edilen bulguların çoğu da bu savı destekleyen sonuçlar ortaya koymuştur. Sonuç olarak, Amerikan siyasal stratejisinin meşrulaşması için ideolojik bir aygıt olarak görev yapan medya örgütlenmeleri, İslamofobi endüstrisinin çarklarını döndürerek Amerikan kamuoyunun da benzer düşünceleri benimsemesini hızlandırmıştır. Bugün Amerikan toplumunda sosyal ve bireysel hayat alanlarında medyatik içerikler tarafından şekillendirilen algılar, İslam dini ve Müslüman bireyler için büyüyen bir tehdit olarak varlığını sürdürmektedir.

Son Notlar

¹ Blog yazarı Pamela Geller tarafından İslamofobik bir aktivist gurup olarak oluşturulan "Amerika'nın İslamlaşmasını Durdur" (SIOA- Stop Islamization of America) hareketi bu gruplara örnek verilebilir. Bunun üst organizasyonu "Avrupa'nın İslamlaşmasını Durdur" (SIOE- Stop Islamization of Europe) hareketidir. Her iki grup da kendi kıtalarındaki İslam karşıtlığını körüklemiş, 2011 yılında da SIOA ve SIOE, "Ulusların İslamlaşmasını Durdur" (SION- Stop the Islamization of Nations) adı altında birleşmişlerdir (Lean, 2015: 41).

² Center for Amerikan Progress, internet sitesinden raporun özetini şemalarla ortaya koymuştur. Şemada, kurumlar arası para transferleri, yapılan para yardımları ve kişiler arası ilişkiler çok açık görünmektedir. Detaylı bilgi için bkz. <https://islamophobicnetwork.com/> (Erişim, 8 Mart 2018).

Kaynakça

Akiner, N. (2014). *Uluslararası Medya Emperyalizmi*. İstanbul: Hükümdar Yayınları.

Ali, S. ve Khalid, M. (2008). U.S. Mass media and Muslim world: portrayal of Muslims by Newsweek and Time. *European Journal of Scientific Research*, 21(4), 554-580.

Allen, C. (2010). *Islamophobia*. Ashgate e-book, UK: MPG Books Group.

Borell, K. (2015). When is the time to hate? A research review on the impact of dra-

- matic events on Islamophobia and Islamophobic hate crimes in Europe. *Islam and Christian-Muslim Relations*, 26 (4), 409-421.
- Center for the American Progress, (2011). *Fear, Inc. The Roots of the Islamophobia Network in America*. Erişim Tarihi: 21.04.2018. <https://cdn.americanprogress.org/wpcontent/uploads/issues/2011/08/pdf/islamophobia.pdf>
- Center for the American Progress, (2015). “*Fear, Inc. 2.0: The Islamophobia Network’s Efforts to Manufacture Hate in America*”. Erişim Tarihi: 03.03.2018. <https://cdn.americanprogress.org/wpcontent/uploads/2015/02/FearInc-report2.11.pdf>
- Cesari, J. (2015). Batı’da İslamofobi: Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri Arasında Bir Mukayese, *İslamofobi: 21. Yüzyılda Çoğulculuk Sorunu*. J. Esposito ve Kalın İ. (Ed.), (s. 63-87). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Colton, N. (2008). *A Cruel Display of Anti-Muslim Hate*. Erişim Tarihi: 22.04. 2018, <http://socialistworker.org/2008/10/02/anti-muslim-hate-in-ohio>
- Considine, C. (2017). The Racialization of Islam in the United States: Islamophobia, Hate Crimes, and “Flying while Brown. *Religions* 8(9), 165-184.
- Council on American-Islamic Relations (2010). *Islamophobia and Its Impact in the United States January 2009- December*. Erişim Tarihi: 23.04.2018. <https://www.cair.com/images/pdf/2010-Islamophobia-Report.pdf>
- Council on American-Islamic Relations. (2017). *The Empowerment of Hate: The Civil Rights Implications of Islamophobic Bias in the U.S. 2014–2016*. Erişim Tarihi: 22.04.2018. <http://islamophobia.org/images/2017CivilRightsReport/2017-Empowerment-of-Fear-Final.pdf>
- Emre, A. (2013). “*İslam Korkusu mu, Nefreti mi?*”. Erişim Tarihi: 06.04.2018, <https://www.yenisafak.com/yazarlar/akifemre/islam-korkusu-mu-nefreti-mi-36394>.
- Esposito, J. (2002). *İslam Tehdidi Efsanesi*. İstanbul: Ufuk Kitapları.
- Geisser, V. (2011). *İslamo Fobi*. İstanbul: Mavi Ufuklar Yayınları.
- Genel, M. G. (2014). *Oryantalistlerin Yerini Medya Aldı*. Erişim Tarihi: 14.04.2018, www.islamvemedya.com.
- Gölcü, A. ve Çuhadar, M. (2017). Batı Toplularında İslamofobi’nin Üretilmesinde Medyanın Rolü. *Ombudsman Akademik*, 7, 71-99.
- Herman, E. ve Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı*. İstanbul: BGSY Yayınları.
- Islamophobia and Its Impact in the United States. Erişim Tarihi: 10.04.2018. <https://www.cair.com/images/pdf/2010-Islamophobia-Report.pdf>.
- Kalın, İ. (2008). *İslam ve Batı*. İstanbul: İsam Yayınları.
- Lean, N. (2015). *İslamofobi Endüstrisi*. Ankara: DİB Yayınları.
- Media Matters for America (2017). *Right-Wing Media’s Outrageous Coverage of Muslims in 2017*. Erişim Tarihi: 21.04.2018, www.mediamatters.org/blog/2017/12/27/right-wing-media-soutrageous-coverage-muslims-2017/218936,
- Media Matters for America. (2015). The Worst Islamophobia of 2015, Erişim Tarihi: 21.04.2018, <https://www.mediamatters.org/blog/2015/12/29/the-worst-islamophobia-of-2015-video/207695>.

- Media Matters. (2012). Erişim Tarihi: 14.11.2017. <https://www.mediamatters.org/research/2012/10/28/fox-shows-why-other-media-outlets-arent-followi/190980>.
- Media Tenor International (2011). *A New Era for Arab-Western Relations-Media Analysis*. New York: Media Tenor.
- Media Tenor International (2013). *Coverage of American Muslims gets worse: Muslims framed mostly as criminals*. Erişim Tarihi: 15.04.2018. <http://us.mediatenor.com/en/library/speeches/260/coverage-of-americanmuslims-gets-worse>.
- Media Tenor International, (2015). "Terrorism Remains a Constant Part of U.S. TV News Coverage". Erişim Tarihi: 15.04.2018, <http://us.mediatenor.com/en/library/newsletters/737/terrorism-remains-a-constant-part-of-u-s-tv-news-coverage>.
- Mesic, M. (2011). *The perception of Islam and Muslims in the media and the responsibility of European Muslims Towards the Media*. Erişim Tarihi: 02.04.2018, <http://www.culturelink.org/conf/dialogue/mesic.pdf>.
- Pew Research Center. (2011). *Religion in the News: Islam Was No. 1 Topic in 2010*". Erişim Tarihi: 25.04.2018, <http://www.pewforum.org/2011/02/24/religion-in-the-news-islam-was-no-1-topic-in-2010/>
- Pew Research Center. (2016). *Anti-Muslim Assaults Reach 9/11-Era Levels, FBI Data Show*. Erişim Tarihi: 16.04.2018 <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/11/21/anti-muslim-assaults-reach-911-era-levels-fbi-data-show/>
- Pew Research Center. (2017). Erişim Tarihi: 16.04.2018, <http://www.pewforum.org/2017/07/26/findings-frompew-research-centers-2017-survey-of-us-muslims/>
- Runnymede Trust. (1997). *Islamophobia: A Challenge For Us All*. Erişim Tarihi: 10.03.2018, <https://www.runnymedetrust.org/companies/17/74/islamophobia-A-Challenge-for-Us-All.html>.
- Said, E. (2000). *Haberlerin Ağında İslam*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Sheikh K. vd. (1996). Press Treatment of Islam: What Type of Picture Do the Media Paint. *International Communication Gazette*, 56, 139-154.
- Sinno, A. (2012). *Introduction*. *Review of Middle East Studies*, 46(2), 164-169.
- Ullaq, A. (2016). The Rise of Islamophobia and Anti-Muslim Experiences in the U.S.. Erişim Tarihi: 29.03.2018. https://cers.leeds.ac.uk/wp-content/uploads/sites/97/2013/05/The-rise-of-Islamophobia-and-anti-Muslim-experiences-in-the-US-Ayesha_Ulhaq.pdf
- Uzun, N. (2012). *Avrupa'da İslamofobi: İngiltere Örneği*. İstanbul: Pinar Yayınları.
- Waardenburg, J. (2011). *İslam ve Din Bilimleri*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Zaal, M. (2012). Islamophobia in Classrooms, Media and Politics. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 55(6), 555-558.
- www.islamophobicnetwork.com, (Erişim Tarihi: 08.03.2018).

The Industry of Islamophobia as a Rising Trend: A Panorama of Researches on American Media

Abdulkadir GÖLCÜ
F. Betül AYDIN VAROL

Extended Abstract

Islamophobia, as a concept, can be described briefly as ‘an angle of fear or prejudice against Islam and Muslims’. Islamophobia, which has a long history, is now regarded as one of the other modernizing ideological philosophies such as ethnocentrism, xenophobia, anti-semitism. This concept is not a new phenomenon, although it has been widely circulated since the September 11 attacks. The theory that a common phenomenon has emerged after the September 11 attacks has in fact ignored the deep roots of anti-Islamism in the past and it has led to the ignorance of the existence of Islamophobic tendencies based on the past. Islamophobia having a long history has political, economic, cultural, psychological, philosophical and most important theological background. From the time Islam emerged, Christians regarded it as a theological competitor and soon followed a political threat (Kalin, 2008, p. 41-43). Even aside from other factors, “Islam as a religion has become a threat to Western Christianity” (Esposito, 2002, p. 85). However, the fact that Europe threatened or rivalled Islam in terms of religion did not affect its interest in Islamic cultures. Especially the view of Middle Ages Europe to Islam has been very decisive and this perspective has been going on day by day. In this context, Europe has been impressed and influenced by Islamic cultures, as it has precisely distinguished Islam as a religion from Islam as a culture and civilization and it has taken a stand against the religious character of Islam (Kalin, 2008, p. 48). Edward Said (2000, p. 198) defines orientalism: “it as a whole kind of geo-economic views that are” transferred “through aesthetic, scientific, economic, sociological, historical and philological texts and he also sees it as a tool of colonialism and mission. It is almost impossible to think that all these factors are related to each other and that one is isolated from the other. Since the emergence of Islam, there have been all these factors, but in East-West or Islam-Christian encounter some events / phenomena have been turning point.

At first, Islam and its opposition, which are seen as a rival of Christianity, have changed today and have been repeatedly produced and circulated especially through the media. Nathan Lean describes this process (2015, p. 40) with an industry in which racist politicians and media experts in hate speech are also involved, namely the “Islamophobia industry”. In this context, Islamophobia, which has become an in-

dustry today, has a complex structure, such as the production process being in the commodity industry. But according to Lean, the Islamophobia industry is different, as opposed to many industries that are produced under a common umbrella of products. This industry is more dynamic and flexible and the various moving parts are independent. Islamophobia producers are linked to each other by way of reason. They use the internet to expand their work to national and international organizations. It is easier for people to see Muslims as a threat, thanks to the historical and modern accounts that have been circulated through the media. Especially in the media, the symbols of demonization and going out of humanity used in the representation of Muslims have motivated the American people to desecrate the subject and legitimize hatred and fear against Muslims. In addition, media and politics are constantly circulating a discourse that matches Muslims with terrorism and violence, ensuring the continuity of Islamophobia (Zaal, 2012: 556). The American media has made it a profession to opt for a twisted and distorted image of a Muslim, especially through the “jihadism” retribution, which the conservative right has produced.

In fact, American media quickly turned its anti-Islam and Muslim opposition into an industry, setting the foundations of the Islamophobia Industry as defined by Nathan Lean (2015). At the moment, the American media is systematically producing and circulating anti-Islamic thoughts in many different types of content. As a result of this situation, the Islamophobia Industry formed by the American media influences the individual and social life in a holistic way, it has begun to make himself visible in concrete processes such as production of biased content, hate speech, hate crimes, arson, assault, and even murder. As a result of these developments, various researches have been carried out by different groups or academic organizations to investigate the role of the American media in the Islamophobia industry. Findings revealed by these investigations further reinforce the belief that the Islamophobic contents produced in the American media are the result of planned industrial production. In the scope of this study, “contributions” made by the American media organizations to the Islamophobia Industry were presented in detail with a panoramic view. While the American media organizations include anti-Islamic thoughts in a variety of content from news to discussion programs, cinema and corner writings, the work of the Islamophobia industry has become commonplace. This industrial process of watching the media content has caused the anti-Islamism and the hate crimes committed against Muslims to become more commonplace in terms of American public opinion. Most of the findings from the field studies that were made revealed the results supporting this argument. As a result, media organizations that act as an ideological device to legitimize the American political strategy have spurred the Islamophobia Industry’s impetus to speed up the American public’s acceptance of similar considerations. Today, perceptions shaped by the media content in social and individual life spaces in American society continue to exist as a rising threat for Islam and Muslim individuals.

Keywords: Islamophobia, Islamophobia Industry, Media, Social Researches