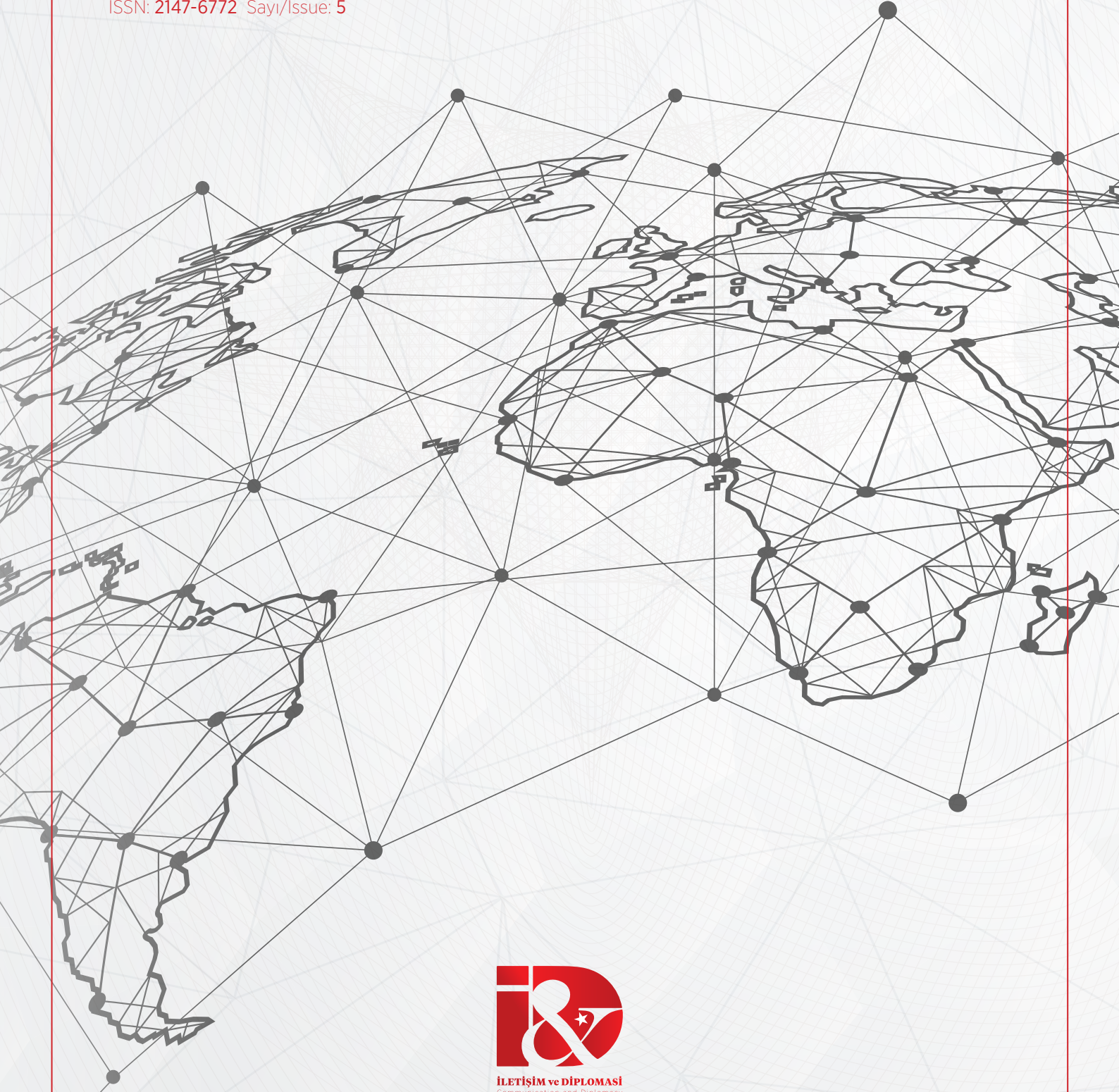


İLETİŞİM ve DİPLOMASİ

Communication and
Diplomacy

Yıl/Year: Temmuz/July 2021

ISSN: 2147-6772 Sayı/Issue: 5



İLETİŞİM ve DİPLOMASİ
Communication and Diplomacy



İLETİŞİM ve DİPLOMASI

Communication and Diplomacy

ISSN: 2147-6772 Yıl/Year: Temmuz/July 2021 Sayı/Issue: 5



SAHİBİ / OWNER

İletişim ve Diplomasi dergisi adına sahibi Prof. Dr. Fahrettin Altun (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı)

The Journal is owned by Prof. Fahrettin Altun (Presidency's Director of Communications Republic of Türkiye) on behalf of Communication and Diplomacy

EDİTÖR KURULU / EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Fahrettin Altun (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Prof. Dr. M. Zahid Sobacı (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu-TRT, Ankara, Türkiye)

Doç. Dr. Oğuz Göksu (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Dr. Çağatay Özdemir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

YAYIN KURULU / PUBLICATIONS BOARD

Prof. Dr. Fahrettin Altun (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Prof. Dr. M. Zahid Sobacı (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu-TRT, Ankara, Türkiye)

Doç. Dr. Oğuz Göksu (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Doç. Dr. Hasan Basri Yalçın (İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Doç. Dr. Enes Bayraklı (Türk-Alman Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Doç. Dr. Oğuzhan Bilgin (AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye)

Dr. Çağatay Özdemir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Dr. Oğuz Güner (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Edibe Sözen (Cumhurbaşkanlığı Sosyal Politikalar Kurulu, Ankara, Türkiye)

Prof. Dr. Abdullah Özkan (İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Ahmet Kalender (Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye)

Prof. Dr. Bahar Eroğlu Yalın (Trabzon Üniversitesi, Trabzon, Türkiye)

Prof. Dr. Bayram Ünal (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde, Türkiye)

Prof. Dr. Cengiz Anık (Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Cengiz Tomar (Ahmet Yesevi Üniversitesi, Türkistan, Kazakistan)

Prof. Dr. Emine Yavaşgel (İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Enderhan Karakoç (Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye)

Prof. Dr. Haluk Alkan (İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Kudret Bülbül (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara, Türkiye)

Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk (AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye)

Prof. Dr. Mete Çamdereli (İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Seda Mengü (İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Serra Görpe (Sharjah Üniversitesi, Sharjah, Birleşik Arap Emirlikleri)

Prof. Dr. Suat Gezgin (Yeditepe Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Süleyman Kızıltoprak (MSGS Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Şükrü Balcı (Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye)

Prof. Dr. Şükrü Sim (İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Veysel Bozkurt (İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Prof. Dr. Yusuf Adıgüzel (Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye)

Prof. Dr. Zakir Avşar (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye)

Editöryal İlişkiler Yöneticileri / Editorial Relations Mgr.

Dr. Serkan Ökten (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Muhammet Özdemir (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Yabancı Dil Editörleri / Foreign Language Editors

Başak Telli (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Güliz İbriklioğlu (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Türkçe Yazım ve Dil Editörü / Turkish Spelling and Language Editor

Gökhan Saday (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Ankara, Türkiye)

Grafik Tasarım Editörü / Graphic Design Editor

Hasan Suat Olgun (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, İstanbul, Türkiye)

"İLETİŞİM VE DİPLOMASI" dergisi Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının uluslararası hakemli akademik yayınıdır. Temmuz ve aralık aylarında, yılda iki sayı olarak yayımlanan açık erişimli bilimsel bir dergidir. Yayın Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. Dergide yer alan yazılardan ve aktarılan görüşlerden yalnızca yazarlar sorumludur. İletişim ve Diplomasi, Academic Resource Index-ResearchBib, ASOS Index ve Ideonline tarafından taranmaktadır.

"COMMUNICATION AND DIPLOMACY" is a peer-reviewed international academic journal of the Presidency's Directorate of Communications. This is a scholarly and open-access journal published biannually in July and December. The Editorial Board reserves the right to make the required spelling and sentence corrections, without distorting the essence of the text. The published contents in the articles cannot be used without being cited. The authors are solely responsible for their papers and opinions published in the Journal. Communication and Diplomacy is indexed by Academic Resource Index-ResearchBib, ASOS Index, and Ideonline.

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / Managing Editor

Doç. Dr. Oğuz Göksu

Yayıncı / Publisher

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı / The Presidency's Directorate of Communications
Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları / Publications by Presidency's Directorate of Communications

Kızılırmak Mah. Mevlana Bulvarı No: 144 Çankaya / Ankara – Türkiye
Phone / Telefon: +90 (312) 590 20 00 / 2354

Yayın Türü / Publication Type

Yaygın Süreli / Periodical

Yazışma Adresi / Correspondence Address

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Kızılırmak Mah. Mevlana Bulvarı No: 144
Çankaya / Ankara – Türkiye

Telefon / Phone: +90 (312) 590 20 00 / 2354

Faks / Fax: +90 (312) 473 64 55

e-mail: iletisimvediplomasi@iletisim.gov.tr

Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iletisimvediplomasi>

5. Sayının Hakem Kurulu / Reviewers of the 5th Issue

Prof. Dr. Yeşim Güçdemir (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Bayram Ünal (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)

Prof. Dr. Hasan Güllüpunar (Süleyman Demirel Üniversitesi)

Doç. Dr. Enes Bayraklı (Türk-Alman Üniversitesi)

Doç. Dr. Burcu Öksüz (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)

Doç. Dr. Uğur Ünal (Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi)

Doç. Dr. Abdülkadir Gölcü (Selçuk Üniversitesi)

Doç. Dr. Mustafa Bostancı (Sakarya Üniversitesi)

Doç. Dr. Hüseyin Şeyhanlıoğlu (Gaziantep Üniversitesi)

Doç. Dr. Samet Kavoğlu (Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Faruk Çeçen (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Ergün Köksoy (Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Metin Eken (Erciyes Üniversitesi)

Araş. Gör. Dr. Yunus Emre Ökmen (İstanbul Üniversitesi)

Öğr. Gör. Dr. Emine Kılıçaslan (Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)

Dr. Hacı Murat Terzi (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı)

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Editörden / From the Editor

Prof. Dr. Fahrettin Altun1

Araştırma Makalesi / Research Article

Kamusal Halkla İlişkiler ve Dijital İletişim Uygulamaları: İstanbul İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma
Governmental Public Relations and Digital Communication Practices: A Research on Istanbul District Municipalities
Evin KANAR TASLAK, Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN3

Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Avaz ve Milliyetçilik
TRT Avaz and Nationalism as a Public Diplomacy Tool
Ali PARİM, Cem ÇETİN25

Yahudi Göçleri ve Yahudi Kimliğinin Oluşumu
Jewish Migration and the Formation of Jewish Identity
Abdulvehap BALLI, Ali Fuat GÖKÇE57

Derleme Makalesi / Review Article

İslamofobinin Ekonomik Kökenleri ve ABD Dış Politikasının Küreselleştirici Rolü
Economic Roots of Islamophobia and Globalizing Role of the US Foreign Policy
Fatma SARIASLAN81

Gerçeklik Algısına Bir Müdahale Aracı Olarak Sentetik Medya Teknolojileri
Synthetic Media Technologies as an Intervention Tool in the Reality Perception
Yusuf YURDİGÜL, Akın YILDIRIM105

İnternet Bağımlılığı Çerçevesinden Kumar ve Oyun Bileşenleri Üzerine Bir Yazın Taraması
A Literature Review on Components of Gambling and Gaming Within the Scope of Internet Addiction
Özlem Deniz DUMAN123



İLETİŞİM ve DİPLOMASI

Communication and Diplomacy

ISSN: 2147-6772 Yıl/Year: Temmuz/July 2021 Sayı/Issue: 5



Editörden

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı olarak akademik çalışmalara katkı sunarak bilimsel bilgi ve araştırma birikimine büyük önem veriyoruz. 2013 yılında yayın hayatına başlayan İletişim ve Diplomasi dergimiz, İletişim Başkanlığımızın bünyesinde görev yapan öğretim üyelerinin gayretleriyle başta medya, iletişim ve uluslararası ilişkiler olmak üzere sosyal bilimler literatürüne özgün makalelerle değer katarak akademik yürüyüşüne devam etmektedir.

Genel temalı 5. sayımızda 3 araştırma ve 3 derleme makalesi olmak üzere 6 Türkçe makaleye yer veriyoruz. Titizlikle yürüttüğümüz editör kurulu süreçlerinin ardından çift kör hakem uygulamasıyla makalelerin bilimsel yeterliliklerini daha iyi bir düzeye getirerek çalışmalarını yayın aşamasına alıyoruz. Bu perspektifle yayına hazırladığımız 5. sayıda okuyuculara sunduğumuz makalelere kısaca değinmek isterim.

“Kamusal Halkla İlişkiler ve Dijital İletişim Uygulamaları: İstanbul İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı makalesiyle Evin Kanar Taslak ve Hatun Boztepe Taşkiran, belediyelerin dijital iletişim uygulamalarını kullanma amaçları ile dijital iletişim uygulamalarının belediyeler tarafından yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerine katkılarının neler olduğuna yönelik bulgular ortaya koymuştur.

“Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Avaz ve Milliyetçilik” çalışmalarında Ali Parim ve Cem Çetin, Türkiye’nin Orta Asya ve Kafkasya’ya yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde TRT Avaz kanalının üstlendiği role ve yayın stratejisine odaklanmaktadır.

“Yahudi Göçleri ve Yahudi Kimliğinin Oluşumu” başlıklı çalışmalarında Abdulvehap Ballı ve Ali Fuat Gökçe, Yahudilerin tarih sahnesine çıkışını, vadedilmiş topraklara ulaşmasını, yeryüzünün farklı coğrafyalarına göç etmek zorunda kalmasını ve Filistin’e dönüşünü, göç ve diaspora tecrübesi bağlamında incelemekte; söz konusu tecrübenin Yahudi kimliğine ve siyasetine etkisini, Tanah çerçevesinde tartışmaktadır.

“İslamofobinin Ekonomik Kökenleri ve ABD Dış Politikasının Küreselleştirici Rolü” adlı makalesinde Fatma Sarıaslan, ABD’nin 11 Eylül saldırıları sonrasında “terörle savaş” retoriği ile birlikte uygulamaya koyduğu dış politikanın İslamofobi olgusunu uluslararası düzlemde yaygınlaştırıcı ve küreselleştirici rolünü incelemektedir.

“Gerçeklik Algısına Bir Müdahale Aracı Olarak Sentetik Medya Teknolojileri” başlıklı çalışmalarında Yusuf Yurdigül ve Akın Yıldırım, yapay zekâ tarafından yaratılan dönüştürülmüş ya da yeniden yaratılmış içerikler medyası olan “sentetik medya”nın üretim biçimlerini anlamaya ve yeni bir kavram olan “sentetik medya”nın genel bir perspektifini ortaya koymaya çalışmaktadır.

“İnternet Bağımlılığı Çerçevesinden Kumar ve Oyun Bileşenleri Üzerine Bir Yazın Taraması” adlı makalesinde Özlem Deniz Duman, internet ve onun bileşenleri olarak kabul edilen kumar ve oyun gibi bütün bu olguların birbirleriyle olan ilişkisini irdelemektedir.

Makale değerlendirme sürecinde görev yapan hakemlere, danışman kurulunda yer alarak görüşlerini paylaşan kıymetli öğretim üyelerine, dergimize ilgi göstererek akademik çalışmalarını gönderen değerli yazarlara, editör kurulunda ve yayın kurulundaki emekleriyle dergimizin ortaya çıkmasını sağlayan çalışma arkadaşlarıma teşekkür ediyorum. Aralık 2021’de yayımlanacak 6. sayımız için güncel makalelerinizi bekliyor, herkese hayırlı okumalar diliyorum.

Prof. Dr. Fahrettin Altun
Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı

From the Editor

As the Directorate of Communications, we place great importance on contributing to academic studies in order to build up scientific knowledge and research. Our journal, Communication and Diplomacy, which began publication in 2013, continues its academic journey with the efforts of faculty members at our Directorate of Communications, adding value to the social sciences literature with original articles, including particularly in fields such as media, communication and international relations.

In our general themed 5th issue, we are publishing six articles in Turkish: three research articles and three review articles. We prepare the articles for publication by improving their scientific competence through a double-blind peer-review process following a thorough editorial board evaluation. I would like to touch briefly on the articles that have been prepared for publication as such and that we are presenting to readers in our 5th issue.

Evin Kanar Taslak and Hatun Boztepe Taşkıran, with their article titled “Governmental Public Relations and Digital Communication Practices: A Research on Istanbul District Municipalities”, present findings related to the goals of digital communication practises employed by the municipalities and the contributions of digital communication practices to public relations practices carried out by the municipalities.

Ali Parım and Cem Çetin focus on the role undertaken by TV channel TRT Avaz and its broadcasting strategy in Türkiye’s public diplomacy activities in Central Asia and the Caucasus in their article titled “TRT Avaz and Nationalism as a Public Diplomacy Tool”.

In their work titled “Jewish Migrations and the Formation of Jewish Identity”, Abdulvehap Ballı and Ali Fuat Gökçe examine the emergence of Jews on the stage of history, their arrival in the promised land, their forced migration to different geographies of the world, and their return to Palestine in the context of migration and diaspora experience, and discuss the impact of this experience on Jewish identity and politics within the framework of the Tanakh.

In her article titled “Economic Roots of Islamophobia and Globalizing Role of the US Foreign Policy”, Fatma Sarıaslan examines the role of the foreign policy pursued by the US together with the “war on terror” rhetoric after the September 11 attacks, in spreading and globalizing the phenomenon of Islamophobia in the international arena.

Yusuf Yurdigül and Akın Yıldırım, in their work titled “Synthetic Media Technologies as an Intervention Tool in the Reality Perception”, try to understand the production forms of “synthetic media”, which is the media of transformed or recreated content produced by artificial intelligence, and present a general perspective towards the new concept of “synthetic media”.

Özlem Deniz Duman, in her article titled “A Literature Review on the Components of Gambling and Gaming within the Scope of Internet Addiction”, examines the relationship between internet and what is considered to be components of it such as gambling and gaming.

I would like to thank the referees who took part in the article evaluation process, the valuable faculty members who served on the advisory board and shared their opinions, the valuable authors who showed interest in our journal and submitted their academic works, and my colleagues on the publications board and the editorial board who assisted in the publication of our journal. I look forward to your latest articles for our 6th issue, which will be published in December 2021, and wish everyone good readings.

Prof. Fahrettin Altun
Presidency’s Director of Communications Republic of Türkiye

Kamusal Halkla İlişkiler ve Dijital İletişim Uygulamaları: İstanbul İlçe Belediyeleri Üzerine Bir Araştırma¹

Governmental Public Relations and Digital Communication Practices: A Research on Istanbul District Municipalities

Araştırma Makalesi / Research Article



**Sorumlu yazar/
Corresponding author:**
Evin Kanar Taslak

ORCID: 0000-0002-
6509-1527

Geliş tarihi/Received:
03.06.2021

**Son revizyon teslimi/
Last revision received:**
01.07.2021

Kabul tarihi/Accepted:
08.07.2021

Yayın tarihi/Published:
19.07.2021

Atıf/Citation: Kanar
Taslak, E. & Boztepe
Taşkıran, H. (2021).
Kamusal halkla ilişkiler
ve dijital iletişim
uygulamaları: İstanbul
ilçe belediyeleri üzerine
bir araştırma. *İletişim ve
Diplomasi*, 5, 3-24

Evin KANAR TASLAK² & Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN³

ÖZ

Günümüzde hızla yaşanan dijitalleşme süreci, pek çok alanda değişimlere sebep olmuştur. Bu dönüşümün en çok hissedildiği alanlardan biri de halkla ilişkilerdir. Kurumların halkla ilişkiler amaçlarına ulaşabilmek için iş yapış şekillerinden hedef kitleleri ile olan ilişkilerine kadar pek çok süreçte dijital iletişim uygulamalarından faydalandıkları görülmektedir. Son yıllarda özellikle kamusal halkla ilişkiler yönünden belediyelerin dijitalleşme sürecine adapte olmaya yönelik faaliyetleri ve dijital iletişim uygulamalarına başvurma yönelimleri ilgi çekmektedir. Bu çalışma, kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinin amaç ve önemini, temel birer kamu kurumu olarak belediyeler açısından ortaya koymak ve belediyelerin kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinde dijital iletişim uygulamalarından yararlanma durumunu tespit etmek üzere planlanmıştır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda nitel araştırma yöntemleri kapsamında yer alan görüşme tekniğinin kullanımı yoluyla bir araştırma gerçekleştirilmiş ve İstanbul ilçe belediyelerinin dijital iletişim uygulamalarını kullanma durumuna yönelik bulgulara ulaşılması hedeflenmiştir. Araştırma ile belediyelerin dijital iletişim uygulamalarını kullanma amaçları ile dijital iletişim uygulamalarının belediyeler tarafından yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerine katkılarının neler olduğuna

¹ Bu makale Doç. Dr. Hatun Boztepe Taşkıran danışmanlığında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı'nda hazırlanan ve 21.04.2021 tarihinde kabul edilen aynı isimli tezden üretilmiştir.

² Yüksek lisans öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, evin.kanar@ogr.iu.edu.tr

³ Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, İstanbul, Türkiye, hatun.boztepe@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3447-9174

yönelik bulgular ortaya konmuştur. Dijital iletişim uygulamalarının zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırması, hızlı ve diyaloga dayalı iletişim kurmayı sağlaması gibi birçok avantajının varlığı sebebiyle, belediyeler tarafından yoğun olarak tercih edildiği araştırma bulguları ile ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kamu kurumları, halkla ilişkiler, kamusal halkla ilişkiler, belediyeler, dijital iletişim uygulamaları

ABSTRACT

The rapid digitalization process in today's world has led to changes in a variety of fields. Public relations is one of the fields that has been most affected by such transformation. It has been observed that, in order to attain their public relations goals, public institutions employ digital communication practices in many processes, ranging their way of conducting business to their relations with their target audiences. In recent years, it is notable, particularly from the standpoint of governmental public relations, that the municipalities have been involved in activities aimed at adapting to the digitalization process and have demonstrated a proclivity to use digital communication practices. This study has been planned to present the purpose and importance of governmental public relations activities for municipalities, as basic public institutions, as well as to determine the extent to which they employ digital communication practices in their governmental public relations activities. In line with the objectives of this study, a research has been conducted utilizing the interview technique, which is one of the qualitative research techniques, with the purpose of reaching findings about the extent to which İstanbul District Municipalities employ digital communication practices. The research has revealed findings about the purpose of the use of digital communication practices by municipalities, as well as the contributions of digital communication practices to the public relations activities carried out by municipalities. According to the findings of the study, municipalities have begun to prefer digital communication extensively in governmental public relations activities due to its numerous advantages such as removing time and space constraints and enabling fast and dialogue-based communication.

Keywords: Public institutions, public relations, governmental public relations, municipalities, digital communication practices

EXTENDED ABSTRACT

Today, the advances in information and communication technology and the rapid digitalization process have led to social, economic and cultural changes. Communication sciences are one of the areas where this transformation is most visible. New communication environments and digital communication practices that emerged



with digitalization have removed the time and space constraints in communication and made everyone active in producing content. The digitalization process, which brings about changes in the way institutions do business and communicate, has increased participation in communication practices and strengthened two-way communication processes. Also, it is known that digitalization contributes to communication in terms of transparency and accountability principles. Due to these features, it can be said that digital communication tools and practices have an impact on many disciplines within the scope of communication sciences.

Nowadays, it is noteworthy that digital communication tools, as well as traditional communication tools, are being used extensively in public relations efforts. In this context, corporations have started employing digital communication practices in many processes, ranging from their way of conducting business to their relations with their target audiences to achieve public relations goals. Digital communication environments can be used in the public relations efforts of public institutions, private sector organizations and non-governmental organizations. For all of these institutions, digital communication practices offer the opportunity to reach large target audiences at a low cost and high speed.

In recent years, the public institutions' tendency to adapt to the digitalization process and digital communication environments has attracted attention. Municipalities, which are considered one of the main public institutions, are affected by the rapid developments in the field of communication. It is observed that they have started using digital communication practices intensively in terms of governmental public relations activities. These activities are carried out in order to inform the public on activities, services and practices and learn about target audiences. Digital communication practices are essential in terms of two functions of governmental public relations. One of these functions is public recognition, which can be defined as determining target audiences' opinions, recommendations, expectations and evaluations about public institutions. Another function of governmental public relations is publicity, which can be defined as informing the public about public institutions' decisions, policies, services and activities.

In light of this information, this study has been planned to determine the use of digital communication tools by public institutions, focusing on municipalities. In line with the objectives of this study, research has been conducted utilizing the interview technique, which is one of the qualitative research methods, with the purpose of reaching findings about the extent to which İstanbul District Municipalities employ digital communication practices in their public relations activities. While invitations have been sent to 39 district municipalities of İstanbul, 22 of them agreed to participate in the research.

The research has revealed findings about the use of digital communication practices by municipalities and their contributions to governmental public relations activities carried out by municipalities. It has been found that municipalities have begun to prefer digital communication extensively in governmental public relations activities due to its numerous advantages, such as removing time and space constraints and enabling fast and dialogue-based communication.

Giriş

Halkla ilişkiler çabaları günümüzde kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri ve başarılı olmaları için vazgeçilmez bir yönetsel fonksiyon hâline gelmiştir. Halkla ilişkiler, özel sektörde faaliyet gösteren kurumlar kadar kamu kurumları için de önem taşımaktadır. Kamu kurumları tarafından yürütülen tüm halkla ilişkiler faaliyetlerini kapsayan ve halkla ilişkilerin önemli bir uzmanlık alanını oluşturan kamusal halkla ilişkiler, kamu kurumlarının hedef kitleleri ile olumlu ilişkiler kurmasında ve kurumsal hedeflerine ulaşmasında anahtar rol oynamaktadır.

Kamusal halkla ilişkilerin temelini oluşturan kamu kurumları, merkezi ve yerel yönetimler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Belediyeler, köyler ve il özel idareleri yerel yönetimler kapsamında bulunmaktadır. Yerel yönetimlerden sorumlu kamu kurumları, yerel ve bölgesel hizmetleri yerine getirmek üzere kurulmuştur. Yerel yönetimler arasında önemli bir yere sahip olan belediyeler, temel bir kamu kurumu olmaları sebebiyle kamusal halkla ilişkilerin önemli bir odağı hâline gelmiştir. Ayrıca benimsenen yeni kamu yönetimi anlayışıyla birlikte belediyelerin sorumlulukları ve hizmet alanları genişlemiş, bu sebeple de kamusal halkla ilişkilere olan ihtiyaç artmıştır.

Belediyeler, hedef kitlesi olan belde sakinlerine, bir diğer ifadeyle yönetilenlere faaliyet ile hizmetlerini tanıtılabilmek ve hedef kitlelerini tanıyabilmek amacıyla halkla ilişkilerden yararlanmaktadır. Belediyelerin, hizmet ve faaliyetlerini hedef kitlelere doğru ve zamanında tanıtımları, hedef kitlelerini iyi tanımaları, beklenti ve taleplerini belli aralıklarla ölçmeleri ve buna yönelik hizmet üretmeleri gerekmektedir. Belediyeler tarafından yürütülen kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinin hedef kitlelerle karşılıklı olumlu ilişkiler geliştirmek, hedef kitlelerin destek ve iş birliğini sağlamak ve yönetime karşı duyulan güven duygusunu artırmak gibi amaçları bulunmaktadır. Bu amaçlara ulaşabilmek için de kamusal halkla ilişkiler kritik bir rol üstlenmektedir.

Son yıllarda bilgi ve iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte, toplumsal ve kurumsal olmak üzere birçok alanda değişim ve dönüşüm yaşandığı bilinmektedir. Bu değişim ve dönüşümler diğer kurumlar gibi belediyeleri de dijitalleşme sürecine yöneltmiş ve dijitalleşmeye adaptasyonu gerektirmiştir. Kamu yönetimindeki yeni anlayış olarak 'yönetişim' ile benimsenen katılımcılık, şeffaf ve hesap vere-



bilir olma gibi ilkelerin hayata geçirilmesi, dijitalleşme ve dijital iletişim uygulamaları sayesinde kolaylaşmıştır. Dijital iletişim uygulamalarıyla belediyeler, yönetsel kararları ile faaliyetlerini hedef kitlelerine doğrudan iletebilir duruma gelmiş ve yönetimde katılımcılık ile hesap verebilirlik daha da güçlenmiştir. Dijital iletişimin bilgiye ulaşmayı kolaylaştırması, zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırması, katılımcılık ve etkileşimselliği artırması gibi özellikleri, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri açısından önemine işaret etmektedir.

Literatürde de yeni medya ve sosyal medyanın kamu kurumları ve özellikle de belediyelerin iletişim faaliyetleri açısından büyük bir potansiyeli barındırdığına dair görüşlerin ön plana çıktığı dikkat çekmektedir (Leighninger, 2012; Solmaz & Görkemli, 2012; Mergel, 2013; McNutt, 2014; Scott, 2016; Yeşildal, 2019). Literatürde ön plana çıkan bu görüş doğrultusunda söz konusu çalışmada kamusal halkla ilişkiler, belediyeler yönünden ele alınmış ve belediyelerin kamusal halkla ilişkiler açısından dijital iletişim uygulamalarından yararlanma durumunun tespiti amaçlanmıştır. Aynı zamanda bu çalışmayla belediyelerin dijital iletişimi kullanma amaçları ile dijital iletişim uygulamalarının belediyeler tarafından yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerine katkılarının neler olduğunun ortaya konması da hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak İstanbul'da bulunan 39 ilçe belediyesinin halkla ilişkiler müdürlüklerinde veya ilgili birimlerinde görev yapan katılımcılara 11 sorudan oluşan görüşme formu yöneltilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgular, belediyelerin kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinde dijital iletişim uygulamalarından yararlandıklarına işaret etmiş; dijital iletişim uygulamalarının hem hedef kitleleri tanıma (görüş, öneri ve beklentilerini öğrenme) hem de hedef kitlelere belediye faaliyetleri hakkında bilgi verme, yani tanıtım amacı doğrultusunda kullanıldığı tespit edilmiştir. Bulgular, dijital iletişim uygulamalarının, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetlerine önemli katkılar yaptığını işaret etmiş ve ayrıca asılsız, gerçek olmayan bilgilerin hızlı biçimde yayılması nedeniyle dijital iletişim uygulamalarının belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri açısından dezavantaja yol açabileceği de ortaya konmuştur.

Kamusal Halkla İlişkiler ve Belediyeler

Stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak kurumlara önemli katkılar sunan halkla ilişkiler; kurumlar ve hedef kitleleri arasında karşılıklılık esasını temel alacak şekilde, anlayış, iyi niyet, hoşgörü ile diyalog odağında olumlu ve uzun vadeli ilişkilerin kurulmasını, yönetilmesini ve korunmasını amaçlamaktadır. Halkla ilişkiler aynı zamanda, kurumların amaçlarına başarılı olarak ulaşmasına destek olan, kurumun karar ile faaliyetlerinden etkilenen ve bunları etkileme gücüne sahip hedef kitlelerin ve çevrenin talep, beklenti ve istekleri doğrultusunda kurumsal değişim sürecini güçlendiren

bir fonksiyondur. Cutlip, Center ve Broom'un ifadesiyle de halkla ilişkiler (1999, s. 5), kurumsal hedeflere ulaşmaya, kurum felsefesini tanımlamaya ve kurumsal değişimi kolaylaştırmaya yardımcı olan bir yönetim işlevidir.

Günümüzde halkla ilişkilerin genişleyen kapsamı ve uygulama alanlarının fazlalığı dikkat çekmektedir. Gerek kamu kurumlarının gerek özel sektör kuruluşlarının ve gerekse sivil toplum kuruluşlarının kurumsal misyonlarını yerine getirmek ve kurumsal amaçlarına ulaşabilmek için halkla ilişkilere gereksinim duydukları bilinmektedir.

Halkla ilişkilerin önemli bir uygulama alanı olarak ön plana çıkan kamusal halkla ilişkiler ise, tüm düzeydeki kamu kurumları tarafından gerçekleştirilen halkla ilişkiler faaliyetleri olarak tanımlanabilmektedir (Boztepe, 2014). Halkla ilişkiler, kurum ile bağlı olduğu hedef kitleler arasındaki karşılıklı yarar ilişkilerinin geliştirilmesini ve sürdürülmesini destekleme amacıyla gerçekleştirilen kurumsal iletişim ve faaliyetler olarak düşünüldüğünde (McKee & Lamb, 2009, s. 1); amacı ekonomik yarar olmayan ve kamusal hizmetlerin sunumu yoluyla kamusal yarar sağlama amacına odaklanan kamu kurumlarının halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarına, bir diğer ifadeyle ise kamusal halkla ilişkilere ihtiyaç duydukları söylenebilmektedir.

Halkla ilişkiler, kamu yönetimi bağlamında, bir kamu kurum ya da kuruluşunun bağlantı hâlinde olduğu toplumun onay ile güvenini ve desteğini kazanmak için gerçekleştirdiği, çift yönlü iletişimi esas alan, nihayetinde kamuoyunda kurum ya da kuruluşun; kurum ya da kuruluştaki ise toplumun arzu ettiği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylelikle kurum veya kuruluş ile hedef kitleleri arasında mümkün olabilecek en uygun düzeyde denge ve uyum sağlanmasına yönelik gerçekleştirilen sistematik ve daimi çabaların tümüdür (Yalçındağ, 1987, s. 57). Kamu kurumlarının halkla ilişkilere duydukları gereksinim, kamu yararının sağlanmasıyla yakından bağlantılıdır. Kamu kurumlarının, kamu yararıyla sonuçlanacak karar, politika ve faaliyetleri geliştirilebilmesi için ise halkla ilişkilerdeki tanıma ve tanıtma fonksiyonlarının etkin bir şekilde uygulanması gerekliliği gündeme gelmektedir.

Kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinin nihai amacı tanıma ve tanıtma işlevlerini doğru uygulayarak, kamu yönetimi ve hedef kitle arasında olumlu ilişkiler geliştirmektir. Kazancı'nın belirttiği gibi (2011, s. 74) yönetileni aydınlatmaya, yürütülen tüm faaliyetleri halka anlatmaya ve açıklamaya tanıtma, halkın talep ve şikâyetlerini öğrenmeye ise tanıma denir. Kamusal halkla ilişkiler yönünden tanıma işlevi; kamu kurumunun hedef kitlenin özellikleri ve beklentileri hakkında bilgi sahibi olması, tanıtma ise hedef kitleye kamu kurumu hakkında tam bilgi verilmesi ve kamu yönetimi tarafından alınan kararların tam olarak açıklanması olarak özetle ifade edilebilmektedir. Kamu kurumlarının, kamuları, diğer bir deyişle hedef kitlelerini tanıması ve kendini tanıtması, olumlu ilişkiler geliştirmesi ve karşılıklı güven ortamını oluşturulabilmesi için halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyacı vardır.



Kamu kurum ve kuruluşları değer özelliklerini muhafaza etmek için halkla ilişkiler faaliyetlerine önem vermek, halkla ilişkilerin yöntem, araç ve tekniklerinden daha fazla faydalanarak gerçekleştirdikleri hizmetleri halkın bilgisine sunmak durumundadır. Bu durumu başarabildikleri ölçüde halkın destek ve güvenini sağlayacaklarından, halkla ilişkiler merkezli bir hizmet sunma kamu yönetiminin görevidir (Çakmak & Kilci, 2011, s. 219). Kamusal halkla ilişkiler uygulamaları sayesinde tüm kamu kurumları hedef kitlesini doğru belirleyip tanımakta hem de beklenti ve taleplerini tespit ederek buna yönelik stratejiler geliştirebilmektedir.

Kamusal halkla ilişkilerin temelini oluşturan kamu kurumları, merkezî ve yerel yönetimler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Cumhurbaşkanlığı, bakanlıklar gibi kamu kurumları merkezi yönetim kamu kurumları olarak değerlendirilebilirken; il özel idaresi, köy ve belediyeler ise yerel yönetimler kapsamında değerlendirilmektedir. Merkezi yönetim, daha genel ve tüm ülkeyi etkileyebilecek sorunlarla ilgilenirken, yerel yönetimler tüm ülkeyi etkileyebilecek sorunlarla değil daha çok yerel ve gündelik sorunlarla ilgilenmektedir (Riemer, 1961, s. 8). Yerel yönetimler arasında önemli bir yere sahip olan belediyeler de temel birer kamu kurumu olarak kamusal halkla ilişkilerin önemli bir uygulayıcısı hâline gelmiştir. Ayrıca benimsenen yeni kamu yönetimi anlayışıyla birlikte, belediyelerin sorumlulukları ve hizmet alanları genişlemiş ve bu sebeple kamusal halkla ilişkilere olan ihtiyaç her geçen gün artmıştır. Sezgin'in ifade ettiği gibi (2007, s. 105) yerel yönetimlere yönelik mevzuatlar, özellikle belediyelerin işlevini artırmıştır. İmar hizmetlerinden kültür hizmetlerine kadar birçok alan belediyelerin görev alanına girmiştir. Yerel yönetimlerin görev alanlarının genişlemesi, halkla ilişkilere olan gereksinimin artmasına neden olmuştur.

Belediyelerin verimli ve etkin halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmedikçe halkın desteğini kazanabilmeleri ve halkın ihtiyaçlarına yönelik politikaları hayata geçirebilmeleri oldukça zordur. Çünkü halkla ilişkiler hem belediyenin halka hem de halkın belediyeye ulaşabilmesi için bir köprü görevi görmektedir. Bu açıdan bir değerlendirme yapıldığında halkla ilişkiler, belediyeler açısından kritik bir rol oynamaktadır (Özüpek, 2013, s. 27). Yayınoğlu'nun da işaret ettiği gibi (2005, s. 41) yerel yönetim kurumlarında halkla ilişkiler, yerel yönetim tarafından verilen hizmetlerin ya da alınan kararların, yerel halkı ne yönde etkilediğini nesnel bir şekilde değerlendirmek, konuları tespit etmek ve kimin, neyi, nerede ve ne zaman yaptığını açıklamaya yönelik bir iletişim programını hayata geçirmek demektir. Bu bakış açısıyla değerlendirildiği zaman da belediyelerin halkla ilişkilerin temelini oluşturan tanıma ve tanıtma fonksiyonlarını yerine getirmek; şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcılık ilkelerini güçlendirmek için kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinden faydalandıkları dikkat çekmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde bu yönlerden belediyelerin kullanabileceği tanıtma araçları ise kamuoyu araştırmaları, hazırlanan afişler, basılan

broşürler, faaliyet raporları, kurum gazeteleri gibi basılı dokümanlar, belirli aralıklarla düzenlenen fuar, halk günleri, festival ve seminerler sayılabilirken; halkı tanıma yolları, halk tarafından yapılan başvurular, kamuoyu araştırmaları, referandum gibi yollar sayılabilmektedir (Tunç, 2016, s. 84). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte ise belediyelerin bu geleneksel iletişim araç ve yöntemleri ile birlikte yoğun olarak dijital iletişim uygulamalarına başvurdukları görülmekte; dijital iletişim uygulamalarının etkileşimselliği sağlama, şeffaflık, hesap verebilirlik ve katılımcılığı güçlendirme yönünden sunduğu kapasiteden yararlanma eğilimi sergiledikleri dikkat çekmektedir.

Belediyelerin Kamusal Halkla İlişkiler Bağlamında Dijital İletişim Uygulamalarını Kullanımı

Günümüzde bilgi ve iletişim alanında ciddi gelişmeler yaşanmakta ve bu gelişmeler birçok alanda değişim ve dönüşümlere yol açmaktadır. Bu değişim ve dönüşümlerden en önemlisi olarak kabul edilen bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte, hayatın neredeyse her alanında yaşanan dijitalleşme süreci başlamıştır.

Dijitalleşme, iletişim kurma yöntemlerini de değiştirmiş ve başka bir boyuta taşımıştır. İletişimde dijitalleşme ile yeni medya ortaya çıkmış ve bu değişimler dijital iletişim teknolojileri olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Dijital iletişim teknolojilerinin iki avantajı olan sürekli iletişim kurma ve artan farkındalık, toplum yapısında köklü değişimlere yol açmıştır (Hampton, 2016, s. 101). Yüz yüze başlayan, daha sonra basılı kaynaklar ve diğer araçlarla tek taraflı yürütülen iletişim, dijitalleşme ile kırılma yaşamış ve çift yönlü hâle gelmiştir. Dijitalleşmenin hüküm sürdüğü, yeni iletişim teknolojilerinin türlerinin ve fonksiyonlarının her geçen gün arttığı günümüz toplumsal yapısı; bilgiye erişimi, bilginin paylaşılmasını, bilginin yayılımını, arşivlenmesini ve iletilmesini kolaylaştırmış ve aynı zamanda hızlandırmıştır. Bu kapsamda yeni iletişim teknolojileri bilgi çağıının itici gücü olarak konumlandırılmıştır (İspir, 2013, s. 3). Bilginin üretimi, dağıtımı ve saklanması önemli değişimleri meydana getiren dijitalleşme süreci, iletişimi de yeni medya ya da dijital medya olarak ifade edilebilecek ortamlara taşımıştır. Dijital ortamlarda gerçekleşen yeni iletişim uygulamaları ise sahip olduğu özellikler nedeniyle, halkla ilişkiler de dâhil olmak üzere pek çok alan üzerinde etki oluşturmuştur.

Golan'ın belirttiği gibi (2019, s. 1599) halkla ilişkiler alanı son yıllarda küreselleşmenin yanı sıra dijital ve sosyal ortamların öne çıkması ve önemli hâle gelmesiyle değişime uğramıştır. Kurumların eskiden sadece kendi coğrafi alanlarıyla sınırlı olan ortamlardan ziyade, coğrafi sınırların ve kurumsal paydaşların, dünyanın dört bir yanına yayıldığı hızlı hareket eden küresel bir ortama uyum sağlamaları gerekmektedir. Bu adaptasyonun sağlanmasında cep telefonları, bilgisayarlar,

e-postalar, web siteleri ve sosyal medya gibi internet temelli uygulamalar şeklinde ifade edilebilecek yeni medyanın, halkla ilişkiler bağlamında kullanılabilecek dijital iletişim ortamları olarak ön plana çıktığı söylenebilmektedir. Bu ortamlar iletişime etkileşimselliği sağlama, katılımcılığı arttırma, zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırma vb. gibi pek çok özellik kazandırmış ya da var olan özellikleri pekiştirmiştir.

Williams'a göre (1996, s. 3) toplum ve kültürde var olan teknoloji, her ikisinden etkilenir ve ayrıca her ikisini de etkiler. Teknolojinin sağlamış olduğu karşılıklı etkileşim özelliği yaşanan dijitalleşme süreci ile yeni bir boyuta taşınmış ve yeni iletişim araçlarını geleneksel iletişim araçlarından ayıran temel özelliklerden biri de etkileşimsellik olmuştur. Yeni iletişim sistemlerinin tümü iki kişinin yüz yüze konuşması gibi en azından belirli bir etkileşim düzeyine sahiptir. Etkileşim, yeni iletişim sistemlerinin adeta sohbete katılan bir kişi gibi kullanıcıya cevap verme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir (Rogers, 1986, s. 4). Bu bilgiler doğrultusunda dijital iletişim ortamlarının, iletişimde çift yönlülüğü ve etkileşimi destekleyen yapısıyla ön plana çıktığı söylenebilmektedir.

Son yıllarda bütün kurumlar ve hedef kitleler, internet alanındaki gelişmelerden faydalanmakta ve dijital platformların kullanıcısı hâline gelmektedirler. Bu doğrultuda bir kurum, halkla geleneksel ilişkiler kurma yeteneğinin yanında, dijital dünyadaki iletişimi yönetme kabiliyetine doğru hızla ilerlemektedir (Koçyiğit, 2017, s. 37). Bu kabiliyetin kazanılabilmesi için kurumların, dijital iletişimin zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırması, katılımcılığı güçlendirmesi ve etkileşimselliği artırması gibi özelliklerini göz önüne alarak iletişimi yönetmeleri ve buna yönelik stratejiler oluşturmaları gerekliliği ortaya çıkmıştır. Kurumlar hedef kitleleriyle olan ilişkilerini, dijital iletişimin özelliklerinden faydalanarak ve teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek yürütmelidirler. Çünkü teknolojiler, bir konu üzerinde tartışanların arasındaki diyalogu, diğer bir deyişle etkileşimselliği arttırmakta ve internet, konu hakkında tartışanlara, ulaşılması zor veya imkânsız olan halka ve kitlelere ulaşma imkânı sunmaktadır (Heath, 1998, s. 274). Zaman ve mekân kısıtı olmadan, kurumlar ile hedef kitleleri iletişim süreçlerinde aktif hâle getiren, tarafların birbirlerine görüş, öneri ve beklentilerini sunmasına imkân sağlayan, iletişimin etkileşim ve diyalog özelliğine uygun biçimde yönetilmesini mümkün kılan yeni iletişim ortamları, halkla ilişkiler açısından dijital iletişim uygulamalarının daha da ön plana çıkmasını sağlamıştır (Boztepe Taşkiran, 2019, s. 123). Bu sebeplerden ötürü, kamu kurum ve kuruluşları da dijital iletişim uygulamalarından aktif olarak faydalanmaya başlamıştır.

Kamu kurum ve kuruluşları açısından diğer kurum ve kuruluşlar gibi yürütülen tüm halkla ilişkiler çabalarının nihai amacı hedef kitleler ile olumlu ilişkiler tesis edip kuruma karşı olumlu bir imaj oluşturmaktır. Olumlu ilişkileri geliştirebilmek için ise kamu kurumunun hedef kitlesini iyi tanıması ve buna yönelik stratejiler geliştirmesi

gerekmektedir. Kamu kurumları, hedef kitlelerin özelliklerini, beklentilerini ve isteklerini doğru tespit edip buradan hareketle kamusal hizmetlerini yerine getirmelidir. Başarılı halkla ilişkiler, hedef kitlelerin talep ve beklentilerini doğru tahmin edip, talep edilebilirini üretmeyi sağlayacağı gibi aynı zamanda kurumsal hedeflere uyumlu bir şekilde hedef kitleleri etkileyerek onlara yeni birtakım talep ve beklentilerin aşılmasına da hizmet edebilmektedir (Yıldırım, 2010, ss. 155-156). Kamu kurumlarının başarıları hem iç hem de dış hedef kitlelerini iyi tanımalarına, görüş ve düşüncelerini tam ve doğru tespit etmelerine bağlıdır. Günümüzde iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ile dijital yöntemlerle hedef kitleleri tanıma yöntemleri gelişmiştir. Dijital iletişim uygulamaları kamusal halkla ilişkilerde hedef kitlelerin tüm yönleriyle tanınması, onlara uygun strateji ve uygulamaların yapılandırılması, kamusal hizmetlerin şekillendirilmesi ve bu hizmetlerin tanıtılması açısından ön plana çıkmaktadır.

Tanıma ve tanıtma fonksiyonlarının yerine getirilmesi açısından kamu kurumlarına yapabileceği katkının dışında dijital iletişim uygulamalarının şeffaflık, katılımçılık ve hesap verebilirlik ilkelerine uygun bir yönetim anlayışının kamu kurumları tarafından benimsenebilmesine de katkı sunmaktadır.

Kamu yönetiminde anlayışın değişmesi, diğer bir deyişle geleneksel kamu yönetiminden yeni kamu yönetimine geçişle birlikte hedef kitleler merkezi konuma taşınmış; katılımçılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi ilkeler gündeme gelmiştir. Dijital iletişim uygulamalarının kamu kurumlarında aktif olarak kullanılmaya başlanmasıyla öne çıkan e-katılım kavramı, katılımın dijital yollarla yerine getirilmesi anlamına gelmekte ve merkezinde vatandaşlar bulunmaktadır. E-katılımın birincil amacı dijital ortamda yönetim faaliyetlerine vatandaşların katılmasının sağlanmasıdır. E-katılım vatandaş odaklı bir mekanizma olarak, kamu kararlarına vatandaşların katılması ile dijital ortamda vatandaşlara hizmet sunumu amaçlarını kapsamaktadır (Örselli et al., 2018, s. 115).

Yeni kamu yönetimi anlayışı ile öne çıkan diğer bir ilke olan şeffaflığın hayata geçirilmesinde de dijital iletişim uygulamaları önemli bir role sahiptir. Şeffaflık OECD tarafından (2005, s. 29) kamusal eylemlerin ve bu eylemlerin gerçekleştirilmesinden sorumlu olanların, kamunun denetimine ve itirazlarına açık olması olarak ifade edilmektedir. Boztepe Taşkiran'a göre de (2019, s. 139) kamu yönetiminde şeffaflık ilkesi, kamusal halkla ilişkiler çabalarıyla yerine getirilmektedir. Kamusal halkla ilişkiler strateji ve uygulamaları, etkili iletişim mekanizmalarını kullanma yoluyla bir yandan kamu kurumlarına ilişkin bilgilerin herkes tarafından ulaşılabilir olacak şekilde sunumunu ve kamu faaliyetlerine ilişkin vatandaşların bilgilendirilmesini sağlayıp kamu sektöründe şeffaflığı güçlendirebilirken; diğer yandan da vatandaşların görüş, öneri, beklenti ve taleplerini ilgili kurumlara aktarmasını sağlayarak, vatandaşların yönetime katılımını destekleyebilmektedir.

Yeni kamu yönetimi anlayışıyla önem kazanan ilkelerden bir diğeri ise hesap verebilirlik ilkesi olmuştur. Kâr amacı gütmeyip kamu yararını amaçlayan kamu kurum ve kuruluşları açısından hesap verebilirlik mekanizmaları oldukça önemli bir yere sahiptir. Hesap verebilirlik, kamu hizmetlerinin önceden belirlenmiş yöntemler çerçevesinde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği, kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanılıp kullanılmadığının belirlenme sürecidir (Dilaveroğlu, 2020, s. 49). Günümüzde pek çok kamu kurumu karar ve uygulamalarına yönelik gerekçeleri; web sitelerini, e-postaları ve sosyal medya platformlarını kullanma yoluyla hedef kitlelerine açıklamakta ve böylelikle hesap verebilirlik yönünden dijital iletişim uygulamalarını kullanmaktadır.

Tüm kamu kurumları açısından olduğu gibi belediyeler açısından da kamusal halkla ilişkilerde dijital iletişim uygulamalarının kullanılması önem taşımaktadır. Belediyeler, içerisinde bulunduğu ilçenin ve ilçe sakinlerinin gereksinimlerini karşılamak üzere hizmet sunan birer tüzel kişiliktir. Gün geçtikçe şehirleşmenin hız kazanması ve gelişen kentleşme anlayışı, belediyeler tarafından sunulan hizmetlerin çeşitliliğinin artmasına ve belediyelerin hizmet alanlarının genişlemesine neden olmuştur (Yurdakul et al., 2011, s. 200). Belediyeler geleneksel olarak temizlik, altyapı, aydınlatma gibi hizmetler vermekteyken, yaşanan gelişmelerle birlikte sosyal, kültürel vb. hizmetlere de yönelmişlerdir. Genişleyen hizmet yelpazesi, belediyelerin dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerden faydalanması açısından da itici bir güç olarak konumlanmıştır.

Dijital değişim ve dönüşümle birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması vatandaş odaklı sürdürülebilir bir yönetim anlayışının gerçekleştirilmesinde, yerel yönetimlere hizmetlerinin daha adil, verimli, etkin, katılımcı, şeffaf, hesap verebilir bir şekilde sunulmasının yollarını daha da açmıştır (Karaca & Öztürk, 2019, s. 531). Belediyelerin bu dijital dönüşüme ayak uydurması ile birlikte daha şeffaf, daha katılımcı bir anlayış benimsemesine katkı sağlamıştır. Diğer yandan modern dünya yerel yönetimlerin sunduğu hizmetlerden yararlanmak, iş ve işlemlerini halletmek için vatandaşların belediye kapısına gitmek zorunda olmadığı bir sisteme doğru hızlı bir şekilde ilerlemektedir. Özellikle iletişim alanında yaşanan teknolojik ilerlemeler, hayatın organizasyonunu, yönetim ve vatandaş için kolaylaştırmaktadır (Henden & Henden, 2005, ss. 56-57). Bu kolaylıkların yanı sıra belediyeler tarafından dijital iletişim araçlarının doğru ve yerinde kullanılmaması ve dijital uygulamaların iyi yönetilmemesi durumu birçok riski de içinde barındırmaktadır. Bu sebeple belediyeler için birçok avantaj sağlayan dijital iletişimin doğru yönetilmesi gereken hayati öneme sahip bir süreç olduğu da dikkate alınmalıdır. Dijital ortamlarda gerçekleşen iletişim süreçlerinin, kurumsal hedeflere zarar verme potansiyelini barındıran kriz gibi olumsuz durumlara yol açmaması için stratejik biçimde yönetilmesi gerekliliği de ön plana çıkmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Çalışmanın bu kısmında İstanbul ilçe belediyelerinin katılımıyla gerçekleşen, dijital iletişim uygulamalarının belediyeler tarafından kamusal halkla ilişkiler kapsamında kullanımına yönelik mevcut durumun tespitini amaçlayan araştırmaya dair bilgilere yer verilmektedir. Bu araştırmanın amacı kamusal halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarını, belediyeler açısından ele almak ve İstanbul ilçe belediyelerinin dijital iletişim uygulamalarından faydalanma durumunu ortaya koymaktır. Belediyelerin etkili kamusal hizmet sunumu ve kamusal fayda amacına ulaşabilmesi için halkla ilişkiler faaliyetlerine başvurması gereklilik taşımaktadır. Kamusal halkla ilişkiler faaliyetleri, hedef kitlelerin özellikleri yönünden tanınması, kamusal hizmetlerin ve faaliyetlerin hedef kitlelere tanıtılması açısından önemlidir. Ayrıca kamusal halkla ilişkiler faaliyetleri aracılığıyla belediye yönetimlerinde şeffaflık ve hesap verebilirlik güçlendirilebilmekte ve yönetime vatandaş katılımı sağlanabilmektedir. Dijital iletişim uygulamaları ise sahip oldukları özellikler nedeniyle, kamusal halkla ilişkiler yönünden kullanılabilir bir kapasiteyi barındırmaktadır. Bu bilgilerden hareketle araştırma ile dijital iletişim uygulamalarının belediyeler tarafından kullanım durumunu ortaya koymak hedeflenmiş; İstanbul ilçe belediyelerinin dijital iletişim uygulamalarını hangi kamusal halkla ilişkiler amaçlarına ulaşmak için kullandığının ve dijital iletişim uygulamalarının kullanımının kurumlara ne tür katkılar sağladığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Söz konusu amaçlar doğrultusunda araştırmanın aşağıdaki araştırma sorularını yanıtlaması beklenmektedir:

- ▶ İstanbul ilçe belediyeleri hangi dijital iletişim uygulamalarını kullanmaktadır?
- ▶ İstanbul ilçe belediyeleri, hedef kitleleri tanıma, kamusal hizmet, karar ve faaliyetleri hedef kitleleri tanıma amacıyla dijital iletişim uygulamalarına başvurmakta mıdır?
- ▶ Dijital iletişim uygulamaları, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri için ne tür avantajlar ve dezavantajlar oluşturmaktadır?
- ▶ Dijital iletişim uygulamaları, belediye yönetimlerinde şeffaflığın ve hesap verebilirliğin güçlendirilmesi, katılımcılığın sağlanması yönünden ne tür bir katkı yapmaktadır?
- ▶ Belediye yönetimleri, dijital iletişim uygulamalarının kullanımı açısından nelele dikkat etmektedir?

Araştırmanın Yöntemi ve Tekniği

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri kapsamında bulunan görüşme tekniği kullanılmıştır. Salgın şartlarından ve belediyelerin esnek çalışma sistemini uygulamaya başlamasından ötürü görüşmelerin yüz yüze gerçekleştirilmesi mümkün olmamıştır. Bu nedenle ilgili kişilere öncelikle telefonla ulaşılmış, araştırmaya katılım daveti yapılmış ve ardından 11 sorudan oluşan görüşme formu çevrim içi ortamda kendilerine iletilmiştir. Luo ve Wildemuth'un belirttiği gibi (2017, s. 249) literatürde görüşme tekniğinin yüz yüze uygulanması yönünde bir görüş bulunmaktadır. Ancak görüşmelerin daha geniş bir perspektiften telefon ya da e-posta gibi diğer kanallar üzerinden de gerçekleştirilebilmesi mümkündür. E-posta ise önceden belirlenmiş yer ve zamanda kolayca ulaşılamayacak bir popülasyona ulaşmak için kullanışlı bir görüşme aracıdır.

Araştırma, 2 Aralık 2020 - 11 Ocak 2021 tarihleri arasında, 22 belediyenin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. İstanbul'daki 39 ilçe belediyesinden bazıları yapılan hatırlamalara rağmen araştırmaya katılmama eğilimi sergilemiştir. Araştırmaya katılan belediyelerin ve görüşme sorularına cevap veren yetkililerin adları gizli tutulmuştur. Araştırmaya katılmayı kabul eden 22 kurum, katılım sıralarına uygun olarak Kurum 1, Kurum 2, Kurum 3, Kurum 22 şeklinde kodlanarak elde edilen bulguların sunumu gerçekleştirilmiştir. Görüşme soruları, belediyelerin basın yayın ve halkla ilişkiler departmanlarındaki yetkili kişiler tarafından yanıtlanmıştır.

Görüşme tekniği ile toplanan veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Betimsel analizde Yıldırım ve Şimşek'in (2008) bakış açısı doğrultusunda görüşme verileri önceden belirlenen temalara göre sınıflandırılmış, özetlenmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırmanın Evreni, Örnekleme, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın evrenini İstanbul ilçe belediyeleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise araştırmaya katılan 22 ilçe belediyesidir. Araştırmanın kapsamı İstanbul'daki ilçe belediyelerinden oluşmaktadır. Araştırmaya tüm ilçe belediyelerin katılmamış olması bu araştırmanın en temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırmanın bir diğer sınırlılığını ise pandemi sebebiyle İstanbul'da bulunan tüm belediyelerle yüz yüze planlanan görüşmelerin yapılamamış olması ve veri toplama sürecinin çevrim içi şekilde gerçekleştirilmesidir.

Araştırmanın Bulguları

İstanbul ilçe belediyelerinin katılımıyla gerçekleştirilen ve belediyelerin kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinde dijital iletişim uygulamalarından faydalanma durumunun tespiti amaçlanan araştırmada 11 görüşme sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların bu sorulara vermiş oldukları cevaplar ve cevaplar doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıda genel bir değerlendirme ile sunulmuştur.

Kamusal Halkla İlişkilerde Dijital İletişim Uygulamalarının Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan belediyelerin neredeyse tümü, kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinde dijital iletişim uygulamalarını kullandıklarını ve özellikle kurumsal web siteleri, e-postalar ile sosyal medya platformlarından tanıtma amacıyla yoğun olarak yararlandıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte Kurum 2, Kurum 4, Kurum 7, Kurum 9, Kurum 10, Kurum 14 ve Kurum 19, hedef kitleleri olan ilçe halkının görüş, talep, istek ve şikâyetlerini anında öğrenme amacıyla da dijital iletişim uygulamalarından faydalandıklarını ifade etmiştir. Kurum 4, Kurum 9, Kurum 12 ve Kurum 14, hedef kitlelerin e-belediye hizmetlerine ulaşması amacıyla da dijital iletişim ortamlarından yararlandıklarını açıklamıştır. Ayrıca Kurum 7 ve Kurum 17 dijital iletişim araçlarını kullanmalarına temel teşkil eden, hedef kitleler ile karşılıklı ve doğrudan iletişim kurmak amaçlarından bahsetmiştir. Bu bağlamda belediyelerin dijital iletişim uygulamalarını kullanım amaçları açısından tanıtma amacının ön plana çıktığı bulgusu dikkat çekmektedir. Tanıtma amacını ise tanıma, hedef kitlelerin belediyecilik hizmetlerine ulaşmasını sağlama ve hedef kitlelerle karşılıklı iletişim kurma amaçlarının takip ettiği görülmektedir.

Dijital İletişimin Kamusal Halkla İlişkilerde Tanıtma Fonksiyonu Yönünden Kullanımına İlişkin Bulgular

Elde edilen bulgular, belediyelerin tanıma yönünden dijital iletişim uygulamalarından faydalandıklarına işaret etmiş ve hedef kitlelerin görüş, öneri ve beklentilerinin öğrenilmesi için en çok kurumsal web sitelerinden ve sosyal medyadan yararlandığı tespit edilmiştir. Belediyelerin dijital iletişim uygulamalarından hedef kitleleri tanıma amacıyla faydalandığı, fakat bu amaca dönük kullanımın tanıtma fonksiyonu yönünden kullanımla kıyaslandığında sınırlı kaldığı gözlemlenmiştir. Yalnızca Kurum 7, hedef kitlelerini tanıma amacıyla neredeyse tüm dijital iletişim uygulamalarından faydalandığını ve hedef kitlelerin görüş, talep, şikâyet ve memnuniyetlerinin dijital iletişim ortamları aracılığıyla ölçüldüğünü belirtmiştir.

Dijital İletişimin Kamusal Halkla İlişkilerde Tanıtma Fonksiyonu Yönünden Kullanımına İlişkin Bulgular

Elde edilen bulgular doğrultusunda belediyelerin hedef kitleleri bilgilendirmek amacıyla dijital iletişim uygulamalarını kullandığı ve bu amacı yerine getirmek için de en yoğun olarak kurumsal web siteleri ile sosyal medya platformlarının tercih edildiği ortaya konmuştur. Kurumsal web siteleri ve sosyal medya platformlarının yanı sıra belediyelerin çoğu SMS yoluyla da hedef kitlelere bilgilendirme yaptıklarını vurgulamışlardır. Kurum 10, hedef kitleleri bilgilendirme açısından dijital iletişim uygulamalarının özellikle pandemi sürecinde fazlaca ön plana çıktığına dikkat çekmiştir. Kurum 10, özellikle dünya çapında yaşanan pandemi sebebiyle dijital iletişim uygulamalarından güncel duyuruların iletilmesinde, değişikliklerin ve diğer faaliyetlerin duyurulmasında faydalandıklarını açıklamış ve dijital iletişim uygulamalarının pandemi gibi olağanüstü bir süreçte sağladığı kolaylıklardan bahsetmiştir. Kurum 10 da dâhil olmak üzere araştırmaya katılan tüm belediyelerin dijital iletişim uygulamalarına tanıtma amacına dönük olarak yoğun bir şekilde başvurdukları dikkat çekmektedir.

Dijital İletişim Uygulamalarının Belediyelerin Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Katkılarına İlişkin Bulgular

Dijital iletişim uygulamalarının belediyelerin yürüttüğü halkla ilişkiler faaliyetlerine zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırma, hız ve etkileşimselliği artırma gibi katkıları olduğu tespit edilmiştir. Bu katkıların en başında, dijital iletişim uygulamaları sayesinde hedef kitlelerin daha hızlı ve belediyeye gelmeden hizmet alabilmeleri; diğer bir anlatımla, hedef kitlelerin belediye ve hizmetlerine zaman ve mekân kısıtı olmadan ulaşabilmeleri yer almaktadır. Aynı zamanda elde edilen bulgular doğrultusunda, hedef kitlelere geleneksel iletişim araçlarına kıyasla dijital iletişim araçlarıyla ulaşmanın daha düşük maliyetli olduğu da tespit edilmiştir. Dijital iletişim uygulamalarının, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetlerine en temel katkısının, katılımcılar tarafından etkileşim kavramı odağında açıklandığı görülmüştür. Kurum 13, hedef kitlelerin dijital iletişim uygulamaları aracılığı ile belediye başkanına mesaj iletmelerini ve dönüş almasını, etkileşimsellik doğrultusunda, hedef kitlelerin belediye başkanı ile yolda karşılaşp yüz yüze sohbet etmesine benzer bir faaliyet olarak yorumlamıştır. Bu katkılarının dışında özellikle Kurum 10, dijital iletişim uygulamaları ile hedef kitlelerin belediye hizmet ve kararları üzerinde daha aktif bir rol aldığını belirtmiştir. Diğer yandan Kurum 3, Kurum 5 ve Kurum 7, dijital iletişim uygulamaları sayesinde daha geniş hedef kitlelere ulaştıklarından bahsetmişlerdir. Kurum 7, Kurum 9 ve Kurum 10, bu uygulamalar sayesinde hedef kitlelerin sınıflandırılmasının ve bu sınıflandırmaya yönelik mesaj ve hizmet üretmenin kolaylaştığını vurgulamışlardır. Kurum 7, Kurum 10 ve Kurum 12, dijital iletişim uygulamaları sayesinde hedef kitleler ile çift yönlü iletişimin gerçekleştirilebildiği üzerinde durmuşlardır.

Dijital İletişim Uygulamalarının Belediyelerin Halkla İlişkiler Faaliyetleri Açısından Dezavantajlarına İlişkin Bulgular

Dijitalleşmenin, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri açısından en temel dezavantajının kontrolsüz ve hızla ilerleyen bir alan olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu görüş, dijital iletişim uygulamalarının belediyeler açısından avantajlarının yanı sıra dezavantajlarının da olduğu yönündeki kanaati de ortaya koymaktadır. Dijital iletişim ortamlarının belediyelerle ilgili olumlu bilgilerin hızla yayılması gibi önemli bir avantajı gündeme getirdiği; diğer yandan ise olumsuz, yanlış veya asılsız bilgilerin de aynı hızla yayılmasının ve dijital ortamların kontrol edilemeyen bir alan olmasının dezavantaj oluşturduğu ortaya konmuştur.

Dijital İletişim Uygulamalarının Yönetime Vatandaş Katılımını Güçlendirmesi Yönünden Kullanımına İlişkin Bulgular

Belediyelerin hedef kitlelerin yönetime katılımını desteklemek için dijital iletişim uygulamalarından yararlandıkları ve bu konuda en çok sosyal medyanın tercih edildiği ortaya konmuştur. Sosyal medya üzerinden hedef kitlelerin yapmış oldukları yorumların incelendiği ve geri dönüşlerin yapıldığı tespit edilmiştir. Bu amaçla web sayfaları ve diğer dijital iletişim uygulamaları aracılığı ile çevrim içi anketler yapıldığı da dikkat çekmektedir. Aynı zamanda birçok belediyede dijital iletişim uygulamaları aracılığıyla ulaşan görüş/öneri/şikâyet bildirim ve mesajları inceleyen özel birimlerin kurulduğu bildirilmiş olup, bu konuya verilen önemin arttığı tespit edilmiştir.

Dijital İletişim Uygulamalarının Şeffaflık ile Hesap Verebilirliği Güçlendirme ve Katılımcılığı Arttırma Yönünden Katkılarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya dâhil olan tüm belediyeler, dijital iletişim uygulamalarının belediye yönetimlerinde şeffaflığı ve hesap verebilirliği güçlendirdiğini, katılımcılığı arttırdığını belirterek bu yönlerden dijital iletişim uygulamalarının katkılarının bulunduğunu ifade etmiştir.

Dijital İletişim Uygulamalarının Geleneksel Medyaya Göre Avantaj ve Dezavantajlı Yönlerine İlişkin Bulgular

Dijital iletişim ortamlarının, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri açısından geleneksel iletişim araçlarına kıyasla çeşitli avantajlarının bulunduğu tespit edilmiştir. Dijital iletişim uygulamalarının avantajları arasında; geleneksel iletişim araçlarına kıyasla hedef kitlelere daha hızlı ve daha düşük maliyetlerle ulaşılması, geri dönüşlerin daha hızlı alınması, zaman ve mekân kısıtlarının ortadan kaldırılması gibi hususlar ön plana çıkmaktadır.

Belediyelerin İletişim Uygulamalarında Tercih Edilen İletişim Araçlarına İlişkin Bulgular

Araştırmadan elde edilen bulgular, belediyelerin iletişim faaliyetlerinde, geleneksel iletişim araçları ile birlikte dijital iletişim uygulamalarını da tercih ettiklerine işaret etmiştir. Belediyeler kamusal halkla ilişkiler kapsamında yoğun olarak dijital iletişim uygulamalarından faydalandıklarını belirtmiştir. Kurum 10, özellikle ülke çapında yaşanan pandemi süreci sebebiyle belediyelerinin iletişim faaliyetlerinde dijital iletişim uygulamalarının kullanımının arttığını belirtmiştir. Kurum 3, Kurum 7 ve Kurum 9 ise, belediye hizmetinin hitap ettiği hedef kitlenin özelliklerine göre, geleneksel iletişim araçlarını ya da dijital iletişim uygulamalarını tercih ettiklerinden bahsetmişlerdir. İletişim faaliyetlerinde yoğun olarak dijital iletişim uygulamalarının tercih edildiğini belirten belediyeler ise bunun sebebi olarak hız, maliyetlerin az olması ve günümüzde hızla yaşanan dijitalleşmeye ayak uydurma zorunluluğu gibi hususlara yer vermiştir.

Dijital İletişim Uygulamalarının Kullanımında Dikkat Edilen Hususlara İlişkin Bulgular

Belediyelerin dijital iletişim araçlarını kullanırken hıza, güncelleme sıklığına, güvenliğe, kullanılan dile, açık ve anlaşılır olmaya dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların hemen hemen hepsi dijital iletişim uygulamalarını kullanırken, hedef kitlelerden gelen yorum ve mesajları hızlı bir şekilde cevaplamaya ve dijital iletişim uygulamalarında yer alan bilgilerin güncel tutulmasına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Hızlı geri dönüş alamayan ya da belediyelerin dijital iletişim uygulamalarında güncel olmayan bilgiler ile karşılaşan hedef kitlelerin memnuniyet düzeylerinin düşeceği, belirtilen bir diğer husus olmuştur. Kurum 12, bunların yanı sıra dijital iletişim uygulamalarından sosyal medya hesaplarında düzenli ve sık paylaşım yapmaya dikkat ettiklerini belirtmiştir. Kurum 15 ise, dijital iletişim uygulamaları aracılığıyla hedef kitlelerin belediye hizmetlerine 7/24 kesintisiz bir şekilde ulaşmasını sağlamaya çalıştıklarını ifade etmiştir.

Dijital İletişim Uygulamaları Kaynaklı Krizlere Yaklaşım Biçimine Yönelik Bulgular

Belediyelerin, dijital iletişim platformlarında olumlu haberler kadar olumsuz haberlerin de hızla yayılmasından ötürü zaman zaman kriz ve olumsuz durumlarla karşılaştıkları ve bu gibi durumlarda süreci açıklayıcı ve olumlu bir yaklaşımla yönettikleri ortaya konmuştur. Kurum 1, Kurum 8, Kurum 20 ve Kurum 21, herhangi bir kriz ya da olumsuz durumun yaşanması hâlinde, hedef kitlelere dijital iletişim platformlarından tam ve doğru bilgilendirmenin yapılmasını sağladıklarını belirtmişlerdir. Bunların yanı sıra Kurum 9, bu gibi durumlarda sürecin şeffaf bir şekilde yönetilmesine özen gösterdiklerinden bahsetmiş olup Kurum 10 ise kriz ya da olumsuz durumlar

bitene kadar hedef kitleler ile iletişimi kesmediklerinden bahsetmiştir. Kurum 7, bu gibi durumlar için kriz yönetim ekibinin olduğundan ve süreci adım adım planlayarak yürüttüklerinden bahsetmiştir. Kurum 19 da benzer olarak kriz ya da olumsuzluk durumları için kriz masası kurduklarından söz etmiştir. Kurum 6, dijital iletişim platformlarında yaşanacak kriz ya da olumsuz durumlar için iletişim stratejileri geliştirdiklerinden, Kurum 3 ise belediyenin bu gibi durumlar için kriz planının varlığından bahsetmiştir. Bulgular doğrultusunda belediyelerin dijital iletişim uygulamaları kaynaklı krizler ya da olumsuz durumlarla karşılaşabilme durumlarına ilişkin farkındalık geliştirdikleri ve olumsuz durumların yönetimine dair açıklayıcı ve olumlu bir yaklaşım benimsedikleri tespit edilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Halkla ilişkiler, tüm kurumlar için olduğu gibi merkezi ve yerel yönetim niteliğindeki kamu kurum ve kuruluşları için de önemli bir yönetim fonksiyonu olarak konumlanmaktadır. Kamusal halkla ilişkiler bağlamında ele alındığında ise, yerel yönetim kapsamında yer alan belediyeler ön plana çıkmaktadır. Belediyeler, hedef kitleleri olan halk ile olumlu ilişkiler geliştirebilmek ve yönetsel devamlılığı sağlamak için halkla ilişkiler faaliyetlerine ihtiyaç duymaktadır. Belediyelerin son yıllarda halkla ilişkiler uygulamalarını gerçekleştirirken dijital iletişim ortamlarından faydalandıkları bilinmektedir. Dijital medyanın zaman ve mekân kısıtını ortadan kaldırması, katılımı artırması ve hedef kitle ile etkileşimi sağlaması gibi özellikleri sebebiyle belediyeler açısından kullanılabilir bir kapasiteyi barındırdığı dikkat çekmektedir.

Literatürde de yeni medya ve sosyal medyanın kamu kurumları ve özellikle de belediyelerin iletişim faaliyetleri açısından büyük bir potansiyeli barındırdığına dair görüşlerin ön plana çıktığı görülmektedir (Leighninger, 2012; Solmaz & Görkemli, 2012; Mergel, 2013; McNutt, 2014; Scott, 2016; Yeşildal, 2019). Alandaki benzer çalışmalar incelendiğinde, belediyelerin dijital iletişim uygulamalarından faydalanma durumunu ve faydalanma amaçlarını tespit etmeye yönelik çalışmaların yetersiz olduğu söylenebilmektedir.

Yabancı literatürde Scott'un (2016) Amerika Birleşik Devletleri'ndeki belediyelerin web sitelerini, kamu katılımını destekleme kriterine uygun olup olmadıklarını tespit etmek üzere içerik analizi tekniği ile incelediği; Mergel'in ise çalışmasında (2013) Amerika federal hükümet organlarının sosyal medya hesaplarından sorumlu bireylerle görüşmeler gerçekleştirdiği ve katılımcıların, kamu sektöründeki sosyal medya etkileşimlerinin ölçülmesine dair değerlendirmelerini tespit etmeyi amaçladığı görülmüştür. Türkiye'de Yeşildal'ın (2019) çalışmasında sosyal medyanın yerel yönetimler tarafından kullanılması gerekliliğini kavramsal bir çerçevede de-

ğerlendirdiği; Solmaz ve Görkemli'nin ise (2012), Türkiye'deki 16 büyükşehir belediyesinin sosyal paylaşım ağlarındaki mevcudiyetlerini ortaya koymayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Solmaz ve Görkemli (2012), çalışmaları neticesinde örneklem dâhilinde yer alan belediyelerin çoğunluğunun sosyal medyada yer aldıkları bulgusuna ulaşmıştır. Söz konusu çalışmanın ise, İstanbul ilçe belediyelerinin dijital iletişim uygulamalarını kullanma durumunu ve kullanım amaçlarını tespit etmeye yönelik bulgular sunması ve belediyeler ile gerçekleştirilen görüşmelere dayanan verileri kapsamı nedeniyle alandaki diğer çalışmalardan farklılaştığı söylenebilmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı kamusal halkla ilişkiler strateji ve uygulamalarını belediyeler yönünden ele almak ve dijital iletişim uygulamalarının belediyeler tarafından kullanım durumunu tespit etmektir. Ayrıca çalışma kapsamında, belediyelerin dijital iletişim uygulamalarını kullanma amaçları ile dijital iletişim süreçlerinin belediyeler tarafından ifa edilen halkla ilişkiler uygulamalarına yaptıkları katkıların da ortaya konması hedeflenmiştir. Söz konusu amaçlara ulaşmak için çalışma kapsamında İstanbul ilçe belediyelerinin dâhil olduğu bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak İstanbul'da bulunan 39 ilçe belediyesinin halkla ilişkiler müdürlüklerinde ya da halkla ilişkiler faaliyetlerini yürüten birimlerinde görev yapan katılımcılara 11 sorudan oluşan görüşme soruları yöneltilmiş ve 22 belediye tarafından bu soruların yanıtlanması doğrultusunda araştırma verileri toplanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, dijital iletişim uygulamalarının, belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini de değişime uğrattığını göstermiş ve dijital iletişim uygulamalarının belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetlerinde önemli bir yere sahip olduğuna işaret etmiştir.

Dijital iletişim uygulamalarının kamusal halkla ilişkiler faaliyetlerinin daha hızlı ve daha düşük maliyetle sürdürülmesine yaptığı katkıların ön plana çıktığı araştırmada, dijital iletişim uygulamaları doğrultusunda belediyelerin halkla ilişkiler faaliyetleri açısından zaman ve mekân kısıtının ortadan kalktığına, katılımcılığın ve etkileşimselliğin arttığına ve hesap verebilirlik ile şeffaflığın güçlendiğine işaret eden bulgulara ulaşılmıştır. Ayrıca geleneksel iletişim araçları ile hedef kitlelere yapılan tek yönlü ve zaman alan bilgi akışının dijital iletişim uygulamaları ile iki yönlü hâle geldiği, hedef kitleler ve belediyeler arasında kurulacak iletişimin 'anındalık' kazandığı tespit edilmiştir. Dijital iletişim uygulamaları ile halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtma fonksiyonlarının daha kolay, daha hızlı ve daha az maliyetlerle yerine getirilmesinin, belediyeler tarafından avantaj olarak değerlendirildiği görülmüştür. Araştırmanın en dikkat çeken bulgularından biri ise belediyelerin dijital iletişim uygulamalarından tanıtım amacına yönelik olarak yoğun biçimde yararlandıkları, dijital iletişim araçlarının tanıtım amacı ile kullanımının ise geliştirilmeye açık bulunduğu yöneltir.

Dijital iletişim uygulamalarının söz konusu avantajlarının yanı sıra olumlu bilgiler kadar olumsuz ya da asılsız bilgilerin aynı hızda yayılmasına neden olabileceği ve bu nedenle de belediyelerin çoğunun dijital iletişim uygulamalarında kontrol sağlamanın güç olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Katılımcılar dijital iletişimden kaynaklı kriz ya da olumsuz durumlarla karşı karşıya kalılabildiğini de ifade etmiştir. Bu bulgu, belediyelerin dijital iletişim uygulamalarının avantajları kadar dezavantajlarının bulunduğu farkında olduklarını göstermiş ve bu dezavantajlardan kaynaklanabilecek olumsuz durumlar ile krizlerin yönetimine ilişkin hazırlıklı olunması gerekliliğini de gündeme getirmiştir.

Bu çalışma, belediyelerin dijital iletişim uygulamalarını kullanma durumunu ve kullanma amaçlarını İstanbul ilçe belediyelerinin dâhil olduğu bir araştırma ile ortaya koymak üzere planlanmıştır. Daha sonraki çalışmalarda farklı seviyelerdeki kamu kurumlarının halkla ilişkiler uygulamalarında dijital iletişim ortamlarından yararlanma durumunun tespitine yönelik araştırmalar gerçekleştirilmesi önerilebilmektedir. Ayrıca kamu kurumlarının dijital iletişim ortamlarından kaynaklı olumsuz durumları ya da krizleri ne şekilde yönetebileceğine yönelik araştırmaların da alan açısından önem taşıyacağı düşünülmektedir.



Kaynakça

- Boztepe, H. (2014). *Kamusal halkla ilişkiler*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Boztepe Taşkıran, H. (2019). Kamu yönetiminde vatandaş katılımı ve şeffaflığın sağlanmasında dijital iletişim uygulamalarının rolü. *Amme İdaresi Dergisi*, 52(1), 117-144.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom G. M. (1999). *Effective public relations*. 8th edition, Pearson.
- Çakmak, A. F. & Kilci, S. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yeri ve önemi. *Kamu-İş Dergisi*, 11(4), 219-270.
- Dilaveroğlu, A. (2020). Yönetişim ilkeleri ve yerel yönetimler mevzuatına yansımalar. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 45-63.
- Golan, G. J. (2019). New perspectives on international public relations: Engaging foreign stakeholder. *American Behavioral Scientist*, 63(12), 1599-1602.
- Hampton, K. N. (2016). Persistent and pervasive community: New communication technologies and the future of community. *American Behavioral Scientist*, 60, 101-124.
- Heath, R. L. (1998). New communication technologies: An issues management point of view. *Public Relations Review*, 24(3), 273-288.
- Henden, B. H. & Henden, R. (2005). Yerel yönetimlerin hizmet sunumlarındaki değişim ve e-belediyecilik. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14), 48-66.
- İspir, B. (2013). *Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi: Dijital iletişim ve yeni medya*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karaca, Y. & Öztürk, N. (2019). Yeni nesil belediyecilik: Dijital belediye uygulamaları. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(3), 528-537.
- Kazancı, M. (2011). *Kamuda ve özel kesimde halkla ilişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Koçyiğit, M. (2017). *Dijital halkla ilişkiler ve online kurumsal itibar yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Leighninger, M. (2012). *Using online tools to engage-and be engaged by- the public*. Washington: IBM Center for the Business of Government/Deliberative Democracy Consortium.
- Luo, L. & Wildemuth, B. M. (2017). Semistructured interviews. Barbara M. Wildemuth (Ed.). *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science* (pp. 248-257). 2nd edition, California: Libraries Unlimited.
- McKee, K. B. & Lamb, L. F. (2009). *Applied public relations cases in stakeholder management*. New York: Routledge.
- McNutt, K. (2014). Public engagement in the web 2.0 era: Social collaborative technologies in a public sector context. *Canadian Public Administration*, 57(1), 49-70.

- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30, 327-334.
- OECD (2005). Modernising government the way forward. Retrieved from <https://www.ntpu.edu.tw/~pa/course/syllabus/herman/96-2Modernising%20gov.pdf>.
- Örselli, E., Bayrakçı, E. & Karabulut, N. (2018). E-demokrasiyi e-katılım üzerinden okumak: Kavramsal bir analiz. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(14), 1-19.
- Özüpek, N. (2013). *Belediyelerde halkla ilişkiler*. 2. baskı, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Riemer, H. (1961). *Public relations in a democracy. The public relations of local governments*. Washington: World Conference of Local Governments.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication technology the new media in society*. New York: The Free Press.
- Scott, J. K. (2006). "E" the people: Do U.S. municipal government web sites support public involvement?. *Public Administration Review*, May/June, 341-353.
- Sezgin, M. (2007). Türkiye'deki belediyelerde halkla ilişkiler faaliyetleri ve bir model önerisi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Solmaz, B. & Görkemli, H. N. (2012). Büyükşehir belediyeleri ve sosyal medya kullanımı. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 18, 9-20.
- Tunç, A. (2016). Yerel yönetimlerde halkla ilişkiler uygulamaları: Kilis belediyesi örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 77-88.
- Williams, J. P. (1966). *Technology education for teachers*. Australia: Macmillan Education.
- Yalçındağ, S. (1987). *Kamu yönetiminde halkla ilişkiler*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Yayınoğlu, P. E. (2005). Yerel yönetim kuruluşlarında halkla ilişkiler işlevi ve yeni yaklaşımlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(4), 41-52.
- Yeşildal, A. (2019). Sosyal medya yerel yönetimler ve katılımcı yönetim: Bilgi çağında belediyeler için yeni stratejiler. *İnsan & İnsan*, 6(22), 883-902.
- Yıldırım, M. (2010). Türk kamu yönetimi sorunlarının halkla ilişkiler açısından değerlendirilmesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken*, 2(3), 153-170.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. 6. baskı, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yurdakul, N. B., Dinçer, M. K. & Coşkun, G. (2011). Belediyelerde halkla ilişkiler yönetimi: İzmir ili belediyelerine yönelik bir araştırma. *Akademik Yaklaşımlar*, 2(2), 198-229.

Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Avaz ve Milliyetçilik¹

TRT Avaz and Nationalism as a Public Diplomacy Tool

Araştırma Makalesi / Research Article



Sorumlu yazar/ Corresponding author: Ali Parim

ORCID: 0000-0002-
4180-0122

Geliş tarihi/Received:
04.06.2021

Son revizyon tarihi/
Last revision
received: 30.06.2021

Kabul tarihi/
Accepted: 05.07.2021

Yayın tarihi/
Published: 19.07.2021

Atıf/Citation: Parim,
A. & Çetin, C. (2021).
Bir kamu diplomasisi
aracı olarak TRT Avaz
ve milliyetçilik. *İletişim
ve Diplomasi*, 5, 25-55.

Ali PARİM²  & Cem ÇETİN³ 

ÖZ

İletişim teknolojilerinin hız kesmeden geliştiği günümüzde, devletlerin uluslararası alanda söz sahibi olabilmelerinin ve hedeflerine ulaşabilmelerinin yolu, sadece rakip devletlerin yöneticilerini değil, vatandaşlarını da kendi yanlarına çekebilmelerinden geçmektedir. Bunun için de profesyonel bir şekilde kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmeleri gerekmektedir. Mesele iletişim ve kamuoyu olunca, doğal olarak bu süreçte kitle iletişim araçlarına önemli bir rol düşmektedir. Uluslararası televizyon kanalları da ülkelerin kamu diplomasisi faaliyetlerindeki en etkili kitle iletişim araçlarından bir tanesidir.

Bu çalışma; Türkiye'nin Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde, TRT Avaz kanalının üstlendiği rolü ve yayın stratejisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda; kanalın 6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasındaki yayın akışı ele alınmıştır. Yayın akışındaki içerikler, öncelikle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) program sınıflandırması, kanalın yayın stratejisi ve çalışmanın problemi göz önünde bulundurularak oluşturulan 8 farklı kategoride sınıflandırılmıştır. Ardından içeriklerin hangi dilde ekrana getirildiğine, genel formatına, kanalın özgün içeriği olup olmadığına ve bu içeriklerde hangi mesajların ağırlıkta olduğuna bakılmıştır. Ayrıca yayın stratejisini yansıttığı düşünülen kimi içeriklerin,

¹ Bu çalışma Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik tezli yüksek lisans programında hazırlanan ve 29.06.2020 tarihinde kabul edilen "Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Milliyetçi Söylemin TRT Avaz'da Kullanımı" isimli tezden üretilmiştir.

² M.A., Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, ali.parim@hotmail.com

³ Doç. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, İstanbul, Türkiye, cemcetin67@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7944-3530

6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasındaki herhangi bir bölümü üzerine betimleyici bir inceleme yapılmıştır. Böylece Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ilişkilerin geliştirilmesi sürecinde, TRT Avaz kanalının nasıl bir yayın stratejisiyle hareket ettiği anlaşılmasına çalışılmıştır. Çalışma sonucunda da TRT Avaz'ın, milliyetçi bir yayın politikasıyla hareket ederek, hedef coğrafya ile ortak 'Türk' kimliğini görünür kılmaya ve böylece olumlu bir Türkiye algısı oluşturmaya çalıştığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca kanalın Türkiye'nin dış politikadaki tezlerini hedef coğrafyaya anlattığı ve yine Türkiye ile hedef coğrafya arasında her türlü ekonomik ilişkileri geliştirecek yayınlar yaptığı vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu diplomasisi, milliyetçilik, medya, televizyon, TRT Avaz

ABSTRACT

The greatest way for countries to have a voice in the international arena and achieve their objectives is to gain over not only the governments of the rival countries but also their citizens in today's world where communication technologies are constantly evolving. Public diplomacy activities must be carried out professionally accordingly. When it comes to communication and public opinion, naturally, the mass media has a crucial role in the process. Television channels are also one of the most efficient forms of mass media in countries' diplomacy activities.

This study intends to reveal the role and the broadcast strategy of the channel TRT Avaz in Turkey's public diplomacy activities directed at Central Asia and the Caucasus. The broadcast stream of the channel between January 6th and February 6th, 2020, is addressed in this direction. Content in the broadcast stream is classified into eight different categories, primarily based on the program classification of the Radio and Television Supreme Council (RTUK), the channel's broadcast strategy and the question of the study. Then, the language of the contents screened, their general formats, whether they are the channel's original content, and which messages dominate in these contents are discussed. In addition, any part of the content between January 6th and February 6th, 2020 that is thought to reflect the broadcast strategy has been subject to an explanatory review. Thus, this study attempts to understand what type of broadcasting strategy TRT Avaz employs, in the process of developing relations between Turkey and the target geography. As a result of the study, it is discovered that TRT Avaz attempts to bring the shared Turkish identity into view of the target geography through a nationalist broadcasting policy and to create a positive perception of Turkey. Furthermore, it is emphasized that the channel conveys Turkey's foreign policy theses to the target geography and broadcasts programs that will create various types of economic relations between Turkey and the target geography.

Keywords: Public diplomacy, nationalism, media, television, TRT Avaz



EXTENDED ABSTRACT

Countries seeking to achieve their economic and political objectives in the international arena today require the strength of mass media while engaging in public diplomacy activities. Television, in particular, has a significant role in the process of public diplomacy. Many countries use significant public and private television groups effectively in their public diplomacy activities today. Turkey aspiring to have a voice in the geography where it is located as well as on a global scale, places emphasis on international television broadcasting in recent years. The state television TRT is one of the most essential establishments conveying Turkey's messages to the international arena. TRT has a number of television channels broadcasting to the region's various ethnic, religious, and cultural communities. TRT Avaz is one of them, with the aim of reaching Turkish countries and people in Central Asia and the Caucasus.

This study focuses on TRT Avaz's role as well as its broadcasting strategy in the public diplomacy activities of Turkey throughout Central Asia and the Caucasus. In the study, it is emphasized that TRT Avaz attempts to strengthen relations between Turkey and the target geography by highlighting the common Turkish identity through a nationalist broadcasting policy. Furthermore, it addresses how the channel's broadcasts are presented in the target geography to generate public opinion, support Turkey's international policies and strengthen the economic relations between Turkey and the target geography.

The broadcast stream of the channel between January 6th and February 6th, 2020, was examined in the study to identify TRT Avaz's broadcasting strategy. A total of 107 pieces of content were broadcast between the dates, and these contents were classified into eight different categories, taking into account the program classification of Radio and Television Supreme Council (RTUK), the broadcasting strategy of the channel and the question of the study. These categories are Culture/History, News, Drama, Children, Economics/Science/Technology, Religious, Social and Entertainment/Music. The contents were then supervised as to which language they were screened in, whether they were TRT Avaz's special contents, and the messages they contained tried to be understood through their general formats.

According to the results of the study, it is determined that TRT Avaz mostly broadcasts on culture and history, and messages emphasizing the common Turkish and Islamic identity are prominent in its original content. Moreover, it is observed that the series, shows, and cartoons that are not the original contents of the channel and that are created for different channels of TRT also carry such messages. Furthermore, it is understood that the channel's news programs and bulletins are made with a perspective that conveys Turkey's international theses to the region. On the other hand, it has been determined that the content containing messages that will contribute to

the strengthening of Turkey's economic relations with the region is included in the channel's broadcast stream.

Another point addressed in the study is the resemblance between the ideology of İsmail Gaspıralı, who is regarded as one of the most significant ideologists of Turkish nationalism, and the broadcasts of TRT Avaz. In the study, attention has been drawn to the fact that TRT Avaz utilizes İsmail Gaspıralı's phrase "unity in language, mind and action" and that the channel seeks to promote unity in language, mind, and action between Turkey and the target geography. The fact that - 100 of the total 107 content in the study is broadcast in Turkish is the clearest indicator that the Turkish language is being attempted to become prevalent in the region, and this is a policy that runs parallel to Gaspıralı's "unity in language" concept. In addition, the channel aired a lot of content that will help establish the "unity in mind and action" between Turkey and the target geography. Finally, this study is significant since it examines what role TRT Avaz broadcasting to Central Asia and the Caucasus has in Turkey's public diplomacy activities for the first time.

Giriş

Kamu diplomasisi, en genel anlamda ülkelerin ideolojilerini, kültürlerini, değerlerini ve uluslararası alandaki çıkarlarını, başka ülkelerin halklarına anlatmak, onlar üzerinde sempati ve cazibe oluşturmak amacıyla yürüttükleri faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Amaç uluslararası algıyı yönetmek, kalpleri ve zihinleri fethetmek olunca, doğal olarak bu süreçte kitle iletişim araçlarının gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Hem sözlü hem de görsel mesajlarla, kitleler üzerinde kolaylıkla etki oluşturabilen televizyon da, kamu diplomasisi sürecindeki en etkili kitle iletişim araçlarındandır. Günümüzde bu amaç doğrultusunda gerek özel gerekse kamu yayıncılığı yapan önemli televizyon kuruluşları bulunmaktadır. Örneğin CNN ABD'nin, BBC İngiltere'nin, DW Almanya'nın, TV 5 Monde Fransa'nın, El-Cezire de Katar'ın mesajlarını uluslararası alana taşımaktadır. CNN, BBC, DW ve El-Cezire haber kanalı özelliği taşıırken, TV 5 Monde ise farklı program türlerinin yer aldığı genel bir kanaldır.

TRT ise son yıllarda bölgesel ve küresel ölçekte söz sahibi olma iddiası taşıyan Türkiye'nin, kamu diplomasisi faaliyetlerinde etkin bir şekilde kullandığı medya aracıdır. TRT World, küresel ölçekte yayınlar yaparken; TRT El-Arabia, TRT Kürdi, TRT Rusça ve TRT Avaz gibi kanallarla da bölgedeki farklı etnik, dini ve kültürel özelliklere sahip topluluklara ulaşmak amaçlanmaktadır.

Bu çalışma, Orta Asya ve Kafkasya'daki Türk Cumhuriyetleri başta olmak üzere, Türk topluluklarının yaşadığı geniş bir coğrafyaya seslenen TRT Avaz kanalını, kamu diplomasisi bağlamında ele almaktadır. Çalışmada; TRT Avaz yayınlarında Türk kimliğinin öne çıkarıldığı ve milliyetçi ideoloji üzerinden Türkiye ile hedef coğrafya ara-

sında duygusal bir zemin inşa edilmeye çalışıldığı vurgulanmaktadır. Ayrıca kanalın hedef coğrafyada, Türkiye'nin uluslararası politikalarını destekleyecek bir kamuoyu oluşturmak ve Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ekonomik ilişkileri geliştirmek adına yaptığı yayınların nasıl sunulduğuna da bakılmaktadır. Çalışma; TRT Avaz kanalının ilk kez kamu diplomasisi ve milliyetçilik bağlamında kapsamlı bir şekilde incelenmesi ve Türkiye'nin bölgeye yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde, medyanın üstlendiği rolün irdelenmesi bakımından önem taşımaktadır.

Kamu Diplomasisinin Kavramsal Çerçevesi

Literatürde yaklaşık 56 yıllık bir geçmişe sahip olan kamu diplomasisi kavramının isim babası Edmund Gullion'dır. Gullion, bu kavramı kamunun tutumunun dış politikanın oluşumu ve yürütülmesi üzerindeki etkisine ve uluslararası ilişkilerin, geleneksel diplomasiin ötesindeki alanlarına dikkat çekmek için kullanmıştır (Cull, 2009, s. 17). Gullion'a göre (akt. Bostancı, 2012, s. 38) kamu diplomasisi, "hükûmetler tarafından yabancı ülkelerde kamuoyu oluşturulması, özel kuruluşların diğer ülkelerinkilerle etkileşimde bulunması, dış ilişkilerin aktarımı ve bunun politika üzerindeki etkisi, diplomatlar ve yabancı meslektaşları arasında iletişim sağlanması ve kültürler arası iletişim süreci gibi" konuları kapsamaktadır.

Gullion'dan sonra da kavram için diplomasi, iletişim, halkla ilişkiler, algı-imaj yönetimi gibi çeşitli perspektifler çerçevesinde yeni tanımlamalar yapılmıştır. Örneğin "Bir hükûmetin, bir başka ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajlarına döndürmek amacıyla etkilemeye çalışması" ya da "Bir ulusun kendi ideallerini, hedeflerini ve politikalarını, yabancı ülkelere ve farklı kültürlerle anlatma amacını taşıyan faaliyetler bütünü ve iletişim aracı" gibi tanımlamalarla literatürde sıkça karşılaşılmaktadır (Saraçlı, 2014, s. 280).

Emrah Aydemir (2016, s. 106) kamu diplomasisini, "Doğru stratejilerin ve uygulamaların devreye girdiği, ihtiyaca yönelik temel mesajların kullanıldığı, ülkelerle ilgili hikâyelerin aktarıldığı, devlet dışı aktörlerin ve kamuoylarının sürece dâhil edildiği ve stratejik iletişimden yararlanılarak zihin altı vurgusunun söz konusu olduğu çok boyutlu bir paradigma" şeklinde tanımlamaktadır. Meltem Bostancı (2012, s. 39) ise kamu diplomasisi sürecinde devlet dışı aktörlerin başat rol oynadığını ve kamu diplomasisinin "Bir ülkenin başka ülkelerdeki imajını iyileştirmek amacıyla kültürel alışverişlerin ön planda olduğu faaliyetler bütünü" şeklinde düşünülebileceğini aktarmaktadır.

Fitzpatrick'in, bir çalışma yaparak kamu diplomasisi üzerine yüz elli civarında tanım yapıldığını ortaya çıkardığına dikkat çeken Muharrem Ekşi (2018, s. 135), bu tanımsal sorunsalı iki gerekçeyle açıklamaktadır. Ekşi'ye göre kavramsal çerçeve eksikliğinden ve henüz oluşum sürecinde olan bir kavram olmasından dolayı kamu diplomasisi için bu kadar farklı tanımlama bulunmaktadır.

Öte yandan kamu diplomasisinin 'yumuşak güç' kavramıyla da arasında çok yakın bir ilişki vardır. Joseph S. Nye tarafından ilk kez 1990 yılında ortaya atılan yumuşak güç kavramıyla; ülkelerin değerleri, fikirleri, refah seviyeleri ve sundukları fırsatlar üzerinden, uluslararası alanda cazibe oluşturarak kazandıkları güce vurgu yapılmaktadır. Nye (2005, ss. 14-15), bir ülkenin sadece askeri güç tehdidi ya da ekonomik yaptırımlarla değil, cazibe merkezi hâline gelip, diğer ülkeleri yanına çekerek de dünya siyasetinde istediği sonuçları elde edebileceğini savunmaktadır.

Anlaşılabileceği üzere yumuşak güç ile kamu diplomasisi arasında hem merkezde kamuoyunun yer alması hem de işaret edilen amaç bakımından önemli benzerlikler vardır. Bu nedenle literatürde, yumuşak güç ile kamu diplomasisinin aynı şey olup olmadığına ve iki kavram arasında nasıl bir ilişki olduğuna dair fikir ayrılıkları bulunmaktadır. Örneğin Nye (Ekşi, 2018, s. 63) kamu diplomasisini, yumuşak gücü harekete geçiren bir araç olarak ele almaktadır. Ancak Nye'nin aksine, aslında yumuşak gücün kamu diplomasisinin bir aracı, bir yönü olduğunu savunan görüşler de ağırlıktadır. Kamu diplomasisinin 'şemsiye bir kavram' olduğunu ve yumuşak gücü de içerisine aldığı ifade eden Muharrem Ekşi (2018, ss. 62-64), kamu diplomasisinin, yumuşak gücü politikaya dönüştüren bir araç olmanın ötesinde sivil toplum temelli, kamuoyu odaklı bir diplomasi yöntemi ve sanatı olduğunu savunmaktadır.

Kamu diplomasisi; yer, ülke ve ulus markalama alanlarıyla da ilişkilendirilerek ele alınmaktadır. Yer ve ülke markalaması kavramlarıyla mekânların, şehirlerin, bölgelerin ya da ülkelerin özelliklerinin öne çıkarılarak imajlarının arttırılmasına işaret edilirken, ulus markalama kavramıyla ise daha çok kültür ve inanç gibi unsurlar üzerinden ulusların kimliklerinin çekici gelecek şekilde markalaşmasına vurgu yapılmaktadır. (akt; Köksoy, 2015, s.47). Köksoy (2015, s. 57), yer ve ülke markalamanın daha çok turizm, dış satım, ürün ve hizmet markaları ile ilgili ekonomik alanda sınırlandırıldığını, ulus markalamanın ise ulus imajı, değer ve kültür politikalarının iletişimi, sembol üretimi gibi unsurlara dayandığını aktarmaktadır.

1996 yılında Simon Anholt tarafından ortaya atılan ulus markalama kavramıyla kamu diplomasisi arasındaki ilişkiye dair de literatürde farklı görüşler bulunmaktadır. Örneğin Mellisen (akt, Ekşi, 2018, s. 148), ulus markalamayı bir kamu diplomasisi tekniği, yöntemi ve sanatı olarak ele almaktadır. Aslı Yağmurlu (2019, ss. 131-134) ise kamu diplomasisi ve ulus markalama disiplinlerini karşılaştırdığı çalışmasında, iki alanın da yumuşak güç kuramına dayandığını ve ikna edici iletişim yöntemlerini kullandığını aktarmaktadır. Ancak Yağmurlu, kuram ve uygulama yönünden kamu diplomasisinin Amerikan, ulus markalamanın ise İngiliz kökenli bir disiplin olduğunu, ulus markalamanın aksine kamu diplomasisinde maddi karşılığın öncelik olmadığını ve ikisinde de yürütme, eş güdüm ve finansal yönden devlet başat bir rol oynasa da, ulus markalamanın Turizm ve Ticaret Bakanlıkları ile Ticaret ve Sanayi Odaları tarafından,



kamu diplomasisinin ise çoğunlukla Dışişleri Bakanlıkları tarafından yürütüldüğünü hatırlatarak, iki disiplin arasında önemli farklılıklar bulunduğunu vurgulamaktadır. Yağmurlu ayrıca kamu diplomasisinin ulus markalamaya göre çok daha kapsayıcı ve süreklilik gerektiren bir çalışma alanı olduğunu savunmaktadır.

Nitekim, anlaşılacağı üzere devletlerin uluslararası alandaki imajlarını geliştirmek, kendi çıkarları doğrultusunda uluslararası kamuoyunu etkilemek gibi faaliyetleri, kamu diplomasisi olarak adlandırılmaktadır. Kamu diplomasisi sürecinde de çeşitli araç ve yöntemlere başvurulmaktadır. Bu sürecin en önemli aktör ve araçlarından bir tanesi de hiç şüphesiz medyadır.

Kamu Diplomasisi - Medya İlişkisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisinde Medyanın İşlevi

Mesajları geniş kitlelere kolay ve hızlı ulaştıran bir araç olmasının yanı sıra medyanın, kitlelerin tutum ve davranışlarını şekillendirme gücü üzerine de bugüne kadar pek çok çalışma yapılmış ve çeşitli kuramlar ortaya atılmıştır. Doğal olarak mesajları hızlı, kolay ve etkili ulaştırma gibi yetiler medyayı, devletlerin kamu diplomasisi uygulamalarının da vazgeçilmez aktör ve araçlarından bir tanesi yapmıştır. Hükûmetler, ülkelerini ve değerlerini dünyaya anlatmak, uluslararası alanda imajlarını korumak veya geliştirmek adına, son yıllarda küresel medyaya daha fazla yatırım yapmaya, bu alana büyük bütçeler ayırmaya başlamışlardır (Aydemir, 2019, s. 109).

Kitap, broşür vb. yayınlar, gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinema gibi geleneksel kitle iletişim araçları ve internet teknolojisinin getirdiği yeni iletişim ortamları, ülkelerin kamu diplomasi faaliyetlerinde etkin olarak kullanılmaktadır. Örneğin küresel ölçekte saygınlık kazanmış New York Times, Washington Post ve Le Monde gibi gazetelerde ya da Time, Newsweek ve Le Point gibi dergilerde bir ülke hakkında yayımlanan olumlu bir haber veya makale, o ülkenin kimliğinin markalaşması sürecinde önem taşımaktadır. Radyo ve televizyonlar ise okuma-yazma bilmeyen, az kültürlü kitlelere de kolaylıkla ulaşmakta ve taşıdıkları görsel-işitsel mesajlarla kitlelerin kanaatlerinin istenilen ölçüde şekillenmesini sağlamaktadırlar. Yine fikir veya mesajları insanların bilinçaltına fark ettirmeden empoze edebilen sinema da bir kamu diplomasisi aracı olarak öne çıkmaktadır. Örneğin Hollywood film endüstrisi, Amerikan kamu diplomasisinin önemli sacayaklarından biridir. Meltem Ünal Erzen (2014, ss. 136-137) Hollywood endüstrisinde üretilen filmlerin, ABD'nin dünyada temsil ettiği gelişmişliği ve modern hayatı yansıttığını, ABD kültürünü dünyaya tanıttığını ve ABD'ye hayranlık duyulmasını sağladığını vurgulamaktadır. Erzen ayrıca Hollywood'un, tarihi olayların ve askeri operasyonların anlatıldığı filmleri, ABD politikalarını savunacak şekilde işlediği gerekçesiyle eleştirilere maruz kaldığına da vurgu yapmaktadır. Son olarak çağımızın en önemli iletişim araçlarından olan internet ve sosyal medya ağları

da istenilen mesajların hedef kitlelere ulaştırılmasında etkin olarak kullanılmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarına kıyasla çok daha hızlı ve ucuz maliyetle enformasyon akışını sağlayan internet ortamı, aynı zamanda hızlı geri bildirim alma ve geri bildirimlere anında yanıt verebilme özelliğiyle de önemli avantajlar sunmaktadır (Aydemir, 2019, s. 122).

Birçok devlet gibi Türkiye de kamu diplomasisi faaliyetlerinde medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Günümüzde uluslararası ölçekte popülerite yakalayan Türk televizyon dizileri ve sinema filmleri, ülkenin imajına olumlu katkılar sunup yabancı turist potansiyelinin artmasına vesile olmaktadır.⁴ Literatürde dizi ve filmlerin Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarındaki yeri ve önemi üzerine önemli çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin Türk dizilerinin ihracata ve kültür aktarımına katkısını, Diriliş Ertuğrul dizisi örneği üzerinden ele alan Yunus Emre Ökmen ve Oğuz Göksu (2019, s. 285), dizinin Türkiye'nin ve Türk kültürünün cazibe merkezi hâline gelmesinde kritik bir yumuşak güç unsuru hâlini aldığına ve aynı zamanda dış pazara satılmasıyla ülkeye ekonomik gelir sağladığına vurgu yapmaktadırlar.

Öte yandan 1920'de kurulan ve 2000'li yıllarda kamu diplomasisi çerçevesinde yeniden yapılandırılan Anadolu Ajansı (AA) (Ekşi, 2018, s. 376), Türkiye'nin tezlerinin dünya kamuoyuna taşınması sürecinde kritik bir rol oynarken, yine uluslararası televizyon yayıncılığı da Türkiye'nin kamu diplomasisi uygulamalarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu kapsamda A News gibi özel sermayeli televizyon kanalı örneklerine de rastlanmakta ve kamu yayıncılığı yapan TRT, özellikle öne çıkmaktadır. Günümüzde TRT⁵ bünyesinde ulusal, bölgesel ve küresel ölçekte yayın yapan onlarca televizyon kanalı bulunmaktadır. İlk kez 1990'lı yılların başlarında uluslararası televizyon yayıncılığına başlayan TRT, bugün TRT World, TRT El-Arabia, TRT Kürdi, TRT Avaz ve TRT Rusça kanallarıyla, Türkiye'nin mesajlarını farklı etnik, dini, kültürel topluluklara taşımaktadır. 2015'te yayın hayatına başlayan İngilizce haber televizyonu TRT World, Türkiye'nin küresel ölçekteki sesi olurken, TRT El-Arabia Arap coğrafyasına, TRT Kürdi ise hem Türkiye içindeki hem de yurt dışındaki Kürtlere ulaşmayı amaçlamaktadır. TRT Rusça kanalı ise Rusçanın konuşulduğu coğrafyaya yayın yapmak amacıyla 2020 yılında dijital platformda faaliyetlerine başlamıştır. TRT'nin bir diğer uluslararası yayın yapan kanalı da bu çalışmada inceleme konusu olan TRT Avaz'dır.

⁴ İletişim Başkanı Fahrettin Altun, 2019 yılında düzenlenen 'Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Türk Dizileri Çalıştayı'nda, Türk dizilerinin 156 ülkeden yaklaşık 500 milyon seyirciye ulaştığını ve Türk dizi sektörünün 350 milyon dolarlık ihracat hacmiyle Amerika'dan sonra ikinci sıraya yerleştiğini söylemiştir. Detaylı bilgi için bkz. "https://www.iletisim.gov.tr/turkce/ yere_l_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi"

⁵ TRT hakkında detaylı bilgi için bkz. "<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>"

Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak TRT Avaz

21 Mart 2009 tarihinde yayın hayatına başlayan TRT Avaz, Türkiye'nin Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinin önemli aktörlerinden bir tanesidir. Aslında Türkiye'nin bölgeye yönelik yayınlarının geçmişi, TRT Avaz'dan çok daha eskidir. 1990'lı yılların başlarında TRT'nin uluslararası yayın yapan kanalı TRT-INT'in ismi, TRT-INT AVRASYA olarak değiştirilmiş, böylece uluslararası yayıncılık ağı, Avrupa'dan Orta Asya ve Kafkasya'ya kadar genişletilmiştir. 1993 yılından itibaren de TRT-INT & TRT AVRASYA olmak üzere iki farklı kanal ile yayınlara devam edilmiştir (Tongut ve Yavuz, 2014, ss. 137–138).

2001'e kadar TRT AVRASYA, 2009'a kadar da TRT TÜRK'ün üstlendiği Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik yayıncılık görevi, 21 Mart 2009⁶ tarihiyle birlikte TRT Avaz'a devredilmiştir. TRT Avaz ile de ilk zamanlarda Balkanlar'dan Uzakdoğu'ya, Ortadoğu'dan Kafkaslar'a kadar uzanan geniş bir coğrafyada yayın yapmak hedeflenmiştir. (TRT 2009 Faaliyet Raporu, 2009, s. 39) Ancak 2017 sonu itibarıyla Balkanlar,⁷ yayın coğrafyasından çıkarılmıştır.

TRT Avaz, günümüzde Uzak Asya'dan Moldova Gagavuz Yeri Özerk Bölgesi'ne kadar yayınlarını ulaştırmaktadır. Kanalın hedef coğrafyası; 'merkez ve çevre ülkeler' olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan, Kırgızistan ve Azerbaycan 'merkez ülkeleri' oluştururken, bunların dışındaki diğer ülkeler ise 'çevre ülkeler' olarak sınıflandırılmaktadır. Ayrıca etnik farklılığa rağmen Tacikistan da Türk kültür dairesi içerisinde konumlandırılarak, 'çevre ülkelere' dâhil edilmektedir (Parim, 2020, s. 118).

Öte yandan daha önce de belirtildiği üzere bu çalışmanın temelini; TRT Avaz'ın, Türkiye'nin bölge ile arasındaki etnik, dinsel ve kültürel bağlarını öne çıkarmayı amaçladığı savı oluşturmaktadır. Başka bir ifadeyle TRT Avaz'ın, söylemlerini ortak dil, ortak tarih, ortak kültür, ortak din vs. gibi milleti meydana getiren öğeler üzerine inşa ettiği; Türkiye'nin bölgeyle arasındaki, siyasi, ekonomik ve sosyo-kültürel ilişkileri geliştirme sürecinde Türk milliyetçiliği ideolojisini bir araç hâline getirdiği savunulmaktadır. Bu nedenle tam da burada milliyetçilik ideolojisine ve millet kavramına değinmek, çalışmanın daha iyi anlaşılması açısından faydalı olacaktır.

Milliyetçilik Bağlamında TRT Avaz Yayınları ve Gaspıralı

Son iki yüz yıllık süreçte toplumsal hayatı ve dünya siyasetini derinden etkileyen modern milliyetçilik ideolojisi üzerine çalışmalar yapılırken, özellikle 'millet' kavramı-

⁶ 21 Mart, aynı zamanda Türk kültür ve mitolojisinde önemli bir yer tutan Nevruz Bayramı'nın kutlandığı tarih olması nedeniyle bilinçli olarak belirlenmiştir.

⁷ Balkanlar ve Avrupa'da yaşayan vatandaşlar ve soydaşlar, günümüzde TRT Türk'ün yayın coğrafyası içerisinde yer almaktadır.

na odaklanılmaktadır. Zaten adından da anlaşılacağı üzere milliyetçiliğin temelinde millet vardır. Milliyetçilik, kısaca milleti meydana getiren öğelerin yüceltilmesi, söylem ve ideoloji hâlini almasıdır. Millet ise kimilerine göre; ortak kültür, din, dil, ırk, tarih gibi öğelerden oluşurken, kimileri ise mensubiyet bilinci, beraber yaşama iradesi vb. değerlerle milleti açıklamaktadır. Örneğin milliyetçilik çalışmalarının kurucularından bir tanesi kabul edilen Anthony D. Smith (2017, s. 70), tarihi bir toprak ya da ülkeyi, ortak mit ve tarihi belleği, ortak kitlesel kamu kültürünü, ortak ekonomiyi, ortak yasal hak ve görevleri paylaşan insan topluluklarını millet olarak tanımlamaktadır.

Milliyetçilik çalışmalarında öne çıkan bir diğer isim de Benedict Anderson'dır. Milletlerin 'hayal edilmiş siyasi cemaatler' olduğuna dikkat çeken Anderson'a (2017, ss.20-21) göre, en küçük milletin üyeleri bile diğer üyelerle tanışmadan, onlar hakkında hiçbir şey işitmeden, o üyelerle aynı milletten olduğunun hayaliyle yaşamaktadırlar. Anderson ayrıca milletin sınırlı ve egemen olarak hayal edildiğine de vurgu yapmaktadır. Sınırlı olmasının nedeni; en büyük milletin bile ötesinde başka milletlerin yaşaması, egemen olmasının nedeni ise; Aydınlanma felsefesinin, devrimlerin, gücünü tanrıdan aldığı düşünülen hanedanların meşruiyetinin giderek yok olduğu bir dönemde ortaya çıkmasıdır.

Türk Dil Kurumu çevrim içi sözlüğünde ise millet için, "Çoğunlukla aynı topraklar üzerinde yaşayan, aralarında dil, tarih, duygu, ülkü, gelenek ve görenek birliği olan insan topluluğu, ulus" tanımı yapılmaktadır ("Türk Dil Kurumu Sözlükleri", 2021). Milliyetçilik çalışmalarının bir diğer önemli ismi Ernest Gellner (2018, s. 78) da iki insanın aynı ulustan olabilmemesinin yolunun, aynı kültürü paylaşmaları ve birbirlerini aynı ulusun üyeleri olarak kabul etmelerinden geçtiğini savunmaktadır.

Türk milliyetçiliğinin 'fikir babası' kabul edilen Yusuf Akçura ve Ziya Gökalp gibi isimlerin tanımlamalarında da bu 'ortak payda' vurguları vardır. Akçura (2018, ss. 17), milleti en genel ifadeyle, "İrk ve dil birliğinden dolayı toplumsal vicdanında birlik meydana gelmiş bir insan topluluğu" olarak görürken, Gökalp (2012, s. 27) ise, "Din, dil, ahlak ve bütün güzel sanatlar bakımından ortak olan, yani aynı eğitimi almış kişilerden oluşan topluluk" tanımlamasını yapmaktadır.

Türk milliyetçiliğinin 'fikir babası' olarak görülen bir diğer isim ise İsmail Gaspıralı'dır. 1851 yılında Kırım Avcıköy'de dünyaya gelen Gaspıralı, yaşamı boyunca yaptığı çalışmalarla sadece Kazan ve Kırım Türkleri içerisinde değil, bütün Türk dünyasında Türkcülük fikrinin oluşmasına ve yayılmasına katkılar sağlamıştır (Orkun, 1977, s. 70). Türkler arasında 'dilde, fikirde ve işte birlik' sağlamak şiarıyla hareket eden Gaspıralı'nın, bu kapsamda yaptığı işlerden bir tanesi, Tercüman gazetesini yayın hayatına kazandırmaktır. Rus hükûmetiyle verilen uzun süreli mücadelenin ardından, gazetesinin ilk nüshası 10 Nisan 1883 yılında basılmıştır (Turhan, 2013, s. 157).

Necip Hablemitoğlu (2017, s. 83), 23 Nisan 1918'e kadar yayın hayatına devam eden Tercüman'ın, Türk dünyasının en çok okunan gazetesi olmayı başardığını ve Rusya çatısı altında yaşayan Türklerin, kimliklerini korumasında büyük bir rol üstlendiğini aktarmaktadır. Yusuf Akçura (2018, s.100) ise Tercüman'ın en önemli misyonunun; Türklere kendi dilinde bilgi vermek ve Avrupa'daki gelişmeleri aktarmak olduğunu vurgulamaktadır. Ziya Gökalp (2012, s. 14) de, "Tercüman gazetesini Kuzey Türkleri kadar Doğu Türkleriyle Batı Türkleri de anlardı" diyerek, bu gazetenin Türk topluluklarının dilde birleşebileceğinin en açık göstergesi olduğunu savunmaktadır.

Gaspıralı'nın Tercüman gazetesinden yaklaşık bir asır sonra kurulan TRT Avaz kanalının da temelinde benzer kaygıların taşındığı anlaşılmaktadır. Çalışmada bu kanalın oluşmasındaki en basit örnek, TRT Avaz'ın jeneriğinde Gaspıralı'nın 'dilde, fikirde, işte birlik' sloganının kullanılmasıdır. TRT Avaz Dış İlişkiler ve Kurumsal İletişim Sorumlusu Gökçen Ođan (Parim, 2020, ss. 221-222), kanalın 2017 yılı sonu 2018 yılı başlarında yeniden yapılanma sürecine girdiğini ve bu kapsamda düzenlenen bir çalıştayda öne çıkan 'dilde, fikirde işte birlik' sloganının, TRT Avaz'ın adeta misyonu hâline geldiğini aktarmaktadır. "Biz şu anda İsmail Gaspıralı'nın bundan yıllar önce ortaya koyduğu Tercüman'ın yapmaya çalıştığı şeyi yapmaya çalışıyoruz" diyen Ođan, bu amacın kendileri için bir Kızıl Elma, İsmail Gaspıralı'nın da bir idol olduğunu vurgulamaktadır.

Çalışmanın Amacı, Yöntemi ve Sınırlılıkları

Bu çalışma; 'dil, fikir ve iş birliği kurmak' amacı doğrultusunda, TRT Avaz kanalının nasıl bir yayın stratejisi belirlediğine odaklanmış ve yayınlar üzerinden Türkiye'nin Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde, Türk milliyetçiliği ideolojisini nasıl çerçevelediğini anlamaya çalışmıştır.

Bu kapsamda çalışmanın hazırlandığı dönem içerisinde gelişigüzel (haphazard) örnekleme yaklaşımıyla seçilen TRT Avaz'ın 6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasındaki uluslararası⁸ yayınları ele alınmıştır. Belirlenen tarihler arasında yayınlanan 107 farklı içerik, öncelikle türlerine⁹ göre; 'Kültür/Tarih', 'Haber', 'Drama', 'Çocuk', 'Ekonomi/

⁸ TRT Avaz, ulusal ve uluslararası olmak üzere iki farklı yayın yapmaktadır. Kanalın uluslararası bölümü, Türkiye'deki izleyicilere kapalıdır. Böylece TRT'nin diğer kanalları için üretilen ve TRT Avaz'ın uluslararası bölümünde yer bulan içeriklerin, Türkiye'de kendi kanalları üzerinden izlenmesi sağlanmaktadır. (Parim, 2020, s. 119).

⁹ Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), televizyon program türleri konusunda kapsamlı bir sınıflandırma yapmıştır. Detaylı bilgi için bkz. (<https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/BilgiMerkezi/Program%20T%C3%BCrleri%20Kod%20Kitap%C3%A7%C4%B1C4%9F%C4%B1.pdf?download=true>) Bu çalışmadaki program sınıflandırması da büyük oranda RTÜK ile benzerlik taşımaktadır. Ancak kanalın yayın stratejisi ve çalışmanın problemi doğrultusunda birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin RTÜK, gerçek hayat hikâyelerini içeren programları ve sağlık programlarını farklı kategoriler altında ele alırken, bu çalışmada bu tür programlar 'Sosyal İçerikli' kategorisi altında toplanmıştır. Yine RTÜK, sektör tanıtım programlarını 'Kültür' kategorisi altında ele alırken, bu çalışmada TRT Avaz'ın, Türkiye ile bölge arasındaki ekonomik iş birliğini artırmaya yönelik yayınlar yapıp yapmadığının daha iyi irdelenmesi adına 'Ekonomi/Bilim/Teknoloji' kategorisi oluşturulmuş ve sektör tanıtım programları bu kategoride sınıflandırılmıştır.

Bilim/Teknoloji', 'Dini', 'Sosyal İçerikli' ve 'Eğlence/Müzik' olmak üzere toplam 8 kategoriye ayrılmıştır. Tarih, kültür, gezi programları ve belgeselleri 'Kültür/Tarih', haber bültenleri ve haber programları 'Haber', sinema filmleri, televizyon film ve dizileri 'Drama', çizgi filmler ve çocuklara yönelik içerikler 'Çocuk', müzik ve eğlence içerikli programlar 'Eğlence/Müzik', ekonomiye, bilime ve teknolojiye ilişkin program ve belgeseller 'Ekonomi/Bilim/Teknoloji', dini içerikli program ve belgeseller 'Dini', sağlık programları, toplumsal meselelerin ele alındığı program ve belgeseller vb. türler ise 'Sosyal İçerikli' başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Son olarak bayramlar, kurtuluş günleri, yaslar, kutlamalar vb. özel günlerde yapılan yayınlar ise yine 'Kültür/Tarih' kategorisinde ele alınmıştır.

Aynı zamanda burada yayınların diline ve TRT Avaz'ın özel içeriği olup olmadıklarına da bakılarak, 'TRT Avaz'da Yayınlanan Program Türleri ve Yayın Özellikleri' başlıklı bir tablo hazırlanmıştır. Daha sonra programların genel formatlarına bakılmış ve TRT Avaz'ın yayın stratejisini yansıttığı düşünülen kimi içeriklerin, 6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasındaki herhangi bir bölümü üzerine betimleyici bir inceleme yapılmıştır.

Tablo 1: TRT Avaz'da Yayınlanan Program Türleri ve Yayın Özellikleri
(6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasındaki yayınlar)

Programın Adı	Süresi (Dakika)	Programın Dili	Programın Türü	Programın Ünitesi
Köklerin İzinde	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Kültür Sanat Avaz	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Göçen Lezzetler	45	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Eski Topraklar	20	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
İlber Ortaylı ile Kadim Şehirler	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Miras	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Sürgünün Sessiz Tanıkları Ahıska Türkleri	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Kuşaktan Kuşağa	10	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
3. Kılıç	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Merhaba	15	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Avrasya Seyir Defteri	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Miras Coğrafyalar	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Dunganlar	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Yedi İklim Dört Bucak	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Ahal Teke	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz
Yıllar Geçse de	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Avaz



Programın Adı	Süresi (Dakika)	Programın Dili	Programın Türü	Programın Ünitesi
16.Konya Mistik Müzik Festivali	60	Türkçe	Kültür/Tarih	Özel Yayın
Türkler	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT TV. Dairesi
Yesi'den Avrupa'ya Taşınan Köz	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT TV. Dairesi
Yoldan Çık	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Haber
Asırlık Lezzetçiler	15	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Haber
Doğadaki İnsan	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Haber
3'Te 3 Tarih	60	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT 1
Büyük Ustalar	15	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT 1
Evliya Çelebi	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT 2
Nakkaşın Fırçası	105	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT 2
Murat Boncuk'la Atölye	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT 2
Eskici	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT 2
Tiyatro Dünyası	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT 2
Sarayın Lezzetleri	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT 2
Medeniyet Kaşifleri	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Belgesel
İz	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Belgesel
Doğu'nun Kayıp Silüetleri	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Belgesel
Ailenin Yeni Üyesi	60	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Belgesel
Bir Türk Filmcinin Dünya Yolculuğu	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Kültür/Tarih	TRT Belgesel
Kadim Tıbbın Sırları	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Belgesel
Pamir Buluşması	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT İç Yapımlar
Semtler ve Suretler	30	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT HD
Mavi Yeşil	15	Türkçe	Kültür/Tarih	TRT Türk
Avrasya Gündemi	60	Türkçe	Haber	TRT Avaz
Avaz Haber	30	Türkçe	Haber	TRT Avaz
Kazakistan Haber	5	Kazakça	Haber	TRT Avaz
Kırgızca Haber	5	Kırgızca	Haber	TRT Avaz
Özbekçe Haber	5	Özbekçe	Haber	TRT Avaz
Türkmence Haber	5	Türkmence	Haber	TRT Avaz
Azerbaycan Haber	5	Azerbaycan Türkçesi	Haber	TRT Avaz
Rusça Haber	5	Rusça	Haber	TRT Avaz
Haber	20	Türkçe	Haber	TRT Avaz

Programın Adı	Süresi (Dakika)	Programın Dili	Programın Türü	Programın Ünitesi
Benim Adım Melek	160	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
Yalaza	135	Türkçe	Drama	TRT 1
Vuslat	160	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
Diriliş 'Ertuğrul'	150	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
Yunus Emre 'Aşkın Yolculuğu'	70	Rusça Dublaj	Drama	TRT 1
Kalk Gidelim	160	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
Payitaht 'Abdülhamid'	160	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
Tek Yürek	160	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
6 Mantı	60	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
Halka	160	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Drama	TRT 1
İmkânsız Olasılık	105	Türkçe	Drama	TRT TV. Dairesi
Osmanlı Subayı	100	Türkçe	Drama	TRT TV. Dairesi Ortak ve Dış Yap.
Cengiz'in Çocukları	100	Türkçe	Drama	Alım Müdürlüğü
Kırıntılar	105	Türkçe	Drama	TRT 1
Kardeşim İçin Der'a	100	Türkçe	Drama	TRT 1
Davetsiz	105	Türkçe	Drama	TRT TV. Dairesi Ortak ve Dış Yap.
Koyverdin Gittin Beni	135	Türkçe	Drama	TRT 1
Atçalı Kel Mehmet	100	Türkçe	Drama	TRT TV. Dairesi Ortak ve Dış Yap.
Canım Kardeşim	10	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Elif'in Düşleri	15	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Kuzucuk	15	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Aslan	10	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Kare	15	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Maysa ile Bulut	15	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Biz İkimiz	10	Türkçe	Çocuk	TRT Çocuk
Tozkoparan	75	Türkçe	Çocuk	TRT 1
Dünyaya Açılanlar	50	Türkçe	Ekonomi/Bilim/ Teknoloji	TRT Avaz
Hayal Kurucular	30	Türkçe	Ekonomi/Bilim/ Teknoloji	TRT Avaz
Sanayi Savaşları	60	Türkçe	Ekonomi/Bilim/ Teknoloji	TRT Belgesel



Programın Adı	Süresi (Dakika)	Programın Dili	Programın Türü	Programın Ünitesi
Divan-ı Hikmet Sohbetleri	30	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Dini	TRT Avaz
Rusya Müslümanları	30	Türkçe	Dini	TRT Avaz
Müslüman Gibi Yaşamak	60	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Dini	TRT Belgesel
Fihi Ma Fih	30	Türkçe	Dini	TRT Anadolu
Türkistan'ın İslam Mirası	30	Türkçe	Dini	TRT Anadolu
Vatanım Türkiye	30	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT Avaz
Göçle Giden, Göle Gelen	60	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT Türk
Afgan Kömürü	30	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT Belgesel
Şehirler ve Hayatlar	45	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Sosyal İçerikli	TRT Belgesel
Hastane İstanbul	60	Türkçe (Rusça Altyazılı)	Sosyal İçerikli	TRT Belgesel
Savunma Sanatları	60	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT Belgesel
Dr. Yerebakan ile Hayatın Ritmi	75	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT 1
Reçetesiz Hayat	30	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT Haber Dairesi
Sağlık Elçileri	20	Türkçe	Sosyal İçerikli	TRT TV. Dairesi
Benim Bir Günüm	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Avaz
Rastgele	135	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 1
3'Te 3 Bir Zamanlar	120	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 1
Misafirim Var	75	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 1
Ailem, Odam ve Ben	60	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 1
Albümlerden	60	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Müzik Mutfağı	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Yüksek Performans	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Klipark	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Yaylamın Dili	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Kerkük Türküleri	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Binbir Renk	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Melodika	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT Müzik
Aramızda Müzik Var	40	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 2
Dünya Müzik Gelenekleri	20	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 2
Opera Dünyası	30	Türkçe	Eğlence/Müzik	TRT 2

Tablo 1'de görüldüğü üzere; 107 adet içeriğin 39 tanesi 'Kültür/Tarih', 18 tanesi 'Drama', 9 tanesi 'Sosyal İçerikli', 16 tanesi 'Eğlence/Müzik', 9 tanesi 'Haber', 8 tanesi 'Çocuk', 5 tanesi 'Dini', 3 tanesi ise 'Ekonomi/Bilim/Teknoloji' kategorisindedir. Yine 107 adet içeriğin 31 tanesinin TRT Avaz özgün içeriği olduğu görülmektedir. Geri kalan içerikler ise TRT'nin farklı ünitelerinde üretilmiş ve daha önce TRT'nin farklı kanallarında ekrana gelmiştir. TRT Avaz'ın özgün içeriklerinden ise 16 tanesi, 'Kültür/Tarih' kategorisinde ele alınabilecek program ve belgesellerdir. Diğer içeriklerin 9 tanesi 'Haber', 2 tanesi 'Ekonomi/Bilim/Teknoloji', 2 tanesi 'Dini', 1 tanesi 'Sosyal İçerikli', 1 tanesi de daha çok 'Eğlence/Müzik' kategorisindedir.

Öte yandan yine Tablo 1'de görüldüğü üzere; Yunus Emre 'Aşkın Yolculuğu' dizisi Rusça dublajlı, haber bültenlerinden de 6 tanesi bölge dillerinde ekrana gelmiştir. Diğer tüm içerikler Türkçedir. Ayrıca 22 adet içerik de Rusça altyazı ile desteklenmiştir.

Kültür/Tarih Program ve Belgeselleri

6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasında yayınlanan 107 adet içerikten 39 tanesinin, 32 adet özel içerikten de 16 tanesinin Kültür/Tarih kategorisinde yer alması, TRT Avaz'ın daha çok kültür ve tarih ağırlıklı bir kanal olduğunu göstermektedir. Kültür/Tarih kategorisi içerisindeki içeriklerden Köklerin İzinde belgeselinde, Türk topluluklarının tarihinde önemli yer tutan yazarlar, sanatçılar ve fikir insanları anlatılırken, Kültür Sanat Avaz programında ise Türk dünyasından kitaplar, edebiyatçılar, müzisyenler, şairler, şairler, ressamlar vs. hakkında konuşulmaktadır. Yine Göçen Lezzetler belgeselinde çeşitli savaşlar, baskılar ve zulümler nedeniyle Anadolu'ya göçen insanların tarihleri ve kendilerine özgü yemekleri, Eski Topraklar belgeselinde Orta Asya ve Kafkasya'dan Türkiye'ye göç etmiş insanların hikâyeleri, Sürgünün Sessiz Tanıkları Ahıska Türkleri belgeselinde 1944 yılında Ahıska'dan baskı ve zulümlerle sürülen Türklerin hikâyeleri, Yıllar Geçse de belgeselinde ise Türk dünyasında yaşları bir asra yaklaşan yaşlıların hikâyeleri izleyici ile buluşturulmaktadır. Miras ve Kuşaktan Kuşağa belgesellerinde ise Türklerin ortak kültürel öğeleri ele alınmaktadır.

Diğer taraftan İlber Ortaylı ile Kadim Şehirler programı, Orta Asya coğrafyasındaki önemli şehirlerin tarih, inanç, bilim ve kültürlerini anlatan bir gezi-tarih programıdır. Ünlü Tarihçi Prof. Dr. İlber Ortaylı, ziyaret ettiği şehirlerin sembolik mekânlarını, çarşılarını, pazarlarını, müzelerini gezmekte ve bu şehirlerin tarihlerini, kültürlerini, geleneksel yiyecek-içeceklerini, yaşam biçimlerini vs. anlatmaktadır. 3. Kılıç belgeselinde ise Kurtuluş Savaşı yıllarında Buhara Halk Cumhuriyeti'nin Mustafa Kemal Atatürk'e hediye ettiği üç kılıcın hikâyesi ekrana taşınmaktadır. Yine Ahal Teke'de isminden de anlaşılacağı üzere Türkmenistan ile özdeşleşmiş Ahal Teke atı ve Türkmenistan'daki At Bayramı, Dunganlar'da ise Kırgızistan sınırları içerisindeki Müslüman topluluklarından olan Dunganlar anlatılmaktadır.



Türk Cumhuriyetlerinden Türkiye'ye gelen insanların konuk edildiği Merhaba programında ise sunucu ile konuk, Türkiye'nin herhangi bir şehrini gezmekte ve şehre özgü yemekleri tatmaktadırlar. Yedi İklim Dört Bucak programı da Türkiye'nin tarihi ve kültürel mekânlarını, yemek kültürünü ve unutulmaya yüz tutmuş el sanatlarını anlatmaktadır.

Son olarak TRT Avaz'ın özgün içeriklerinden Avrasya Seyir Defteri belgeseli, hem Avrasya bölgesindeki demir yolu hatlarının hikâyelerini hem de bu demiryolları hatlarının geçtiği şehirlerin önemleri ve o bölgelerde yaşayan Türklerin tarihlerini izleyiciyle buluştururken, Miras Coğrafyalar belgeseli ise Türklerin 'ata yurdu' kabul edilen bölgelerin doğasını, yaban hayatını, oradaki insanların kültürlerini ve yaşam biçimlerini ekrana taşımaktadır.

TRT Avaz'ın özgün içeriklerinde Türkiye ile bölge arasındaki ortak kimliğe vurgu yapan mesajlara sıkça rastlanmaktadır. Örneğin Köklerin İzinde belgeselinin 30 Ocak 2020 tarihinde ekrana gelen 14. bölümde, 1885-1935 yılları arasında yaşayan, Kazakistan'ın bağımsızlık mücadelesinin ve Kazak edebiyatının sembol isimlerinden olan Mirjakıp Dulatov'un hayatı anlatılmaktadır. Belgeselde bir taraftan Dulatov'un tarihteki önemi, Kazakistan'dan ve Türkiye'den bilim insanlarının ağzından ekrana yansırken diğer taraftan ise Dulatov'un yaşamı, figüranlar vasıtasıyla dramatize edilerek canlandırılmaktadır. Yine belgeselde Dulatov'un sadece Çarlık Rusya karşısında Kazak halkının uyanışının sembol isimlerinden bir tanesi olmadığı, aynı zamanda Türk dünyası için de önemli bir şahsiyet olduğu vurgulanmaktadır. Belgeselde Dulatov'u anlatan isimlerden bir tanesi olan Doç. Dr. Güljanat Kurbangaliyeva Ercilasun, "Mirjakıp Dulatov sadece Kazakları değil, Türk dünyasını uyandıran şairlerden bir tanesi" ifadesini kullanmaktadır. Belgeselin dış sesinde de "Uyan Kazak, kaldır başını' bu ses bütün Türk dünyasına dalga dalga yayılmaya başlar" sözleri duyulmaktadır. Böylece Dulatov'un şiirinin o dönemde bütün Türk toplulukları arasında karşılık bulduğuna vurgu yapılmaktadır. Son olarak belgesel, "Mirjakıp her zaman çok sevdiği Kazaklara ve tüm Türk dünyasına seslenmeye devam etmektedir: Uyan, uyan, uyan" sözleriyle son bulmaktadır. Nitekim ortak Türk kimliğine vurgu yapan bu tür milliyetçi söylemler, belgeselde sıkça duyulmaktadır. Böylece Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki duygusal bağların daha da güçlenmesinin amaçlandığı anlaşılmaktadır.

Öte yandan TRT Avaz'ın özgün içeriği olmasa da kanalın yayın stratejisi ile örtüşen program ve belgeseller de yayın akışında yer bulmaktadır. Örneğin Türklerin Uzak Asya'dan başlayıp Avrupa içlerine kadar uzanan serüvenini, coğrafya ve zaman bütünlüğüyle izleyici ile buluşturan Türkler belgeselinde, Van'ın Erciş İlçesi'ne bağlı Ulupamir köyünde yaşayan Kırgızları konu alan Pamir Buluşması belgeselinde, Anadolu'daki medeniyetlerin bilinmeyen yönlerinin ve Anadolu'nun inanç tarihinin ekrana

taşındığı Medeniyet Kâşifleri belgeselinde ve Ahmet Yesevi, Muhiddin-i Arabi, Mevlâna, Yunus Emre, Hacı Bektaş-ı Veli ve Ahi Evran gibi mutasavvıflar yoluyla İslam'ın Asya'dan Avrupa'ya kadar yayılma serüvenini anlatan Yesi'den Avrupa'ya Taşınan Köz belgeselinde, Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki 'ortak kimliği' öne çıkaracak mesajlara sıkça rastlanılmaktadır. Yine Türk tarihi ve kültüründe önemli yer tutan eşyaların tanıtıldığı Murat Boncuk'la Atölye programı da bu bağlamda kanalın yayın stratejisi ile uyumaktadır.

Türkiye'deki kahverengi tabela statüsündeki tarihi-turistik yerleri ekrana getiren Yoldan Çık, Türkiye'deki köklü lokantaları ve Anadolu'nun yemek kültürünü anlatan Asırlık Lezzetçiler, İstanbul'un tarihi semtlerinden Balat'taki mezatçılık kültürünü izleyici ile buluşturan Eskici, hem Osmanlı padişahlarının beslenme kültürünü, sofrada adabını ve dönemin mutfak ekonomisini hem de Osmanlı izleri taşıyan şehirleri anlatan Sarayın Lezzetleri, Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devleti'nde hayata geçirilen şifahanelerin, dönemin sağlık sisteminin ve yine o dönemlerden bugüne kadar ulaşan tedavi yöntemlerinin ele alındığı Kadim Tıbbın Sırları, İstanbul'un tarihi semtlerinin ekrana taşındığı Semtler Suretler ve Türkiye'de geçmişte liman olarak kullanılan koyların tarihi su altı zenginlikleri, doğal çevresi ve varsa bölgedeki antik kentlerin ekrana taşındığı Mavi Yeşil gibi içerikler ise Türkiye'nin tarihi-kültürel mirasını, turizm potansiyelini ve yemek kültürünü hedef coğrafyaya taşımaları bakımından kamu diplomasisi bağlamında önem taşımaktadırlar. Ancak Serdar Kılıç'ın doğayı gezip ilkel yöntemlerle doğada yaşam sürmeyi anlattığı Doğadaki İnsan, yarışmacıların tarih bilgisinin ölçüldüğü 3'te 3 Tarih, sanayileşme ile birlikte Anadolu'da giderek önemini yitiren, unutulmaya yüz tutan mesleklerin ele alındığı Büyük Ustalar, Seyyah Evliya Çelebi'nin rotasındaki şehirlerin, Evliya Çelebi'nin anlattığı ayrıntılarla yeniden anlatıldığı Evliya Çelebi, minyatür sanatı üzerinden tarih, edebiyat ve sanat konularının ele alındığı Nakkaşın Fırçası, tiyatroya dair her şeyin ekrana taşındığı Tiyatro Dünyası, daha çok farklı coğrafyalardaki toplulukları Türkiye'deki izleyiciye tanıtmayı amaçlayarak hazırlandığı anlaşılan Doğu'nun Kayıp Silüetleri, Hindistan, Çin, Nepal, Endonezya, vs. gibi dünyanın herhangi bir ülkesindeki aileye konuk olunarak, o ailenin yaşamının anlatıldığı Ailenin Yeni Üyesi ve ülkelerin kültürleri, inançları, tarihi ve doğal güzelliklerinin ekrana taşındığı Bir Türk Filmcinin Dünya Yolculuğu adlı içeriklerde, Türkiye'nin bölgeye yönelik kamu diplomasisi politikalarını destekleyecek mesajlar pek bulunmamaktadır. İz belgeseli ise her ne kadar Pamir Buluşması gibi Van'ın Ulupamir köyünde yaşayan Kırgızları anlatsa da belgeselde, Türkiye-Kırgızistan ilişkilerinin gelişmesine katkı sunacak mesajlara pek rastlanılmamaktadır. Hatta belgeselin kahramanı Cemil, kimi yerlerde Ulupamirli Kırgızların Türkiye'de kendilerini 'yabancı' olarak hissettiklerini vurgulamaktadır. Bu nedenle İz belgeselinin kanalın yayın stratejisiyle ters düştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır.

Nitekim 'Kültür/Tarih' kategorisi altında ele alınan program ve belgesellere genel olarak bakıldığında; TRT Avaz'ın özgün içeriklerinin hemen hepsinde ortak Türk kimliğini görünür kılacak mesajlar bulunmaktadır. Yine daha önce TRT'nin farklı kanalları için hazırlanmış olsalar da ortak kimliğe vurgu yapacak mesajlar taşıyan içeriklere de rastlanmaktadır. Ayrıca Türk kimliğini öne çıkarmasa da Türkiye'nin turizm potansiyelini hedef coğrafyaya tanıtacak program ve belgeseller de kanalda yer bulmaktadır. Bir başka önemli detay ise içeriklerin tamamının Türkçe yayınlanmasıdır. Böylece hedef coğrafyada Türkçe'nin yaygınlaştırılması sağlanmaktadır. Bu da kanalın 'dil birliği' amacı için kritik bir önem taşımaktadır.

Haber Program ve Bültenleri

TRT Avaz'ın 'Haber' kategorisindeki içeriklerinde, gün içerisinde ekrana gelen haberlerin çok büyük bir kısmı aynıdır. Gündem; Türkiye'de, Türk Cumhuriyetlerinde ve dünyada gün içerisinde öne çıkan meselelerden oluşmaktadır. Haberler genellikle TRT'nin ortak haber havuzundan çekilmekte ya da varsa TRT Avaz'ın gün içerisinde ürettiği özel haberler ekrana taşınmaktadır. Haber program ve bültenlerinin çeşitliliğinin bu kadar fazla olmasının sebebi ise günün farklı saatlerinde farklı izleyicilere ulaşma çabasıdır (Parim, 2020, ss. 161-162). Ayrıca bölge dillerindeki 5'er dakikalık bültenlerle de yine Türkçe bilmeyen seyircilere ulaşmanın hedeflendiği anlaşılmaktadır.

TRT Avaz'ın haber programı ve bültenleri, Türkiye'nin uluslararası alandaki tezleri göz önünde bulundurularak hazırlanmakta ve böylece bölgede bu tezler doğrultusunda bir kamuoyu oluşturulmaya çalışılmaktadır. Örneğin 'Haber' içeriklerinden en kapsamlısı olan Avrasya Gündemi programının 3 Şubat 2020 tarihli bölümünde; Suriye'nin İdlib kentinde yaşanan gelişmeler, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın İdlib'e yönelik açıklamaları ve Kiev ziyareti, koronavirüs salgını, Filistin meselesi, Irak'taki hükümet değişikliği, ABD Dışişleri Bakanı Michael Richard Pompeo ve Rusya Başbakanı Mihail Misustin'in Kazakistan ziyaretleri ve Pompeo'nun Kazakistan ziyaretinin ardından yaptığı Özbekistan ziyareti ekrana gelmektedir. Programın ilk haberi; Suriye'deki rejim güçlerinin İdlib'de Türk askerlerine karşı yaptığı saldırıdır. Programın sunucusu haberin anonsunu, "Sevgili seyirciler Esed rejimi Türk askerini hedef aldı. Hain saldırıda 4 askerimiz şehit oldu. 1'i ağır 9 askerimiz de yaralandı. Alçak saldırıya Türk Silahlı Kuvvetlerine bağlı topçu birlikleri anında karşılık verdi. Belirlenen hedefler F-16 uçaklarınca vuruldu" sözleriyle yapmaktadır. Perfore metni ise "Aylardır sivilleri hedef alan rejim, bu kez Türk askerine saldırdı. İdlib'de Esed güçlerinin hain saldırısında 4 asker şehit oldu. 1'i ağır 9 asker ise yaralandı" şeklinde başlamaktadır. Bir taraftan bu cümleler duyulurken diğer taraftan ise uçaklardan atılan bombalar, yıkık binaların arasında çaresizce kaçmaya çalışan siviller ve hastane görüntüleri ekrana yansımaktadır. Ardından İdlib'de bir insanlık dramı yaşan-

diği, Türk askerinin de çatışmaların önlenmesi için oluşturulan gözlem noktalarına sevkiyat yaparken saldırıya uğradığı aktarılmakta ve Türk askerinin bu 'hain', 'alçak' saldırıya yerden ve havadan anında karşılık verdiği vurgulanmaktadır. 'Hain saldırı' vurgusu, haberin KJ kısmında da yer almaktadır.



Görsel 1: İdlib Haberinden Bir Görüntü

Ekranaya getirilen ikinci haberde ise İdlib'de yaşanan olay karşısında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın verdiği tepki ele alınmaktadır. Erdoğan açıklamasında "ilk belirlemelere göre 30-35 Suriyelinin etkisiz hâle getirdiğini ve karşı taraftan 46 hedefe 122 fırtına, 100 havan atışı yapıldığını" aktarmaktadır. Yine olay 'hain saldırı' olarak sunulmakta ve Erdoğan'ın ilerleyen günlerde Suriye'ye operasyon yapılabileceği, Rusya'nın bu operasyona engel olmaması gerektiği mesajı da ekrana taşınmaktadır. Yine Ankara'dan çeşitli siyasetçilerin açıklamaları da izleyiciye sunulmakta ve yaklaşık 18 dakika süren İdlib dosyası böylelikle kapatılmaktadır.

İdlib meselesinin ele alınış biçimine bakıldığında haberin 'biz-onlar' karşıtlığı üzerine kurgulandığı hemen göze çarpmaktadır. İdlib'de yaşanan olayların çok trajik bir boyuta ulaştığı ve 'bizim' yani Türkiye'nin 'bölgedeki çatışmaları önlemek' gibi iyi niyetli bir amacımız olduğu vurgulanırken, 'onlar'ın yani Türkiye'nin söylemiyle 'Esed rejiminin' ise sivil halka zulmettiği aktarılmaktadır. Yine gündemdeki diğer önemli gelişmeler de bu şekilde Türkiye'nin bakış açısıyla çerçevelenerek



sunulmaktadır. Sonuç olarak buradan hareketle TRT Avaz'ın haber içeriklerinin, kamu diplomasisi sürecinde kritik bir rol üstlendiğini söylemek yanlış bir tespit olmayacaktır.

Dizi ve Filmler (Drama)

'Drama' kategorisinde ele alınan toplam 18 içeriğin hiçbiri TRT Avaz'ın özgün içeriği değildir. Dizilerin tamamı TRT 1 kanalı için üretilmiştir. Filmlerin ise bir kısmı dışarıdan alınmış, bir kısmı da çeşitli yapım şirketleri tarafından TRT için hazırlanmıştır. Ancak bu dizi ve filmlerin TRT Avaz'ın özgün içeriği olmamaları, kanalın yayın stratejisi ile uyumadıkları anlamını taşımamaktadır. Zira örneğin Diriliş Ertuğrul dizisinde, Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ortak tarihi ve kültürü öne çıkaracak mesajlar yoğun olarak bulunmaktadır. Dizide; Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan hemen önceki dönemde, Haçlı Tapınak Şövalyelerine, Moğollara, Candaroğulları'na, Bizans İmparatorluğu'na ve Emir Saadettin Köpek gibi Selçuklu'ya ihanet eden içerdeki düşmanlara karşı Kayı Obası'nın verdiği mücadele anlatılmakta ve dizinin kahramanı Ertuğrul Gazi, her şeyini Türklük ve İslam davasına adanmış bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca seyircinin millî ve dinî duygularına hitap eden söylem ve simgeler de dizinin hemen her bölümünde bulunmaktadır. Örneğin 19 Ocak 2020 Pazar günü ekrana gelen 134. bölümde; Ertuğrul Gazi kendisine pusu kuran düşmanlardan intikam almak isteyen Beybolat Bey'i, "Öfkeni diri tutasın. Lakin indi sakın olasın. Evvela Abdurrahman kendine gelsin gerisi kolay. Zira azgın çakalın hakkından kızgın kurt gelir" diyerek engellemektedir. 'Kurt' göndermesi bu cümlede hemen dikkat çekmekte ve bu sözcüğün bir gösterge olduğu görülmektedir. Zira kurt, Türk milliyetçileri için özel bir anlam ifade etmekte, Türklüğün simgesi kabul edilmektedir. Yine bir başka sahnede Ertuğrul Bey, diğer Türk obalarını temsil eden bir Bey ile obaların sancaklarının altında Moğollarla yapılacak savaş hakkında istişare etmektedir. İstişarenin sonuna doğru gelindiğinde, Ertuğrul Bey karşısındaki Bey'e "Türk obalarını ayağa kaldırdığımız vakit ufkumuzun da kuvvetimizin de ne kadar ulu olduğunu anlayacaklar" demektedir. Bunun üzerine karşısındaki Bey "Yer ve gök var oldukça ikisinin arasında Türk devleti nizam vermeli. Oğuz atadan beri devlet telakkimiz böyle tanzim edilmiştir. Bu sebeple şuurumuz yok edilmedikçe, yıktıkları sadece bir taht ve taç olur. İmdi de yıkıldı sanılan bir çınardan daha ulu bir devlet doğacaktır. Biz de bütün düzeni en başından buna göre kurduk. Bütün bu işlerin mihenk taşı Söğüt'tür. Bilirsin Ertuğrul Bey" şeklinde yanıt vermektedir. Anlaşılacağı üzere Türk birliğinin önemini vurgulayan ve Türk kimliğini yücelten bu tür diyaloglar, izleyicinin milliyetçi duygularına hitap etmektedir.



Görsel 2: Ertuğrul Bey ile Türk Obalarını Temsil Eden Bey'in İstişare Ettiği Sahne

Öte yandan Diriliş Ertuğrul dizisinin dışında daha çok İslami perspektifle hazırlanan Yunus Emre ve Payitaht Abdülhamid dizileri de hedef coğrafya ile ortak kimliğe vurgu yapacak mesajlar içermektedirler. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde çekilen Benim Adım Melek, Ege Bölgesi'nde çekilen Kalk Gidelim, Marmara Bölgesi'nde çekilen Yalaza, Ege ve İç Anadolu kültürünü yansıtan 6 Mantı gibi diziler ise her ne kadar ortak kimliğe işaret eden mesajlardan yoksun olsalar da Türkiye'nin bölgeye tanıtılması açısından önemlidirler. Ancak suçun ve şiddetin yoğun olarak işlendiği Halka ve sınıf-statü farkının öne çıkarıldığı Tek Yürek dizileri, Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısı hakkında olumsuz algı oluşturabilecek düzeydedirler.

Yine diziler konusunda dikkat çeken en önemli detaylardan bir tanesi, bölgenin yaygın dili olan Rusçanın gücünden azami düzeyde faydalanma gayretidir. Yunus Emre Aşkın Yolculuğu dizisi Rusça dublaj yapılarak izleyici karşısına çıkarken, Yalaza dışındaki diğer tüm dizilere ise Rusça altyazı eklenmiştir. Ancak kanalın, Rusça üzerinden izleyici kitlesini arttırmaya çalışırken, Türkçe'yi geri plana atmıyor olması da burada önemlidir. Böylece diziler üzerinden de Türkçe'nin hedef coğrafyada yaygınlaştırılmasına hizmet edilmektedir.

TRT Avaz'da yayınlanan filmler içerisinde ise her ne kadar bölge ile ilişkili olmasalar da, özellikle Kardeşim İçin Der'a ve Kırıntılar dikkat çekmektedir. 2015 yılında çekilen Kırıntılar filmi, hem Türkiye'nin Suriye'de IŞİD'e destek verdiği iddialarını çürütecek mesajlar içermekte hem de Türkiye'nin Suriye'deki mazlum halka kucak açan bir devlet olduğu imajını pekiştirmektedir. Yine Kardeşim İçin Der'a filmi de Suriye savaşına eğilmekte, filmde Suriye'deki Türkmenlerin, Beşar Essad rejimine yönelik mü-

cadelelerinde ‘haklı’ oldukları tezi işlenmektedir. Nitekim bu iki film de Türkiye’nin dış politikasını destekler yönde mesajlar içermeleri bakımından kamu diplomasisi bağlamında önemlidirler.

ABD-Moğol ortak yapımı Cengiz’in Çocukları ve ABD-Türkiye ortak yapımı Osmanlı Subayı filmleri ise kanalın yayın stratejisi ile çalışmaktadırlar. Moğolistan’ın en görkemli etkinliklerinden bir tanesi olan Naadam’de düzenlenecek at yarışına katılmak isteyen Byambaa ile UNICEF gönüllüsü Sarah Jones karakterlerinin dostluğunu işleyen Cengiz’in Çocukları filminin, Moğolistan ve ABD kamu diplomasisine hizmet ettiği dahi söylenebilir. Osmanlı Subayı filminde ise Ermeni tehciri meselesinde Osmanlı’nın haksız olduğu algısını oluşturabilecek, Türkiye’nin imajına zarar verebilecek sahneler görülmektedir. Osmanlı dönemini anlatan bir diğer film ise Atçalı Kel Mehmet’tir. Film, Efelik kültürünü yücelten mesajlar taşısa da olumsuz Osmanlı algısı oluşturabilecek sahnelerin bu filmde de ağırlıkta olduğu görülmektedir.

İmkânsız Olasılık filmi ise politik olmasa da Türkiye’nin sosyo-ekonomik yapısı hakkında olumsuz algı oluşturabilecek bir içeriktir. Son olarak Davetsiz filmi, Türkiye’nin imajına faydalı ya da zararlı olabilecek dolaylı ya da doğrudan herhangi bir mesaj içermezken, Koyverdin Gittin Beni filmi ise Karadeniz Bölgesi’nin doğal ve kültürel özelliklerini öne çıkarması açısından önemlidir.

Çocuklara Yönelik İçerikler

Daha önce TRT Çocuk kanalı için üretilen ve TRT Avaz’da da ekrana gelen çizgi filmlerde genel anlamda paylaşmak, yardımlaşmak, adaletli ve dürüst davranmak, sorumluluk sahibi olmak, sevgi, saygı gibi evrensel değerler işlense de millî değerlere göndermeler de bulunmaktadır. Özellikle Akça Obalı küçük kız çocuğu Maysa ile çoban arkadaşı Bulut’un maceraları üzerinden Türklerin göçebe yaşam tarzı, gelenek-görenekleri ve kültürlerinin anlatıldığı Maysa ile Bulut, bu noktada öne çıkmaktadır. Yine Biz İkimiz adlı çizgi filmin Kız Kulesi’nin anlatıldığı 3. bölümünde olduğu gibi, çizgi filmlerde yer yer Türkiye’nin tarihi güzellikleri de çocuklara tanıtılmaktadır.

Öte yandan çocuklara yönelik bir diğer içerik olan Tozkoparan adlı dizi de millî-manevî değerlerin anlatılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Daha önce TRT 1 kanalında yayınlanan dizi, bir yönüyle eski Türklerde ve İslam tarihinde önemli bir yer tutan okçuluğu, Mete karakteri üzerinden çocuklara sevdirmeyi amaçlamaktadır. Dizide ayrıca Türk ve İslam tarihindeki önemli olaylara da sık sık atıfta bulunmaktadır.

Nitekim genel olarak bakıldığında, her ne kadar TRT Avaz’ın özel içerikleri olmasalar da bu içeriklerin, kanalın yayın stratejisi ile uyumlu oldukları anlaşılmaktadır. Bu dizi ve çizgi filmler, kitle iletişim araçlarının etkilerine en fazla açık olan çocukların, zihinlerindeki Türkiye imajının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca

hem Türkçenin hedef coğrafyada yaygınlaştırılması hem de ortak kimliğin görünür kılınması göz önünde bulundurulduğunda, bu içerikler de kamu diplomasisi uygulamalarının başarıya ulaşmasında kritik bir önem taşımaktadır.

Ekonomi/Bilim/Teknoloji Programları

TRT Avaz'da çalışma sınırları içerisinde yayınlanan Dünyaya Açılanlar, Hayal Kurucular ve Sanayi Savaşları adlı programlar, kanaldaki ekonomi, bilim ve teknoloji ağırlıklı içeriklerdir. Dünyaya Açılanlar programı, Türkiye'de farklı sektörlerdeki küçük işletmelerin, büyüüp dünyaya açılma serüvenlerini işlemektedir. Program, Türkiye'nin ekonomik potansiyelini dünyaya göstermesi bakımından kamu diplomasisi bağlamında önemlidir. Ayrıca ülkenin tarihi-doğal güzelliklerinin de işlendiği program, turizme de katkı sunabilecek niteliktedir. Yine programın, kanalın hedef coğrafyasındaki ülkelerde çekilen bölümlerinde, ortak kimliği görünür kılacak mesajlar olduğu da görülmektedir. Örneğin 15 Ocak 2020 Çarşamba günü ekrana gelen 1. bölümünün Azerbaycan'da çekilen kısımlarında, Türkiye ile Azerbaycan'ın tek millet olduğu vurgusu sıkça yapılmaktadır. Bakü'deki Türk Şehitliği ve Anıtı'nda yapılan bir röportajda Azerbaycanlı kadın, "Biz aynı milletiz. Kanımız bir, canımız bir, şehidimiz bir. Yani vatan uğrunda şehit olmuşlar. Allah hepsine rahmet eylesin. Biz de mektepten gelmişiz. Buradakiler 305 numaralı mektebin öğrencileridir. Aynı millet olduğumuzu bunlara anlatmamız lazım. Allah hepsine rahmet eylesin." ifadesini kullanmaktadır. Anlaşılacağı üzere hem ekonomik ilişkilerin geliştirilmesine hizmet eden hem de ortak kimliği görünür kılan Dünyaya Açılanlar programının, TRT Avaz'ın yayın stratejisini yansıtan önemli içeriklerden bir tanesi olduğu anlaşılmaktadır.

Türk dünyasında ileri teknolojiyle üretilen ürünlerin ortaya çıkış hikâyelerini ve üretim süreçlerini işleyen Hayal Kurucular programı da yine Türkiye'nin hedef coğrafya ile ekonomik ilişkilerini geliştirmeye katkı sunmaktadır. Ayrıca bu programda da hedef coğrafya ile ortak kimliği öne çıkaracak söylemlere rastlanmaktadır. Son olarak TRT Belgesel kanalının içeriği olan Sanayi Savaşları ise Dünyaya Açılanlar ve Hayal Kurucular programlarının aksine Türkiye'nin bölgeye yönelik kamu diplomasisi uygulamalarına katkı sunacak mesajlar taşımamaktadır.

Dinî İçerikli Program ve Belgeseller

Çalışma sınırları içerisinde TRT Avaz'ın yayın akışında dinî içerikli toplam 5 adet program ve belgesel yer almıştır. Bunlar TRT Avaz'ın özgün içerikleri olan Divan-ı Hikmet Sohbetleri ve Rusya Müslümanları ile daha önce TRT'nin diğer kanallarında yayınlanan Müslüman Gibi Yaşamak, Fihi Ma Fih ve Türkistan'ın İslam Mirası adlı içeriklerdir. Bu program ve belgesellerin tamamı Türkçe olarak ekrana gelmiştir. Sadece Müslüman Gibi Yaşamak belgeseli, Rusça altyazı ile desteklenmiştir.



Divan-ı Hikmet Sohbetleri programında, Türk-İslam düşünce tarihinde önemli bir yer tutan mutasavvıf ve şair Ahmet Yesevi ile eseri Divan-ı Hikmet işlenmektedir. Rusya Müslümanları ise Rusya'da İslam'ın geçmişini ve günümüzdeki konumunu ekrana getirmektedir. Belgeselde İslam; hoşgörü, sevgi, yardımlaşma ve paylaşma dini olarak tanımlanmakta ve günümüzde Müslümanlığın Rusya içerisinde her geçen gün daha da yayıldığı savunulmaktadır. İslam'ın geçmişi anlatılırken de Çarlık Rusya ve arkasından gelen Sovyet Rusya dönemleri, Müslümanların baskı ve zulme uğradıkları dönemler olarak sunulmaktadır.

TRT Belgesel içeriği olan Müslüman Gibi Yaşamak ise Rusya Kazan'da yaşayan Mhalika Gelmutdinova'nın, Bosna Hersek'te yaşayan Zemira Gorinjac'ın ve Ankara'da yaşayan Fatma-Necat Bilezikçi çiftinin Müslümanlara yardım etmek amacıyla yürüttükleri faaliyetleri ekrana taşımaktadır.

Son olarak Fihi Ma Fih programı ile Türkistan'ın İslam Mirası belgeseli ise daha önce TRT Anadolu kanalında yayınlanmışlardır. Mevlâna ve eserlerinin anlatıldığı Fihi Ma Fih programında tasavvuf, fıkıh, kelam vb. konular ele alınmaktadır. Türkistan'ın İslam Mirası'nda ise Türkistan coğrafyasında İslam dininin varlığının korunmasına hizmet eden kişilerin mücadeleleri anlatılmaktadır. Nitekim TRT Avaz'ın dinî içerikli tüm bu program ve belgeselleri, Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ortak İslam kimliğini görünür kılmaları bakımından, kamu diplomasisi bağlamında önem taşımaktadırlar.

Sosyal İçerikli Program ve Belgeseller

Tablo 1'de de görüleceği üzere; çalışmanın sınırlandırıldığı tarihler arasında sosyal içerikli program ve belgesel kategorisinde ele alınan içeriklerden sadece Vatandaşlık Türkiye belgeseli TRT Avaz'a özel hazırlanmıştır. Bu belgeselin kanalın yayın stratejisini en iyi yansıtan içeriklerden bir tanesi olduğunu söylemek burada yanlış olmayacaktır. Zira belgeselde; baskı ve zulümler nedeniyle Türkiye'ye sığınan ve burada büyük başarılar elde eden Türklerin hikâyeleri ekrana taşınmaktadır. Türkiye; belgeselde, soydaşlarına kucak açan; onların bilimde, sanatta, sporda büyük başarılar elde etmesine imkân tanıyan bir ülke olarak sunulmaktadır. Belgeselde Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ortak Türk kimliği de sıkça öne çıkarılmaktadır. Hatta göçmenlerin Türkiye'yi 'vatanları' olarak kabul etmelerinin en önemli nedeninin bu ortak kimlik olduğu sık sık vurgulanmaktadır. Bu noktada milliyetçi söylem ve simgelere de sıkça rastlanmaktadır. Örneğin belgeselin giriş jeneriğinde hikâyeleri anlatılan kahramanların kolajlanmış görüntülerinin yanı sıra dalgalanan bir Türk bayrağı görseli kullanılmaktadır. Jeneriğin müziği ise Nogay Türkü halk müziği sanatçısı Arslanbek Sultanbekov'a ait olan ve günümüzde özellikle milliyetçiler tarafından özümşenen Dombra'dır.



Görsel 3: Vatanım Türkiye Belgeselinin Giriş Jeneriğinden Bir Görüntü

Yine Vatanım Türkiye'nin 6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasında yayınlanan tek bölümü olan 21. bölümünde, Akademisyen Doç. Dr. Meryem Hakim'in hikâyesi anlatılmaktadır. Belgeselde Meryem Hakim'in amcasının kızı Abatay Doğru, "Bizim büyüklerimiz 'biz Türküz, Müslümanız. Onun için Türkiye'ye gelmek istiyoruz' dedikleri için Türkiye'ye gelmişler" diyerek göçün nedenini ortak kimlikle açıklamaktadır. Benzer şekilde Meryem Hakim de dünya üzerinde Türklük ve Müslümanlık olmak üzere iki büyük kimliğin olduğunu ve bu kimliklerin, atalarının Türkiye'ye göç etmelerinde etkili olduğunu vurgulamaktadır. Hakim aynı zamanda, "Ben bunu lise yıllarımda atama sordum. 'Ben sizi Türk ve Müslüman kalmanız için Türkiye'ye getirdim' dedi" ifadelerini kullanmaktadır.

Öte yandan daha önce de belirtildiği gibi Türkiye, kendisine sığınanlara ev ve iş veren bir ülke olmanın yanı sıra, bu insanların toplumsal hayatta çok önemli başarılar imza atmasına da vesile olan bir ülke olarak tanıtılmaktadır. 21. bölümde de Meryem Hakim'in Hacettepe Üniversitesi'nde okumasını, ardından Winconsin Üniversitesi'nde master, Bilkent Üniversitesi'nde doktora yapmasını, eğitim hayatından sonra da Türkiye'nin en seçkin üniversitelerinde tarih ve uluslararası ilişkiler dersleri vermesini sağlayan gücün Türkiye Cumhuriyeti devleti olduğu vurgulanmaktadır. Meryem Hakim, "Kısaca söylemek gerekirse eğitim sistemi olarak ben Türkiye Cumhuriyeti eğitim sisteminin bir ürünüyüm" diyerek, bu başarısını Türkiye Cumhuriyeti'ne borçlu olduğunu aktarmaktadır.



Anlaşılacağı üzere belgeselde Türk kimliği sıklıkla öne çıkarılmakta hatta bazen bu Türklüğü yücelten milliyetçi söylemlere de rastlanılmaktadır. Örneğin Meryem Hakim'in başarılarından bahsedilirken, Hakim'in 'Kazak olduğunu hiç unutmadığı ve Türklüğü hep ön planda tuttuğu' vurgulanmaktadır. Nitekim Vatanım Türkiye belgeseli, hem 'soydaşlarına kucak açan güçlü bir Türkiye' imajını pekiştirmesi hem de Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ortak mensubiyet bilincini geliştirilmesi bakımından büyük bir önem taşımaktadır.

Göçle Gelen Göçle Giden belgeseli de Vatanım Türkiye gibi göç konusuna odaklanmaktadır. Ancak İtalya, Türkiye, Yunanistan gibi Akdeniz ülkelerinden Almanya'ya çalışmak için giden insanların hikâyesini anlatan bu belgeselde, Vatanım Türkiye'deki mesajlara benzer mesajlar bulunmamaktadır. Yine Afganistan'da kömür madenlerinde çalışmak zorunda kalan çocukların mücadelesini anlatan Afgan Kömürü, dünyanın herhangi bir köşesindeki bir şehri ve o şehrin insanların yaşam biçimlerini ekrana taşıyan Şehirler ve Hayatlar ve dövüş sporlarının ele alındığı Savunma Sanatları belgeselleri de Türkiye'nin kamu diplomasisi politikalarına hizmet edecek mesajlar taşımamaktadırlar.

Öte yandan Sağlık Elçileri, Hastane İstanbul, Reçetesiz Hayat ve Dr. Yerebakan ile Hayatın Ritmi gibi sağlık konulu program ve belgeseller ise Türkiye'nin sağlık teknolojilerinde gelişmiş, dünyanın önde gelen ülkelerinden bir tanesi olduğu imajını oluşturmaları bakımından, kamu diplomasisi bağlamında önem taşımaktadırlar. Özellikle Türk doktorların, Asya, Afrika ve Balkan ülkelerindeki faaliyetlerinin anlatıldığı Sağlık Elçileri, bu program ve belgeseller içerisinde öne çıkmaktadır. Türkiye belgeselde, son yıllarda sağlık alanında model ülke olabilecek seviyeye gelen ve dil, din, ırk, mezhep farklılığı gözetmeksizin yardıma muhtaç insanlara kucak açan bir ülke olarak tanıtılmaktadır. Türk doktorları da 'umudun elçileri' olarak adlandırılmaktadır.

Eğlence/Müzik Programları

TRT Avaz'ın Eğlence/Müzik kategorisi altındaki tek özgün içeriği olan Benim Bir Günüm programının her bölümünde farklı bir ünlü isim konuk edilmekte ve bu ünlünün bir gününün nasıl geçtiği, iş ve sosyal hayatındaki değişimleri ve aktiviteleri izleyici ile buluşturulmaktadır. Türk Cumhuriyetlerindeki ünlü isimlerin konuk edilmesi ve bu isimlerle gerçekleştirilen sohbetlerde Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ortak kültürün öne çıkarılması, programın kanalın yayın stratejisine uygun olduğunu ortaya koymaktadır.

Öte yandan Kerküklü sanatçıların, Kerkük'ün tarihi mekânlarının önünde yöresel kıyafetlerle söyledikleri Türkülerin ekrana getirildiği Kerkük Türküleri ile kimi zaman Türk Cumhuriyetlerinden kliplerin yer bulduğu Binbir Renk programları,

Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki müzik benzerliğini görünür kılmaları bakımından, kısıtlı da olsa TRT Avaz'ın yayın stratejisi ile uyumlu mesajlar taşımaktadırlar. Yine Karadeniz yaylalarında çekilen Yaylamın Dili programı da Karadeniz kültürünün hedef coğrafyaya taşınmasını sağlamaktadır. Misafirim Var programı ise Türkiye'deki yöresel yemeklerin tanıtılması, Türkiye'nin örf, adet, gelenek ve göreneklerine vurgu yapılması bakımından önem taşımaktadır.

Bunlar dışında ebeveyn - çocuk ilişkisine odaklanan Ailem, Odam ve Ben programı; 4 yarışmacının 50 bin TL'lik ödül için şansa dayalı, aksiyon ve eğlence dolu oyunlar oynadıkları Rastgele programı; eskiye yönelik eğlenceli soruların sorulduğu 3'te 3 Bir Zamanlar programı; eski-yeni çeşitli Türkçe şarkıların ekrana getirildiği Albümlerden ve Klipark programları; Türk pop müzik şarkıcısı Yusuf Güney'in konuklarıyla birlikte yemek yapıp şarkı söylediği Müzik Muftağı programı; Türkiye'nin tanınmış sanatçılarının canlı performansla şarkılarını seslendirdikleri Yüksek Performans programı; dünya müziklerinin çalındığı ve Endonezya'nın tarihî - doğal güzelliklerinin yer aldığı Melodika programı; Fuat Güner'in dünyanın farklı ülkelerine gidip dünyaca ünlü müzisyenlerle müzik, kültür ve sanat üzerine sohbetler gerçekleştirdiği Aramızda Müzik Var programı; farklı ülkelerin tarihsel derinliği olan geleneksel müzik türlerinin ekrana taşındığı Dünya Müzik Gelenekleri programı ve son olarak opera sanatının ele alındığı Opera Dünyası programı, kanalın yayın stratejisine doğrudan hizmet edecek mesajlar taşımamaktadır.

Sonuç

Türkiye, sesini bölgesel ve küresel ölçekteki kitlelere ulaştırmak, zihinlerde olumlu bir ülke imajı oluşturmak ve uluslararası alandaki tezlerinin meşruluğuna dış kamuoyunu inandırmak adına, birçok devlet gibi kamu diplomasisi faaliyetlerinde medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye'nin kamusal yayıncılık yapan tek televizyon kuruluşu olan TRT öne çıkmaktadır. Türkiye'nin mesajları, TRT bünyesindeki uluslararası kanallar aracılığıyla dünyaya taşınmaktadır. Bu kanallardan bir tanesi de Orta Asya ve Kafkasya'daki Türk Cumhuriyetleri ve Türk topluluklarına ulaşmayı hedefleyen TRT Avaz'dır.

Türkiye'nin bölgeye yönelik kamu diplomasisi faaliyetlerinde TRT Avaz'ın üstlendiği role eğilen bu çalışmada, kanal özellikle milliyetçilik perspektifiyle ele alınmıştır. Bu bağlamda TRT Avaz'ın 6 Ocak - 6 Şubat 2020 tarihleri arasında ekrana gelen içerikleri incelenmiş ve kanalın yayın stratejisi saptanmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda TRT Avaz'ın daha çok kültür ve tarih içerikli yayınlar yaptığı ve özellikle özgün içeriklerinde, Türkiye ile hedef coğrafya arasındaki ortak tarihi ve kültürü öne çıkaran mesajların ağırlıkta olduğu anlaşılmıştır. Yine kanalın özgün içeriği olmayan birçok program, belgesel, dizi ve çizgi filmde de ortak

Türk kimliğini öne çıkaran mesajların yer aldığı saptanmıştır. Buradan hareketle bu tür içerikler üzerinden ortak kimliğe olan aidiyet bilincinin geliştirilmesinin ve bu kimlik aracılığıyla Türkiye ile bölge arasındaki duygusal ilişkilerin arttırılmasının amaçlandığı sonucuna varılmıştır. Çalışmada varılan bir diğer sonuç ise TRT Avaz'ın, Türkiye'nin uluslararası alandaki tezlerinin haklılığına yabancı kamuoylarını ikna edecek türde içerikleri ekrana taşıdığıdır. Çalışmada detaylı bir şekilde incelenen İdlib haberinde görüldüğü üzere kanaldaki haber içerikleri ve Kırıntılar ile Kardeşim İçin Der'a filmleri bu kapsamda önemli örnekler arasındadır. Ayrıca yine 'Ekonomi/Bilim/Teknoloji' kategorisi altında sınıflandırılan Dünyaya Açılanlar ve Hayal Kurucular adlı programların, Türkiye'nin bölge ile ekonomik ilişkilerinin geliştirilmesine katkı sunacak formatta oldukları anlaşılmıştır. Son olarak Türkiye'nin turizm potansiyelini görünür kılacak birçok içeriğin de kanalda yer bulduğu saptanmıştır.

Nitekim bu bulgular, Türkiye'nin Orta Asya ve Kafkasya'ya yönelik kamu diplomasisi uygulamalarının en önemli medya ayaklarından bir tanesi olan TRT Avaz kanalının, Türk kimliğini bir yumuşak güç kaynağı hâline getirdiğini ve 'ortak millet' vurgusu üzerinden hedef coğrafya ile sosyo-kültürel, siyasi ve ekonomik ilişkileri geliştirmeyi amaçladığını açıkça ortaya koymaktadır. Yine Yunus Emre Aşkın Yolculuğu dizisi ve bölge dillerindeki 5'er dakikalık bültenlerin dışındaki tüm içeriklerin Türkçe olarak ekrana gelmesi, bölgede Türkçe'nin yaygınlaşmasına katkı sunmaktadır. Dolayısıyla tüm bunlar TRT Avaz kanalının, Türk milliyetçiliğinin ideologlarından İsmail Gaspıralı'nın 'dilde, fikirde, işte birlik' şiarıyla paralel yayınlar yaptığı savını doğrulamaktadır. Diğer taraftan Benedict Anderson'un 'hayali cemaatler' tezi dikkate alındığında, TRT Avaz kanalının yaptığı yayınlarla birbirini hiç görmeyen ve tanışma fırsatı bulamayan insanların, aynı milletten olduklarının hayaliyle yaşamalarına hizmet ettiği yorumunu yapmak da yanlış olmayacaktır. Son olarak TRT Avaz'ın yayın stratejisine eğilen bu çalışmanın sınırları içerisinde, kanalın hedef kitleye ne kadar ulaştığı ve taşınan mesajların kitleler üzerinde etkili olup olmadığı konuları yer almamıştır. Uluslararası bir kuruluş olduğu için, yayın yaptığı ülkelerin reyting sistemlerine dâhil olamayan ve ülkelerin çeşitli kısıtlamaları nedeniyle reklam yayınlamayıp reklamlar üzerinden de veri toplayamayan TRT Avaz kanalı da en büyük sorunu geri bildirim konusunda yaşamaktadır.



Kaynakça

- Akçura, Y. (2018). *Türkçülüğün tarihi*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Anderson, B. (2017). *Hayali cemaatler: Milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması*. (İ. Savaşır, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Aydemir, E. (2016). *Dış politikada yumuşak güç ve medya*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Aydemir, E. (2019). Kamu diplomasisinde medyanın yeri. İçinde O. Göksu (Ed.), *Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler* (ss. 109-132). Konya: Literatürk.
- Bostancı, M. (2012). *Siyasal Liderlik ve Recep Tayyip Erdoğan'ın Liderlik Kodları*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Cull, N. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Çelik, H. ve Ekşi, H. (2013). Söylem analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(27), 99-117.
- Ekşi, M. (2017). Türkiye'nin Türk dünyasına yönelik kamu diplomasisi: Yeni araç ve mekanizmalar. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 17(1), 9-19.
- Erzen Ünal, M. (2014). *Kamu diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Fisk, J. (2015). *İletişim çalışmalarına giriş*. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Gellner, E. (2018). *Uluslar ve ulusçuluk*. (B. Ersanlı ve G. G. Özdoğan, Çev.). İstanbul: Hill Yayınları.
- Gökalp, Z. (2012). *Türkçülüğün esasları*. İstanbul: Toker Yayınları.
- Hablemitoğlu, N. (2017). *Gaspıralı İsmail*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- İletişim Başkanlığı. (2019). Kamu diplomasisi aracı olarak Türk dizileri çalışmayı düzenlendi. Retrieved from https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi/
- Nye, J. S. (2005). *Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu*. (R. İ. Aydın, Çev.). Ankara: Elips Kitap.
- Orkun, H. N. (1977). *Türkçülüğün tarihi*. Ankara: Kömen Yayınları.
- Ökmen, Y. E. & Göksu, O. (2019) Kültürel diplomasi bağlamında Türk dizilerinin ihracatı ve kültür aktarımına katkısı: 'Diriliş Ertuğrul' örneği. İçinde O. Göksu (Ed.), *Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler* (ss. 247-291). Konya: Literatürk.
- Özer, Ö. (2011). *Haber, söylem, ideoloji*. Konya: Literatürk.



- Köksoy, E. (2015). Kamu diplomasisi perspektifinden ulus markalaması, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 23, 42-61.
- Parım, A. (2020). Bir kamu diplomasisi aracı olarak milliyetçi söylemin TRT Avaz'da kullanımı, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- RTÜK. (2014). Yayınlarda program türleri kod, tanıtım ve sınıflandırmaları. Retrieved from [https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/BilgiMerkezi/Program %20T%C3%BCrleri%20Kod%20Kitap%C3%A7%C4%B1%C4%9F%C4%B1.pdf?download=true](https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/BilgiMerkezi/Program_%20T%C3%BCrleri%20Kod%20Kitap%C3%A7%C4%B1%C4%9F%C4%B1.pdf?download=true)
- Saraçlı, M. (2014). Güç unsurları çerçevesinde bir algı yönetimi unsuru olarak (yeni) kamu diplomasisi ve Türkiye. İçinde B. Karabulut (Ed.), *Algı Yönetimi* (ss. 273-308). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2019). *İletişim araştırmaları ve kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tongut, S. ve Yavuz, C. (2014). Sovyetler Birliğinin dağılmasından sonra Kırgızistan ile ilişkilerde Türk medyası: TRT-Avrasya, *TRT Türk ve TRT Avaz. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 133-145.
- TRT. (n.d.). Tarihçe. Retrieved from <https://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>
- Turhan, K. (2013). *Dilde, fikirde ve işte Birlik* (Akçura-Galiyev-Gaspıralı-Gökalp). İstanbul: Doğu Kitabevi.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (2020). Retrieved from <https://sozluk.gov.tr/>
- Yağmurlu, A. (2019). Kamu diplomasisi ve ulus markalaşması: Bir elmanın iki yarısı mı?, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 49, 122-138.

Yahudi Göçleri ve Yahudi Kimliğinin Oluşumu **Jewish Migrations and the Formation of Jewish Identity**

Araştırma Makalesi / **Research Article**



Sorumlu yazar/
Corresponding author:
Abdulvehap Ballı

ORCID: 0000-0001-
5862-9504

Geliş tarihi/Received:
14.06.2021

Son revizyon teslimi/
Last revision received:
13.07.2021

Kabul tarihi/Accepted:
14.07.2021

Yayın tarihi/Published:
19.07.2021

Atıf/Citation: Ballı, A.
& Gökçe, A. F. (2021).
Yahudi göçleri ve
Yahudi kimliğinin
oluşumu. *İletişim ve*
Diplomasi, 5, 57-80

Abdulvehap BALLI¹ & Ali Fuat GÖKÇE²

ÖZ

Yahudilerin kutsal kitabı Tanah bilinmeden, Yahudi tarihi ve kimliğinin anlaşılması güçtür. Zira Yahudiler, dünü ve bugünü kutsal kitapları üzerinden yorumlarlar. Tanah, bir anlamda Yahudi göçünün ve kimliğinin manifestosudur. Kutsal kitapların oluşumu, jeopolitik koşullarla da paralellik gösterir. Tanah'ta Hz. İbrahim'in Kenan topraklarına yolculuğu, seçilmiş bir halkın vadedilmiş topraklarla müjdelenmesinin yürüyüşü olarak aktarılır. Bu yürüyüş, Hz. Musa döneminde Tevrat'la desteklenir. Yahudi ütopyası, Kudüs'ün başkent olması ve Süleyman Mabedi'nin inşasıyla siyasi ve dinî bir çehreye bürünür.

Din ile etnik aidiyetlilerini aynı kimlikte bütünleştiren Yahudiler, Kudüs'ün ve Süleyman Mabedi'nin yıkılmasını Tanrı'nın bir cezası olarak algırlarlar. Dünyanın farklı coğrafyalarına dağılan Yahudiler; İslam coğrafyasında zimmi hukuk çerçevesinde daha rahat bir ortamda yaşarken Hristiyan bölgesinde dışlanır, ötekileştirilir ve sürgüne tabi tutulurlar. Yahudiler, Siyonistlerin öncülüğünde 1948'de İsrail Devleti'nin kurulmasıyla ütopyalarına kavuşurken kadim bir toplumun da felaketine neden olurlar. Kendilerini özgür kadının çocukları olarak gören Yahudiler, köle kadının çocukları olarak gördükleri Filistinliler ile aynı topraklarda bir arada yaşamaya yanaşmazlar. Diasporada yaşamış, dışlanmış ve göçe zorlanmış bir halkın muktedir olduktan sonra benzer bir uygulamanın öznesi olması, kutsal kitapların ruhu ve mesajıyla çelişen bir durumdur.

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset ve Sosyal Bilimler Ana Bilim Dalı, Gaziantep, Türkiye, vahapballi@gmail.com

² Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Gaziantep, Türkiye, afgscem@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6484-8305

Bu çalışmada Yahudilerin tarih sahnesine çıkışı, vadedilmiş topraklara ulaşması, trajik bir şekilde yeryüzünün farklı coğrafyalarına göç etmek zorunda kalması ve yakın dönemde Filistin'e dönüşü, göç ve diaspora tecrübesi bağlamında incelenmiş; söz konusu tecrübenin Yahudi kimliğine ve siyasetine etkisi, Tanah çerçevesinde tartışılmıştır. Bu doğrultuda tarihsel ve betimsel araştırma türü ile belgeye dayalı analiz uygulamasından yararlanılarak sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tanah, Yahudi göçleri, Yahudi kimliği, diaspora, Siyonizm

ABSTRACT

It is difficult to understand Jewish history and identity without knowledge of the Tanakh, the Jewish holy book. Because Jews interpret the past and present through their holy books. In a sense, Tanakh is a manifestation of Jewish immigration and identity. The formation of the holy books also parallels the geo-political conditions. In the Tanakh, St. Abraham's journey to the land of Canaan is narrated as the march of a chosen people to herald the promised land. This march was supported by the Torah during the time of St. Moses. The Jewish utopia takes on a political and religious dimension with Jerusalem becoming the capital and the construction of the Temple of Solomon.

The Jews, who integrate their religion and their ethnic affiliations into the same identity, perceive the destruction of Jerusalem and the Temple of Solomon as a punishment from God. In the Islamic geography, Jews, who dispersed to different geographies of the world, lived in a more comfortable environment. In the Christian world, however, they are marginalized and exiled. While the Jews achieved their utopia with the establishment of the State of Israel in 1948 under the leadership of the Zionists, they also caused the disaster of an ancient society. Jews, who see themselves as the children of a free woman, refuse to live together with Palestinians, whom they regard as the children of a slave woman. It contradicts the spirit and message of the holy books that a diaspora people, who were excluded and forced to migrate, became the perpetrators of a similar treatment after becoming dominant.

In this study, the emergence of the Jews on the stage of history, their arrival in the promised land, their forced migration to different geographies around the world in a tragic way, and their recent return to Palestine have been examined in the context of migration and diaspora experience. The impact of this experience on Jewish identity and politics has been discussed within the context of the Tanakh. In this direction, historical and descriptive research type and the application of document-based analysis.

Keywords: Tanakh, Jewish immigration, Jewish identity, diaspora, Zionism



EXTENDED ABSTRACT

Throughout history, civilizations have tended to begin or end the story of humanity with themselves. This insight is manifested in the effort to bring the journey that began with myths to a close with theses about the end of history. Therefore, it is inevitable for every civilization to have a unique history. The Jews, one of the most ancient peoples of the Middle East, trace their ancestry back to Hz. based on Jacob. The descendants of Jacob's 12 sons are called Israelites. B.C. In 1050 they established an Israeli kingdom in Palestine. After this kingdom was divided and destroyed, they were unable to establish a state for a long time. Following the Babylonian exile, the Jews dispersed to different regions outside of Palestine. The Jews who remained in Palestine lived under the rule of states such as Rome and Byzantine Sassanid until the Islamic armies took over the region in the 7th century. Jews had the opportunity to live comfortably under the domination of Islamic states. During the Middle Ages, Islamic lands were a safe place for the Jews, who were oppressed by Christians in Europe. With the migrations, many big cities of the Ottoman Empire harboured a small number of Jews.

Before World War I, Zionism developed as a political movement. After the First World War, the fact that Palestine remained under the British mandate accelerated Jewish immigration to Palestine. The state of Israel was established in Palestine in 1948. Due to the political conditions that emerged after 1948, the Arab-Israeli wars and immigration, the Jewish population increased in the Palestinian-Israeli-controlled lands.

The Jews, who are accepted as one of the ancient societies, accept St. Abraham as the first ancestor. According to the Jews, Abraham's arrival from Ur to Harran and from there to the promised land is not an ordinary journey. The purpose of this journey is the fulfilment of the divine promise. Because, God promised it to Abraham and his descendants, if they obeyed his commands. The Jews base this promise on their scriptures. Therefore, the journey begins with the chosen people, continues with a march to the promised land, and ends with the revelation of the Torah to St. Moses. While the political dimension was completed with St. David's declaration of Jerusalem as the capital, the religious dimension was completed by St. Solomon's construction of the Solomon's Temple. The disintegration begins in the Jews who deviate from their promise to God. Jews, who had to live under the domination of various tribes in various periods of history, perceive this situation as a punishment from God. The destruction of the Holy Temple, built by St. Solomon, by the Babylonians and the Holy Temple, rebuilt in the period of the Romans, by the Romans causes a great trauma for the Jews.

In this study, the Jews who have been on the stage of history since Abraham, their arrival with the promised land, their distribution to various parts of the world, and their recent return to Palestine will be examined in the context of immigration and diaspora. Jewish identity and its impact on politics will be discussed within the context of Tanakh.

The study was carried out utilizing descriptive and historical research methods. It is a theoretical study. First and foremost, information concerning the Bible Tanakh and the Jewish Name is provided in the study. Then, Migration from Ur city to Canaan and later migration from Canaan to Egypt and departure from Egypt are studied, the Arrival of the Promised Land and the First Temple Period, the Babylonian Exile and the Second Temple Period are examined and diaspora Jews are explained. Finally, Zionism and the return to the promised land, the establishment of the State of Israel and the Arab-Israeli Wars are discussed.

Giriş

Medeniyetler, tarih boyunca insanlık hikâyesini kendileriyle başlatmaya yahut kendileriyle bitirmeye meyillidirler. Mitlerle başlayan yolculuğun “tarihin sonu” tezleriyle neticelendirilme çabası, bu anlayışın bir tezahürüdür. Hayatın mitolojik söylenceler ile eskatolojik hikâyeler arasında yorumlanmaya çalışıldığı böyle bir ortamda, her medeniyetin nevi şahsına münhasır bir tarihinin olması kaçınılmazdır.

Kadim toplumlardan biri olarak kabul edilen Yahudiler, kendi tarihlerini Hz. İbrahim ile başlatırlar. Yahudiler tarafından ilk ata olarak kabul edilen Hz. İbrahim’in aynı zamanda ilk peygamber olarak da anılması, söz konusu tarihe bir kutsallık atfedilmesine neden olur. Yahudilere göre Hz. İbrahim’in vadedilen topraklara yürüyüşü, alelade bir yolculuk değildir. Bu yolculuğun amacı ilahi vadin gerçekleşmesidir. Zira Tanrı, ahbine sadık kalmaları hâlinde, Kenan beldesini Hz. İbrahim’e ve soyundan gelenlere vereceğini müjdeler. Yahudiler bu vaadi, kutsal kitaplarına dayandırırılar. Dolayısıyla söz konusu yolculuk, seçilmiş halkla başlar; vadedilmiş topraklara yürüyüşle devam eder ve Hz. Musa’ya Tevrat’ın indirilmesiyle kemale erer. Hz. Davud’un Kudüs’ü başkent ilan etmesiyle siyasi boyut, Hz. Süleyman’ın Süleyman Mabedi’ni inşa etmesiyle de dinî boyut tamamlanmış olur.

Siyasi ve dinî birliğini tamamlayan Yahudilerin Tanrı’ya verdikleri ahitten zamanla sapmaları, çözülmeyi de beraberinde getirir. Tarihin farklı dönemlerinde farklı kavimlerin tahakkümü altında yaşamak zorunda kalan Yahudiler, bu durumu Tanrı’nın bir cezası olarak algırlar. Hz. Süleyman tarafından inşa edilen Kutsal Tapınak’ın Babilliler tarafından yıkılması, Romalılar döneminde yeniden inşa edilen Kutsal Tapınak’ın ise Romalılar tarafından yerle bir edilmesi Yahudiler açısından büyük bir travmaya neden olur.



MS 70 ve MS 132 yılında yaşanan Yahudi isyanları sonrası vadedilen toprakları terk etmek zorunda kalan Yahudiler, dünyanın farklı bölgelerine göç etmek zorunda kalırlar. İslam coğrafyasında zimmi hukuk çerçevesinde daha rahat bir yaşam süren Yahudiler, Hristiyan coğrafyada aynı rahatlığı bulamazlar. Dışlanan, ötekileştirilen ve sürgüne tabi tutulan Yahudiler, kimliklerini muhafaza etmek için özel çaba gösterirler. Yüzlerce yıla yayılan diaspora tecrübesi, Yahudileri siyasetten ekonomiye, bilimden sanata kadar çok farklı alanlarda yetkin hâle getirir. Yaşananlar, vadedilmiş toprak özlemini asla dindirmemiş olacak ki, 19. yüzyılın sonlarından itibaren Yahudiler, Filistin'e kitleler hâlinde göç etmeye başlarlar. Yahudilere göre bu göç, haklı ve meşrudur. Ancak söz konusu göçle birlikte yüzyıllardır Filistin topraklarında yaşayan Filistinliler topraklarından ayrılmak zorunda bırakılırlar.

Bu çalışmada, Yahudilerin, Hz. İbrahim'den itibaren tarih sahnesine çıkışı, vadedilmiş topraklarla müjdelenmesi, dünyanın farklı bölgelerine dağılması, yakın dönemde Filistin'e tekrar dönüşü, göç ve diaspora tecrübesi bağlamında incelenmiş; söz konusu tecrübenin Yahudi kimliği ve siyasetine etkisi, Tanah çerçevesinde tartışılmıştır. Çalışmada Tora, Neviim ve Ketuvim kitaplarının tamamını kapsayan Yahudi kutsal metni Tanah esas alınmıştır. Yahudi tarihine dair yayımlanmış metinlerden yararlanma yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda tarihsel ve betimsel araştırma yöntemi ile belgeye dayalı analiz uygulamasından faydalanılarak sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Tanah, Bir Halkın Doğuşu ve İlk Göç

Yahudi tarihini kutsal kitaptan, yani Tora (Tevrat), Neviim (Peygamberler) ve Ketuvim (Yazılar) kitaplarının tamamını kapsayan Tanah'tan bağımsız ele almak mümkün değildir. Zira Yahudi tarihiyle kutsal metinler iç içe geçmiştir. Süreci sağlıklı bir şekilde anlayabilmenin ön koşulu, bu metinlere vâkıf olmaktan geçer. Söz konusu metinler, tarihte yazılı bir kaynağa sahip olması nedeniyle, Yahudilere çoğu toplumda olmayan bir ayrıcalık sağlar.

Tanah için, göç eden bir halkın anlatısı denilse yeridir. Zira kutsal metnin ana omurgasını 'halk' ve 'göç' kavramları oluşturur. Bu kavramlar, modern dönemlere kadar Yahudilerin kendilerini kavrayışlarını belirler. Bu anlatılar, tarih boyunca sürgün deneyimleri sırasında Yahudilere bir teselli ve umut kaynağı olmuştur (Brenner, 2011, s. 11). Maimonides, Yahudi imanının sekizinci esasını Tora'nın, ilahi kaynaklı olduğuna ve Hz. Musa'ya indirildiği gibi elimize ulaştığına inanmak şeklinde formüle eder. Bu sebeple Ortodoks Yahudiler, edebî kritiği yahut metin kritiğini kabul etmezler. Tevrat, lafzen de Tanrı sözü olarak kabul edilmiş ve detaylara dikkat edilerek çoğaltılmıştır. Modern araştırmalar ise Ortodoks anlayışın aksini iddia eder. Bu araştırmalara göre Kitab-ı Mukaddes, farklı kaynakların bir derlemesidir. Buna gerekçe olarak hikâyelerin tekrarı, metinlerdeki tezatlıklar ve üslup farklılığı gösterilir (Cohn-Sherbok & Co-

hn-Sherbok, 2010, ss. 24-26). Genel kabul, Tanah'ın bin yıllık bir aşamadan ve edis-yondan geçtikten sonra, İkinci Tapınak'ın yıkılmasını takip eden dönemde, yani MS 100-200 yıllarında Yavne şehrinde bir heyet marifetiyle son şeklini aldığı yönündedir (Graves & Patai, 2009, ss. 11-12).

Yahudiler tarihte farklı adlarla anılmışlardır. Bunlardan biri "İbrani" adıdır. Sözcüğün etimolojisine dair farklı görüşler vardır. Kaynaklarda 'Ubr/'Abr ve Benî 'İbr/'Abr adlı kabilelerden ve Hz. Nuh'un oğlu Sam'ın torunlarından olan 'Âber (Eber) adından bahsedilir. Öte yandan 'ibrî veya 'ibrâni ifadesi "Yahudiler'in dili / İbrânice (İbrâniyye)" anlamına gelecek şekilde kullanılır (Gürkan, 2016, s. 625). Tevrat'ta ise Hz. İbrahim'den söz edilirken "İbrani Avram" adı tercih edilir (Tekvin, 14/13). Sözcüğün ilk kez Kenanlılar tarafından kullanıldığına dair bilgiler de vardır. Buna göre Hz. İbrahim döneminde, Fırat'ı geçtikten sonra vadedilen topraklara gelenlere, bölgede bulunan Kenanlılar, "nehri geçen" anlamına gelen "İbrani" adını verirler (Besalel, 2001, s. 231).

Yahudiler için kullanılan bir diğer isim İsrailoğulları'dır. Tevrat'ta Hz. Yakup'a yakıştıran bir kahramanlık olayı vesilesiyle kendisine İsrail (Yisrael) yani "Tanrı'yla güreşen" adının Rab tarafından verildiği ifade edilir (Tekvin, 32/28). İsrailoğulları adı buradan mülhem kullanılmıştır. Yahudi tarihinin en büyük peygamberi olarak kabul edilen Hz. Musa'dan dolayı 'Musevi', Hz. Yakup'un oğullarından Yahuda'nın adını taşıyan Yahudi Krallığı nedeniyle de 'Yahudi' olarak anılmışlardır.

Tevrat'a göre Yahudiler, Hz. Nuh'un oğlu Sam'ın çocuklarıdır. Tevrat, Sam'dan Hz. İbrahim'e kadar olan silsileyi detaylı olarak aktarır (Tekvin, 11/10-32). Yahudiler, Hz. İbrahim'den itibaren yaşanılanları bir kırılma dönemi olarak gördükleri için, tarihlerini ilk peygamber olarak kabul ettikleri Hz. İbrahim'le başlatırlar. Bu bağlamda Yahudi tarihi bir anlamda göçün tarihidir. Bütün bu tecrübeyi yazılı kaynaklar ve sözlü gelenek yoluyla nesilden nesle aktarmayı başaran Yahudiler, büyük bir birikime sahip olmaları hasebiyle dünya tarihinde hafızalara kazınan toplumlardan biri olmuşlardır.

Michael Brenner, bu sebeple Yahudi tarihini anlatmanın zorluğundan bahseder. Buna gerekçe olarak dünyanın herhangi bir yerindeki insanların Yahudilerle ilgili bilgi sahibi olmanın ötesinde bir düşünceye, bir kanaate sahip olmasını gösterir. Brenner, dünya nüfusunun yüzde birini geçmeyen bir halk için, böylesi bir şerefe nail olmanın küçümsenemeyeceğini ifade eder. Ancak Brenner, Yahudilerden ifrat ve tefrit dili bağlamında bahsedildiğinin farkındadır. O itibarla Yahudilerden "Tanrı'nın halkı" yahut "Tanrı'nın katilleri" diye bahsedildiğinde, "Yahudi aklı"na müracaat edildiğinde veya "ulusal finans Yahudiliği" açığa vurulduğunda, barbarlığın hâkim olduğu bir dünyada İsrail "uygarlığın kalesi" olarak methedildiğinde ya da barışın egemen kılınmak istendiği bir dünyanın ortasında "gaddar bir rejim" olarak telin edildiğinde, bir tarihçinin tarafsızlığını koruyarak bütün bu tarihi ele alması zorlaşacaktır (Brenner, 2011, s. 2).



Tevrat, Yahudi tarihini işlemeden önce insanlık tarihinden bahseder. Yahudilere göre Hz. Âdem ve Hz. Havva ilk Yahudiler değil, ilk insanlardır. Tevrat'a göre ilk çağda henüz halklar yoktur. Babil Kulesi'ni inşa ederek Tanrı'ya ulaşmak isteyen ve kibre kapılan insanlar, Rab tarafından cezalandırılır. O zamana kadar birlik olan insanlık, farklı dillere, farklı halklara bölünür. Birlik bozulur, mesaj tahrif olur. İşte bu noktada İbrahim figürü, Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet'te çok tanrılı anlayıştan tek tanrıcılığa geçişin imgesi olarak temayüz eder (Brenner, 2011, s. 8).

Hız. İbrahim'in adı Tevrat'ta Avram (Abram), Avraham (Abraham) olarak geçer. Avram (İbrahim), Terah'ın oğludur. Terah'ın Nahor ve Haran³ adında iki çocuğu daha vardır. Haran, henüz Ur şehrindeyken ölür. Geride Lut adında bir çocuğu kalır. Terah; oğlu Avram (İbrahim) ile eşi Sare'yi, Nahor ile eşi Milka'yı ve torunu Lut'u yanına alarak Ur kentinden ayrılır; Harran'a yerleşir. Terah, burada hayata gözlerini yumar (Tekvin, 11/27-32).

Tevrat'a göre, Hız. İbrahim'e ülkesini, akrabalarını bırakarak kendisine gösterilen ülkeye gitmesi Rab tarafından emredilir. Hız. İbrahim, yanına eşi Sare'yi, yeğeni Lut'u, alarak "Leh Leha" (Git) emri çerçevesinde Harran'dan vadedilmiş topraklara geçer. Hız. İbrahim, Kenan bölgesinde yaşanan kıtlıktan dolayı bir süre Mısır'a gider; ancak orada çok durmaz ve Beytel'e geri döner (Tekvin, 12/1-20). Hız. İbrahim, Kenan beldesine geri döndüğünde, kendisine soyunun gökyüzündeki yıldızlar kadar zengin olacağı bildirilir. Rab, Hız. İbrahim'le anlaşma yaparak Mısır Irmağı'ndan Fırat'a kadar olan toprakları soyuna vereceğini vadeder (Tekvin, 15/5-21).

Hız. İbrahim'e ve soyundan gelenlere vadedilen Kenan beldesi, tarih boyunca ilgi odağı olur. Sözü edilen bölge, Yunanlar tarafından Fenike olarak adlandırılır. Asya ile Afrika'nın kesiştiği yerde bulunan Kenan, hem Akdeniz'in güneydoğu sahiline hem de Kızıldeniz'e bakması yönüyle stratejik bir konuma sahiptir. Bölgenin güneybatısı, farklı bölgelere göç eden kavimlerin buluşma noktası işlevi görür. Tarihteki önemli göç dalgalarına şahitlik eden Bereketli Hilal'in bir parçası olması, Kenan beldesini daha da önemli kılar (Nânâ, 2008, ss. 16-17).

Kenan diyarına dönen ve ihtiyar olmasına rağmen, çocuk sahibi olamayan Hız. İbrahim'e zürriyetinin çok olacağı müjdesi verilir. Seksen altı yaşındayken Hız. İbrahim'in eşi Hacer'den İsmail adında bir çocuğu olur (Tekvin, 16/16). Hız. İbrahim yüz, eşi Sare doksan yaşına geldiğinde kendisine İshak adında bir çocuğunun olacağı müjdesi verilir. Hız. İbrahim, Tanrı'dan İsmail'i mirasçısı kılmasını talep eder. Ancak bu talebi kabul görmez. Tanrı, anlaşmasını İshak'la ve onun soyuyla sonsuza kadar devam ettireceğini bildirir (Tekvin, 17/17-19). Tanrı'nın Hız. İbrahim'e vaadi gerçekleşir ve İshak doğar. İshak'ın süttten kesildiği gün Hız. İbrahim bir şölen düzenler. Sare, şölen

³ Tanah'ta Hız. Lut'un babası "Haran", Hız. İbrahim'in göçtüğü mekân da "Harran" olarak geçer.

sırasında İsmail'in İshak'la alay ettiğini görür ve Hz. İbrahim'den Hacer'i ve oğlunu uzaklaştırmasını talep eder. Sare, Mısırlı bir cariye olan Hacer'in Hz. İbrahim'den olma oğlunun mirasa ortak olmasını istemez. Bu durum Hz. İbrahim'i üzer; zira İsmail de öz oğludur. Tanrı, Hz. İbrahim'e üzülmemesini, Sare'nin dediğini yapmasını ister. Soyunu İshak'la sürdüreceğini ancak İsmail'in soyundan da bir ulus yaratacağını bildirir (Tekvin, 21/8-13).

Yahudiler, İsmail'i Hacer'in oğlu, yani bir kölenin oğlu olarak gördükleri için kendileriyle denk kabul etmezler. Çünkü kendileri Sare'nin yani özgür kadının çocuklarıdır. Bu kıyas üzerinden İsmail'in ve çocuklarının mirasa ortak olamayacağını iddia ederler. Kurban hadisesinde de benzer bir tavrın geliştirildiği ve Yahudi kaynaklarının tercihini İshak'tan yana kullandığı görülür. Tevrat'ta kurban edilecek kimsenin İsmail değil, İshak olduğu açık bir şekilde dile getirilir (Tekvin, 22/1-18).

Yahudi kaynakları Hz. İshak'ın evliliğini de önemser. Hz. İbrahim, oğlu Hz. İshak'ı evlendirmek istediğinde onun Kenan'dan evlenmemesi, Mezopotamya'ya da yerleşmemesine dikkat eder. Bu sebeple hizmetkârlarından birini doğum yeri olan Kalde'ye gönderir. Gelini olacak Rebeka, tıpkı kayınpederi Hz. İbrahim'in yaptığı yolculuğu yapar ve kendisine gönderilen hizmetkârın peşinden Kenan'a doğru yola koyulur. Böylelikle hem eski yurtla ilişkileri koparma ilkesine sadık kalınmış olur hem de aynı kandan gelme ilkesi, yeni yurda bağlı olma ilkesine tercih edilir. Hz. İshak da oğlu Esav'ın Hititler'den evlenmesine iyi gözle bakmayacak, bu nedenle oğlu Hz. Yakup'u kendisine bir eş bulması için eniştesi Laban'ın bulunduğu Aram ülkesine gönderecektir. Böylece toprağın dışında kendi kavminden evlenenler toprağa mirasçı olurken, topraktan olan kadınlarla evlenenler bu mirastan mahrum kalırlar (Attias & Benbassa, 2012, s. 27).

Görüldüğü üzere Yahudilerin Hz. İbrahim'den itibaren kabul gören ve kutsal kitapla da desteklenen kimi uygulamaları ilkelere dönüşerek bir Yahudi kimliğinin oluşumuna zemin hazırlamıştır. Özgür kadının çocukları olması hasebiyle Yahudilerin mirasa layık görülmesi, kurban eyleminde Hz. İshak'ın şahsında bedel ödemesi, yabancı kadınlarla evlenmek yerine Hz. İshak ve Hz. Yakup'ta olduğu üzere, aynı kandan gelen kadınlarla evlenilmesi, devamında görüleceği üzere mesajın küçük çocuk üzerinden iletilmesi Yahudi kimliğinin şekillenmesinde referans olarak kabul edilmiştir.

Hız. Sare vefat ettiğinde Hz. İbrahim onu gömmek için bir mağara satın almak ister. Hititler, Hz. İbrahim'e güçlü bir bey olduğu için cenazesini kendi mezarlarına defnetmesi teklifinde bulunurlar. Ancak Hz. İbrahim bu teklifi kabul etmez. Hz. İbrahim, Makpela tarlasını etrafındaki ağaçlarla ve içinde bulunan mağarayla birlikte satın alır. Hz. İbrahim, eşi Sare'yi Makpela Mağarası'na gömer. Hititler de bu tarlanın Hz. İbrahim'e ait olduğunu onaylar (Tekvin, 23/1-20).



Hız. İbrahim 175 yaşında vefat ettiğinde oğulları İsmail ve İshak, Tevrat'ın vaadi üzere onu Makpela Mağarası'na eşi Sare'nin yanına gömer. Makpela Mağarası, Batı Şeria'nın el-Halil kentindedir. Yahudi kaynaklarında Hebron olarak anılan el-Halil, tarihi ve kutsal bir şehirdir. Yahudiler Hız. İbrahim'in metfun olduğu Makpela Mağarası'nı 'çifte mezarlar mağarası' anlamına gelen 'Me'arat ha-Makhpela' olarak adlandırırılar. Müslümanlar ise burayı Harem-i İbrahim Camii yahut el-Halil Camii olarak anarlar. Hebron, Yahudiler tarafından Süleyman Mabedi'nden sonra en kutsal mekânlardan biri olarak kabul edilir. Bugün bile buranın mülkiyeti üzerinden tarihi bir hesaplaşmanın yapıldığı görülür.

Yahudiler, bu mekâna dinî, hukuki ve tarihi bir değer atfederler. Yahudiler için burası kutsaldır; zira Rab burayı Hız. İbrahim'in şahsında Yahudilere vermiştir. Yahudiler, buranın mülkiyeti konusunda hak iddia eder; zira Hız. İbrahim burayı kendi parasıyla satın almıştır. Yahudiler için burası tarihi bir mekândır; zira Yahudilerin üç büyük peygamberi Hız. İbrahim, Hız. İshak ve Hız. Yakup eşleriyle burada metfundur. Hız. Yusuf'un da kemiklerinin burada gömülü olduğuna dair rivayetler vardır.

Hebron'u (el-Halil) ziyaret eden bir tarihçinin şimdiye kadar burada yaşayan toplumların yani Kenanlılar, Edomitler, Bizanslılar, Frenkler, Memlükler ve Osmanlıların nerede olduğunu sormaktan kendini alamamasını bu mülkiyet duygusu üzerinden yorumlamak mümkündür. Aynı tarihçinin tüm bu toplumların tarih sahnesinden çekildiğini, ancak Yahudilerin Hebron'da kalmaya devam ettiği tezini de bu zaviyeden okumak gerekir. Hebron bir anlamda Yahudi azminin dört bin yıllık şahidi olarak görülür. Paul Johnson, tarihte hiçbir ırkın dünyanın herhangi bir yerine yönelik bu derece bağlılık göstermediğini ifade eder. Hakeza hiçbir ırkın büyük bir kararlılıkla bulunduğu topraklardan köklerini sökerek başka topraklara bir daha dikme cesareti göstermediğini ekler (Johnson, 2011, ss. 12-13).

Hebron'a sahip olma isteği, cinnete varacak eylemlere sebebiyet verebilmektedir. 25 Şubat 1994'te Baruch Goldstein adında fanatik bir Yahudi'nin sabah namazı esnasında el-Halil Camii'ne girerek 29 Müslümanın ölümüne, 125 kişinin yaralanmasına sebep olması bu hesaplaşmanın ve ruh hâlinin sonucu olarak değerlendirilebilir.

Söz konusu ruh hâli ve kutsal yorumlama anlayışı, kimi Yahudileri el-Halil katliamını övme noktasına kadar götürebilmektedir. Nitekim Rabbi Ginsburgh, Hebron'da yaşanan katliamın faili olan Goldstein'den sitayişle bahseden kitabın yazarlarından biri olmaktan imtina etmeyecektir. Ginsburgh, bir Yahudi'nin Yahudi olmayan kimseleri öldürmesini cinayet olarak kabul etmezken masum Arapları intikam hırsıyla öldürmeyi de bir erdem olarak niteler (Gürsan, 2011, ss. 68-69).

Yahudilerin ve Hristiyanların Hız. İbrahim'in şahsında oluşturmak istedikleri paradigmaya Kur'an-ı Kerim, Hız. İbrahim'in Yahudi ve Hristiyan olmadığını ifade ederek

karşılık verir. Bu bağlamda Süleyman Mabedi, İsrailoğulları tarafından Yahudi tarihinin bir zirvesi ve merkezi olarak kabul edilse de bu kutsal mekânın Müslümanlar tarafından tevhide anlayışın yani İslam'ın bir mabedi olarak kabul edildiği aşikârdır. Hz. Ömer Kudüs'ü fethettiğinde, mabedin bulunduğu yere sembolik bir yapı inşa ederek söz konusu mekânı Kâbe'de olduğu üzere asli formuna, yani tevhide bir yapıya dönüştürür (Batuk & Mert, 2017, 146).

Unutulmamalıdır ki kutsal metinler bir çeşit ahittir. Ahde sadık olanların vaatle müjdelenmeleri nasıl ki doğal bir hak olarak kabul ediliyorsa, bu hakka riayet etmeyenlerin hukuki durumlarının sorgulanmasını da aynı minval üzere okumak gerekir.

Kenan'dan Mısır'a Göç ve Mısır'dan Çıkış

Yahudilerin üç büyük peygamberinden biri olarak kabul edilen Hz. Yakup'un hayatı da göç neticesinde şekillenir. Hz. Yakup'un babası Hz. İshak büyük oğlu Esav'a düşkünken annesi Rebeka da oğlu Yakup'a düşkündür. Rebeka, büyük oğlu Esav gibi Yakup'un Kenan beldesinden evlenmesini istemez. Hz. İshak da oğluna aynı yönde telkinde bulunur. Hz. Yakup, kardeşiyle arasında yaşanan tartışma nedeniyle Harran'a gider. Dayısının kızları Lea ve Rahel'le evlenir. Bu evlilik sonrası Hz. Yakup'un on iki oğlu ve bir kızı olur. Hz. Yakup'un Lea'dan Ruben, Şimon, Levi, Yahuda, İssakar, Zevulun adlarında altı oğlu ve Dina adında bir kızı; Rahel'den Yusuf ve Benyamin adlarında iki oğlu; Lea'nın cariyesi Zilpa'dan Gad ve Aşer adlarında iki oğlu; Rahel'in cariyesi Bilha'dan Dan ve Naftali adlarında iki oğlu olur (Tekvin, 25/28, 28/1, 29/31-35, 30/1-30). Hz. Yakup'un on iki oğlu sonradan on iki kabile olur. Bu on iki kabile Hz. Yakup'un İsrail adından mütevellit İsrailoğulları adını alarak İsrail kavmini oluşturur.

Hz. Yakup, Kenan beldesine döner. Abisi Esav'ın gönlünü almak için adamlar gönderir. Ailesini ve mallarını karşıya geçirdikten sonra o gece yalnız kalır. Tanımadığı bir adamla sabaha kadar güreşir. Ancak yenilemezler. Güreşte Hz. Yakup'la baş edemeyen adam, Hz. Yakup'un uyluğunun başına dokunarak onu yaralar. Hz. Yakup'a adının bundan sonra İsrail (Yisrael) olduğunu söyleyerek kendisini kutsar. Hz. Yakup, Rabbiyle güreştiğini anlar ve Rabbin kendi canını bağışlaması sebebiyle o bölgeye "Tanrı'nın Yüzü" anlamına gelen "Peniel" adını verir (Tekvin, 32/22-30). Hz. Yakup, kardeşi Esav'la barışır ve Kenan'a yerleşir (Tekvin, 33/4).

Hz. Yakup, bir süre Kenan'da kalır. Kardeşleri Yusuf'u kuyuya atınca uzun süre yas tutar. Kenan'da baş gösteren kıtlık sebebiyle Yusuf'un kardeşlerinin Mısır'a gitmesi Hz. Yakup'un oğlu Yusuf'a kavuşmasını sağlar. Hz. Yakup, oğullarıyla beraber Mısır'da ikamet eder. On yedi yıl Mısır'da kalan Hz. Yakup, oğlu Yusuf'a ataları Hz. İbrahim ve Hz. İshak'ın yanına gömülme isteğini bildirir. Vasiyeti yerine getirilerek Makpela Mağarası'na gömülür.



Dört asrı aşkın Mısır'da ikamet eden İsrailoğulları, ilk asırdan sonra burada ağır koşullarda yaşamak zorunda kalırlar. Firavun'un gördüğü rüya sonrası yeni doğan Yahudi çocuklarını öldürmesi, Yahudilerin düşmüş oldukları zelil durumu daha da kötüleştirir. Bu durum yeni bir göçün habercisi olur. Yolculuğun öncüsü de Yahudi kaynaklarında adı Moşe olarak anılan Hz. Musa olacaktır.

Tevrat, İsrailoğullarının asırları bulan sürgününün bitmesini Tanrı'nın arzuladığını belirtir. Rab, halkını bırakması için Firavun'a Hz. Musa'yı gönderir. Hz. Musa'nın isteği Firavun tarafından kabul görmez. Üstelik İsrailoğulları'na yaptığı baskıyı daha da artırır. Durumu Rabine arz eden Hz. Musa, onları kölelikten kurtaracağına ve vadedilmiş topraklara ileteceğine dair söz alır (Çıkış, 5/1-9, 6/1-8). İsrailoğulları, vadedilen topraklara Hz. Musa'nın öncülüğünde yolculuğa çıkarlar. Hz. Musa, Hz. Yusuf'un vasiyeti üzerine onun kemiklerini de yanına alır. Rab, Mısır'dan çıkan İsrailoğulları'nı Filistin bölgesi yakın olmasına rağmen Kızıldeniz'e yönlendirir. İsrailoğulları Kızıldeniz'e vardıklarında, Firavun'un ordusu da onlara yetişir. Rabbin yardımıyla Musa elindeki asayla Kızıldeniz'i ikiye yarar. Böylelikle İsrailoğulları karşıya geçerken onları takip eden Firavun ve ordusu denizin ortasında boğulur (Çıkış, 12/40, 13/17-19, 14/5-27).

Mısır'dan çıktıktan üç ay sonra İsrailoğulları Sina Çölü'ne varır. Hz. Musa, Sina Dağı'nda Rabbinin huzuruna çıkar. İsrailoğulları, kutsal ahitle muhatap olur. İsrailoğulları'na ahde uydukları takdirde bütün ulusların üzerinde hâkim olacakları sözü verilir. "On Emir"le muhatap olan İsrailoğulları'na bu buyruklar tek tek hatırlatılır (Çıkış, 19/1-5, 20/1-17).

Sözünde durmayan ve kutsal beldeye girmekten imtina eden İsrailoğulları, çölde kırk yıl boyunca başıboş dolaşır. Bu başıboş dolaşma hâli bir ceza olarak algılanabileceği gibi, yeni bir neslin yeniden doğuşu olarak da yorumlanabilir. Olaya bu zaviyeden bakanlar, süreci şu şekilde yorumlarlar: Mısır nasıl ki Hz. Yakup'un ailesinin çoğaldığı, gücünü gösterdiği bir ülke olarak kabul edilmişse çöl de sadece başıboş dolaşılan ve İsrailoğullarının cezalandırıldığı bir mekân olarak değil, isyanla itaatin neticesinde yasanın indirildiği, İsrailoğullarının özgür ve kutsal bir halka dönüştüğü bir yer olarak anılmalıdır (Attias & Benbassa, 2012, s. 31).

Mısır'dan çıkarken seksen yaşında olan Hz. Musa, yüz yirmi yaşına ulaşır. Hz. Musa'nın Şeria Irmağı'nın öte yakasına, yani kutsal topraklara giremeyeceği Rab tarafından kendisine bildirilir. Rab, ataları İbrahim, İshak ve Yakup'a vadettiği ülkeyi Hz. Musa'ya gösterir. Hz. Musa, Moav ülkesinde vefat eder (Tesniye, 31/1-3, 34/1-5). Tevrat'ın "Çıkış" diye tanımladığı bu yolculuk, sonraki kuşakların kolektif bilincinde bir kırılma dönemi olarak anılır. İsrail halkının ikinci bir doğuşu, özgürlüğe yolculuğu olarak kabul edilir. Günümüzde bile bu hadise değişik ritüellerle canlı tutulur (Brenner, 2011, ss. 9-10).

Birinci Mabet ve İkinci Mabet Dönemi

İsrailoğulları, parlak dönemlerine Hz. Davut döneminde ulaşır. Tanrı'nın İsrailoğulları'na vadettiği toprakları Kızıldeniz'den Fırat'a kadar genişletir. Yahudi kaynaklarında kral olarak tanıtılsa da (I. Samuel, 16/13), İslam kaynakları onu hem peygamber hem hükümdar olarak kabul eder. Kur'an-ı Kerim'de Hz. Davut'un Calut'u öldürmesi sonrası kendisine hem hükümdarlık hem de hikmet yani nübüvvet verildiği aktarılır (Kur'an-ı Kerim, 2/251).

İsrailoğulları, Kudüs'ü Hz. Davud döneminde alır. Siyon Kalesi'ni alan Hz. Davud şehre "Davud Kenti" adını verir (II. Samuel, 5/7). Ahit Sandığı'nın "Davud Kenti" olarak anılan Kudüs'e getirilmesi (II. Samuel, 6/12) ve Kudüs'ün hem siyasi hem dinî olarak Yahudilerin başkenti olmasıyla Yahudiler, tarihlerinin en parlak dönemlerinden birine kavuşmuş olurlar. Hz. Davud, Kudüs'ü başkent ilan ettikten sonra orada bir mabet inşa etmek ister. Ancak bu isteği Rab tarafından kabul görmez. Hz. Davud, mabedi inşa edemese de mabedin hazırlık aşamasında oğlu Hz. Süleyman'a yardımcı olur (I. Tarihler, 28/11-19).

Hz. Süleyman dönemi, İsrailoğulları tarihinin en parlak dönemidir. Hz. Süleyman, daha çok kendi adıyla anılan Süleyman Mabedi'yle bilinir. Hz. Süleyman'ın krallığının dördüncü yılının ikinci ayında mabedin yapımına başlanılır, on birinci yılının sekizinci ayında tamamlanır ve Ahit Sandığı mabedin Kutsallar Kutsalı denilen bölümüne yerleştirilir (I. Krallar, 6/1-38, 8/4). Yahudiler, Hz. Süleyman'ın yaptığı mabedi I. Mabet olarak da anarlar. Süleyman Mabedi, Yahudi tarihinde dinî kemalin zirvesi olarak kabul edilir.

Hz. Süleyman, halkını kırk yıl boyunca idare eder. Hz. Süleyman'dan sonra Yahudiler arasındaki birlik bozulur. Birleşik Krallık, güneyde başkenti Kudüs olan Yahuda Krallığı, kuzeyde ise başkenti Samiriye (Nablus) olan İsrail Krallığı şeklinde ikiye bölünür. Siyasi birliklerini kaybeden Yahudiler, itikadi anlamda da sıkıntılar yaşamaya başlarlar (I. Krallar, 12/27-33). Yahudilerin siyasi çekişmeleri ve kendilerine gönderilen mesajı tahrif etmeleri onları zamanla zayıflatır. Asurlular MÖ 722'de İsrail Krallığı'nı işgal eder. Orada bulunan Yahudileri de Asur'a sürer (II. Krallar, 17/5-17). Asurlular, İsrail Krallığı'dan sonra Yahuda Krallığı'nın bir bölümünü de işgal eder. Ancak bir asır sonra, Babilliler bölgede hâkim olur. Yahudilerin Babil Krallığına isyan etmesiyle MÖ 586'da Babil Kralı Buhtunnasır, Kudüs'ü işgal ederek Süleyman Mabedi'ni yerle bir eder. Böylelikle Yahudi Krallığı tarihten silinirken Birinci Mabet Dönemi diye anılan dönem de sona erer.

Yahudiler, Babil sürgünüyle vadedilmiş topraklardan uzaklaşırlar. Ancak Rab, Yereya'nın şahsında Yahudilerin sözlerinde durmaları hâlinde, onları eski refah günlerine kavuşturacağını, atalarının yurduna geri getireceğini haber verir (Yereya, 30/1-3). Pers Kralı Keyhüsrev'in MÖ 538'de Kudüs'ü Babil Krallığı'ndan almasıyla Yahudilere



tekrar vadedilmiş topraklara dönme yolu açılır. Tanah'ın anlatımına göre Pers Kralı Keyhüsrev, Tanrı'nın yeryüzünün krallığını kendisine verdiğini, kendisini Kudüs'te bir tapınak yapmakla ve Yahudi halkını oraya davet etmekle görevlendirdiğini bildirir (II. Tarihler, 36/23).

Pers Kralı Keyhüsrev, Babil Kralı Buhtunnasır'ın aksine, Yahudilere daha hoşgörülü davranır; mabetlerinin yapımına öncülük eder. Bu yüksek medeniyet alameti, Yahudiler arasında şaşkınlık yaratır. Babil'e alışan yeni kuşak, geri dönme olayından pek hoşnut kalmaz. Dönüşten yirmi iki yıl sonra Süleyman Mabedi inşaatı tamamlanır. Bölge yeniden bir Yahudi beldesi hâline gelir (Durant & Lambelin, 2013, s. 62). Kudüs'te Süleyman Mabedi inşa edildikten sonra da Yahudilerin önemli bir kısmı Babil'de ve Mısır'da kalmaya devam eder. Bu da söz konusu bölgelerde Yahudi diasporasının oluşmasına imkân tanır (Brenner, 2011, s. 25). Sürgün sonrası Yahudi kimliğinin oluşmasında Ezra öncülük eder. Tevrat'a son şeklini veren Ezra, bu yönüyle "İkinci Musa" olarak anılır (Gürkan, 2012, s. 34).

Bazı tarihçiler, Yahudi tarihini Hz. İbrahim'in din değiştirmesi yahut Sina Dağı'nda Torah'ın verilmesiyle başlatmaz. Babil'den Siyon'a dönüşü, bir milat olarak kabul eder. Bu tarihçilere göre Yahudiliğin kültürel formu Babil'deki sürgün deneyimiyle başlamış, böylelikle tarihsel-dinî Yahudilik denilen anlayış doğmuştur (Sand, 2011, s. 95). Öyle ki sürgünle birlikte yeni bir kimlik ortaya çıkar. Bu kimlik, özellikle adlandırmada kendisini gösterir. Sürgün sonrası dönemlere, artık İsrailoğulları yerine Yahudiler denilmeye başlanır. Bu değişiklik, Yahudilerin kendilerini algılama biçimlerinde köklü bir değişikliğe gittiğinin bir göstergesi olarak yorumlanır (Brenner, 2011, ss. 26-27).

Büyük İskender'in MÖ 332'de bölgeyi fethinden sonra, Yahudiler Helen Krallığı'nın hâkimiyetine girerler. Kral IV. Antiokhos döneminde Yahudilere baskı yapılarak Helen kültürü dayatılır. MÖ 167'de Makkabi liderliğindeki Yahudiler isyan ederler. MÖ 164-63 yılları arasında Haşmonayim Hanedanlığı hüküm sürse de Romalıların MÖ 63'te Kudüs'ü almasıyla bu hâkimiyet sona erer. Yahudiler, MÖ 37-4 yılları arasında Roma Valisi Herod (Hirodes) döneminde bir nebze rahatlar. Herod öncülüğünde Süleyman Mabedi yeniden inşa edilir. II. Mabet olarak bilinen yapının yıkılmasına sebep olan olaylar ise MS 66'dan itibaren başlar. Herod'dan sonra gelen valiler, Yahudilere baskı kurarlar. Bu baskıya mabetlerin aşağılanması da eklenince Yahudiler isyan ederler. Romalılar, 'Büyük İsyân' olarak anılan başkaldırıya sert bir şekilde müdahale eder. Yahudiler, Romalıların Kudüs kuşatması sırasında, Süleyman Mabedi'ne sığınır. Ancak Romalıların mabede müdahalesi trajik bir sonla neticelenir.

Romalı Komutan Titus, müdahaleden bir gün önce yani MS 28 Ağustos 70'te askerleriyle bir toplantı düzenler. Tarihçi Josephos, toplantıda generallerin pragmatik davranarak askerî seçeneği tavsiye ettiklerini söyler. Buna göre generaller, mabedin politik ve dinî bir işleve sahip olduğunu, mabet buldukça da isyanın devam ede-

ceğini bildirirler. Titus ise generallerle aynı kanaati paylaşmaz. Mabedin varlığının Roma'ya şeref katacağını, bu nedenle mabede zarar verilmemesi talimatını verir. Fakat savaş esnasında işler planlandığı gibi gitmez. Romalı bir askerin mabedin altın kapısından fırlattığı meşale Süleyman Mabedi'nin tutuşmasına neden olur. Savaş bittiğinde Süleyman Mabedi yerle bir olmuştur (Goldhill, 2011, ss. 11-12).

Babil sürgünüyle İkinci Mabet'in Romalılar tarafından yıkılmasına kadar geçen bu süre, Yahudi tarihinde 'İkinci Mabet Dönemi' olarak anılır. Bu dönemde Yahudilik, sistemli hâle gelir. Sistemin oturtulmasında Ezra'nın öncülüğündeki âlimlerin ve bunlardan oluşan meclisin etkisi büyüktür. Pers, Grek, Roma egemenliğinde ve bir asra yakın Haşmonayim yönetiminde yaşayan Yahudiler, bu dönemde monoteist bir anlayış çerçevesinde Yahudi inancını yeniden şekillendirirler (Gürkan, 2012, ss. 34-35).

Süleyman Mabedi'nin yıkılmasından sonra MS 132'de mabedin olduğu yere, İmparator Hadrian'ın emri doğrultusunda Jüpiter Tapınağı inşa edilir. Bu olay, Yahudilerin yeniden isyanına sebep olur. Bar Kohba tarafından başlatılan isyan, Romalılar tarafından sert bir şekilde bastırılır. MS 70 ve MS 132 yılında yaşanan büyük isyanlar sonrası Yahudiler kutsal topraklardan çıkartılırlar. Böylelikle Yahudiler dünyanın farklı bölgelerine dağılırlar.

Diaspora Yahudileri

Yahudiler, 6. yüzyıldan itibaren büyük oranda diasporada yaşamak zorunda kalırlar. Roma İmparatorluğu'nun bir eyaleti olan İsrail toprakları, Yahudi dininin merkezi olma vasfını kaybeder. Roma'nın nüfuz alanının dışında kalan Babil, bu boşluğu doldurarak, Yahudiler için bir merkez misyonu üstlenir. Böylelikle Babil akademilerinde, yani Sura ve Pumbedita'da alınan kararlar, özel tebliğciler aracılığıyla bütün Yahudi âlemine ulaştırılır (Cohn-Sherbok & Cohn-Sherbok, 2010, ss. 75-77).

Dünyanın farklı coğrafyalarına dağılan Yahudilerin sosyal yapıları, kültürleri, ibadet şekilleri, dilleri değişir. Bu bağlamda Yahudiler, genel olarak Aşkenaz ve Seferad olmak üzere iki gruba ayrılırlar. Roma yoluyla Orta Avrupa'ya, yani Almanya ve Fransa'ya geçen Yahudilerin bir kısmı, oradan da Doğu Avrupa'ya, yani Polonya ve Rusya'ya kadar gider. Bölgeye yerleşen Yahudilere Aşkenaz adı verilir. Babil Yahudileri'nin devamı olarak kabul edilen Sefarad Yahudileri ise İspanya, Portekiz ve Kuzey Afrika'ya yerleşen Yahudiler ile günümüzde Orta Doğu ve Asya kökenli Yahudileri kapsar. Daha çok Müslüman coğrafyada yaşayan Seferad Yahudileri, İslam medeniyetinin yükseliş döneminin etkisiyle, dinî ve ilmî açıdan daha canlı bir ortamda yaşarlar. Hristiyan coğrafyada yaşayan ve Orta Çağ'da kilisenin baskısına maruz kalan Aşkenaz Yahudileri ise daha muhafazakâr ve dışa kapalı bir anlayış geliştirirler. Sefarad Yahudileri, İslam medeniyetinin farklı bölgelerinde ticaret, tıp, ilim, siyaset gibi alanlarda varlık göstererek önemli mevkilere kadar yükselebilirler (Gürkan, 2012, s. 46). Bernard Lewis,



bazı olumsuz tutumlar dışında, İslam coğrafyasında bulunan Yahudilerin, Hristiyan dünyasındaki antisemitizm türünden köklü bir düşmanlıkla muhatap olmadıklarının altını çizer (Lewis, 1996, s. 45).

Yahudi tarihçilerin geneli, İslam dünyasındaki Yahudilerin hukuki ve fiilî durumlarının, Avrupa'daki Yahudilere nazaran çok daha iyi durumda olduğunu ısrarla belirtirler. Yahudilerin İspanya'daki ilk dönemleri için "Altın Çağ" ifadesini tercih ederler (Goitein, 2004, s. 25). Yahudilerin İspanya'yla ilişkileriye eski tarihlerden itibaren ticaret vesilesiyle başlar. MS 70'te II. Mabed'in yıkılmasından sonra, Yahudilerin bir bölümü buraya göçer. Yahudiler burada Hristiyanlar'ın egemenliğinde yaşarlar. Vizigotların Aryan mezhebini terk edip Katolikliğe geçtiği MS 586'dan sonra Yahudilerin kaderi de değişir. MS 616'da çıkarılan bir yasayla Yahudilik yasaklanır. Yahudiler, Hristiyanlığı tercih etmek yahut sürgüne tabi olmak arasında tercihe zorlanırlar (Groeples, 1999, s. 23).

Müslümanlar, fetih amacıyla İber Yarımadası'na geçtiklerinde, hem Yahudiler hem muhalif Vizigotlar Müslümanlarla gizli bir şekilde ittifak kurarlar. Yahudilerin Vizigotlar tarafından köle statüsüne düşürülmesi, bu ittifakın gerekçesi olarak gösterilir (Ballı, 2020, s. 9). Bu sebeple Müslümanlar bu toprakları fethettiklerinde, Yahudilerin dinlerini yaşamaları konusunda özgür bir tavır takınırlar. Ancak Muvahhidler döneminde Yahudiler baskı görürler. İspanyolların Reconquista eylemleri neticesinde Müslümanlarla birlikte, Yahudiler de bu coğrafyadaki varlıklarını, kültürel kimliklerini kaybederler (Brenner, 2011, s. 79).

İspanya'da Engizisyon Mahkemesi'nin 1480'de yürürlüğe girmesiyle binlerce Converso, yani din değiştirmek zorunda kalan Yahudiler etkilenir. 1492'ye gelindiğinde, İber Yarımadası'nda bulunan Yahudiler tamamen sürülür. Yahudilerin bir bölümü Kuzey Afrika'ya, bir bölümü İtalya'ya, bir bölümü de Osmanlı İmparatorluğu'na sığınmak zorunda kalır (Cohn-Sherbok & Cohn-Sherbok, 2010, s. 85). Osmanlı İmparatorluğu'na sığınan Yahudiler, millet sistemi olarak bilinen ve her dinî grubun kendi içinde özerk bir yapıya sahip olmasına imkân tanıyan işleyiş sayesinde kimliklerini koruyarak, devletin siyasi ve ekonomik kademelerinde etkin rol alırlar. Zimmi hukuk çerçevesinde yer alan Yahudiler, bazı ekonomik ayrıcalıkların yanında devlet kademelerinde yükselme fırsatına sahip olurlar. Özellikle ticaret, zanaat, silah üretimi, dokumacılık, matbaa gibi alanlarda tecrübeye sahip İspanya Yahudileri'nin Osmanlı coğrafyasına yerleşmesiyle, 16. yüzyılın ikinci yarısında, başta İstanbul olmak üzere Selanik, Safed gibi birçok şehir gözde merkez hâline gelir (Gürkan, 2012, s. 53).

Orta Çağ'da Yahudilerin önemli bir kısmı, İspanya'dan Orta Asya'ya kadar geniş bir havzada İslam egemenliği altında yaşar. Avrupa'daki Yahudiler, onlara göre azınlık konumunda kalır. Orta Çağ'ın sonlarına doğru bu tablo değişir. Yahudiler, Doğu'dan Batı'ya, yani Asya'dan Avrupa'ya göçerler. Göçün neticesinde İslam beldelerindeki

Yahudiler azınlık durumuna düşerken, Hristiyan beldelerindeki Yahudiler çoğunluğu elde ederler (Groepeler, 1999, s. 28).

Aşkenaz olarak adlandırılan Avrupa Yahudileri ise önce Ren bölgesine yerleşirler. Sir Steven Runciman'ın işaret ettiği üzere, kutsal adına Kutsal Ruh'a karşı işlenmiş bir günahattan başka bir şeyle ifade edilemeyecek Haçlı Seferleri (Watt, 2000, s. 115) sırasında Aşkenazlar zarar görürler. Papa Urban'ın çağrısı üzerine başlayan 1099'daki ilk Haçlı Seferi'nde Haçlılar, Ren Nehri kıyısındaki birçok Yahudi'yi katlederler. Kudüs'e ulaşan Haçlılar, oradaki Yahudi cemaatini de katleder, mabetlerini ateşe verirler. Bu durum bütün bir Orta Çağ boyunca devam eder. Çoğu tarihçi, Orta Çağ'ın sonlarına doğru Yahudilerin hukuki statülerinin gittikçe kötüleştiği noktasında hemfikirdir. Yahudilere yöneltilen teolojik suçlamalar, onların dışlanmalarına, ekonomik olarak mağdur olmalarına, sıklıkla da kovulmalarına sebep olur. Yahudiler, artan baskılar sonrası İngiltere, Fransa, Almanya gibi ülkeleri büyük oranda terk ederek Polonya'ya göçerler (Brenner, 2011, ss. 91-97).

Modernite öncesi Yahudi toplumları, Avrupa'da genellikle homojen bir yapı gösterir. 18. yüzyıldan sonra yaşadıkları toplumlara uyum sağlamaya çalışan Yahudiler, 19. yüzyıldan itibaren sosyal ve siyasal anlamda bazı kazanımlar elde ederler. Ancak modernizmin beraberinde getirdiği yenilikler, Yahudi kimliğinde ciddi değişimlere neden olur. Zira Yahudilere eşit vatandaş olma hakkı, yaşadıkları toplumlara uyum sağlayacak tarzda millî kimliklerinden feragat etmeleri, dinî anlayışlarını ve hayatlarını da modern yaşamın değerleriyle örtüşecek tarzda düzenlemeleri şartına bağlanır. Yahudi modernleşmesinin önderlerinden kabul edilen Moses Mendelssohn'un "Evde bir Yahudi, dışarıda herkes gibi ol" yaklaşımı, Yahudilere dindarlıklarından feragat etmeden modern yaşama katılma imkânı tanır (Gürkan, 2012, ss. 56-59).

Siyonizm, İsrail Devleti'nin Kuruluşu ve Arap-İsrail Savaşları

Siyon, başlangıçta Kudüs'ün (Yeruşalayim) bir kısmını ifade etmek için kullanılan bir isimken, zamanla Kudüs'ün bütünü, hatta vadedilmiş toprakların tamamını ifade etmek için kullanılan bir isme dönüşür (Besalel, 2001, ss. 610-611). Siyonizm de 19. yüzyılın sonlarında Theodor Herzl öncülüğünde sistemleştirilen ve dünyanın değişik coğrafyalarında dağınık hâlde bulunan Yahudilerin, vadedilmiş topraklarda, yani Filistin'de bir Yahudi devleti kurmasını hedefleyen bir akım olarak tanımlanabilir.

Roger Garaudy, Siyonizm'i dinî ve siyasal Siyonizm olmak üzere ikiye ayırır. Geleneksel Yahudileri dinî Siyonizm içinde değerlendirirken, Theodor Herzl'i ve bu bağlamda oluşan örgütlü yapıyı da siyasal Siyonizm çerçevesinde ele alır (Garaudy, 1983, ss. 17-21). Öte yandan Herzl, Hz. İsa'nın ikinci kez gelişini hızlandırmak amacıyla, Yahudilerin kutsal topraklarda toplanması düşüncesini teşvik eden Eski Ahit'in tercümelerinden beslenmekten geri durmaz (Rabkin, 2014, s. 11).



Theodor Herzl, Siyonizm'in kurucusu olarak kabul edilir. Viyanalı bir gazeteci olan Herzl, 1896'da Yahudi Devleti adlı eserini yayınlar. Eserin yayınlanmasına gerekçe olarak Dreyfus Davası gösterilir. Dreyfus Davası'nı gazeteci olarak takip eden ve bu olaydan etkilenen Herzl, Yahudilerin tarih boyunca dışlandığı düşüncesinden hareketle Yahudileri örgütlemeye koyulur. Bu amaçla Theodor Herzl'in öncülüğünde, İsviçre'nin Basel şehrinde, 29 Ağustos 1897'de Dünya Siyonist Kongresi toplanır. Toplantıda dünyanın farklı bölgelerinde dağılık hâlde bulunan Yahudilerin vadedilen topraklarda bir Yahudi devleti kurma düşüncesi karara bağlanır.

Herzl, Avrupalılar'ın desteği olmadan bir Yahudi devleti kurulmasının mümkün olmadığını farkındadır. Özellikle de müttefik olarak İngilizleri tercih etmesi, onun bu konudaki öngörüsünün bir delili olarak gösterilir. Nitekim Herzl, İngilizlere sunduğu teklifle onların sömürgeci ve Evanjelist hayallerini körüklemeyi başarır (Pappe, 2007, ss. 57-58).

Siyonizm'in ortaya çıktığı 19. yüzyılın sonunda Filistin'de 17-19 bin civarında Yahudi'nin yaşadığı tahmin edilmektedir. Buna mukabil Araplar, 1893'te ülke nüfusunun %95'ini oluştururlar (Mearshimer & Walt, 2017, s. 110). Ancak Yahudi göçleriyle birlikte, zamanla bu denge Yahudiler lehine değişecektir. Yahudiler, diasporadan vadedilmiş topraklara, periyodik şekilde göç ederler. Bu göçleri ifade etmek için "Aliyah" kavramı kullanılır. İbranice "yukarı çıkma" anlamına gelen Aliyah yakıştırması, Yahudilerin Hz. Musa dönemindeki çıkışından mülhem ortaya çıkar. 1880'li yıllardan II. Dünya Savaşı'nın sonuna kadar Filistin'e beş büyük Yahudi göçü gerçekleşir. 1882-1903 yılları arasında, daha çok Rusya, Romanya ve Galiçya'dan gerçekleşen göçlerde 20-30 bin civarında Yahudi Filistin'e yerleşir. 1904-1914 arasında Rusya'dan gerçekleşen göçün miktarı 35-40 bin kişiyi bulur. 1919-1923 yılları arasında Rusya, Polonya ve Romanya'dan 35 bin; 1924-1931 arası Polonya'dan 88 bin; 1932-1938 arasında Nazizm'in etkisiyle Orta Avrupa'dan 215 bin Yahudi Filistin'e göçer (Karaman, 2009, s. 329).

Siyonistlerin tüm çabalarına rağmen Avrupa'daki Yahudiler, tercihlerini Filistin yerine Amerika'dan yana kullanırlar. 1880-1920 yılları arasında Avrupa'dan göçen Yahudilerin bir bölümü Filistin'e giderken, geri kalanın büyük bir bölümü Amerika'ya gider. Öyle ki İngilizler, Almanya'da Hitler iktidara gelmeden önce Yahudilere Filistin'e göç noktasında cömert bir kota sunmasına rağmen, Yahudiler bu kotayı doldurmakta zorlanmışlardır (Mearshimer & Walt, 2017, s. 110). Tüm bu yaşananlar sırasında Einstein, Weismann'ı kızdırsa da Siyonistleri fazlasıyla militan olmakla itham etmekten ve Arap komşularıyla barışması gerektiğini söylemekten geri durmayacaktır (Elon, 2005, s. 419). Öte yandan Filistinli Araplar, söz konusu Yahudi göçlerini uluslararası meşruiyet görünümü altında yapılmış bir tezgâh olarak algıladılar. O itibarla Filistinliler, Siyonist hareketle İngilizleri ayrı düşmanlar olarak değil, müttefik kuvvetler olarak görmeyi yeğlediler (Shlaim, 2018, ss. 45-46).

İngilizler, vadedilmiş topraklara dönüş noktasında, başından beri Yahudilere destek çıkarlar. Nitekim İngiliz Dışişleri Bakanı Arthur Balfour, bu kapsamda 2 Kasım 1917'de bir deklarasyon yayınlar. Balfour Deklarasyonu olarak da bilinen söz konusu girişimle, Yahudilerin Filistin topraklarında bir Yahudi devleti kurmalarının önü açılmış olur. Balfour'un Rothschild'e hitaben yazdığı mektupta, İngiliz hükûmetinin Yahudilerin Filistin'de bir Yahudi devleti kurulmasına olumlu baktığı ve bunun gerçekleşmesi için elindeki tüm imkânları kullanacağı bildirilir (Schneer, 2012, ss. 356).

İngilizlerin Yahudilere desteği, Orta Doğu'daki tüm denklemleri değiştirir. Osmanlıların Filistin'den çekilmesi ve 9 Aralık 1917'de İngiliz General Edmand Allenby'nin Kudüs'e girişi, kurulacak Yahudi devletinin habercisi olur. 1917-1920 yılları arasında İngilizlerin yönetiminde olan Filistin, 1920'de San Remo Konferansı'nda alınan kararla İngilizlerin yönetiminde bir mandaya dönüşür. Bu dönemde İngilizlerin sağladığı destekle artan Yahudi göçleri ve Filistinlilerin gün geçtikçe toprak kaybetmesi gerginliklere neden olur. 1929'da Ağlama Duvarı olayları ve 1936-1939 arasında Arap isyanları yaşanır.

Yahudiler, niyetlerini İngilizlerle yaptıkları yazışmalarda açık açık ifade etmekten çekinmezler. Dönemin önde gelen Yahudi yetkilileri, bu topraklarda iki halka yer olmadığını, Arapların burada yaşamaları hâlinde hedeflerine ulaşamayacaklarını beyan ederler (Schoenman, 1992, s. 34). Denilebilir ki, asırlarca diasporada yaşamak zorunda kalan Yahudiler, vadedilmiş topraklara göçünce Filistinlileri mağdur etmekten imtina etmezler. Topraklarından edilen bir halkın yerine, topraksız bir halk yerleştirilir.

Birleşmiş Milletler, 1947'de Filistin/Eretz İsrail bölgesinde bir Yahudi devleti ve bir Arap devleti kurulmasını oy çokluğuyla kabul eder. BM'nin paylaşım önerisini Araplar ısrarla reddederler (Sand, 2011, ss. 342-343). İngilizlerin, Filistin'deki mandanın 15 Mayıs 1948'de sona ereceğini BM'ye bildirmesiyle bölgede büyük bir kaos yaşanır. Yahudiler, kendilerine verilen bölgeleri ele geçirirken Filistinlileri de göçe zorlarlar.

Yahudi Millî Konseyi, 14 Mayıs 1948'de, İngiliz Manda Yönetimi'nin sona ermesinden birkaç saat önce, İsrail'in kuruluşunu deklare eder. ABD Başkanı Truman, Dışişleri Bakanlığının İsrail konusundaki ihtiyatlı politikasını devre dışı bırakarak, açıklamayı bizzat basın sekreteri marifetiyle gerçekleştirir. Böylelikle ABD, kuruluş deklarasyonundan on bir dakika sonra İsrail'i tanıdığını ilan eder. SSCB'nin de iki gün sonra İsrail'i tanıdığını ilan etmesiyle uluslararası meşruiyetin önündeki engeller büyük oranda aşılmış olur.

Filistinliler ise 14 Mayıs 1948 gününü ve onu takip eden 15 Mayıs 1948 günü başlayan olayları 'Nekbe Günü' yani 'Felaket Günü, Talihsizlik Günü' ilan ederler. İsrail'in kuruluşu, Araplar tarafından büyük bir tepkiyle karşılanır. İsrail'in bağımsızlığını ilan ettiği günün ertesinde, 15 Mayıs 1948'de Mısır, Ürdün, Suriye, Irak, Lübnan güçleri Fi-



listin bölgesine girer. Böylelikle 1948 Arap-İsrail Savaşı başlamış olur. Beş ülkeyle aynı anda savaşan İsrail, savaşın sonunda BM'nin kendisine teklif ettiği sınırların çok ötesine geçerek topraklarını genişletir.

İsrail'in 29 Ekim 1956'da Mısır'a saldırmasıyla, Süveyş Savaşı adıyla anılan Arap-İsrail savaşı patlak verir. İngiltere ve Fransa'nın inisiyatifi ve desteğiyle başlayan savaş, ABD'nin kontrolü ele almasıyla 7 Kasım 1956'da sona erer. 1967'de üçüncü kez Araplar ile İsraililer karşı karşıya gelirler. Altı Gün Savaşı olarak da anılan savaşta Araplar kendilerine çok güvenmelerine rağmen, İsrail Hava Kuvvetleri'nin baskınına maruz kalırlar. Birkaç saatlik baskında Mısır neredeyse bütün hava unsurlarını kaybeder (Armaoğlu, 1994, ss. 162-164, 249).

Arap-İsrail savaşları sırasında İsrail, topraklarını sürekli genişleterek kazançlı çıkar. Filistinliler ise sürekli toprak kaybeder. İsrail, 1967'de Suriye'den Golan Tepelerini ve Ürdün'den Doğu Kudüs'ü alarak hem toprağını hem nüfuzunu genişletir. İsrail'in Kudüs'ü tek tarafı olarak başkent ilan etmesi, uluslararası kamuoyundan gerekli desteği bulamaz. Araplar, 1967'de kaybettikleri toprakları yeniden almak umuduyla, 6 Ekim 1973'te harekete geçerler. Mısır ve Suriye orduları savaşın başında üstünlük elde etse de savaş İsrail lehine neticelenir. ABD ve SSCB'nin devreye girmesiyle anlaşmaya varılır. Böylelikle İsrail, askerî başarısını diplomatik başarıyla da perçinlemiş olur.

Savaşın barışla neticelenmesinde petrolün önemli bir etkisi olduğu söylenebilir. Arap-İsrail Savaşı sırasında, 17 Ekim 1973'ten itibaren, başını Suudi Arabistan'ın çektiği OPEC ülkelerinin İsrail işgaline karşı petrol üretimini kısıtlaması, dünya ekonomisini ve siyasetini etkiler. Suudi Arabistan'ın ABD'ye petrol ihracını tamamen durdurması, petrolün bir silah olarak kullanılabileceğini gösterir. Petrol ambargosu sırasında ABD'nin petrole bağımlılığının net olarak ortaya çıkması, ABD'yi Arap-İsrail çatışmasında barış arayışlarına zorlar (Cleveland, 2008, s. 419).

1981 ve 1982'de İsrail'in Lübnan'ı işgali, Araplar ile İsrail'i bir kez daha karşı karşıya getirir. 1982'de Hristiyan Falanjistler tarafından Lübnan'ın Sabra ve Şatilla kamplarında gerçekleştirilen katliama İsrail'in göz yumması, Arap-İsrail gerginliğini daha da tırmandırır. 1987'de Filistinliler tarafından başlatılan İntifada hareketiyse Arap-İsrail ilişkilerinde yeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul edilir. Gazze'de başlayan direniş, Batı Şeria'ya da yayılarak, hayatın bütün alanlarında İsrail'e karşı bir boykota dönüşür. Öte yandan 6 Aralık 2017'de ABD Başkanı Donald Trump, ABD elçiliğinin Telaviv'den Kudüs'e taşınması kararını imzalar. Böylelikle ABD, İsrail'in Kudüs'ü tek tarafı olarak başkent ilan etme kararını desteklediğini deklare etmiş olur.

Yahudilerin diaspora tecrübesi sonrası vadedilen topraklara dönüşü, 1948'de İsrail Devleti'nin kuruluşuyla tamamlanmış olur. Yahudiler ütopyalarına kavuşurken binlerce yıldır bu toprakların halkı olan Filistinliler ise mağdur olur. Her üç dinin kut-

sallarının bulunduğu topraklar, bir arada yaşamının mekânı olmak yerine ayrışmanın sebebi olmaya devam eder.

Denilebilir ki İsrail, ütopyasını öteki olarak gördüğü Filistinlilerin ölümü üzerine inşa etmeye devam etmektedir. Bu sebeple barışla hatırlanması gereken topraklar, bugün ölümle anılmaktadır (Ballı, 2019, s. 275). İnsanlığın barışa ihtiyaç duyduğu topraklarda ütopyaların distopyalara davetiye çıkaracağı muhakkaktır. O itibarla dinlerin, dillerin ve renklerin bir arada yaşayabildiği bir coğrafya, insanlığın özlemini duyduğu bir barışa kapı aralayacaktır.

Sonuç

Yahudi kutsal kitabı Tanah bilinmeden, Yahudi tarihinin ve kimliğinin anlaşılması güçtür. Zira Yahudiler, genellikle dünü ve bugünü Tanah üzerinden yorumlamayı tercih ederler. Kutsal üzerinden inşa edilen dilin de kendisine mahsus bir dünyasının olması kaçınılmazdır. Yahudi tarihi, bir yönüyle göç tarihidir. Tanah, bu tarihi ilk Yahudi ve ilk peygamber olarak kabul ettiği Hz. İbrahim'in Ur'dan Harran'a gerçekleşen yolculuğuyla başlatır. Yahudilere göre Hz. İbrahim, Tanrı'nın "Leh Leha" (Git) emri çerçevesinde Harran'dan vadedilmiş topraklara, yani Kenan'a doğru ilerler. Bu yolculuğun amacı, ilahi vaadin gerçekleşmesidir. Zira Tanrı, Hz. İbrahim'e ve çocuklarına söz vermiştir. Ahdine uymaları hâlinde soylarının gökyüzündeki yıldızlar kadar zengin olacağını ve kendilerine Mısır Irmağı'ndan Fırat'a kadar olan toprakları vereceğini bildirir.

Söz konusu vaat şarta bağlanmıştır. Vaadin muhatabı olan Yahudiler, zamanla ilahi mesajın ruhuna aykırı bir şekilde hareket ederler. Hz. İbrahim'in çocukları arasında bir ayrıma giderler. Onlara göre Hz. İsmail, bir cariye olan kadın olan Hacer'in çocuğudur. Oysa Hz. İshak, özgür kadının çocuğudur. Böylelikle Yahudiler, Hz. Hacer ve Hz. Sare kıyasından bir soyluluk çıkarımında bulunurlar. Yahudiler, kurban hadisesinde de benzer bir kıyasa giderler. Kurban edilmek istenen kimsenin Hz. İsmail değil, Hz. İshak olduğunu vurgularlar. Bunu da kutsal kitapları Tanah'a dayandıran Yahudiler, Hz. İshak'ın şahsında bedel ödediklerini iddia ederler. Hz. İshak'ın Kenan halkından bir kadınla evlenmek yerine, atalarının bulunduğu beldeden yani Harran'dan bir akrabasıyla evlenmesini de aynı kandan gelme ilkesinin yeni yurda tercih edildiği şeklinde yorumlamak mümkündür. Söz konusu tercih Hz. Yakup tarafından devam ettirilmesini de bu minval üzere okumak gerekir.

Yahudilerin vadedilen topraklarda hak sahibi olmalarını Tanrı'nın Tanah'ta geçen vaadine bağlaması, iddianın dinî boyutunu oluşturur. Hz. İbrahim'in vefat eden eşi Sare'yi gömmek amacıyla Makpela Mağarası'nı satın alması, iddianın hukuki boyutunu oluşturur. Hz. İbrahim'in satın aldığı mağarada üç peygamberin yani Hz. İbrahim, Hz. İshak ve Hz. Yakup'un eşleriyle beraber metfun olması, iddianın tarihi boyutunu oluşturur.



Unutulmamalıdır ki kutsal metinler bir çeşit ahittir. Yahudilerin, Hz. İbrahim'in şahsında oluşturmaya çalıştığı Tanah referanslı iddialarına Kur'an-ı Kerim, Hz. İbrahim'in Yahudi ve Hristiyan olmadığını ifade ederek karşılık verir. Kur'an-ı Kerim, Hz. İbrahim'i tevhidi anlayışın bir sembolü olarak görür ve Hz. Âdem'den itibaren gönderilen dini İslam, ona inananları da Müslüman olarak adlandırır. Bu sebeple Hz. İbrahim'in şahsında gerçekleşen vaat; ahitlerine sadık, tevhit ehline yapılmış bir vaat olarak tevarüs eder.

Dört yüz yılı aşkın bir süre Mısır'da yaşayan İsrailoğulları, Hz. Musa döneminde kölelikten özgürlüğe doğru yol alır. Tarihte 'Çıkış' olarak anılan bu olay, Yahudiler tarafından kutsal ve özgür bir yürüyüş olarak kabul edilir. Zira Tanrı, bu sırada İsrailoğulları'nı Tevrat'la şereflendirir. Ahitlerine sadık kalmadıkları için kırk yıl çölde cezalandırılan İsrailoğulları, Hz. Musa'nın öncülüğünde, vadedilen toprakların sınırlarına ulaşırlar. Hz. Davut döneminde Kudüs'ün başkent olması, Hz. Süleyman döneminde de Süleyman Mabedi'nin inşa edilmesiyle Yahudiler, siyasi ve dinî birliklerini tamamlamış olurlar. Hz. Süleyman'dan sonra Yahudiler arasında birlik bozulur. Siyasi ve dinî çözüme yaşanır. Asurluların İsrail Krallığı'nı, ardından Babililerin Yahuda Krallığı'nı yıkması ve Süleyman Mabedi'ni yerle bir etmesi, sonrasında Romalıların Kutsal Mabedi'ni harap etmesiyle Yahudiler, dünyanın farklı bölgelerinde yaşamak zorunda kalırlar. Yahudiler bu durumu Tanrı'nın bir cezası olarak değerlendirirler.

Diaspora tecrübesi göstermiştir ki Yahudiler, Hristiyan coğrafyasına nazaran İslam coğrafyasında daha rahat bir ortamda yaşamışlardır. Müslümanların zimmi hukuk çerçevesinde Yahudilere sağladığı kolaylıklar, onların İslam toplumunda ticari, ilmî, bürokratik anlamda önemli noktalara gelmesine imkân tanımıştır. Kaldı ki İslam toplumu da Yahudilerin bu birikiminden istifade etmiştir. Oysa aynı dönemde Avrupa'da yaşayan Yahudiler dışlanmayla, sürgünle hatta ölümle muhatap olmuşlardır. İlk çağlardan itibaren Avrupa'ya yerleşen Yahudiler, teolojik tartışmaların muhatabı olmuş; bu durum sosyal anlamda varlıklarının, hukuki anlamda statülerinin, ekonomik anlamda geleceklerinin tehlikeye düşmesine neden olmuştur. Artan baskılar nedeniyle Avrupa'nın farklı bölgelerinde yaşamak zorunda kalan Yahudiler, modern zamanlarda bazı kazanımlar elde etmişlerse de bu durum antisemitik uygulamaların muhatabı olmalarına engel olamamıştır.

19. yüzyılın sonlarından itibaren, Theodor Herzl'in liderliğindeki Siyonist hareket öncülüğünde Yahudi ütopyası pratiğe geçirilmiştir. Bu kapsamda dünyanın farklı bölgelerindeki Yahudilerin Filistin bölgesine göçü organize edilerek, bir devletin var olmasının temel unsurlarından olan toplum ögesi tamamlanmaya çalışılmıştır. Toprağı olmayan bir toplum toprak sahibi kılınırken, binlerce yılın kadim toplumu olan Filistinliler topraklarından edilmiştir. Uluslararası güçlerin desteği sonrası, 1948'de İsrail Devleti'nin kurulmasıyla, bir devletin var olmasının temel unsurları olan halk,

toprak ve iktidar sacayağı tamamlanmış olur. Böylelikle yüzlerce yıllık Yahudi ütopyası da gerçekleşmiş olur. Nüfusu ve nüfuzu artan Yahudiler, günün muktediri olma vasfını elde ettikçe, Filistinliler ile bir arada yaşama yerine Tanah temelli ütopyalarını hayata geçirmeye çalışmışlardır. Diasporada yaşamış, dışlanmış ve göçe zorlanmış bir halkın, muktedir olduktan sonra benzer bir uygulamanın öznesi olması, kutsal kitapların ruhu ve mesajıyla çelişen bir durumdur. Bu durum, jeopolitik konjonktüre bağlı dünyevi bir çerçevenin varlığına da delalettir.

1948'den günümüze devam eden Arap-İsrail Savaşlarında, İsrail sürekli topraklarını genişletirken, Filistinliler de topraklarını kaybetmişlerdir. Fiili durumu diploma siyle meşrulaştıran İsrail, kutsal mekânlara da tek başına sahip olmanın çabası içine girişmiştir. İsrail'in Tanah referanslı işgali meşrulaştırma çabası kabul edilemez bir durumdur. Nitekim İsrail'in Kudüs'ü bölünmez başkent olarak ilan etmesi ve bunu uluslararası toplum nezdinde meşrulaştırma çabası, barışa fazlasıyla ihtiyaç duyan bir coğrafyanın, üstesinden gelmesi gereken bir problem olarak mevcudiyetini devam ettirmektedir. Unutulmamalıdır ki Orta Doğu gibi kırılğan bir coğrafyada hayata geçirilmeye çalışılan ütopyalar, yeni felaketlere davetiye çıkaracaktır. Evanjelic öğretiler ile Yahudi ütopyasının eskatolojik hikâyeler çerçevesinde şekillendirmeye çalıştığı paradigma, süreci içinden çıkılmaz hâle getirecektir. Her üç dinin kutsallarının bulunduğu bir coğrafyada, söz konusu hassasiyetlerin gözetilerek sürecin yürütülmesi elzemdir. Toprağından edilen kadim bir toplum yerine, topraksız bir halkın ikame edildiği fiili durum, barışın önündeki en büyük engeldir. Uluslararası toplumun vicdanının kanadığı, kutsal mekânların hassasiyetinin gözetilmediği, Filistin halkının temel haklarının elinden alındığı ve devletleşme sürecinin akamete uğratıldığı söz konusu fiili durumun, barış eksenli ve adil bir perspektifle çözüme kavuşturulması zaruridir. Kudüs özelinde muhafaza edilmesi muhtemel çok dinli ve çok kültürlü bir barış şehri, "Darüsselâm" olarak anılan beldeyi asli kimliğine kavuşturacaktır. Dinlerin, dillerin ve renklerin doğuşuna ev sahipliği yapan bu coğrafyanın barıştan başka bir alternatifinin olmadığı muhakkaktır.



Kaynakça

- Armaoğlu, F. (1994). *Filistin meselesi ve Arap-İsrail savaşları*. 3. baskı, Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Attias, J. C. & Benbassa E. (2012). *Paylaşılamayan kutsal topraklar ve İsrail*. (N. Önel, Çev.). 3. baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ballı, A. (2019). *Arzın arşa en yakın olduğu şehir Kudüs*. İstanbul: Çıra Yayınları.
- Ballı, A. (2020). *Yitik bir medeniyet Endülüs*. İstanbul: Çıra Yayınları.
- Batuk, C. & Mert R. (2017). Çatışan kutsalların ortasındaki şehir: Kudüs. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 17(2), 129-149.
- Besalel, Y. (2001). *Yahudilik ansiklopedisi 3 cilt*. İstanbul: Gözlem Gazetecilik Basın ve Yayın A.Ş.
- Brenner, M. (2011). *Kısa Yahudi tarihi*. (S. Altınçekiç, Çev.). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Cleveland, W. L. (2008). *Modern Ortadoğu tarihi*. (M.Harmancı, Çev.). 3. baskı, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Cohn-Sherbok, D. & Cohn-Sherbok, L. (2010). *Yahudiliğin kısa tarihi*. (B. Baş, Çev.). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Durant, W. & Lambelin, R. (2013). *Yahudi tarihi ve siyonist liderlerin protokolleri*. (S. S. Karaman, Çev.). 3. baskı, İstanbul: İnkılâb yayınları.
- Elon, A. (2005). *Çöküşe tırmanış Alman Yahudilerinin öyküsü*. (D. Altaras, Çev.). İstanbul: Gözlem Gazetecilik Basın ve Yayın A.Ş.
- Garaudy, R. (1983). *Siyonizm dosyası*. (N. Uzel, Çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Goitein, S. D. (2004). *Yahudiler ve Araplar*. (N. Arslantaş & E. B. Sağlam, Çev.). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Goldhill, S. (2011). *Kudüs tapınağı*. (İ. Şener, Çev.). İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Graves, R. & Patai, R. (2009). *İbrani mitleri tekvin-yaratılış kitabı*. (U. Akpur, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Groepler, E. (1999). *İslam ve Osmanlı dünyasında Yahudiler*. (S. Kaya, Çev.). İstanbul: Belge Yayınları.
- Gürkan, S. L. (2012). *Yahudilik*. 4. baskı, İstanbul: İSAM Yayınları.
- Gürkan, S. L. (2016). *İbrânîler*. 2. baskı, TDV *İslam Ansiklopedisi*, Ek 1, 625-627.
- Gürsan, T. (2011). *Dünyanın gizli tarihi 1*. 2. baskı, İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Johnson, P. (2001). *Yahudi tarihi*. (F. Orman, Çev.). İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Karaman, M. L. (2009). Siyonizm. *TDV İslam Ansiklopedisi*, 37, 329-335.

- Kur'an-ı Kerim. (2009). *Kur'an-ı Kerim ve yüce meali*. (S. Ateş, Çev.) İstanbul: Yeni Ufuklar Neşriyat.
- Lewis, B. (1996). *İslam dünyasında Yahudiler*. (B. S. Şener, Çev.). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Mearshimer, J. J. & Walt, S. M. (2017). *İsrail lobisi ve Amerikan dış politikası*. (H. Kösebalaban, Çev.). 2. baskı, İstanbul: Küre Yayınları.
- Nânâ, M. (2008). *Yahudi tarihi*. (D. Ahsen Batur, Çev.). İstanbul: Selenge Yayınları.
- Pappe, I. (2007). *Modern Filistin tarihi*. (N. Plümer, Çev.). Ankara: Phonenix Yayınları.
- Rabkin, Y. M. (2014). *Yahudilerin siyonizm karşıtlığı*. (Ş. Tokel, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Schneer, J. (2012). *Balfour deklarasyonu*. (A. C. Akkoyunlu, Çev.). İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Schoenman, R. (1992). *Siyonizmin gizli tarihi*. (A. Pesen, Çev.). İstanbul: Kardelen Yayınları.
- Shlaim, A. (2018). *Filistin'i bölüşmek*. (M. Tütüncü, Çev.). 2. baskı, İstanbul: Küre Yayınları.
- Tevrat (Tanah). (2015). Ankara: Andaç Yayınları.
- Watt, W. M. (2000). *Geçmişten günümüze Müslüman-Hristiyan diyalogu*. (F. Aydın, Çev.). İstanbul: Birey Yayıncılık, 2000.

İslamofobinin Ekonomik Kökenleri ve ABD Dış Politikasının Küreselleştirici Rolü

Economic Roots of Islamophobia and Globalizing Role of the US Foreign Policy

Derleme Makalesi / Review Article



**Sorumlu yazar/
Corresponding author:**
Fatma Sariaslan

ORCID: 0000-0002-
9295-6477

Geliş tarihi/Received:
21.06.2021

**Son revizyon teslimi/
Last revision received:**
10.07.2021

Kabul tarihi/Accepted:
14.07.2021

Yayın tarihi/Published:
19.07.2021

Atıf/Citation: Sariaslan, F. (2021). İslamofobinin ekonomik kökenleri ve ABD dış politikasının küreselleştirici rolü. *İletişim ve Diplomasi*, 5, 81-104

Fatma SARIASLAN¹ 

ÖZ

İslamofobi en genel anlamıyla İslam dinine ve bu dine mensup olan Müslüman bireylere yönelik rasyonel olmayan korku ve nefret olarak nitelendirilmektedir. İslamofobi kavramının tanımlanması meselesinde en fazla öne çıkan konular İslamofobinin ırkçılıkla ve antisemitizmle olan benzerlikleri veya farklılıkları hususundadır. İslamofobiyi bir dini topluluğu hedef alan ayrımcılığı içeren ırkçılığın yeni bir biçimi olarak tanımlamak mümkündür. Batı toplumlarındaki İslam ve Müslüman karşıtlığının kültürel bir ırkçılık formu olarak tezahür etmekle birlikte, ekonomik temellerinin de dikkate alınmasının İslamofobinin hem tanımlanmasında ve hem de nasıl bir olgu olduğunun anlaşılması noktasında önemli olduğu düşünülmektedir. Bu itibarla çalışmada; İslamofobinin ekonomik kökenleri ABD ve Avrupa'daki İslamofobi arasındaki farklılıklara yer verilerek incelenmektedir. Çalışmada literatür taraması yapılarak, güncel yönelimler ortaya koyulmaya çalışılmaktadır. Çalışmada ayrıca, ABD'nin 11 Eylül saldırıları sonrasında "terörle savaş" retoriği ile birlikte uygulamaya koyduğu dış politikanın İslamofobi olgusunu uluslararası düzlemde yaygınlaştırıcı ve küreselleştirici rolü tartışılmaktadır. Avrupa İslamofobisi bağlamında ekonomik dinamiklerin etkisinin öne çıktığı, ABD İslamofobisi içinse daha ziyade siyasal düzlemde konumlanarak, uluslararası sistemdeki mevcut hegemon gücün sürdürme kaygısının belirleyici olduğu ileri sürülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İslamofobi, kültürel ırkçılık, Avrupa'da İslamofobi, ekonomi, Amerika'da İslamofobi

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bursa Teknik Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Bursa, Türkiye, fatma.sariaslan@btu.edu.tr

ABSTRACT

Islamophobia, in its broadest sense, is defined as irrational fear and hatred of the religion of Islam and Muslim people. The most prominent issues as to the definition of the concept of Islamophobia are about its similarities to or differences from the concepts of racism and anti-Semitism. Islamophobia can be defined as a new form of racism that includes discrimination against a religious community. Although Islamophobia manifests itself in Western societies as a form of cultural racism, it is thought that considering its economic roots is critical in both defining Islamophobia and understanding what kind of phenomenon it is. In this respect, the study investigates the economic origins of Islamophobia by focusing on the differences between Islamophobia in the USA and Europe. The study attempts to present a current affairs by conducting a literature review. The study also discusses whether the United States' foreign policy based on the "war on terror" rhetoric pursued in the aftermath of the September 11 attacks served to internationalize and globalize the phenomenon of Islamophobia. It is argued that in the context of European Islamophobia, the impact of economic dynamics is more prominent, while the US Islamophobia is positioned more on the political base, and the concern for maintaining existing hegemonic power in the international system is decisive.

Keywords: Islamophobia, cultural racism, Islamophobia in Europe, economy, Islamophobia in the USA

EXTENDED ABSTRACT

Islamophobia is generally defined as irrational fear and hatred towards Islam and Muslims. Two of the most controversial issues regarding the definition of Islamophobia are Islamophobia's relation to racism and anti-Semitism. A definition of Islamophobia related to racism draws attention to the fact that Islamophobia targets the indicators related to Islam and the elements related to the identity of Muslims. Firstly, although in an Islamophobic approach, the distinguishing feature of Muslims is not seen as biological or somatic, this does not prevent Islamophobia from being considered a manifestation of racism. Therefore, it is clear that Islamophobia interacts with racism. Secondly, it is a definition problem arising from the similarities between Islamophobia and anti-Semitism. The link between the hate languages adopted towards individuals belonging to Islam and Jewish religions has an important place in the literature. In this context, it is observed that definitions such as "Islamophobia is the new anti-Semitism" or "Muslims are the new Jews" are becoming widespread. This relatively new rhetoric claims that today's Muslims have replaced the Jews as a religious group that the western world has marginalized with racist discrimination. According to this idea, similar to the western perception of the



Jews in the period between the two world wars, especially in the 1930s, Muslims are regarded as the number one threat source and therefore the “main enemy” today. It is more appropriate to establish that the similarity established between anti-Semitism and Islamophobia is essentially related to the economic-political dynamics of Islamophobia rather than a theological and cultural basis of marginalization. What makes the proposition that Islamophobia is the new anti-Semitism so striking is, in fact, the growing perception of Muslim immigrants as new rivals in the socio-economic context for individuals from the Western world. This kind of perception, similar to the fact that Jews were held responsible for the weight of the economic bill of the depression in the years following the Great Depression of 1929, is prevalent today, especially after the 2008 global financial crisis, when immigrants and various non-Christian groups, particularly Muslims began to be blamed for unemployment and socio-economic tension, and Muslim immigrants have become a “scapegoat” for the Western world. The fact that far-right parties in Europe exploit certain sociological and economic problem areas by associating the problems caused by neoliberal policies and the modernization process in the context of global capitalism with the refugee influx to Europe, of course, emerges as an important dynamic at this point. The emergence and development of Islamophobia from the European perspective, of course, has a significant impact on the fact that Muslims, who immigrated to European countries many years ago, are seen as an actor in the public sphere, which is considered essential for Europe’s employment policies. However, it can be said that the conflict over economic resources, especially intensified by neo-liberal economic policies, feeds the Islamophobic rhetoric and ideology in Europe. In Europe, there is a kind of Islamophobia rhetoric triggered by economic concerns, and this rhetoric finds its reflection in the political arena. For Europe, political rhetoric constructed on an anti-Islamic political stance or anti-Muslim (immigrant) stance is merely a tool used by European politicians to gain power or maintain their current political power. The European Enlightenment and the rise of liberal democracy exacerbated the discrimination and isolation of European Jews only after World War II. Europe was able to prevent it until World War II, and the process resulted in a genocide. Perhaps the most important question is how successful Western civilization can now be in preventing hostility and discrimination against Western Muslims. While Western civilization, which sees itself as the spokesperson of universal values such as democracy, human rights, tolerance, justice, equality and freedom, has not been able to achieve this even in the geographies under its sovereignty, Islamophobia has emerged in a much more rigid way, and anti-Islam and anti-Muslim policies have been implemented brutally and inhumanely. For the US, the 1973 oil crisis served as an economic justification of the orientalist and stereotyped Muslim image. The 1979 Iranian Revolution, the end of the Cold War and the events of September 11 were important breaking points in the establishment of the West’s anti-Islam policies. The article firstly deals with the definition of the concept of Islamophobia

and discusses its historical background. The study then investigates the political and economic origins of Islamophobia by highlighting the differences between Europe and the United States of America. Finally, it discusses whether the United States of America's "war on terror" foreign policy rhetoric in the aftermath of September 11 affected Islamophobia, which has become increasingly globalized not only in the West but also in China and India, and whether anti-Islamism in these countries can be evaluated along the axis of Islamophobia.

Giriş

İslamofobi, İslam'a ve Müslümanlara yönelik irrasyonel korku ve nefret anlamına gelmektedir. Günümüzde yoğun bir biçimde İslam ve Müslüman karşıtlığı olarak tebarüz eden İslamofobinin ırkçılıkla ve antisemitizmle olan ilişkisi literatürde önemli bir yer tutmaktadır. İslamofobinin, ırkçılığın bir türü olarak nitelendirilmesi, İslam dinine dair göstergelerin ve bu dine mensup bireyler olarak bizzat Müslümanların kimliklerinin şiddet ve nefrete maruz kalmalarına işaret etmektedir. İslamofobinin antisemitizmle olan ilişkisi ise Müslümanlara ve Yahudilere yönelik benimsenen nefret dilleri arasındaki benzerlik üzerinden kurulmaktadır. Bu bağlamda ekonomik kaygının, ötekini dışlayan ve nefret söylemini besleyen temel bir unsur olduğu noktasından hareketle, Avrupa'da Büyük Bunalımın ardından, iki dünya savaşı arasındaki dönemde giderek yükselen Yahudi karşıtlığının ekonomik dinamikleri ile günümüzde küresel kapitalist sistemde yaşanan ekonomik krizlerin Avrupa'daki yansımalarının İslam karşıtlığı biçiminde zuhur etmesi, bu iki olgu arasındaki benzerliğin çıkış kaynağı olarak görülmektedir. Avrupa'da İslamofobinin giderek yaygınlaşmasında ve derinleşmesinde önemli rol oynayan ekonomik dinamiklerinin yanı sıra, ABD'nin 11 Eylül olayları sonrasında izlediği İslamofobik dış politikasının Avrupa'daki İslamofobik söylem ve ideolojileri beslediği de bilinmektedir. Nitekim Avrupa'da, özellikle Müslüman göçmenler üzerinden geliştirilen dışlayıcı ve ayrımcı söylemi besleyen faktör, ABD'nin 11 Eylül sonrasında başlattığı 'teröre karşı savaşının' sonucu olarak Avrupa'ya akın eden Orta Doğu göçmenlerdir. Ayrıca 11 Eylül saldırıları sonrasında Avrupa'nın muhtelif kentlerinde yaşanan terör saldırılarından kendilerini Müslüman olarak tanımlayanların mesul olması, bu türden bir dışlayıcı söylemi kültürel ve ekonomik boyuttan ziyade güvenlik boyutuna taşımıştır. Bu durum genel kabul gören bir kanaat olmakla birlikte Avrupa İslamofobisinin bir boyutunu oluşturmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada, Avrupa'daki İslamofobinin günümüzde giderek derinleşmesinde, güvenlik boyutundan ziyade sosyo-ekonomik dinamiklerin belirleyici olduğu vurgulanmaya çalışılacaktır. Bu bağlamda; çalışmada öncelikle İslamofobi kavramının tanımlanması hususuna değinilecek, sonrasında tarihi arka planı ele alınacaktır. Ardından modern dönemde İslamofobinin ekonomi-politik kökenleri, Avrupa ve ABD üzerinden, farklılıkları ortaya konularak incelenecektir. Son olarak ABD tarafından 11 Eylül olayları sonrasında uygulamaya konulan dış politikanın, İslamofobi olgusunu ulus-

lararası düzlemde yaygınlaştırıcı ve küreselleştirici rolü tartışılacaktır. Bu bağlamda Batı'nın yanı sıra Çin ve Hindistan'da Müslümanlara yönelik giderek artan şiddet ve ayrımcı birtakım iç politika uygulamalarının, İslamofobi ekseninde değerlendirilip değerlendirilmeyeceği hususu ele alınacaktır.

İslamofobinin Tanımlanması Meselesi

İslam dinine ve Müslümanlara karşı duyulan irrasyonel korku ve nefret olarak (Stevenson, 2010, s. 926) tanımlanan İslamofobi, Müslümanların özgürlüklerini ve insanî haklarını ihlâl eden ve ayrımcılığa, ön yargılara ve nefret suçlarına yol açan ya da bunların oluşmasını tahrik eden söz ve eylemlere işaret etmektedir.

İslamofobi kavramı, yaygın kullanımına rağmen görece yeni bir kavramdır. İslamofobi terimi, ilk olarak 1980'lerin ortasında Edward W. Said tarafından türetilmiştir. Müslümanlar ve Yahudilere karşı benimsenen nefret dilleri arasındaki bağlantıyı ortaya koymak adına Said, Hristiyan Batı dünyasında İslam düşmanlığı ile antisemitizmin tarihsel süreçte el ele gittiği değerlendirmesini yaparken, İslam karşıtlığı anlamında İslamofobi kavramını kullanmıştır (Said, 1985, s. 99). Bu kavram ABD'de, 4 Şubat 1991 tarihli 'Insight' adlı bir süreli yayında kullanılmasıyla ilk kez yazılı basına girmiştir (Stevenson, 1979). Ancak İslamofobi kavramının literatüre Runnymede Trust isimli İngiliz düşünce kuruluşunun çatısı altında 1996'da kurulan "Britanyalı Müslümanlar ve İslamofobi Komisyonu" (CBMI) tarafından hazırlanan "İslamofobi: Hepimiz İçin bir Tehdit" adlı raporla girdiği genel olarak kabul görmektedir. Zira İslamofobi konusunda yapılan çalışmaların ilk kapsamlı örneğini oluşturan bu raporda İslamofobi "İslam'a ve Müslümanlara karşı, Müslümanlara olumsuz ve aşağılayıcı kalıplaşmış düşünce ve inançlar ima ve atfeden bir dizi kapalı görüşler tarafından işlenmiş iğrenme, nefret ve düşmanlık" olarak tanımlanmıştır (The Runnymede Trust, 1997). Rapor, İslamofobiyi tanımlamakla kalmayıp aynı zamanda İslamofobik zihinsel kalıpları ve davranış biçimlerini de ortaya koymuştur. Raporda ortaya konulan İslamofobi tanımı, İslamofobik söylemlere yol açan birtakım temel algılar (İslam'ın yekpare bir bütün olduğu, Batı dünyasını ele geçirmek istediği, Batı ve modernite karşıtı olduğu, demokrasi karşıtı olduğu) ekseninde geliştirilmiştir.

İslamofobi kavramı 29-30 Ocak 2001'de Stockholm Uluslararası Forumu konferanslar serisi kapsamındaki Hoşgörüsüzlükle Mücadele Konferansı'nda da gündeme getirilmiştir. Konferansın kapsamı soykırım, etnik temizlik, ırkçılık, antisemitizm, İslamofobi ve yabancı düşmanlığıyla mücadele ve tüm ırk ayrımcılığı ve buna bağlı hoşgörüsüzlükle mücadele olarak belirlenmiştir (Roald, 2004, s. 53). Yine aynı yıl, 11 Eylül'den hemen önce Birleşmiş Milletler, giderek artan Müslüman ve İslam karşıtı ön yargı, ayrımcılık ve nefreti, yani İslamofobiyi resmen kınamıştır (Allen, 2004, s. 1). Ancak 11 Eylül olayları, tam da uluslararası arenada İslamofobiye odaklanan küresel

dikkatin arttığı bir süreci gölgede bırakarak trajik bir biçimde, Müslüman ve İslam karşıtı duyguların, ifadelerin ve eylemlerin çoğalmasıyla sonuçlanmıştır. 11 Eylül terör saldırısı, Batı dünyasında İslam karşıtlığının küresel ölçekte daha yaygın siyasal ve toplumsal yankı bulmasını kolaylaştırmıştır.

11 Eylül olayları sonrasında kavramın kamusal ve siyasal alanda kullanılışı ciddi ölçüde artış göstermiştir. 11 Eylül'den sonra Avrupa Birliği Temel Haklar Ajansı'nın (FRA) 2006 yılında yaptığı tanımlamada, İslamofobik tutum ve davranışlardan olumsuz etkilenen gruplar, sadece Müslümanlarla sınırlandırılmayarak, daha kapsayıcı bir nitelendirme yapılmış ve İslamofobi 'İslam dünyasına mensup olan bireylerin maruz kaldıkları ayrımcı muamele' olarak kabul edilmiştir (Avrupa Birliği Temel Haklar Ajansı, 2006).

Öte yandan İslamofobinin tanımlanması bağlamında önemli iki husus öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi İslamofobinin bir ırkçılık türü olup olmadığı konusudur. İslamofobinin "kökeni ırkçılığa dayanan ve Müslümanlığın ya da Müslümanlığa ait olduğu varsayılan ifade biçimlerini hedef alan bir ırkçılık türü"² olarak nitelendirildiği bir tanım, İslamofobi ve ırkçılık olgularının kıyaslanmasını içerdiğinden 'ırk' ve 'din' kavramlarının birbiriyle karıştırılmasına yol açabilecektir. Nitekim din mefhumu insanlar açısından tercih edilebilir bir durumda iken, ırk mefhumu ise insanların tercih edebilecekleri bir konumda değildir. Bu bağlamda söz konusu tanımlamada kurulan özdeşliği, Müslümanların bir ırk olarak düşünülmesinden ziyade, süreç ve fonksiyon bakımından ırkçılık ve İslamofobi arasındaki benzerliklerin ortaya konulması olarak okumak gerekmektedir. İrkçılıkla ilintili bu türden bir tanım, esasında, İslamofobinin İslam'a ve Müslümanlığa ilişkin göstergeleri ve Müslümanların kimliğine yönelik unsurları hedef aldığına dikkat çekmektedir. İslamofobik bir yaklaşımda çoğunlukla Müslüman birinin ayırt edici özelliği biyolojik veya somatik (bedensel) olarak görülme de; bu durum İslamofobinin, ırkçılığın bir tezahürü olarak değerlendirilmesini engellememektedir. Dolayısıyla İslamofobinin ırkçılıkla etkileşim içerisinde olduğu açıktır. Bu etkileşimi, örneğin Orta Çağ'da bir Müslüman'ın, "Saracen", "Türk" ya da "Moro" olarak nitelendirildiği anakronistik bir yarı-irksallaştırmada görmek mümkündür (Miles & Brown, 2003, s. 164). Bir başka örnek ise günümüz Batı dünyasında İslamofobik nefret suçlarında görünürlük dolayısıyla daha ziyade Müslüman kadınların hedef olarak seçilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Allen, 2019). Tıpkı ırkçılıkta ten renklerinden ötürü siyahîlerin hedef olması gibi Müslümanlar da kültürel kimliklerinden ötürü hedef olmaktadır.³ Bu bağlamda İslamofobiyi, 'kültürel ırkçılık' yani bir dini topluluğu hedef alan ayrımcılığı içeren ırkçılığın yeni bir formu olarak tanımlamak mümkündür (Schiffer & Wagner, 2011, s. 79).

² Britanya Müslümanları Partiler Üstü Meclis Grubu'nun 2018 yılında yayınladığı 'İslamofobiyi Tanımlamak' adlı raporunda ortaya koyduğu tanım. (All Party Parliamentary Group on British Muslims, 2017)

³ Özellikle de dış görünüşlerinden dini kimliklerinin kolayca anlaşıldığı başörtülü Müslüman kadınlar.

İslamofobi kavramının tanımlanması noktasında ortaya çıkan ikinci husus ise İslamofobi ile antisemitizm arasındaki benzerliklerden kaynaklanan bir tanımlanma sorunudur. İslam ve Yahudi dinlerine mensup olan bireylere yönelik benimsenen nefret dilleri arasındaki bağlantı, literatürde ciddi bir yere sahiptir (Kalmar, 2017, s. 8). Bu görece yeni söylem, Batı dünyasının ırkçı bir ayrımcılıkla ötekileştirdiği bir dinî grup olarak Yahudilerin yerini, günümüzde Müslümanların aldığını ileri sürmektedir. Bu fikre göre, iki dünya savaşı arasındaki dönemde Batı'nın benimsediği Yahudi algısına benzer biçimde, günümüzde de Müslümanlar bir numaralı tehdit kaynağı ve dolayısıyla 'esas düşman' olarak algılanmaktadır. Buradan hareketle, günümüz Batı dünyasında hâkim olan nefret dilinin en popüler ve yaygın ifadesinin İslamofobi olduğu ileri sürülmektedir. Bu görüşte Müslümanların, inançları ve kültürleri nedeniyle ötekileştirilerek nefret suçları ile -bir nevi- cezalandırıldıkları düşünülmektedir.

İslamofobinin yeni antisemitizm olduğu önermesini bu kadar güçlü kılan şey, artık Müslümanların nefret edilen 'dış' değil, 'iç' düşman olarak görülmeleridir (Kalmar, 2017, s. 14). Bunun temelinde, Batı dünyasının Müslüman coğrafyaları ile sömürgeci etkileşimi bulunmaktadır. Bu itibarla günümüz Avrupa İslamofobisinin Batılı güçlerin sömürge mirasının bir sonucu olarak sömürülen coğrafyadaki Müslümanların Avrupa'ya göçleriyle de ilintili olduğu söylenebilir. Bu durum, Avrupa sanayilerinin ihtiyaç duyduğu iş gücünü temin etmek amacıyla, Müslüman ülkelere kapılarını açmalarıyla yeni bir boyuta taşınmıştır. Dolayısıyla artık Müslümanlar, Yahudilerin geçmişte kabul edildiği gibi 'içerideki düşman' konumuna gelmişlerdir. Buna ilaveten, günümüzde Avrupa'daki siyasal partilerin söylemlerinde artık Yahudi karşıtlığı vurgusunun yerine İslam karşıtlığı vurgusuna ağırlık verildiği gözlemlenmektedir. Örneğin Fransız Milliyetçi Cephe Partisi'nin, İslam dininin 'fanatizm ve hoşgörüsüzlük dini olduğu' ve 'demokratik değerlerle doğal olarak çeliştiği' iddiaları ve İslam inancı ile Nazi ve Komünist rejimleri arasında totaliter anlayışa imkân vermeleri bağlamında benzerlik kurulması dikkat çekmektedir (Aslan, 2016, s. 241). Söz konusu benzerliklere rağmen, Yahudiler ve Müslümanlara yönelik algı arasındaki farka vurgu yapan Lockman'ın analizi farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Lockman'a göre İslam, Batı Avrupalıların muhayyilesinde, Avrupa'nın 'öteki'si anlamında özel bir yer tutmaktadır. Lockman, Yahudilerin her ne kadar dinî inanç noktasındaki birtakım farklılıklar nedeniyle bir ideolojik sorun şeklinde kabul edilseler de hiçbir zaman Avrupa'daki Hristiyanlığın egemenliğine siyasi veya askerî bir tehdit oluşturmadıklarını hatırlatmaktadır. "Oysa İslam, Avrupalı Hristiyanların yüzyıllardır askerî ve ideolojik çatışma içerisinde olduğu 'güçlü' [vurgu Lockman'a ait] bir siyasi ve kültürel alternatif" olmuştur (Lockman, 2016, s. 83).

Buna mukabil, antisemitizm ile İslamofobi arasında kurulan benzerliğin teolojik ve kültürel bir ötekileştirme temelinden çok, İslamofobinin ekonomi-politik dinamik-

leri ile ilintili olduğu da söylenebilir. Bu çerçevede, 'İslamofobinin yeni antisemitizm olduğu' önermesini çarpıcı kılan önemli unsurlardan biri de sayıları giderek artan Müslüman göçmenlerin Batı dünyasına mensup bireyler için sosyo-ekonomik bağlamda yeni rakipler olarak algılanmalarıdır. Bu algının temelinde, tıpkı 1929'daki Büyük Bunalımı takip eden yıllarda, buhranın ağır ekonomik faturasından Yahudilerin sorumlu tutulması gibi, günümüzde de özellikle 2008 küresel ekonomik krizinin ardından Avrupa'da derinleşen işsizliğin ve sosyo-ekonomik gerilimin sorumlusu olarak Müslümanların kabul edilmesi bulunmaktadır. Buna göre Müslüman göçmenler Batı dünyası için bir 'günah keçisi' konumuna gelmişlerdir. Avrupa'daki aşırı sağ partilerin; neo-liberal politikaların ve küresel kapitalizm bağlamındaki modernleşme sürecinin doğurduğu sorunları, Avrupa'ya yönelik mülteci akınlarıyla ilişkilendirerek, birtakım sosyo-ekonomik sorunları istismar etmeleri de elbette önemli bir dinamik olarak ortaya çıkmaktadır. Öyle ki Avrupa'da yükselen bu ayrımcılık, İngiltere gibi liberal ekonomilerde bile "İngiliz işlere İngiliz işçiler" argümanı ile meşrulaştırılmaya çalışılmaktadır (Kutlay, 2018, s. 181).

İslamofobinin Tarihi Arka Planı

Kavram olarak oldukça yeni olmakla birlikte, İslamofobinin modern bir olgu olmadığı, bilakis derin bir geçmişi olduğu söylenebilir. Bu nedenle Batı dünyasında giderek artan İslamofobik tutumların anlaşılabilmesi, ancak İslamofobi olgusunun tarihi arka planının dikkate alındığı analizlerle mümkündür (Kalın, 2003). Bu türden bir yaklaşım, olguların tarihsel bağlamlarından kopararak değerlendirilmesinin beraberinde getireceği birtakım sakıncaları engelleyecektir. Bu çerçevede, İslamofobinin sıklıkla 11 Eylül saldırıları ile ilişkilendirilmesi, sorunun bütüncül bir biçimde ele alınmasını engellemektedir. Nitekim 11 Eylül olaylarının yol açtığı sarsıntı, yalnızca sorunun gün yüzüne çıkmasına yardımcı olmuştur (Kalın, 2018, s. 39). Esasında "Batı'nın çağdaş düşmanlığı salt modern bir çatışmanın bir sonucundan ibaret değildir. Müslüman Orta Doğu ile Hristiyan Avrupa arasında, batı yarıküresi üzerine bin yıllık iktisadi, siyasal ve dinsel hegemonya rekabetinin bir yansımasıdır." (Lindholm, 2004, s. 24).

İslam'ın Batı medeniyeti tarafından bir tehdit olarak algılanması, bir din olarak ortaya çıkışından kısa bir süre sonra, Hristiyanların kontrolü altında bulunan bölgelerdeki hızlı ilerleyişi ile ilintili olmuştur. İslam peygamberinin vefatının ardından, kısa bir süre içerisinde Pers İmparatorluğuna son verilmesi, Bizans İmparatorluğu kontrolünde bulunan Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki topraklarının büyük bir kısmına hâkim olunması ve bu coğrafyalarda yaşayan insanların çoğunun İslam'ı seçmeleri ile birlikte Batı Hristiyan dünyası, İslam'ın bu beklenmedik ilerleyişinden tedirgin olmuştur. 641'de Mısır'ın bir kısmını, 645'te ise Şam'ı ele geçiren Müslümanlar, 670 yılına gelindiğinde Tunus'a varmış, buradan da Cezayir ve Fas'ı



geçerek, Atlantik Okyanusu'na ulaşmıştır. Peygamberin ölümünden sonraki yüz yıl içinde ise İspanya topraklarını ele geçirip, Pireneler'i geçerek Fransa'ya ulaşmışlardır (Cleveland, 2008, s. 17). Müslümanların bu hızlı ilerleyişinin Batı için ne denli ciddi bir tehlike oluşturduğunu, Batılıların 732 tarihli Poitiers (Puvatya) savaşına ilişkin yaklaşımdan anlamak mümkündür. 732'de Frank Kralı Charles Martel tarafından yenildikleri Poitiers'in, Müslümanların batıda ulaştıkları en uzak nokta olması (Donner, 2017, s. 51) bu savaşı Hristiyanlar için kritik kılmaktadır. Müslüman tarih yazımında pek de üzerinde durulmayan ancak Avrupa tarih yazımı açısından abartılı denilebilecek düzeyde önem atfedilen ve Hristiyanların 'işgalci' Müslümanları yendiği bir savaş olarak değerlendirilen Poitiers savaşı, önemli bir kilometre taşı olarak öne çıkmaktadır (Buehler, 2014, s. 124).⁴ Benzer bir psikoloji Avrupa'nın özgüveninin önemli ölçüde arttığı İkinci Viyana Kuşatması için de geçerlidir (Kalın, 2018, s. 45).

Diğer taraftan, Poitiers savaşından Haçlı Seferlerine kadar, Avrupalıların İslam dünyası ile teması çok sınırlı olmuştur. Avrupalıların Müslümanlarla doğrudan bir temasının olmaması ve aynı zamanda Müslümanlar hakkında sağlıklı fikir edinebilecekleri güvenilir kaynakların mevcut olmaması, İslam karşıtı bir literatürün oluşmasına yol açmıştır. VIII. yüzyıldan itibaren Batı'da modern vakanüvislerin büyük çoğunluğu, hep bir ağızdan Hristiyanlığa zulmeden bir İslam imajı propagandası yapmıştır (Cahen'den aktaran Lelong, 2006, s. 25). İslam dinini Hristiyanlığın muarızı veya Hristiyanlıktan neşet etmiş ve kılıç gücüyle yayılmış bir din olarak gören yaygın anlayış, İslam karşıtı literatürün temel mantığını oluşturmuştur (Hourani, 1996, s. 29). Bu anlayış çerçevesinde İslam dininin bâtıl bir din olarak kabul edilmesi ve dolayısıyla İslam peygamberinin de bir sapkın olarak tasavvur edilmesi, esasında 'İslam' ve 'fobi' kavramlarının bugün yan yana getiriliyor oluşunun da kökenlerine işaret etmektedir. Fobi 'bilinmeyen'e karşı duyulan irrasyonel bir korku olarak nitelendirildiğinden, İslam'ın Batı dünyası karşısındaki bilinmeme durumu, İslamofobinin temelindeki ana unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak burada belirtmek gerekir ki, İslam dini ve peygamberine yönelik bu cehalet, Kalın'ın da dikkat çektiği üzere, bilinçli bir tutumun sonucudur. İslam dininin kutsal kitabı tarafından ortaya konulan ahlak sistemi ile diğer iki İbrahimî dinler olan Hristiyanlık ve Yahudiliğin kutsal kitaplarının ortaya koydukları ahlak sisteminin benzerliğine rağmen; hatta belki de bu benzerliğin ortaya çıkardığı bir tehdit algılaması yüzünden, Hristiyan dünyası tarafından İslam'ın teolojik bir meydan okuma olarak görüldüğü (Kalın, 2019, ss. 59-67) ve dolayısıyla da tek tanrılı dinler ailesinin dışında tutularak reddedildiği bir durumda, İslam dininin ön yargılardan azade bir biçimde öğrenilmesine yönelik sağlıklı ve yeterli bir çaba gösterilmemiştir. Nitekim Edward Said, Avrupa'nın ilk İslam araştırmacılarının teolojik bir kaygıyla, yani kitlelerin Hristiyanlıktan dönülmesi teh-

⁴ Savaşın kendisine atfedilen düzeyde bir öneme sahip olmadığını yazan Pirenne'ye göre bu savaş, "Atilla'ya karşı kazanılan zaferle kıyaslanacak bir savaş olmayıp, gerçekte hiçbir şeyi durdurmamıştır" (Pirenne, 2006, s. 180).

didini savuşturmak endişesiyle yazılar kaleme alan Ortaçağ polemikçileri olduğunu belirtmekte ve İslamofobi ile oryantalizm arasında doğrudan bir ilişki kurmaktadır (Said, 2003, ss. 358-359). XI. yüzyıldan sonra Haçlı Seferleri ile birlikte Müslümanlarla ilk doğrudan temasın kurulmasına kadar bu durum devam etmiştir. Diğer taraftan bu dönemde İslam'ın siyasi bir meydan okuma olarak algılanması için de elverişli koşullar bulunduğunu hatırlamak gerekmektedir. Zira o dönemde coğrafya ve kültür bakımından tedirgin edecek kadar Yahudi ve Hristiyan geleneğe yakın olan İslam, aynı zamanda askeri ve siyasi başarılar da elde ediyordu (Said, 2003, s. 84). Haçlı Seferleri'nin ardından İslam dünyası ile ilgili olarak edinilen bilgiler ise daha ziyade günlük yaşayış ve dünyevi boyuta ilişkin olmuş, İslam medeniyetinin manevi boyutu yine bilinmezlik durumunu sürdürmüştür.

Avrupa Rönesansı dönemine gelindiğinde ise İslam bilim ve felsefesi, Avrupalıların temel ilgi odağı hâline gelmiştir. Ancak bu ilginin kökeninde, esasında XI. ve XII. yüzyıllarda İslam'a bir din olarak değil ama bir kültür ve düşünce dünyası olarak duydukları ilgi yatmaktadır. Böylece Rönesans'ın temellerinin atıldığı yaklaşık üç yüz yıllık dönemde, pek çok Arapça kaynağın İspanya ve İtalya'da Latinceye çevrilmesiyle, Batı düşüncesinin İslam kültürü ve felsefesi ile yakın bir ilişki kurması mümkün olmuştur. Nitekim Batı felsefesinin bu dönemi, İslam felsefesi dönemi ile paralel bir mahiyet arz etmekte ve aralarında birçok biçimsel ve tarihsel ilişki bulunmaktadır (Nasr, 1996, s. 208). Avrupalı Hristiyanlar İslam hakkında ne düşünürlerse düşünsünler, bu dinin insanlık tarihinde önemli bir rolü olduğunun farkında olarak, bu rolün açıklanması gerektiğini inkâr etmemişlerdir (Hourani, 1996, s. 29). Avrupa bir yandan İslam'ı bir din olarak reddederken, İslam medeniyetinin felsefi ve kültürel zenginliğine hayranlık ve saygı duymuş (Kalın, 2003, s. 7); bu zenginlikten beslenmesini de bilmiştir. Platon, Aristoteles ve başka birçok Helen düşünürünün eserlerini kurtararak daha sonra Batı'ya taşınmasını sağlayanların Müslüman Araplar olduğu Avrupalılarca da pekâlâ bilinmektedir (Goldschmidt & Davidson, 2018, ss. 162-167). Nitekim akademik oryantalizmin en önemli temsilcilerinden biri olan W. Montgomery Watt "...Arap deneyiminin, Arap düşüncesinin ve Arap yazınının kapsamı tam anlaşılınca, Avrupa biliminin ve felsefesinin Araplar olmasaydı geliştikleri kadar gelişemeyeceği görülecektir." ifadesini kullanmaktadır (Watt, 2013, s. 71).

XIX. yüzyıla gelindiğinde ise, Batı'nın İslam algısının inşasında ilk olarak Avrupalı seyahatçilerin temel aktörler olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu seyahatçilerin Avrupa'ya sağladığı bilgi ve oluşturduğu ilgi sadece İslam'ın 'görünenleri' ile sınırlı kalmıştır. İslam'a yönelik içselleştirilmiş dinî ön yargı, bu seyahatçilerde de mevcuttu. Bu dönemde de –tıpkı Haçlı Seferlerinde olduğu gibi- doğruluğu şüpheli olan İslam'a dair muhtelif birinci el bilgilerin Batılı geniş kesimlerin kullanımına açılması söz konusu olmuş ve Batılılar, dinî kaygılar sonucu bu bilgileri Hristiyan teolojisine husumetler olarak algılamışlardır (Kalın, 2003, s. 26). Batılı seyahatçilerce ortaya konulan ve bolca roman-

tikleştirilen imgeler ve tasvirlerle bezenmiş olan geniş literatür, İslam dünyasının ve Müslüman halkların Avrupalı zihinlerde oryantalist bir biçimde tezahür etmesine yol açmıştır. Said'in de belirttiği gibi, modern Avrupa'daki İslam'a ilişkin ilgi artışı ise XVII. yüzyılın sonları ile XIX. yüzyılın başları arasındaki süreçte, Fransız ve İngiliz bilim adamlarının 'Doğu'yu, özellikle de Mısır, Mezopotamya ve Kutsal Toprakları keşfetmesiyle ortaya çıkmıştır. Avrupa sömürgeciliğinin hizmetindeki klasik oryantalizm tarafından Müslüman dünyasına sık sık yöneltilen saldırgan ve ırkçı tavırlar, esasında İslamiyetin Doğu'nun 'gizemini, farklılığını, yozluğunu ve gizli güçlerini paylaşan bir parçası' olarak görülmesiyle ilintili olmuştur. Bununla birlikte, bu dönemde Avrupa ile İslam dünyası arasında hasmane ilişkiler mevcut olsa da ilişkilerin bu niteliğinden bağımsız olarak doğrudan bir ilişki de mevcuttur. Bu süreçte, şairler, yazarlar ile Goethe, Gerard de Neerval, Richard Burton, Flaubert, Louis Massignon gibi düşünürler nezdinde İslam'a karşı bir merak ve 'terbiyeli bir yaklaşım' söz konusudur (Said, 2000, s. 89). Ayrıca İslam'a ve Müslümanlara yönelik oryantalist yaklaşımın, modernite öncesi dönemden miras alınmış olan Doğu ve İslam imajının değişmesine çok az katkıda bulunduğunu da ifade etmek gerekmektedir (Kalın, 2003, s. 29).

İslamofobinin Ekonomik Dinamikleri

Müslümanları, Batı medeniyetine düşmanca niyetler besleyen yabancılar olarak resmeden günümüzdeki İslamofobik söylemlerin tarihsel ve teolojik kökenlerinin yanı sıra ekonomik dinamikleri de bulunmaktadır. Bununla birlikte ekonomik dinamiklerin rolü, Batının tümünde aynı düzeyde etkili olmamıştır. Nitekim 'Batı' diye ifade edilen yer, düşünsel planda tek bir imaja denk geliyorken; bir coğrafya olarak iki ayrı yere denk gelmektedir. Bunlar: Avrupa ve ABD'dir. Dolayısıyla düşünsel planda bir benzerlik arz eden Batı'da İslamofobik tutum ve eylemlerin ortaya çıkmasında etkili olan ekonomik dinamiklerin yoğunluğu, kendini oluşturan söz konusu iki adrese göre farklılık arz etmektedir.

İslamofobinin modern dönem Avrupa'daki yansımalarına bakıldığında, ekonomik dinamiklerin belirleyiciliği, esasında ekonomik kaynaklar üzerinde egemenlik kurulması ve bu egemenliğin sürdürülmesi kaygısıyla dinî söylemlerin kullanılacağı ön kabulünü içermektedir. Esasında tarihî deneyimler, ekonomik endişelerin farklı dine mensup olan Avrupalılar arasında bir çatışma unsuru olarak ortaya çıkabildiğini bize açıkça göstermiştir. Avrupa'daki hâkim inanç sistemini oluşturan Hristiyanların 'Protestan Ahlakı' ile ahlaklanmaları sonrasında, bu coğrafyada dinî bir azınlık olarak yer alan Yahudileri ekonomik bir rakip olarak görmeleri söz konusu olmuştur. Bilindiği üzere tarihte Avrupa'daki iki dinî grup arasındaki ekonomik mücadele ve bu mücadelenin siyasi egemen güç konumunda olan Hristiyanlarca antisemitik bir söylem kullanılarak yürütülmesine tanık olunmuştur. 1929 ekonomik buhranı sonrasında, iki dünya savaşı arasında, Avrupa coğrafyasında dinî söylemin

başka bir dine mensup insan topluluklarına yönelik ön yargı ve ayrımcılığı meşurlaştırma anlamında işlevsel bir ideoloji olarak kullanılması, bu söylemin ekonomik meseleleri aslında nasıl başarıyla gizlediğini de ispatlamaktadır. Siyasi gücü haiz çoğunluk olan Hristiyanlar, ekonomik açıdan daha müreffeh konumda olan Yahudileri dinî kimlikleri üzerinden kodlayarak ve salt bu kimliklerinden ötürü onlara karşı dışlayıcı bir söylem geliştirerek insanlık dışı bir muamele ile Yahudilere soykırım uygulamışlardır.

Günümüzde ise Avrupa'daki birçok ülkede göçmenler -özellikle de Müslüman göçmenler- başta işsizlik olmak üzere, ekonomik sıkıntıların ve bununla bağlantılı olarak sağlık ve eğitim hizmetlerinin azalmasının müsebbibi olarak görülmekte ve iç siyaset söylemlerinde özellikle sağ kanat, bu ön yargılı değerlendirme ve algı üzerinden bir politika dili geliştirmektedir. 1960'lı yıllara dek, göçü kendi ekonomik gelişimleri için gerekli gören ve göç politikalarını benimseyen Avrupa, günümüzde göçmenleri bizatihi bir tehdit unsuru olarak görmekte ve göç olgusunu bir güvenlik sorunu olarak telakki etmektedir. Ayrıca ülke içindeki muhtelif sosyo-ekonomik sorunların kaynağı olarak -özellikle İslam dinine mensup olan- göçmenlerin görülmesi dikkat çekicidir. Göçmenlere ilişkin nefret söyleminin altında yatan en önemli neden, özellikle 1970'lerden itibaren ekonomi politik düzlemde yaşanan gelişmeler sonucu, sosyal devlet geleneğindeki kırılmalar ve refah devletinin gücünü yitirmesidir. 'Büyük Bunalım'dan sonra uluslararası politik arenaya hâkim olan ve II. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD liderliğinde tesis edilen üçlü Bretton Woods yönetim sistemi⁵ ile uygulamaya geçirilen politikalar, küresel kalkınma paradigmasını belirlemiştir. Bu dönemde ABD ve Japonya ile birlikte Batı Avrupa ülkelerinde ortaya çıkan tedrici ekonomik büyüme, ciddi bir refah toplumu oluşturmuştur. 1970'lerin başlarından itibaren küresel ekonomi politik sistemde yaşanan uluslararası petrol şokları, borç krizleri ve stagflasyonun⁶ ardından neo-liberal anlayışa doğru ciddi bir paradigma kayması yaşanmıştır (Ünay, 2013, ss. 50-54). Entelektüel zemini Smith⁷, Hayek ve Friedman tarafından oluşturulan, uygulaması ise 1980'lerden itibaren ABD'de Reagan'ın 'Reaganeconomics' politikaları ve İngiltere'de Thatcher'ın 'TINA' (There Is No Alternative) söylemi ile hayata geçen neo-liberalizm, bilindiği gibi, istikrardan ziyade ekonomik büyümeyi öne çıkarmaktadır. Neo-liberalizmin en önemli varsayımı, mali piyasaların serbest olması durumunda, sermayenin dünya çapındaki hareket alanının genişleyebileceği ve böylece piyasanın daha etkin çalışabileceği üzerine kurulu-

⁵ Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası ve daha sonra Dünya Ticaret Örgütü'ne dönüşecek olan Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması.

⁶ Bir ekonomide enflasyon olgusu yaşanırken ekonominin büyümemesi yani sıfır dolayında bir reel büyüme sergilemesi (enflasyon içinde durgunluk) durumu.

⁷ Neo-liberal teorisyenler her ne kadar klasik liberalizmin temsilcisi Adam Smith'in mirasçıları olarak nitelendirilseler de bu iki düşüncenin temel önermelerini ve Smith ile neo-liberal teorisyenlerin görüşlerini birbirinden ayıran farklılıkları göz ardı etmemek gerekmektedir. Klasik liberalizm ile neo-liberalizm ayrımı için bkz. (Vergara, 2014).

dur (Kazgan, 2002, s. 16). Özelleştirmeler, toplumdaki dezavantajlı gruplara yönelik yardım programlarının daraltılması (Soğuk Savaş sürdüğü için güvenlik haricindeki) ve temel kamusal politika alanlarına devletin minimum müdahalesi, neo-liberal politikaların ana eksenini oluşturmuştur. 1980'lerin sonuna gelindiğinde Washington Uzlaşısı⁸, ekonomik liberal politikaların faydalarını ve bu politikaların demokrasiyle bağlantısını öne çıkarmıştır. Piyasaların dizginlenmemesini öngören ve küreselleşmenin savunuculuğunu yapan bu ekonomik yaklaşıma göre küreselleşme, üretim verimliliğini arttıracak, yeni teknolojileri ve iletişim sistemlerini yaygınlaştıracak ve artan talebe bağlı olarak yeni istihdam olanakları ortaya çıkacaktı (Balaam & Dillman, 2018, ss. 76-77). Bir ekonomi politik doktrin olarak neo-liberalizmin, 1990'lardan sonra dünyanın her yerine kademe kademe yayılarak kendisini küreselleştirmesi söz konusu olmuştur (Duménil & Lévy, 2009, ss. 42-43). Ancak 1990'lı yıllarda yaşanan gelişmeler, Washington Uzlaşısı önerilerini yerine getiren ülkelerde başarısız olduğunu ortaya koymuştur. Bu ülkeler çok az büyüebilmiş ve finansal krizlerden dolayı daha kırılgan hâle gelmişlerdir (Rodrik, 2006, s. 978). 2000'lerin ortasına gelindiğinde, neo-liberal görüşlerin etkisi altında gelişen küreselleşmenin doğurduğu artan sorunlar ve beklenmedik sonuçlar, yalnızca küreselleşme karşıtlarını ortaya çıkarmamış, aynı zamanda ekonomik liberalizmi savunanları da eleştirel bakmaya yöneltmiştir. Neo-liberal politikaların ciddi ekonomik ve sosyal yansımaları, 2008 ekonomik krizi ile daha belirgin bir hâl almıştır. Ekonomik eşitsizlik oranının sadece küresel düzeyde, yani ülkeler arasında değil, ülkeler içerisinde de ciddi oranda artması söz konusu olmuştur. 2008 küresel ekonomik krizinden en çok etkilenen bölgelerden biri de Avrupa olmuştur. Son küresel finans kriziyle birlikte, avro bölgesi 'varoluşsal bir bunalıma' girmiştir (Kutlay, 2018, s. 169). 2000'li yıllardan itibaren, zengin ve yoksul kesimler arasındaki gelir farkı az olan ve özellikle 'düşük eşitsizlik' oranına sahip olmasıyla bilinen Almanya ve Lüksemburg gibi ülkelerde bile ekonomik kriz ciddi bir yükseliş göstermiştir (İrepoğlu Carreras, 2018, s. 100).

2008 küresel finans kriziyle birlikte Avrupa'da işsizlik oranlarının artışı, refah payının küçülmesi, sağlık ve eğitim hizmetlerindeki gerileme gibi sorunların bir kısmı 'öteki' olarak kodlanan Müslüman göçmenlere atfedilmektedir. Bu noktada

⁸ Washington Uzlaşısı günümüz dünya ekonomik düzenine biçim veren neo-liberal yaklaşımın dayandığı, iktisatçı John Williamson'ın 1989'da ortaya koyduğu 10 temel ilkedden oluşmaktadır. Bunlar: 1) GSY-H'ye oranla büyük sayılabacak mali açıkları önleyecek bir maliye politikası izlenmeli. 2) Kamu harcamaları, sübvansiyonlardan, ilköğretimin, temel sağlık sisteminin ve altyapı yatırımlarının desteklenmesi gibi büyüme odaklı ve fakirleri koruma amaçlı alanlara kaydırılmalı. 3) Vergi tabanının yaygınlaştırılmasını ve ılımlı marjinal vergi oranlarını sağlayacak bir vergi reformu yapılmalı. 4) Faiz oranları piyasada belirlenmeli ve reel faiz çok yüksek olmasa da pozitif bir değer taşınmalı. 5) Döviz kurları rekabetçi olmalı. 6) Kota gibi niceliksel kısıtlamaların kaldırılmasını öngöreceği biçimde ithalat serbestleştirilmeli, ticareti korumaya dönük kararlar düşük ve tekdüze tarifelere dayandırılmalı. 7) Ülkeye yönelik doğrudan yabancı sermaye yatırımları serbestleştirilmeli. 8) Kamu iktisadi teşebbüsleri özelleştirilmeli. 9) Güvenlik, çevre koruma, tüketiciyi koruma ve finansal kuruluşların ihtiyat amacıyla gözetimini hedefleyen kurallar dışında kalan ve piyasaya girişi ve rekabeti engelleyen kurallar kaldırılmalı. 10) Mülkiyet hakları için yasal güvenlik sağlanmalı.

Cesari'nin Avrupa coğrafyasında Müslümanların çoğunlukla göçmenlerle bağdaştırılması ve bütün göçmenlerin Müslüman olarak görülmesi yönünde bir eğilimin hâkim olduğu; dolayısıyla bu durumun İslamofobinin Avrupa'da salt din kaynaklı bir sorun olmayabileceği yönündeki önermesini teyit etmektedir (Cesari, 2007). Cesari, sosyo-ekonomik açıdan marjinalleştirilmiş konumları nedeniyle Avrupa'daki Müslümanların uğradıkları ayrımcılığın, onların inançlarından ziyade sosyal sınıfları sebebiyle olabileceğini ileri sürmektedir. Din ve ayrımcılığın "sınıf"ın oluşmasında birbirini etkileyebileceği hususu bu noktada dikkate değerdir (Cesari, 2004). Bu husus esasında, Müslüman göçmenlerin dinî kimlikler üzerinden kodlanması ve salt bu kimliklerinden ötürü onlara karşı dışlayıcı bir söylem geliştirilmesiyle ilgilidir. Ancak bu noktada antisemitizm ve İslamofobi ilişkisi hususunda bir noktaya dikkat çekmek gerekmektedir. 1930'ların antisemitizminin 1929 dünya ekonomik bunalımından sonra Avrupa'da yükselişi, ekonomik krizin olumsuz etkilerinin ekonomik refah bağlamında iyi bir konumda olan Yahudilerle özdeşleştirilerek krizin faturasının onlara kesilmesi, yani refah kaybına uğrayan Hristiyan Avrupalıların, Yahudileri ekonomik olumsuzlukların 'günah keçisi' ilan etmesi ile ilintili olmuştur. Oysa 2008 krizinden sonra Avrupalılarca hedef tahtasına oturtulan Müslümanlar ise, toplumun düşük gelirli ve refah seviyesi yüksek olmayan kesimini oluşturmaktadırlar. Krizin sorumlusu olarak görülen kesimlerin dezavantajlı konumlarına rağmen hedef hâline getirilmeleri gerçekten de ironik bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Başka bir perspektiften bakıldığında ise bu durum aynı zamanda neo-liberalizmin yeni krizlerinin eskisine oranla ne denli yıkıcı etkileri olduğuna da işaret etmektedir.⁹

ABD'deki İslamofobinin ekonomik dinamikleri ise Avrupa'daki duruma göre ciddi oranda farklılık arz etmektedir. Bir kere, ABD'deki göçmen prototipi, Avrupa'daki prototipi oluşturan muhafazakâr Müslümandan ziyade vasıfsız Meksikalı veya Orta Amerikalı işçi olarak ortaya çıkmaktadır. Oysa göçmenlik ve Müslümanlığın örtüştüğü Batı Avrupa'da Müslümanlar, sosyo-ekonomik açıdan marjinalleştirilmiş bir grup olarak konumlandırılmaktadır (Cesari, 2007). İkinci olarak ekonomik perspektiften bakıldığında ABD'de, Avrupa'dakinden çok daha kurgusal bir İslamofobik söylem hâkimdir. ABD'deki İslamofobik söylemin ortaya çıkmasının temelinde ekonomik açıdan kritik kaynaklardan olan petrolün elde edilmesi amacıyla İslam dini ve bu dine mensup olanların çatışması gereken 'öteki' olarak konumlandırılması bulunsa da bu algı, ABD'de toplum nezdinde ciddi bir İslamofobik zemin oluşturamamıştır. Buna mukabil ABD'deki İslamofobik söylemin miladının ekonomik bir krize

⁹ Benzer şekilde Myanmar'daki Rohingya Müslümanlarına yönelik şiddet uygulamalarında, eyaletlerde etnik yapının değiştirilerek pastadan daha fazla pay alma çabası öne çıkmaktadır. Bu perspektiften hareketle ülkedeki Müslüman karşıtı şiddetin kökenlerinde, 1980'lerin sonlarından itibaren hayata geçirilen neo-liberal ekonomi politikalarının sonucu ortaya çıkan kapsayıcı ve sürdürülebilir olmayan ekonomik büyümenin yıkıcı etkilerinin izleri bulunmaktadır (Stokke, Vakulchuk & Øverland, 2018).

dayandığı gerçeği değişmemektedir. Nitekim Müslümanlara yönelik ön yargıların kitle medyası tarafından işlenmesi, 1970'lerde yaşanan uluslararası ekonomi-politik bir gelişme olan 1973 Petrol Krizi ile ilintilidir.¹⁰ Bilindiği gibi 1973 yılındaki Arap-İsrail Savaşı sürecinde petrol ihracatçısı Arap ülkeleri, Batı ülkelerine yönelik petrol sevkiyatında kısıntıya giderek İsrail'i destekleyen Batılı devletleri ekonomik bir aracı devreye sokarak bir nevi cezalandırmaya çalışmışlardı. OPEC (Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü) ülkelerinin dünyada ciddi bir ekonomik buhrana yol açan bu girişimi, Batı toplumlarında İslamofobik düşünsel zemini ciddi oranda beslemiştir. Krizin geri planındaki tetikleyici temel dinamik yok sayılarak, yaşanan petrol krizinin ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik bunalımın yegâne sorumlusu olarak Orta Doğu devletler görülmüştür. Said, 1980 yılında ABD'de petrole alternatif enerji kaynaklarına ilişkin bir televizyon reklamında, OPEC'i temsilen kullanılan 'zengin petrol şeyhi' stereotipine dikkat çekmektedir. Said, "petrol delegasyonlarında üst düzeyde görev alan geleneksel kıyafetli Vahhabi Suudların görselleriyle bezenmiş bu reklamın, Müslümanların Batı'daki ekonomik sıkıntılardan mesul olanlar olarak lanse edilmesinin" bu olumsuz algılamaya biçimini pekiştirdiğini ileri sürmektedir. Petrol krizi bağlamında medya aracılığıyla İslam ile köktendincilik arasında kasıtlı olarak çağrışımlar üretilmiştir (Said, 2003, s. 105).

11 Eylül sonrasında ABD Başkanı Bush'un yakın çevresinde yer alan isimlerden eski savunma bakanı Donald Rumsfeld'in 'İslamcı radikallerin petrol zengini Suudi Arabistan'ı ele geçirmeleri durumunda, ABD'nin muazzam bir millî güvenlik sorunu olacağı' yönündeki tespiti¹¹ esasında İslamofobinin siyasi düzlemde işlevsel bir biçimde kullanılırken ekonomik gerekçelerin ne ölçüde öne çıkarıldığını göstermektedir. Bu bakış açısıyla Amerikan hidrokarbon ekonomisinin kilit noktası olan Suudi Arabistan'ın istikrarının tehdit edilmesi ABD'nin de tehdidi anlamına gelmektedir.

Müslümanların büyük çoğunluğunun petrol zengini ülkelerde yaşadığına dair üstü örtülü bir ön kabul, ABD'nin bölgeye ilişkin İslamofobik politikalarının uygulanmasında bir meşruiyet malzemesi olarak kullanılmaktadır. Birçok Batılı için "Arap Müslümana, Müslüman Arap'a; OPEC Arap'a, Arap OPEC'e eşittir." OPEC ile OAPEC (Petrol İhraç Eden Arap Ülkeleri Örgütü) arasındaki ayrımı kavrayamayan geniş halk kesimleri çoğu kez Venezuela ve Nijerya gibi Arap olmayan ülkelerin de OPEC üyesi

¹⁰ Soğuk Savaş'ın başlarında ABD'nin Orta Doğu petrollerine bağımlı olmadığı; ancak 1970'lerin başına gelindiğinde iç tüketim için bu bölgeden ham petrol ithalatına başladığı bilinmektedir. 1973 petrol krizi patladığında ise ABD petrolünün üçte birini bölgeden ithal ediyordu ve doğal olarak krizden sonra bu oranın düşürülmesi yönünde çalışmalara başlanmıştı. ABD için petrol, iç tüketimin yanı sıra -ve belki daha ziyade- uluslararası arenadaki hegemonik gücünü pekiştirici stratejik bir ürün olarak değerlendirilmektedir. Nitekim II. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD, soyunduğu küresel hegemon rolü ile paralel bir biçimde, Avrupa ülkelerinin ve Japonya'nın savaş sonrası yıkılan ekonomilerinin yeniden onarılması sürecini Orta Doğu petrolleriyle finanse etmiştir (Gelvin, 2109, s. 342).

¹¹ Juan Cole'un "İslamofobi ve Amerikan Dış Politika Söylemi" başlıklı makalesinde yer alan Rumsfeld'in kişisel notları ile ilgili Washington Post gazetesinde yapılan bir habere atfen. Bkz. (Cole, 2011, s. 128).

olduğu gerçeğinin farkında değildir (Mehden, 1989, s. 36). Ayrıca Müslümanların büyük çoğunluğu petrolün pek de bol olmadığı, dolayısıyla petrol ithal eden Mısır ve Endonezya gibi ülkelerde yaşamaktadır (Cole, 2011, s. 128). Öte yandan dünya çapında bir medeniyet olarak düşünüldüğünde İslamiyet'in bütünlüğünü kucaklayan tek bir siyasal birim olmadığı da açıktır (Cleveland, 2008, s. 29). Buna ilaveten ABD'nin, özellikle 11 Eylül saldırıları sonrasında, İslam'ı ve Müslüman dünyayı kendi güvenliği ni tehdit eden temel unsur olarak görüp hedef tahtasına oturtmasına rağmen; Müslümanların çoğunlukta yaşadığı ülkelerle ilişkilerine bakıldığında, bölgedeki pek çok ülke ile yakın ilişki içerisinde olduğu kolaylıkla gözlemlenebilecektir. Cole, örneğin Türkiye'nin ABD'nin NATO müttefiki olduğunu hatırlatmaktadır. Yine ABD'nin Fas, Mısır, Ürdün, Kuveyt, Bahreyn ve Pakistan'ı NATO dışındaki ana müttefikler olarak tespit etmiş olduğunu ve bu statünün NATO üyeleri ile birlikte bu ülkeleri de Silah İhracının Kontrolü Kanunu'ndan istisna kıldığına dikkat çekmektedir. Cezayir, Tunus, Yemen, Endonezya, Malezya, Körfez'deki petrol devletleri ve Orta Asya'nın çoğu ülkesinin ABD ile diplomatik, ekonomik ve askeri bağları mevcuttur (Cole, 2011, s. 134). 1979 İslam Devrimi öncesinde müttefik ülke olan İran'la ilişkiler, ABD'nin özellikle Körfez stratejisi açısından hayati bir önem taşımıştır (Hanieh, 2015, s. 105). Üstelik İran, Afganistan'daki Taliban rejiminin ve Irak'ta Saddam Hüseyin'in devrilmesinde ABD ile iş birliği yapmıştır.¹²

Bu itibarla Avrupa'daki İslamofobi olgusunun reel hayatta karşılığı olan sosyo-ekonomik dinamiklerinden farklı olarak; ABD'deki İslamofobinin, ABD'nin uluslararası siyasetteki hegemon güç konumunu korumak amacıyla kullanılan bir söylem olduğu ileri sürülebilir. Nitekim 1979 İran İslam Devrimi'nden sonra kamuoyunda oluşturulmaya çalışılan 'Müslüman-petrol zengini' imajı daha sonra yerini 'Müslüman-molla'ya bırakacaktır. Sovyetler Birliği'nin çöküşünün ardından ise 'kırmızı tehlike' yerine artık küresel bir tehdit olarak 'yeşil tehlike' öne çıkartılacak; Müslümanlar hızla küreselleşen bir dünyada 'modern öncesi fanatik bir topluluk' olarak kodlanacaktır. Entelektüel ve söylemsel altyapısını Samuel P. Huntington ve Bernard Lewis'in titizlikle oluşturduğu bu imaj ve yarattığı Müslüman karşıtlığı, ABD dış politikası nezdinde o dönem yansımaları bulamasa da ancak 11 Eylül 2001'de ABD'de gerçekleştirilen terör saldırıları¹³ ABD dış politikası açısından bir dönüm noktası olacaktır (Kumar, 2015, s. 63). Böylelikle 11 Eylül sonrasında 'Müslüman-terörist' imajı küresel ölçekte kolaylıkla yaygınlaşacaktır.

¹² Roy İran'ın bu dönem Irak politikasını stratejik kaygılarla açıklamakta ve "Sünni ve Arap dünyasında geçebileceği bir delik açmak için" İran'ın Lübnan ve Suriye'deki varlığını geliştirirken Irak'a karşı çıkması gerekliliğine dikkat çekmektedir (1995, s. 164).

¹³ Bu noktada, 11 Eylül'ün 'Soğuk Savaş'ın bitmemiş işi' olarak değerlendirildiğini de belirtelim. Bu yaklaşıma göre, 11 Eylül saldırıları; ABD'nin Soğuk Savaş kazanma stratejisi olarak Afganistan'daki el-Kaide ve Taliban'ı desteklemesi, ancak Soğuk Savaş'ın bitimiyle birlikte bozulan bu ittifakın bir bumerang etkisiyle kendisine geri dönmesi olarak değerlendirilmektedir. Bkz. (Mamdani, 2005, s. 21, 163, 173).

11 Eylül Sonrası ABD Dış Politikası ve İslamofobinin Küreselleşmesi

İslamofobik tutumların temelde bireysel, kurumsal ve uluslararası olmak üzere üç düzeyde ortaya çıktığı söylenebilir. Bireysel düzeyde İslamofobik tutum ve davranışlar genellikle, İslam dinine mensup olan kişilere veyahut İslam dinine mensup olmamakla birlikte Müslüman olarak algılanan kişilere karşı fiziksel saldırılar, fişleme, iş hayatında ayrımcılıklar ya da bu dine mensup olanları hizmetten mahrum etme gibi eylemler ya da ibadethanelere yönelik saldırılar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ancak İslamofobinin yalnızca Müslümanların yaşadıkları kötü tecrübelerden ya da camilere saldırılardan ibaret olmadığı açıktır. İslamofobinin siyasi ve kurumsal boyutunun da önemli ölçüde yaygın olduğu özellikle Batılı ülkelerde yaşanan tecrübelerle ortaya çıkmaktadır. Kurumsal düzeyde İslamofobik tutumlar genellikle İslam karşıtı yasama faaliyetleri ve politika önerileri şeklinde gündeme gelmekte ve siyasi iradelerin uygulamaları ile hayata geçmektedir. Lean'ın de dikkat çektiği gibi Avrupa'daki İslamofobinin ırkçı devlet politikalarının yaygın şekilde kurumlaşmasına yol açtığı gözlemlenmektedir. İslam karşıtı duygular, Avrupalı toplumların sadece belirli kesimlerini etkileyen duygular olarak kalmayıp, bilakis İslamofobi Avrupa'da devlet tarafından desteklenen bir uygulama olarak öne çıkmaktadır (Lean, 2015, s. 281). Üçüncü olarak uluslararası/küresel düzeyde ise Amerikan dış politikasının İslamofobik tutumların en geniş ölçeğini oluşturduğu söylenebilir. ABD tarafından 11 Eylül sonrasında kullanılan "terörle savaş" retoriği, Müslümanları ve İslam'ı yalnızca bir tehdit olarak nitelemekle kalmayıp, İslam coğrafyasındaki kimi ülkelere karşı uyguladığı işgal politikalarının da bir meşruiyet gerekçesi olarak sunulmuştur. Böylelikle yakın zamana kadar Batılı toplumlarda yaşayan Müslüman azınlıkların baş etmek zorunda kaldığı bir olgu olan İslamofobinin, Amerikan dış politikasıyla birlikte küreselleşmesi söz konusu olmuştur.

Bununla beraber Beydoun, İslamofobinin üç farklı boyutundan yola çıkarak 11 Eylül sonrası ABD dış politikasının ürettiği İslamofobinin Çin ve Hindistan gibi ülkelere bir anlamda 'ihraç edildiği' savını ileri sürmekte ve 'özel', 'yapısal' ve 'diyalektik' İslamofobi kavramsallaştırmalarını ortaya koymaktadır. Buna göre Müslümanlara yönelik bireysel/kişisel düzeyde korku, şüphe ve şiddet içeren İslamofobinin yanı sıra, yapısal İslamofobi sınıflandırması ise İslamofobinin daha geniş ve kapsayıcı bir formuna işaret etmektedir. Yapısal İslamofobi "kurumlar -özellikle de hükümet kuruluşları- tarafından politikaların yürürlüğe girmesi ve geliştirilmesi, yasama ve diğer resmî ve gayri resmî devlet eylem biçimleriyle ortaya çıkan, Müslümanlara yönelik devlet destekli korku ve şüphe" olarak tanımlanmaktadır. Beydoun bu perspektifle Fransa'nın 2004'te okullarda uygulamaya başladığı başörtüsü yasağını ve Çin'in Uygur Müslümanlarını toplama kamplarında alıkoymasını, yapısal İslamofobinin somut örnekleri olarak değerlendirmektedir. Bu perspektife göre anılan iki İslamofobi formu (özel ve yapısal İslamofobi), diyalektik İslamofobi olarak adlandırılan bir diğer fenomeni oluşturmak üzere birbiri ile bağlantılıdır. Diyalektikten kasıt, anlaşılaca-

ğı üzere karşıtlıkların kullanılması ile gerçekleştirilen bir akıl yürütme biçimidir. Bu bağlamda diyalektik İslamofobi ise 'devlet ile devlet siyaseti arasındaki sistematik, akışkan ve derinlemesine siyasallaştırılmış bir yapıdır'. Hem ABD sınırları içinde hem de dışında İslam ve Müslüman özneler hakkındaki yaygın görüş veya tutumları şekillendiren, hatta yeniden şekillendiren ve onaylayan bir diyalektiktir. Bu bağlamda Beydoun, devletin İslam'ın ve Müslümanların terörizmle bağlantılı olduğu fikrini destekleyen eyleminin, özel İslamofobiyi kışkırtan ve kriz zamanlarında Müslümanlara ve Müslüman olarak algılanan kişilere karşı düşmanlığı artıran popüler söylemi harekete geçirdiğine dikkat çekmektedir. 11 Eylül sonrası ABD'nin ortaya koyduğu 'teröre karşı savaş' söyleminin ve bu söylem doğrultusundaki somut uygulamalarının, bu diyalektiğin kapsamını genişleterek, Çin ve Hindistan gibi birtakım yabancı hükümetlere ulaştığını ileri sürmektedir (Beydoun, 2020, ss. 88-89). Çin ve Hindistan'daki siyasi iradelerin, stratejik bir siyasi tedbir olarak Müslümanlara zulmetmeye zaten hevesli olduklarına dikkat çeken Beydoun, bu anlamda ABD'nin İslamofobik yaklaşımının bu ülkelerde kolaylıkla yansıma bulduğunu ima etmektedir. (Beydoun, 2020, ss. 93-99). Beydoun, Hindistan örneğinde de benzer şekilde ABD'nin "teröre karşı savaş" propagandasının Hindistan'daki mevcut dinî ayrılıkları daha da şiddetlendirdiğine dikkat çekmektedir.

Beydoun söz konusu tespitlerinde haklı olmakla birlikte, Çin ve Hindistan özelinde öne çıkan ayrıkçı durumlara dikkat edilmelidir. Bu bağlamda şu hususu vurgulamak gerekir: İslamofobinin sosyo-mekânsal bağlamdaki mevcudiyeti ve etkisi ulusal düzeyde değişebileceği gibi, uluslararası düzeyde de elbette farklılaşma potansiyeli taşımaktadır. Başka bir deyişle, küresel düzlemde tek tip bir İslamofobi yoktur. Dolayısıyla İslamofobinin ülkeden ülkeye gösterdiği farklılaşma potansiyeli, İslamofobi ile ilgili çok iddialı genellemelere varmayı mümkün kılmamaktadır. Bir kere Çin ve Hindistan'daki siyasi iradelerin İslam karşıtlığı politikaları bağlamında, ABD'nin dış politik söyleminden bağımsız olarak da öne çıkan ülkeler olduklarını söylemek mümkündür. Çin'de Uygurlara yönelik uygulanan politikaları devlet destekli İslamofobi kampanyası olarak nitelendirmek oldukça yerinde bir tespit olmakla birlikte, Uygurların Müslüman olmamaları durumunda ya da ABD'nin 11 Eylül sonrasında İslamofobik politikalar izlememesi durumunda bile Çin hükümeti tarafından aynı muameleye muhatap olup olmayacakları sorusu bu noktada sorulması gereken kritik bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani Çin, ABD'nin İslamofobiyi küresel alana taşımasından mülbem bir İslam karşıtlığından mı İslamofobik tavırlar sergilemektedir; yoksa Çin'deki İslam karşıtı uygulamaların kökeni, sistemsel bir yaklaşımla kategorik olarak din mefhumuna duyulan genel bir anti-pati midir? Bakıldığında, Çin'in tarihsel ve kültürel olarak İslam dinine ilişkin sahip olduğu zihinsel kodların yanı sıra Çin rejiminin kategorik olarak din karşıtı uygulamaları bağlamında İslam karşıtı yaklaşımının, genel olarak din karşıtı politikası ile örtüştüğü görülmektedir. Hindistan'daki durum ise bu ülkenin Pakistan ile bölün-

mesi sonrasında yaşadığı sorunlar bağlamında, ülke içerisindeki Müslüman-Hindu kutuplaşmasının ciddi bir boyuta ulaşması ve Hindu milliyetçiliğinin yükselişinden bağımsız düşünülemediği açıktır. ABD'nin 'teröre karşı savaş' propagandasının Hindistan'daki mevcut dinî ayrılıkları daha da şiddetlendirdiği ileri sürülebilir. Ancak ABD'nin İslamofobik yaklaşımını Hindistan'a ihraç ettiğinin ileri sürülmesi biraz iddialı bir önerme olacaktır. Bu türden bir yaklaşımın, Çin ve Hindistan başta olmak üzere, Doğu'daki yönetimlerin İslam ve Müslüman karşıtı gayrimeşru ve sistematik uygulamalarının sorumluluğunun ABD'ye yüklenerek, bu uygulamaların adeta meşrulaştırılabileceği bir söyleme kapı aralayabileceği akılda tutulmalıdır. Öte yandan ABD'nin uluslararası sistemde zayıflamakla birlikte sürdürdüğü hegemonik konumu düşündüğünde, Amerikan dış politikasının sistemdeki diğer devletlerin iç ve dış politikalarını etkileme ve dönüştürme kapasitesi elbette hâlâ yüksektir. Bu bağlamda Beydoun'un, ABD'nin İslamofobik 'teröre karşı savaş' politikasının sonucunun, İslam'ın genel olarak ulusal güvenliğinin düşmanı ve ulusal aidiyete zarar veren bir unsur olarak algılandığı ve değerlendirildiği Avrupa'yı, Amerikalı ve Asya'yı kasıp kavuran küresel popülizm dalgası olduğu yönündeki tespitine katılmamak mümkün değildir (Beydoun, 2020, s. 96). ABD'nin 11 Eylül sonrası 'teröre karşı savaş' söylemi bazında İslamofobik tutumu ve reelde de dış politikası, küresel ölçekte elbette belli sonuçlar doğurmuş ve İslamofobiyi yüreklendirmiş olabilir. Ancak Çin ve Hindistan'ın hükûmetlerden bağımsız bir biçimde İslam dini ve Müslüman vatandaşlarına ilişkin tarihsel olarak süregelen ayrımcı politikaları ve İslam karşıtı uygulamalarının varlığı düşünüldüğünde, bu iki ülkedeki Müslümanlara yönelik insanlık dışı baskı politikalarının, ABD'nin 11 Eylül sonrasında İslamofobik eylemleri ve dış politika uygulamaları gerçekleşmemiş olsaydı da aynı şiddette gelişebileceği rahatlıkla söylenebilir.

Sonuç

İslamofobinin kültürel bir ırkçılık formu olarak tezahür ettiğini kabul etmekle birlikte, ekonomik temellerinin de dikkate alınması gerekliliğini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, ABD ve Avrupa'daki İslamofobinin ekonomik gerekçeleri bağlamında farklılaştığı vurgulanmak istenmiştir. Makalede sadece Batı dünyasında, yani bölgesel değil, küresel ölçekte de giderek yaygınlaşan ve derinleşen bir İslamofobi olgusu ile karşı karşıya olunduğu varsayımından hareketle; ABD'nin 11 Eylül olayları sonrasında "terörle savaş" retoriği ile birlikte uygulamaya koyduğu dış politikanın, İslamofobi olgusunu uluslararası düzlemde yaygınlaştırıcı ve küreselleştirici rolüne değinilmiştir. Bu çerçevede 11 Eylül sonrası ABD dış politikasının, Avrupa'daki mevcut İslamofobiyi ne ölçüde derinleştirdiği ele alınmış; Doğu'daki İslamofobi, yani Hindistan ve Çin'deki İslam ve Müslüman karşıtı uygulamalar açısından ABD'nin, bu denli bir yaygınlaştırıcı rolünün olup olmadığı tartışılmıştır.

İslamofobiyle mücadelede anlamlı ve tutarlı bir yaklaşım geliştirilebilmesi açısından hukukî ve siyasi geçerliliği olan ve aynı zamanda işlevsel olan bir İslamofobi tanımı üzerinde uzlaşılması, bu olgu ile mücadelede en önde gelen unsurlardan biridir. Sorunun veya olgunun tanımlanması noktasında varılacak bir uzlaşma, İslamofobinin ne olduğunun veya olmadığına daha net bir biçimde ortaya konulmasını sağlamanın yanı sıra İslamofobik nefret suçlarının sağlıklı biçimde tespit edilip kayıt altına alınmasını da elverişli kılacağından ayrıca önem arz etmektedir. Nitekim artık sadece Batı toplumlarında değil Doğu toplumlarında da sıklıkla ve giderek artan biçimde İslamofobik vakalarla karşılaşılması, bu türden nefret suçlarının özellikle hukukî anlamda doğru sınıflandırılabilmesi açısından İslamofobinin işlevsel bir tanımı üzerinde uzlaşma sağlanması ciddi bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada İslamofobinin düşünsel ve felsefi temellerini de dikkate alan ve tarihsel kapsayıcılığı olan kültürel bir ırkçılık formu olarak tanımlanması açıklayıcıdır. Ayrıca İslamofobinin farklı düzeylerdeki tezahürlerinin ele alınması, dünyadaki yükselen ve giderek küreselleşen İslamofobiyi de anlaşılır kılmaktadır. Bununla birlikte İslam karşıtlığı söyleminin kültürel ırkçılık üzerinden oluşturulduğu akılda tutulmakla birlikte, ekonomik temellerinin de göz ardı edilmeyeceği bir yaklaşım, İslamofobinin gerek daha iyi anlaşılması ve gerekse ona karşı etkin bir mücadele yürütülmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda tek tip bir İslamofobiden bahsedilemeyeceği açıktır. Avrupa İslamofobisi bağlamında, daha ziyade ekonomik dinamiklerin etkisi öne çıkarken, ABD için bu türden bir çıkarsama çok açıklayıcı olamayabilecektir. Her ne kadar 11 Eylül olaylarının ABD'nin Orta Doğu ve Orta Asya'daki hidrokarbon kaynaklarına erişimi için meşruiyet sağlamak amacıyla bizatihi ABD'nin bilgisi dâhilinde gerçekleştirildiği yönünde bir miktar komplo içeren görüşler mevcutsa da esas meselenin daha ziyade uluslararası sistemsel bir dinamikten kaynaklandığı düşünülmektedir. Zira Soğuk Savaş sonrasında iki kutuplu sistemin ortadan kalkmasıyla ABD'nin sistemdeki hegemon güç konumunu devam ettirmesini meşru bir tehdide dayandırması gerekliliği yönündeki ihtiyaç, ABD açısından İslamofobinin söylemsel tesisi ve Chomsky'nin "Beşinci Özgürlük"¹⁴ olarak nitelendirdiği özgürlüğe ilişkin uluslararası arenadaki güce ve zora dayalı politikalarını açıklamaktadır. Ayrıca İslamofobik bir ABD dış politikası ekseninde işgalere maruz kalan Orta Doğu coğrafyasının, bünyesinde önemli bir ABD müttefikini yani İsrail'i barındırdığını da bu noktada akılda tutmak gerekmektedir.

Avrupa'da ise daha ziyade ekonomik kaygıların tetiklediği bir tür İslamofobi söylemi mevcuttur ve bu söylem, politik arenada yansımaları bulmaktadır. Avrupa için İslam karşıtı bir siyasi duruş ya da Müslüman (göçmen) karşıtlığı üzerinden

¹⁴ Chomsky, "Beşinci Özgürlük" ifadesini ABD'nin faşizmle mücadele ettiği günlerde Başkan Franklin Delano Roosevelt'in dünyaya ilan ettiği dört özgürlüğe (konuşma, ibadet, korkusuzca yapma ve yaşama) ilave olarak "soyma, sömürme ve hüküm altına alma ve sonuç alabilmek için her türlü güce başvurma özgürlüğü" olarak tanımlamaktadır (Chomsky, 2002, s. 8).

kurgulanan siyasi söylem, daha ziyade Avrupalı siyasetçilerin iktidar elde etmek ya da mevcut siyasi iktidarlarını korumak için kullandıkları bir araçtır. Buna ilaveten 11 Eylül ve sonrasında hem küresel hem de bölgesel ölçekte yaşanan terör saldırılarıyla, Avrupa İslamofobisi artık, oryantlizmden beslenen kültürel boyutunun ve neo-liberalizmden kaynaklanan ekonomik boyutunun yanı sıra 11 Eylül sonrası ABD'nin 'terörle savaşı'ndan beslenen güvenlik boyutunu da içerecek şekilde konumlanmıştır. Bu çerçevede, Avrupalı siyasi aktörler, İslam ve Müslüman karşıtlığını araçsallaştırmaya, hatta güvenikleştirmeye başlamıştır. Avrupa Aydınlanması ve liberal demokrasinin yükselişi, Avrupalı Yahudilere yönelik ayrımcılığı ve yalıtılmışlığı sadece II. Dünya Savaşına kadar önleyebilmiş ve süreç bir soykırımla sonuçlanmıştı. Batı medeniyetinin şimdi Batılı Müslümanlara yönelik düşmanlık ve ayrımcılığı önlemekte ne kadar başarılı olabileceği, belki de asıl kritik soruyu oluşturmaktadır. Kendisini demokrasi, insan hakları, hoşgörü, adalet, eşitlik ve özgürlük gibi evrensel değerlerin sözcüsü konumunda gören Batı'nın, bu değerlerin uygulanmasını kendi egemenlik alanındaki coğrafyalarda bile hâlihazırda başaramazken, İslam ve Müslüman karşıtı politikaların acımasızca ve insanlık dışı bir şekilde uygulanageldiği Çin ve Hindistan gibi ülkelere söz söyleme hakkına ne denli sahip olacağı izaha muhtaçtır. Esasında ABD'nin ticaret savaşları ekseninde, Çin'deki Uygur Müslümanlarına uyguladığı politikaları zaman zaman eleştiri konusu yaptığı, bu eleştirilere bazı Avrupa ülkelerinin eklendiği gözlemlenmektedir. Ama bu türden bir yaklaşımın temel dinamiğinin insan hakları değil, neo-liberal küresel ekonominin temel dinamiği olan uluslararası rekabet, daha genel tabirle ekonomi olduğu açıktır.

İLETİŞİM VE DİPLOMASİ
COMMUNICATION AND DIPLOMACY

Kaynakça

- All Party Parliamentary Group on British Muslims. (2017). Islamophobia defined: Report on the inquiry into a working definition of Islamophobia / anti-Muslim hatred. Retrieved from: <https://appgbritishmuslims.org/publications/>
- Allen, C. (2019). *İslamofobi tanımı: Yeni bir umut mu, boş bir beklenti mi?*, Retrieved from <https://perspektif.eu/2019/02/27/islamofobi-tanimi-yeni-bir-umut-mu-bos-bir-beklenti-mi/>
- Allen, C. (2004). Justifying Islamophobia: A post-9/11 consideration of the European Union and British contexts. *American Journal of Islamic Social Sciences*, (21)3, 1-25.
- Aslan, M. Ç. (2016). Dış politika alanında oluşan ideolojik bağ: Fransız Milliyetçi Cephe Partisi örneği: 2011-2015. *Gazi Akademik Bakış*, (10)19, 227-254.
- Avrupa Birliği Temel Haklar Ajansı. (2006). Muslims in the European Union: Discrimination and Islamophobia.
- Balaam, D. N. & Dillman, B. (2018). *Uluslararası ekonomi politiğe giriş*. (N. Uslu, Çev.). Ankara: Adres Yayınları.
- Beydoun, K. A. (2020). Exporting islamophobia in the global “war on terror”. *New York University Law Review Online*, 95, 81-100.
- Buehler, A. F. (2014). İslamofobi: Batı'nın 'karanlık tarafı'nın bir yansıması. (M. Atalay, Çev.). *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 55(1), 123-140.
- Cesari, J. (2004). *When islam and democracy met: Muslims in Europe and in the United States*. New York: Palgrave Macmillan.
- Cesari, J. (2007). Islam and multicultural societies: A transatlantic comparison. In G. Yurdakul & M. Bodemann (Ed.), *Citizenship and immigrant incorporation: Comparative perspectives on North America and Western Europe* (pp. 75-97). New York: Palgrave Macmillan.
- Chomsky, N. (2002). *Terörizm kültürü*. (T. Cevdet, Çev.). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Cleveland, W. L. (2008). *Modern Orta Doğu tarihi*. (M. Harmancı, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Cole, J. (2011). Islamophobia and American foreign policy rhetoric: The Bush years and after. In J. L. Esposito & İ. Kalın (Ed.), *Islamophobia: The Challenge of Pluralism in the 21st Century* (pp. 127-142). Oxford: Oxford University Press.
- Donner, F. M. (2017). İslami fetihler. İçinde Y. M. Choueiri (Ed.), *Orta Doğu tarihi: Dini, Siyasi, Kültürel ve Ekonomik Perspektiften* (ss. 31-59). (F. Aytuna, Çev.). İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Dumênil, G. & Lévy, D. (2009). *Kapitalizmin marksist iktisadı*. (S. Pelek, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gelvin, J. L. (2019). *Modern Orta Doğu tarihi (1453-2015)*. (G. Ayas, Çev.). İstanbul: Timaş Yayınları.



- Goldschmidt A. Jr. & Davidson, L. (2018). *Kısa Orta Doğu tarihi*. (A. Güler, Çev.). İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Hanieh, A. (2015). *Körfez ülkelerinde kapitalizm ve sınıf*. (B. Ahıska & S. Doğan Çev.). Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Hourani, A. (1996). *Batı düşüncesinde İslam*. (M. K. Atalar, Çev.). İstanbul: Pinar Yayınları.
- İrepoglu Carreras, Y. (2018). (Yeni) Küresel eşitsizlikler ve yönetim sorunları. İçinde F. Şenses, Z. Öniş & C. Bakır (Der.), *Küresel kriz ve Yeni Ekonomik Düzen* (ss. 91-115). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kalın, İ. (2003). Batı'daki İslam algısının tarihine giriş. *Dîvân İlmî Araştırmalar*, 2(15), 1-51.
- Kalın, İ. (2018). İslamofobi ve çokkültürlülüğün sınırları. İçinde J.L. Esposito & İ. Kalın (Der.), *Bir Korku ve Nefret Söylemi Olarak İslamofobi* (ss. 37-57). (İ. Eriş, Çev.). İstanbul: İnsan Yayınları.
- Kalın, İ. (2019). *Ben, öteki ve ötesi: İslam-Batı ilişkileri tarihine giriş*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Kalmar, I. (2017). İslamofobi yeni antisemitizm midir? (H. Öz, Çev.). İstanbul: SETA Analiz 27.
- Kazgan, G. (2002). *Küreselleşme ve ulus devlet*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kumar, D. (2015). *İslamofobi: İmparatorluğun siyaseti*. (I. Alatlı, Çev.). İstanbul: Pinar Yayınları.
- Kutlay, M. (2018). Euro krizinin politik ekonomisi ve uluslararası sistemdeki geleceği. İçinde F. Şenses, Z. Öniş & C. Bakır (Der.), *Küresel Kriz ve Yeni Ekonomik Düzen* (ss.169-185). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lean, N. (2015). *İslamofobi endüstrisi*. (İ. Yılmaz, Çev.). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Lelong, M. (2006). *İslamla yüzleşen Batı*. (A. Erbaş, Çev.). İstanbul: Ufuk Kitap.
- Lindholm, C. (2004). *İslami Orta Doğu*. (B. Şafak, Çev.). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Lockman, Z. (2016). *Hangi Orta Doğu? Oryantalizm, tarih, siyaset*. (B. Birinci, Çev.). İstanbul Küre Yayınları.
- Mamdani, M. (2005). *İyi Müslüman kötü Müslüman: Amerika, soğuk savaş ve terörün kökenleri*. (S. Altınçekiç, Çev.). İstanbul: 1001 Kitap Yayınları.
- Mehden, F. R. von der (1989). Amerikalıların İslam'ı algılayışları. İçinde J. L. Esposito (Ed.), *Güçlenen İslam'ın yankıları* (ss. 29-44.) (E. Çatalbaş, Çev.). İstanbul: Yöneliş Yayınları.
- Miles, R. ve Brown, M. (2003). *Racism*. London, New York: Routledge.
- Nasr, S. H. (1996). *Genç Müslümana modern dünya rehberi*. (Ş. Yalçın, Çev.). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Pirenne, H. (2006). *Hız Muhammed ve charlemagne*. (M. A. Kılıçbay, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.

- Roald, A. S. (2004). *New Muslims in the European context: The experience of scandinavian converts* (Muslim Minorities, 4). Leiden, Boston: Brill.
- Rodrik, D. (2006). Goodbye washington consensus, hello Washington confusion? a review of the World Bank's economic growth in the 1990s: Learning from a decade of reform. *Journal of Economic Literature*, 44(4), 973-987.
- Roy, O. (1995). *Siyasal İslamın iflasi*. (C. Akalın, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Said, E. W. (1985). Orientalism reconsidered. *Cultural Critique*, 1, 89-107.
- Said, E. W. (2000). *Haberlerin ağında İslam*. (A. Alatlı, Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Said, E. W. (2003). Şarkiyatçılık: Batı'nın Şark anlayışları. (B. Ülner, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Schiffer S. & Wagner, C. (2011). Anti-Semitism and Islamophobia-New enemies, Old Patterns. *Race and Class*, 52(1), 77-84.
- Stevenson, A. (2010). *Oxford dictionary of English*. Oxford: Oxford University Press.
- Stokke, K., Vakulchuk, R. & Øverlan I. (2018). *Myanmar: A political economy analysis*. Oslo: Norwegian Institute of International Affairs.
- The Runnymede Trust (1997). Islamophobia: A challenge for us all. Retrieved from <https://www.runnymedetrust.org/companies/17/74/Islamophobia-A-Challenge-for-Us-All.html>
- Ünay, S. (2013). *Kalkınmacı modernlik: Küresel ekonomi politik ve Türkiye*. İstanbul: Küre Yayınları.
- Vergara, F. (2014). *Liberalizmin felsefi temelleri: Liberalizm ve etik*. (B. Arıbaş, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Watt W. M. (2013). *İslam'ın Ortaçağ Avrupası üzerindeki etkisi (1909-2006)*. (Ü. H. Yolsal, Çev.). İstanbul: BilgeSu Yayıncılık.

Gerçeklik Algısına Bir Müdahale Aracı Olarak Sentetik Medya Teknolojileri

Synthetic Media Technologies as an Intervention Tool in the Reality Perception

Derleme Makalesi / Review Article



Sorumlu yazar/
Corresponding author:
Yusuf Yurdigül

ORCID: 0000-0002-
9903-4176

Geliş tarihi/Received:
21.06.2021

Son revizyon teslimi/
Last revision received:
13.07.2021

Kabul tarihi/Accepted:
14.07.2021

Yayın tarihi/Published:
19.07.2021

Atıf/Citation: Yurdigül,
Y. & Yıldırım, A. (2021).
Gerçeklik algısına
bir müdahale aracı
olarak sentetik medya
teknolojileri. *İletişim ve
Diplomasi*, 5, 105-121

Yusuf YURDİGÜL¹  & Akın YILDIRIM² 

ÖZ

Günümüzde teknoloji, toplumsal gerçeklerin belirleyicisi konumuna gelmiştir. Dijital iletişim teknolojilerinin son yıllarda yaşadığı baş döndürücü gelişim, bireylerin multimedya içerik üreticisi konumuna geçmesi ve dijitalleşen dünyada enformasyonun hızlı dönüşümünün yarattığı gerçek-sahte bilgi sorunsalı, yoğun olarak tartışılan konular arasında yer almaktadır. Dijital dünyada yaşamakta olan bu gelişim ya da dönüşüm; bireyin hayatı kavramasına olanak sağlayan gerçeklik algısının sahte gerçeklere evrilmesiyle birlikte, gerçek ve sahte gerçeklik arasında bir ikilem yaşanmasına neden olmaktadır. İnsanoğlunun tarihsel serüveninde gerçeğin görüntüsü ya da varlığı hiç bu kadar dönüşüme uğramamış, var olmayan gerçekler inşa edilmemiştir. Yeni dijital teknolojiler, kullanıcının gerçek ve sahte içerikler arasında ayırım yapabilmesini zorlaştırmaktadır. Yapay zekânın hızlı gelişimi ve birçok alanda yaygın kullanımı, sentetik medya olarak isimlendirilen ve yapay zekâ tarafından üretilen çeşitli medya içeriklerinin, Jean Baudrillard'ın vurguladığı gibi hiper gerçeklikler yaratmasına neden olmaktadır. Sosyal medyaya erişim imkânları, kullanıcı etkileşimi ve internetin yayılım hızı, ikna edici sahte gerçeklerin milyonlarca insana hızla ulaşarak bireyi ve toplumu dönüştürmektedir.

Sentetik medya içerikleri, yapay zekânın makine öğrenimi, derin öğrenme, yapay sinir ağları gibi gelişmiş teknolojilerinin çeşitli alan-

¹ Prof. Dr., Atatürk/ Kırgızistan Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, yusufyurdagul@hotmail.com

² Öğr. Gör., Giresun Üniversitesi Tbmyo, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Giresun, Türkiye, akin.yildirim@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1915-3800

larda kullanılarak, gerçekliğin dönüştürülmesini hatta gerçekte hiç var olmayan yeni içeriklerin yaratılmasını mümkün kılmaktadır. Bu çalışma literatür taraması tekniği ile birlikte yapay zekâ tarafından yaratılan dönüştürülmüş ya da yeniden yaratılmış içerikler medyası olan “sentetik medya”nın üretim biçimlerini anlamaya ve yeni bir kavram olan “sentetik medya”nın genel bir perspektifini ortaya koymaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sentetik medya, medya gerçekliği, yapay zekâ, deepfakes, dijitalleşme

ABSTRACT

Today, technology has become the determinant of social realities. The dizzying development of digital communication technologies in recent years, individuals becoming multimedia content producers, and the problem of real-fake information created by the rapid transformation of information in the digitalizing world are among the topics that are discussed intensively. This development or transformation in the digital world, as the perception of reality, which allows the individual to comprehend life, evolves into false realities, causes a dilemma between real and fake reality. In the history of humanity, the appearance or existence of the truth has never been transformed so much, and non-existent truths have never been constructed.

New digital technologies make it difficult for the user to distinguish between real and fake content. The rapid development of artificial intelligence and its widespread use in many fields cause various media contents, called synthetic media, produced by artificial intelligence, to create hyper-realities, as emphasized by Jean Baudrillard. Access to social media, user interaction and the speed of the internet are transforming individuals and society by allowing convincing fake facts to rapidly reach millions of people.

Synthetic media content makes it possible to transform reality and even create new content that does not exist in reality by using advanced artificial intelligence technologies such as machine learning, deep learning, and artificial neural networks. This study aims to reveal a general perspective of the concept of “synthetic media,” which is a new concept, by attempting to understand the production forms of “synthetic media,” which is the media of transformed or recreated content created by artificial intelligence, in conjunction with the method of literature review.

Keywords: Synthetic media, media reality, artificial intelligence, deepfakes, digitalization



EXTENDED ABSTRACT

The possibilities offered by technology and the new cultural forms it creates also shape our ways of thinking socially and politically (Coeckelbergh, 2018). While news, photos or videos, which are the synthetic media contents created with the help of artificial intelligence, are easily spread on social platforms, fake facts that are very hard to distinguish from the real ones can put the target people in a difficult position. While false realities have a negative impact on the political actors in the public, they also reduce the trust in information and make the appearance of the truth uncertain.

Culture is a phenomenon that changes constantly, and the social transformations of this change are reinforced further by the interaction force of the digital environment and the desire of people to use modern technologies. Tempting digital forms of traditional media in the new media environments encourage users to be more visible and stay online on networks longer. In general, people who are exposed to the messages of the mass media are affected by the messages they receive and experience an individual or social change (Potter, 2011). Therefore, the analysis of the effects of messages spread through mass media is an extremely important issue, both socially and globally. As the synthetic media contents that have been spread over digital platforms recently have led to the loss of reality, they have profoundly affected users' perspectives on the world and events.

Modern digital media is the description of today's media where digital data is stored in a big data pool, analysed by artificial intelligence, customized according to the user, and the user can produce content by interacting with the information. Thanks to the algorithms created by artificial intelligence, customized messages are created for users and spread over social networks rapidly. The common purpose of such messages generated in all fields is the perception and effect desired to create in the target audience. With the content created, the beliefs of users can be reinforced or manipulated in the face of events. At this point, synthetic media contents integrated with artificial intelligence are able to create universal public opinions. Traditional media has the power to transform individuals and, therefore, society; however, synthetic media contents created by artificial intelligence and constantly updating and renewing themselves spread rapidly in digital media. These contents are an important field that should be studied interdisciplinary in terms of the disinformation and manipulations they create. Though it is a new concept, researches indicate that synthetic media contents have strong impacts from economy to politics and from entertainment to advertising, while they also have profound effects on many fields such as national security, cybercrime, individual rights and freedoms, and ethics.

New digital technologies make it increasingly difficult to distinguish between real and fake media. The latest level reached by artificial intelligence through its rapid development is creating deepfake videos for non-existent people and creating deep frauds through hyper-real videos created by replacing people with face swapping techniques. Combined with the possibilities of access to social media, user interaction and the spreading speed of internet, persuasive deep frauds can quickly reach millions of people and negatively impact society.

While concepts such as digital media convergence and transmedia create new forms for users, synthetic media contents appear as another form of transforming users. These types of software, which can quickly attract those who want to produce deepfake content with its easy-to-learn, entertaining infrastructure, are a popular activity area for users. The main issue created by the sound, image or video of synthetic content is insecurity. While the intense disinformation created by the social media messages makes it difficult to distinguish between real and fake information in the minds of users, deepfakes, as a new concept that is the product of artificial intelligence, increase the social concerns even more (Olsher, 2015, pp. 282-292).

When discussing the creation techniques, potential benefits, and risks of these contents in this study, it is critical to examine the concerns and disinformation created by synthetic media contents in terms of social realities. The fact that there are limited numbers of studies in Turkish literature about the concept that has only recently begun to be studied in the world literature attributes special importance to our study.

Giriş

Teknolojik yenilikler bireyin hayatında kökten değişikliklere yol açarken, internet tabanlı bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, kullanıcıya etkileşim imkânı tanıyarak kişiselleştirilmiş medyaların olanaklarını genişletmektedir. Gündelik yaşantımızda sık kullandığımız cep telefonları ya da bilgisayarlar yoluyla bağlandığımız dijital hesaplar, insan beyni ve bilgisayarlar arasında sürekli bir etkileşimin oluşmasına neden olmaktadır. Gerçek mi, sahte mi olduğu belli olmayan durumlar, bu etkileşimin ortaya çıkardığı sonuçlardır. Yoğun etkileşimin yarattığı bu yeni gerçekliğin biçimlerini anlamaya/anlamlandırmaya yönelik çalışmalar, teknoloji dünyasında olduğu gibi, son zamanlarda akademinin de ilgisini çekmektedir. Günümüz modern toplumlarının gündelik yaşam biçimleri, hayata bakış açıları, dijital ağlara katılım arzuları gibi konular, konuyla ilgilenen birçok düşünür tarafından ele alınıp tartışılmaktadır.

Günümüzde medya ortamları; kolay erişebilirlik, popüler kültürler yaratma gücü, bireyin gündelik hayatta ulaşmak isteyebileceği bilgi ya da eğlence gibi unsurları sunması nedeniyle, kitle iletişim araçları üzerinden ürettikleri içerikler ile birlikte top-

lumsal bir kitle kültürü oluşmasına neden olmaktadır. Medyanın ekonomik ve siyasi yapıları nedeniyle üretilen içerikler gerçeğin birer taklidi ya da çarpıtılmış hâli olarak karşımıza çıkarken, bireyler kitle iletişim araçları eliyle ulaştıkları içerikler üzerinden çeşitli manipülasyon ya da dezenformasyonlara maruz kalmaktadırlar. Toplumun bilgilendirilmesi, eğlendirilmesi, eğitilmesi ya da kamuoyu oluşturma gücü açısından medya, başat bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle medya, gerçekler üzerinde yarattığı izlenimler, yansıttığı ya da yansıtmadıklarıyla birlikte bireyin gerçeklik algısının öznesi konumundadır. Medya ortamları üzerinden bireye ulaşan gerçeğin görüntüsü genellikle sorgulanmadan kabul görmekte ve birey tarafından var olan algı üzerinden yeni gerçeklikler kurgulanmaktadır. Bu bağlamda medya, toplumların algı düzlemini istediği ideolojik ya da gerçeklik zeminine inşa etme gücüne sahiptir. Medya ortamlarında üretilen içeriklere çeşitli teknik müdahaleler yapılarak, toplum üzerinde yaratılmak istenen algı ya da fikirler dönüştürülebilmektedir.

Geleneksel medyanın insana sunduğu gerçeklik algısı, pasif durumdaki kullanıcı için zoraki kabul edilebilir bir durum iken dijital medya ortamlarının getirmiş olduğu etkileşim gücü, medya ve gerçeklik algısını dönüştürmektedir. Dijital medya ortamlarının dinamik yapısı, kullanıcıların kendi dışındaki gerçekleri algılamasındaki medyanın gücü ve yapay zekânın dijital iletişim teknolojilerindeki artan rolü nedeniyle, medya ortamları üzerinden yaratılan gerçekliklerin birey tarafından kabul görmeden önce daha iyi analiz edilmesine ihtiyaç duymaktadır.

Geleneksel medya olarak nitelendirilen matbaa çağı ve elektronik çağda medyanın kitlelere ulaştırdığı mesajın içeriği ve kullanıcıların bu mesajları algılaması, internet tabanlı ve etkileşimli dijital çağda daha da karmaşık bir hâl almıştır. Dijital iletişim çağında gösteren ve gösterilen arasındaki ilişki belirsizleşmiştir. Geleneksel medyada gerçek tahrip edilirken, yapay zekâ destekli dijital internet ortamlarında gerçek kökten yıkılmakta, benzerleri yaratılmakta, hatta yeni gerçekliklerin yaratılması için herhangi somut bir gerçeğe ihtiyaç dahi duyulmamaktadır. Geleneksel medya açısından; Liberal Kuram'ın vurguladığı medyanın gerçekliği olduğu gibi yansıtma özelliği, Marksist Kuram'ın iktidar ve güç açısından gerçekliği çarpıtması, Kültürel Kuram'daki kullanıcının algıladığı mesaj karşısında direnerek gerçeklik inşa çabası, gerçeklik ve toplum ilişkisi bağlamında ortaya konan kuramlar olarak dikkat çekmektedir (Dursun, 2013, s. 34). Yapay zekâ eliyle üretilen içeriklerin egemen olmaya başladığı sentetik medya çağında ise gerçekliği algılamak, önceki kuramların ortaya koyduğu sınırlardan ve tanımlardan daha karmaşık bir durumdur.

M. Foucault (2003) iktidarların devamlılığını, üretilen bilginin denetlenmesine ve toplumun yönlendirilebilmesine bağlamaktadır. Etkileşimli dijital medya, geleneksel medyanın aksine, iktidarların bireye rıza ürettirme, onları denetleme ve içeriklerin üretimine müdahale ederek insanların zihinlerini etkileme çabalarını derinden etkilemiştir. Birey alternatif bilgi kaynakları, doğrulama platformları, ileri teknoloji

ürünü yazılımlar gibi yöntemleri kullanarak gerçeğin peşine düşebilmektedir. Dijital teknolojilerin kullanıcıya vermiş olduğu gücün olumlu yanı, gerçeklik arayışında olan bireye sayısız imkânlar sunarken diğer yandan yapay zekâ tarafından üretilen sentetik medya içeriklerinin geleneksel medyanın üretmiş olduğu sahte gerçeklerden çok daha kusursuz ve aldatıcı olmasıdır.

Günümüz insanı, bilgi ihtiyacını sosyal mecralardan karşılarken son yıllarda tartışılan gerçeğin yitimi, bilginin dönüşümü ya da sahte bilgi, sosyal medyalar aracılığıyla hızla yayılmakta ve bireyi olumsuz etkilemektedir (Figueira & Oliveira, 2017, ss. 817–825). Günümüzde internetin kullanıcıya sağladığı etkileşim ve içerik üretimi imkânları, sosyal medyanın en çok kullanılan gerçeklik üretim alanı olmasına neden olmaktadır. We Are Social Aralık 2020 raporuna göre dünyada 4.5 milyar internet kullanıcısının 3.8 milyarı sosyal medya kullanırken, yaklaşık 3 milyar insan her ay YouTube videosu izlemektedir (Kemp, 2020). Kullanıcılar tarafından yoğun şekilde izlenen ve tercih edilen videolar, sentetik medya kavramlarından olan 'deepfakes' gibi yapay zekâ yöntemleriyle yaratılan yazılımlar tarafından manipüle edilmekte ya da toplumları sahte gerçeklere inandırabilmenin yolu açılmaktadır. Bu noktada sosyal medya tarafından yayılan kaynağı ve doğruluğu belirsiz bilginin güvenilirliği ve bireyin karar alma yöntemleri ya da algısı etkilenmektedir (Borges et al., 2018; Britt et al., 2019).

Yapay zekâ üretimleri, insan düşünce sisteminin, bilgisayarların yarattığı algoritmalarla taklit edilmesi gerçeğine dayanmaktadır. Yapay zekâ sayesinde birçok disiplininde insanın geçmişten gelen tecrübeleri ve öğrenimleri modellenerek çözümler yaratılmaktadır (Russell & Norvig, 2010). Tasarlanmış ve programlanmış algoritmalar sayesinde işlem yapan makine öğrenimi ve derin öğrenme kavramları da yapay zekânın bir bileşenidir. İnsan tecrübelerini taklit ederek gerçeklikler inşa eden yapay zekâ, altyapısında bulunan ileri teknolojiler sayesinde, geleneksel medyanın yarattığı gerçeğin benzerlerinden ziyade yeni kurgusal, hiper gerçeklikler yaratmaktadır.

Geleneksel medyanın yarattığı gerçeklik algısı, iletişim çalışmaları çerçevesinde uzun yıllardır tartışılmaktadır. Ancak insan zihnini taklit ederek yarattığı algoritmalar sayesinde medya içerikleri üreten yapay zekânın yarattığı gerçeklik algısı, dijital platformların dinamik yapısı ve kullanıcının etkileşim gücü ile birleştiğinde insanların yabancı olduğu sentetik gerçekler ortaya koymaktadır. Medyaya ve onun ürettiği içeriklere karşı kırılgan ve güvensiz olan kullanıcı, sentetik medya içerikleriyle birlikte daha savunmasız bir hâle gelmektedir. Bu çalışma, henüz yeni bir kavram olan sentetik medya ve ürettiği gerçekliklerin dijital dünyada görünümüne ve gerçeklikleri yaratma biçimlerine odaklanmaktadır. Aynı zamanda siber suçlar, ulusal güvenlik, sahte gerçekler eliyle dolandırıcılık ya da sahte gerçeklerle yaratılan dezenformasyonlar açısından düşünüldüğünde, konunun Türkçe literatüre dâhil edilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır.

Gerçeklik Algısı ve Medya İlişkisi

Sanayi devrimi sonrasında ortaya çıkan kitle iletişim araçları, gerçeklerin anlamını değiştirici bir etkiye sahiptir. Kitle iletişim araçları eliyle yaratılan içerikler, bireyin gerçeklik algısını değiştirmekte ve yerine kendi biçimlendirdiği gerçeklikleri dayatmaktadır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte etkileşimli dijital iletişim imkânına kavuşan bireyler, artık kendilerine sunulan gerçeklere ya da mesajlara kendi düşüncelerini de katarak, bu yeni gerçekliğin bir üreticisi konumuna gelmektedirler. Tek yönlü iletişim açısından bireyin algıladığı içeriklere müdahil olamama durumu, dijital medya sayesinde değişmiştir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, gerçek ve sahte arasında uzun yıllardır yapılan çalışmaların başka bir noktaya evrilmesidir. Etkileşim imkânı ile birlikte gerçeğin yaratımında söz sahibi olan bireyin, özellikle yapay zekâ tarafından yaratılan sentetik medyanın kusursuz sahte gerçekliklerine eklenmesi, medyadaki gerçeklik algısının giderek daha da belirsiz bir duruma dönüşmesine neden olmaktadır. Sentetik medyanın yarattığı gerçeklik algısına değinmeden önce, geleneksel medyada kitle iletişim araçlarının yarattığı gerçeklik algısına ve dijital çağda kitlelerin en sık kullandığı sosyal medyanın gerçekliği yaratma biçimlerine bakmak gerekmektedir. Böylece yapay zekânın, gerçeğin benzerlerinin yaratılmasının ötesinde gerçekliklere yeni formlar, biçimler kazandırdığı daha iyi anlaşılmalıdır.

Kitle iletişimi kavramı, aynı iletinin dağınık kitlelere bu amaç için geliştirilmiş araçlarla aktarılmasıdır (Aziz, 1989). İnsanoğlu, gündelik yaşamında toplumsallaşma süreçlerinde öğrendiği dil, kültür gibi semboller ile birlikte yaşadığı çevre ile etkileşime girmeden varlığını idame ettiremez. Bu bağlamda iletişim, gerçeğin yaratımında ve yeniden üretiminde kritik bir noktadadır (Berger & Luckmann, 2008, s. 36). Geleneksel medyanın yarattığı iletişim tek yönlü iken, teknolojinin mesajı hızlı üretme ve yayma imkânı ve etkileşim boyutu ile birlikte daha geniş kitlelere ulaşan bir iletişim etkinliği gerçekleştirilmektedir. Bu noktada medyanın gerçeklikleri üretme ve kültürü dönüştürme gücünden söz edilebilir. Ancak teknolojinin yarattığı hızlı dönüşüm, beraberinde bilgiye olan güven, gerçek-hakikat ilişkisi çerçevesinde birçok tartışmaya neden olmaktadır. Oysaki M. McLuhan (1994) teknolojik yaklaşımında üretilen mesajın aracın kendisi olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre yaratılan teknolojik yenilikler bizatihi iyi ya da kötü değildir; önemli olan onların nasıl kullanıldıklarıdır.

Baudrillard, McLuhan'ın düşüncelerini bir adım daha ileri götürerek, gerçeğin yok olarak onların yerlerini göstergelerin aldığını söylemektedir. Ona göre, simülasyonlar gerçeğin aslından daha gerçek görüntüler yaratmaktadır (Baudrillard, 2015, s. 69). Jean Baudrillard "Simülasyon Kuramı" ile birlikte teknolojik gelişimin toplumun kültürü ve gerçeklik üzerindeki etkileri hakkında daha ayrıntılı fikirler geliştirmiştir. Baudrillard gerçekleri yeni kavramlar ile tanımlarken, gerçeklik olarak duyumsanmak istenen (simülakr), gerçeklerin yerini onları gerçekmiş gibi sunan (simüle etmek), bir konuyu açıklamak için bilgisayar yardımıyla yapay üretilen (simülasyon) gerçekten

daha gerçek görüntülerin yarattığı göstergelerden bahsetmektedir (Baudrillard, 2014, ss. 72-85). Baudrillard, herhangi bir gerçekliğe dayanmayan gerçeğin görüntüsünün sayısallaştırılmış modellerle türetilmesini hipergerçeklik olarak ifade etmekte ve gerçeğin yerini sanal gerçekliklerin aldığını vurgulamaktadır (Güzel, 2015, s. 65-84). Bilgisayarlar da üretilen ses, metin, görüntü kusurlarından arındırılarak ortaya kullanıcıyı büyüleyen gerçekler çıkarılmaktadır.

Jean Baudrillard'a göre teknolojik yenilikler, ilk önce toplumsal açıdan faydalı öğeler olarak kabul görse de, zamanla üretilen içerikler tüketim metalarına dönüşerek insanın gerçek ile kurduğu bağdan kopmasına neden olmaktadır. Yeni gerçeklerin üretim merkezi hâline gelen dijital ortamlar, insanların var olan gerçeklere daha da yabancılaşmasına neden olmaktadır. Yaratılan imgeler artık gerçekliğe değil kendi yaratım biçimlerine gönderme yapmakta ve yeniden yaratım süreçlerinde gerçeklik ile bağı tamamen kaybolmaktadır. Hakiki olanın manası, kopyası tarafından yok edilmektedir. Kitle iletişim araçları, gerçeklik ve onun yarattığı düşünsel kavrayış olan hakikati deforme ederek, gerçekliğin bağlamından kopmuş kitleler yaratmaktadır (2014, s. 117).

Bilgisayarlar, kavramların sayısal istatistiklere dönüştürülerek var olan problemlerin çözülmesini sağlamaktadır (Postman, 2006, s. 137). Dijital iletişim teknolojilerinin tüm dünyada yaşadığı hızlı gelişim, internetin geniş kitleler tarafından kullanımına olanak sağlamıştır. Artık gündelik yaşantımızın bir parçası hâline gelen mobil iletişim araçları ve bilgisayarlar, insanlara yeni gerçekliklerin kapısını aralamaktadır. Büyük veri yığınlarında dolaşan sınırsız içerikler, kullanıcılar tarafından algılanıp, yeniden üretilip paylaşıldıkça, her geçen gün gerçek ve sahte bilginin çizgisi derinden kaybolmaktadır. Sosyal medya, bu sanal gerçeklerin en çok üretildiği yer olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya ortamlarının gelişimiyle beraber, sayısal algoritmalarla oluşturulan içeriklerin paylaşıldığı, üretildiği, mesafelerin ortadan kalktığı yeni iletişim biçimleri gelişmiştir. Sosyal ağlar üzerinde bireyler zaman ve mekândan bağımsız, çok boyutlu iletişim kurabilmektedir. Sosyal ağlar üzerinde var olan sınırsız içerikler yeni bir iletişim evreni yaratmakta, inşa edici iletişim yaklaşımı bağlamında sosyal medya yeni anlamlar yaratan bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır (Karagöz, 2010, ss. 86-87).

Algı, en öz ifadesiyle, insanın kendi dışındaki dünyayı anlama ve anlamlandırma çabasıdır (Tutar, 1988, s. 77). İçgüdüsel olarak yaratılan insan, çevresindeki nesnelere ve evreni tanıyabilmek için önce duyu organlarından, daha sonra ise tecrübelerinden yararlanmaktadır. Zamanla zihne kodlanan ve algılanan gerçekliklerin bilinci, bireyi dış dünya karşısında daha güçlü kılarak kendisine olan güvenini artırmaktadır. Aynı zamanda bireyin üyesi olduğu toplumun normları, kültürü ya da beklentileri, gerçeklik algısını şekillendirmektedir (Saydam, 2012, s. 79). Yaşamakta olduğumuz dijital çağda medya araçları, bireyin kendi dışındaki evreni algılamasına ve kendi dışındaki gerçeklikleri kavramasına olanak sağlayan birincil kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır.



Dijital iletişim teknolojilerinin yaratmış olduğu etkileşim imkânı, dijital ağlarda hızla yayılan içeriklerin kullanıcılar tarafından alımlanmasına, daha sonra çözümlenen içeriklere karşı tutum ve algılar geliştirilmesine neden olmaktadır. Böylece kullanıcı, içerikler ile ilgili oluşturduğu kanaatler neticesinde içeriği anlamlandırmakta ve içerikle olan bağını pekiştirmektedir. Medya, gerçekliği algılama konusunda insanların gündelik yaşantılarında karşısına çıkan ve onları etkileyen uyarıcı etkenler kadar etkin bir rol oynamaktadır. Özellikle sosyal ağlar üzerinde yeni yaşam pratikleri geliştiren kullanıcılar bilgiye hızlı ve ucuz ulaşabilirken, dijital ortamın verdiği etkileşim imkânı ile kişiselleştirilmiş içerikler üretebilmektedir. Böylece medya tarafından ona sunulan ve bu yolla algıladığı gerçekliğin üzerine kendi gerçeklerini yaratarak dijital ağlarda varlığını devam ettirmektedir. Dijital ortamlar tarafından bireye sunulan gerçeklikler, gerçeğin suretleri olarak, bireyin algısında istenilen davranışların gerçekleştirilmesi amacıyla kurgulanmaktadır.

İnsanlar gündelik yaşantılarında kendi duyu organları ve tecrübeleri ile gerçekliği algılamakta, gündelik hayatının bir parçası hâline gelen kitle iletişim araçları ve özellikle dijital ağlarda kendisine sunulan gerçekliği de özümsemektedir. Ancak dijital ortamlardaki hızlı ve yoğun bilgi trafiği, insanların yarattıkları kendi gerçekliklerinden ziyade, kitle iletişim araçlarının kullanıcıya hazır sunduğu bilgi temelli sahte gerçeklikleri daha yoğun bir şekilde algılamasına ve inanmasına neden olmaktadır (Ceng, 2018, ss. 663-675). Web 2.0 teknolojisinin gelişimi ile birlikte pasif kullanıcı durumundan etkin bir içerik üreticisi konumuna geçen birey, dijital ortamlarda bir yandan özgürce kişisel yaşam ortamını yaratmakta, diğer yandan ise yaşadığı toplumun ondan beklediği sorumlulukları sanal ortamda ifa etmektedir. Böylece sosyal medya ortamlarında çeşitli toplulukların üyesi olarak toplumsal aidiyet duygusunu da pekiştirmektedir.

Sosyal medya ortamları, insanların özgürce içerik üretebildiği, başkalarının içerikleri ile etkileşim sağlayabildiği ortamlardır. Sosyal medya uygulamalarının cezbedici yönleri, bireyin gündelik yaşantısını sanal ağlara taşımasına ve bu ağlar üzerinde sanal imajlar ya da gerçeklikler yaratmasına neden olmaktadır. Yaratılan sanal kimliklerin ürettiği içeriklerin etkileri gerçek dünyada vücut bulmaktadır. Sosyal medya mecralarının da kendilerine göre kullanım amaçları vardır. İnsanlar ciddi konuları Twitter üzerinden takip ederken, kendi kişisel imaj yaratımlarını Instagram üzerinden yapmaktadırlar. Boş zaman eğlencesi olarak TikTok uygulaması geniş kitleleri kendisine çekmekte; YouTube, görsel ihtiyacın neredeyse tamamını karşılamaktadır. Özetle; insanların kendi içeriklerini kendilerinin yarattıkları sanal gerçeklik ortamı olan sosyal medya, somut evrenin sanal ile birleştiği yeni gerçeklik bakışı yaratmaktadır. Gerçek dünyanın sorumluluklarından kaçmaya çalışan günümüz insanı çareyi sanal gerçekliklere sığınarak çözmeye çalışmaktadır. Ancak gündelik yaşantısını inşa ettiği bu sanal ağlar, her geçen gün gerçek dünya ile bağını koparmakta, sentetik medya içeriklerinin gerçeklerine sorgusuzca sarılmasına neden olmaktadır.

Günümüzde gerçeğin yerine kullanılan sentetik medya içerikleri ile birlikte, ses, görüntü ya da metinlerin üzerinde bir dizi işlem yapılarak gerçek ile ilgili manipülasyonlar yapılabilmektedir. Medyada sahiplik, iktidarın güç istenci ya da kişisel menfaatler için, gerçekler kolaylıkla çarpıtılabilmektedir. Dijital platformlarda yapay zekânın sunduğu ileri teknolojiler sayesinde gerçeğin kusursuz sahteleri ya da hiç var olmamış hayalî sahte gerçeklikler yaratılabilmektedir. Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" eserinde dile getirdiği gibi, modern dünyada gerçekliklerin karşılığı olan imajlar, gösterinin sahte karşılıklarına dönüşmektedir. İnsanlar aynı sahnenin etkin birer oyuncusu ve aynı zamanda edilgen birer seyircisine dönüşürken bu yoğun manipülasyon karşısında sahip olduğumuz gerçeklerin bize ait gerçekler olup olmadığını sorgulamak gerekmektedir. Bu çağda gerçekliklerin kopyaları asıllara, temsiller gerçekliklere dönüşürken, değerini yitiren yegâne şey gerçeğin kendisidir.

Sentetik Medya ve Gerçekliğin Dönüşümü

Dijital iletişim teknolojileri günümüzde insanların gündelik yaşam pratiklerini dönüştürmekte ve birçok alanda popüler kültür öğeleri yaratmaktadır. Bu değişimin dışında kalmak neredeyse imkânsız gibi görünmekle birlikte, sinemadan eğitime, siyasetten ekonomiye kadar birçok alan bu değişimden etkilenmektedir.

Sentetik medya (algoritmik oluşturulmuş ya da değiştirilmiş medya) kavramı son yıllarda gelişen ve dönüşen internet tabanlı iletişim teknolojilerinin gerçek üzerinde yarattığı değişim ya da dezenformasyonun tanımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sentetik medya, toplum tarafından daha çok deepfake (derin sahte) ile eş anlamlı kullanılsa da (Dirik, 2020a) gerçek ve kurgu arasında derinleşen ve bireyin üretici konumuna geçtiği, etkileşimli bir alan olan üretici medya olarak da tanımlanmaktadır (Waddell, 2020). Tüm sentetik evren milyonlarca insana ağlar üzerinden ev sahipliği yaparken, sosyal medyadan deepfakelere kadar uzanan geniş bir kullanım ağı ile birlikte insanların hayatlarını renklendirip zenginleştirirken, gerçekle olan somut bağın koparak sentetik ya da hayali bir gerçekliğin yaratılmasına neden olmakta, bilgiye olan güvenin yitirilerek, bireysel ve toplumsal huzursuzluğun kapısı aralanmaktadır. İnternet ortamında binlerce insanın ürettiği içeriklerin yarattığı sanal bilgi havuzunda yapay zekâ kullanımı ile birlikte sentetik medya biçimleri yaratılmakta ve beraberinde etik ve mülkiyetle ilgili birçok tartışmaya da neden olmaktadır. (Goodstein, 2020).

1872 yılında yayın hayatına başlayan ve bilim-teknoloji konularını irdeleyen Popüler Science dergisi, Kasım 2020 sayısında yer verdiği insanlığı gelecek 10 yılda bekleyen çığır açacak fikirler başlığında, "Sentetik Medya" kavramına birinci sırada yer vermiştir (Wikipedia). Ses ve görüntü araçlarının yapay zekâ eliyle üretilmesini temsil eden sentetik medya kavramının en kullanılan örneği deepfake videolarıdır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte içerik üreticisi konumuna gelen kullanıcılar, videolar, ses-



ler, podcastler gibi içerikleri dijital ortamlarda üretebilmekte ve yayabilmektedirler. Sentetik medya kavramının içeriğine bakıldığında, gerçeğin deepfake teknolojileri ile dönüştürülmesinin de ötesine gidilerek, gerçekte var olmayan hayali kişilikler ve görüntülerin yaratılabildiği bir medya ortamı olduğu görülmektedir.

Yapay zekâ, insana has olan bilgiyi algılama, analiz etme gibi olguları bilgisayarlar eliyle gerçekleştiren, tıpkı insanın geçmişe ait tecrübelerinden hareket etmesi gibi makine öğrenimi yöntemiyle deneme-yanılmaları kaydedip, tahminlerde bulunabilen teknolojik bir kavramdır (Güzeldere, 1998). Yapay zekâ ile amaçlanan, yaratılmak istenen öğrenme yöntemlerinin insan sezgilerine dayalı programlanabilmesi ve insanın kendi zekâsı ile yapabildiklerini bilgisayarlar eliyle yaratabilmesidir (Popov, 1990).

Yapay zekâ tarafından yaratılan içeriklerin hepsini kapsayan sentetik medya kavramının kolay kullanım imkânı ve hızlı yaygınlaşması ile birlikte gelecek yıllarda birçok alanda kullanılarak daha yaygın bir hâl alacağı öngörülmektedir. Örneğin sosyal medya kullanıcılarının sıklıkla ürettiği içerik olan podcastler daha hızlı düzenlenebilir bir içerik olarak karşımıza çıkarken, gerçekte var olmayan spikerler, oyuncular ya da mankenler karşımıza çıkabilecektir.

Sentetik medya içerikleri üretebilmek için birçok teknik yazılım kullanmak mümkün iken deepfake, özellikle kullanımı kolay ve sıradan insanların dahi rahatlıkla manipülasyonlar yaratabildiği bir teknoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Sentetik medya teknikleri makine öğrenimi, yapay sinir ağları gibi tekniklerle gerçeğin benzeri ya da daha ötesinde kendisine ait yeni gerçeklikler yaratırken herhangi bir insan ya da nesneye ihtiyaç duymamaktadır. Sentetik medya içerikleri kullanılarak günümüzde şu manipülasyonları yaratmak mümkün görünmektedir:

- ▶ Herhangi bir video içeriğine nesne ya da obje eklemek.
- ▶ Var olan bir video içeriğinin arka planını istediğin gibi değiştirip, yeni zaman algısı yaratmak.
- ▶ Kişinin vücut dili, jest ve mimiklerine müdahale ederek yeni simülasyonlara imkân vermek.
- ▶ Kişinin sesi üzerinde, gerçeğe yakın tonlamalarla yeni simülasyonlar yaratmak.
- ▶ Var olan sesleri, cinsiyet ve başka insanların sesleri ile örtüştürerek manipülasyon yaratmak.
- ▶ Hiç var olmamış bir kişinin gerçeğe yakın sahte görüntü ya da kimliğini yaratmak.
- ▶ Deepfake'in temel mantığı olan kişiden kişiye yüz aktarımını gerçekleştirmek (Gregory, 2020, s. 106).

Yapay zekâ tarafından üretilen tüm içerikleri kapsayan kavram olan sentetik medya kavramının günümüzde içerik ürettiği alanlara genel olarak bakıldığında bakıldığında şunlar söylenebilir (Dirik, 2020b):

- ▶ Deepfakeler: Sentetik medyanın en bilindik ve belirgin biçimi olan deepfakeler mevcut fotoğraf ya da videodaki kişinin derin öğrenme teknikleri ile başkasının yerine değiştirilmesidir. Siyasi, pornografik, şantaj ve sahte haber konularında yoğun üretimi, konuyu küresel ölçekte önemli kılmaktadır. Aynı zamanda video sentezi yöntemiyle kamera olmadan da insanlar herhangi bir videoya yerleştirilebilmektedir. Örneğin bir Zoom etkinliğinde dilediğiniz kişinin yerine geçebilmek gibi.
- ▶ Görüntü Sentezi: Yapay zekâ algoritmalarıyla birlikte yapay görsel medya içerikleri üretebilmektedir. 2000'li yıllardan bu yana sinema ve reklamcılık gibi alanlarda kullanılan, uzmanlar tarafından bilgisayarla yaratılmış kişi taklitleri görüntü sentezi mevcuttur. Yapay zekânın hızlı gelişimi ile birlikte bu taklitler insan yardımı olmadan algoritmalar sayesinde yaratılabilmektedir. Örneğin bir sinema filmi için oynatılması planlanan oyuncunun stüdyoya girmeden filmde oynatılabilmesi gibi.
- ▶ Konuşma ve Ses Sentezi: Podcast, sesli kitap, reklam ya da dublaj gibi konularda sentetik ses yazılımları, ihtiyaçları ekonomik ve hızlı karşılayabilecektir. Yapay zekâ tarafından sentezlenmiş ses, hayal edilen sesleri simüle etmek için kullanılabilir. Deepzen firması, insan sesini en iyi taklit eden algoritmalar üzerinde çalışmaktadır.
- ▶ Müzik Sentezi: Telif hakları konusuna takılmadan WaveAI yazılımı ile birlikte şarkı sözü ve melodisi yazılmakta, sentetik şarkıcılar tarafından söylenebilmektedir.
- ▶ İmaj Sentezi: Reklam ve tanıtım faaliyetlerinde ihtiyaç duyulan yeni imajlar ve yüzler, sentetik medya içeriği olarak üretilmektedir. Generated Photos gerçek fotoğraflardan sentezlenmiş sayısız yeni imaj üretebilmektedir.
- ▶ Konuşma Sentezi: İnsan konuşmasının yapay olarak gerçekleştirildiği, veri tabanına kaydedilen konuşmaların birleştirilmesiyle oluşan sentetik içeriklerdir. Apple Siri, Amazon Alexa gibi sesli asistanların yanı sıra, haber spikerlerinin de seslerinin yapay taklidi ile yazılı metinler seslendirilebilmektedir. Çekilen bir ders videosu, yapay zekâ yardımıyla birçok dile hızla çevrilebilmektedir.
- ▶ Doğal Dil Üretimi: Metin sentezi olarak da isimlendirilen kavram, yapılandırılmış verileri konuşma diline dönüştüren yazılım sürecini ifade etmektedir. Bu teknik, web ya da mobil için içerik üretmek amacıyla kullanılmaktadır. Aynı zamanda roman, hikâye veya senaryo yazmaya da yardımcı teknolojilerdir.
- ▶ Etkileşimli Medya Sentezi: Metin tabanlı oyunlar için, geleneksel oyun geliştirme yöntemlerinin yaratması imkânsız olasılıklarına izin vermektedir.



Sentetik medya teknikleri, sınırsız veri üretimine olanak sağlayarak yaratıcı süreçleri doğru ve hızlı taklit yetisiyle, var olan tüm gerçekleri manipüle etmeyi ve değiştirmeyi amaçlamaktadır (Babu, 2020). Sentetik medyanın etkileşimli internet kullanıcısı olan günümüz insanına, daha düşük maliyetler ve çaba ile birlikte daha yaratıcı içerikler üretebilme imkânı tanımaktadır. Bu bağlamda sentetik medyanın özgürleştirici gücünden söz etmek mümkündür. Ana akım medya tarafında ise sentetik medya teknolojileri kullanılarak haber bültenleri ve medya içeriklerinin daha cazip kılınması için çalışmalar yürütülmektedir.

Özellikle sanal para kullanımının arttığı ve bu platformların üyelik işlemlerinde detaylı kimlik bilgileri ve kullanıcı tarafından çekilmiş portre fotoğraf bilgileri istenmektedir. Sentetik medya üretimi bağlamında sahte kimlik, sosyal korsanlık ya da dolandırıcılık gibi siber saldırıların önü açılmaktadır. Görüntü sentezi ağları, yarattıkları “bot”lar ile arama motorlarını işlevsiz kılma ve spam yaratma konusunda kullanılabilir (Vincent, 2019).

Sentetik medyanın içerik üretmeyi mümkün kılan alt dalları, kullandığı teknikler ve gerçekliğin üretiminde yaratıcı süreçleri yapay zekâ yardımıyla taklit yeteneği, hızlı ve etkin bir şekilde veri üretimini ve manipülasyonu desteklemektedir. Geleneksel medya araçlarının pahalı oluşu ve profesyonel kullanım becerisi gerektirmesinin ötesinde video sentezi ve sentetik medya teknolojilerini kullanabilmek, özellikle büyük medya kuruluşlarına avantajlar sağlamaktadır (Staff, 2020). Bilişim dünyasında robot anlamında kullanılan ve bilgisayar işlemlerini yarı-otomatik gerçekleştirebilen “bot” yazılımlar, veri madenciliğinden haber üretimine, alışverişten oyunlara kadar pek çok alanda kullanılan gelişmiş yazılımlardır. 2019 yılında Elon Musk, sosyal medya hesapları üzerinden geliştirilmiş metin içerikleri üreten bot yazılımlar konusunda uyarıda bulunarak, özellikle haber içeriklerinin çeşitli manipülasyonlara neden olabileceğini dile getirmiştir (Hamilton, 2019).

2016 yılında Google DeepMind, Wavenet yazılımı aracılığıyla, hangi dalga biçimlerinin müzik enstrümantasyonu ve insan sesine en çok benzediğini tespit ederek, ses manipülasyonlarına olanak sağlamakta, üretken sentetik ses formatları yaratmaktadır. Böylece sentezlenmiş sesler var olmayan gerçekliklerin seslendirilmesinde kullanılabilirken, var olan gerçek sesler ise birbirlerinin yerine kusursuzca bindirilebilmektedir (Mason, 2019). Hiçbir müzik enstrümanı olmadan dijital alt bileşenlerle yaratılmış sentez sesleri gerçeğinden ayırmak oldukça güç bir hâle gelmiştir. Örneğin, Amerikalı besteci Steve Reich “Different Trains” isimli bestesini dijital manipülasyon teknikleri sayesinde II. Dünya Savaşı Yahudi Soykırımından kurtulan insanların anlatılarına, sentezlenmiş bir müzik gibi eserde yer verebilmektedir (Çelikel, 2021).

Sentetik medyanın alt dalları arasında yer alan görüntü sentez araçları, özellikle animasyon ya da çizgi romanlar gibi görsel illüstrasyona ihtiyaç duyulan alanlarda benzer örneklerden hareket ederek, en az tasarımcı ya da sanatçı ile içerik üretimi yapılabilir bir formata kavuşmaktadır. 2000’li yılların başından bu yana kullanılan, bil-

gisayarla yaratılmış görüntülerin, insan benzeri karakterlerin sentetik görüntüleri birçok filmde kullanılmıştır. Ancak yapay zekâ teknolojilerinin gelişimi ile birlikte 2010'lu yıllardan sonra görüntü sentezi için gerçek bir insana ihtiyaç kalmamış, video sentez teknikleri ile istenilen karakterler bilgisayar ortamlarında yaratılmıştır. Film çekimlerinde yaşanan çekim aksaklıkları nedeniyle, zaman ve para tasarrufu sağlanarak, sahnenin tekrar çekilmeden, gerçekçi bir şekilde ses sentezi teknikleriyle yaratılması mümkün kılınmaktadır. Deepfake teknolojisi ile birlikte birçok kişinin görüntüleri birbirleriyle kolaylıkla değiştirilebilmektedir.

Yaratılan yeni gerçeklikler ise yaşanabilecek birçok manipülasyonun önünü açmaktadır. Özellikle yapay sinir ağları teknikleri ile yaratılan manipülatif sentetik içerikler, toplumda hâkim güçlerin menfaatine kullanım olasılığını güçlendirmektedir (Watts, 2019). Gerçek enformasyon veya bilimsel gerçekler, sentetik medya içerikleri ile itibarsızlaştırılarak, toplumun nesnel gerçekler üzerinde uzlaşısının önüne bir duvar örülmesi ihtimali her geçen gün kuvvetlenmektedir.

Yapay zekâ teknolojileri ile birlikte dijital medya ortamlarında yaygın olarak görülen manipülasyonların, aynı zamanda siber güvenlik ve siber suçlar açısından da ele alınması gerekmektedir. Özellikle siber güvenlik kavramının, bilginin güvenliği olarak da ifade edilmesi, sentetik gerçekliklerin bilgi üzerinden üretimi konusunun derinlemesine irdelenmesi gerekliliğini doğurmaktadır (Solms & Niekerk, 2013, s. 97). Dijital ağların birbirlerine eklenerek yarattıkları siber uzay, bireylerin bu ağlar üzerinden kendilerine sunulan gerçeklikleri alımladığı ve kendi gerçekliklerini ürettiği bir ortamdır (Gibson, 1984). Etkileşimli dinamik yapısı nedeniyle, dijital platformlar üzerindeki manipülatif içerikler; birey, toplum ve devletler açısından güvenlik tehditlerine neden olabileme potansiyeli taşımaktadır. Turrini ve Gosh'a (2010, s. 9) göre siber suçlar, dijital ortamlardaki güvenlik duvarı ihlalleri, zararlı yazılımlar eliyle yaratılan tehditler, dijital sunulan hizmetlerin engellenmesi, dijital korsanlık faaliyetleri gibi, gerek bilgisayar eliyle yaratılan manipülatif içerikler, gerekse bilişim sistemlerine karşı doğrudan işlenen suçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapay zekâ tarafından yaratılan manipülatif sentetik gerçekler siber uzayda başıboş gezinmekte ve karşılaştığı her birey tarafından alımlanarak tekrar tekrar üretilmektedir. Bu bağlamda sentetik medya kavramının ve yarattığı sentetik gerçeklerin, birçok disiplin ve örneklem açısından irdelenmesi; birey, toplum ve ulusal güvenlik açısından büyük önem arz etmektedir.

Sonuç

Dijital dünyada kullanıcı etkileşimleri ile birlikte yaratılan sayısız içerik karşısında insanlar, "görmenin inanmak" olduğu gerçeğinden uzaklaşarak, gerçeğe olan inancını yitirmektedirler. Gerçekleri çarpıtarak çeşitli manipülasyon, dezenformasyon, şantaj, propaganda, sahte haber gibi üretimlerin yapılabildiği sentetik medya teknolojileri ile birlikte gerçek ve sahte bilgi sorunsalı daha girift bir hâl almıştır.

Sentetik medya, yapay zekâ tarafından tasarlanan ve kullanıcıya kolay kullanım imkânı sunan deepfakelerden sesli komut asistanlarına, podcastlerden Hollywood'a kadar uzanan çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Sentetik medya içerikleri, özgün içerik üretimi ve özgürleşme bağlamında kullanıcıya eşsiz fırsatlar sunarken, toplumsal ya da küresel dezenformasyonların da kapısını aralamaktadır. Gerçek temel alınarak üretilen kişiselleştirilmiş içerikler yeni tasarımlara, fikirlere ve projelere imkân vermektedir.

Sentetik medya içerikleri, deepfakeler ve gelişmekte olan manipülasyon teknolojisinin yapa zekâ eliyle mükemmelleştirilmesi, toplum tarafından kabul gören siyasi liderler, kanaat önderleri, sinema yıldızları gibi birçok kişiyi dijital teknolojilerle yaratılmış şiddet ile karşı karşıya bırakmaktadır. Özellikle yerel aktörler, çevresinde kendilerini koruyabilecekleri kurumsal yapının daha zayıf olması nedeniyle, herhangi bir sentetik medya saldırısına karşı daha kırılgan yapıdadır. Kullanıcılar tarafından bilinçli yaratılabilecek manipülatif içerikler, siyasetçi, STK ya da işletmeyi yanlış bir şekilde ilişkilendirerek habercilere ulaştırılarak, hem habercinin hem de habere konu olan mecranın sentetik medya üretimleriyle zora düşmesine neden olabilmektedir. Deepfakeler ve sentetik medya ürünleri çoğaldıkça daha çok bilgi doğrulama platformuna gerek duyulacaktır. Bu noktada doğrulama platformlarının da sahiplik ve tarafsızlık gibi unsurları daha derin tartışmalara neden olacaktır. Kendisi aleyhine çıkan bir sentetik medya ürünü ile ilgili güç sahiplerinin, bu tür platformlara baskı uygulayabilme ihtimali doğacaktır.

Dijital ağın gelişmesine paralel olarak artan siber suçlar kavramı, evrensel bir sorun olarak geniş bir alanda tartışılmakta ve konu ile ilgili çalışmalar yürütülmektedir. Somut olan birçok gerçeğin sanal gerçekliklere dönüşmesi, geleneksel yaşam biçimlerini benimsemiş toplumlar açısından endişeye ve güvensizliğe neden olmaktadır. Hızlı ve sınırsız şekilde üretilen bilgiye adapte olmaya çalışan insanlar, bilginin mahiyetini ya da gerçeğini düşün'e'meden onu kabul etmekte, hatta dijital ortamlarda elde ettiği bilginin yeniden üretilmesine katkı sağlamaktadır. Çünkü dijital çağ, insanlara ağda çevrim içi olmayı ve sürekli etkileşimi aşılacaktır.

Yapay zekâ üretimlerinin insanın yerini alacağı endişesi yerine, insanın evreni ve kendini tanıma sürecinde ona yardımcı bir unsur olarak görülmesi gerekmektedir. Zira yapay zekâ, insanı taklit eden dijital bir olgudur. Bu noktada yapay zekâ eliyle yaratılmış ürünlerin insanlar tarafından nasıl kullanıldığı ya da kullanılacağı asıl sorulması gereken sorudur. Toplumun gelişmesine yardımcı teknolojiler yaratarak doğru altyapı ve algoritmaları yaratan uzmanlar, bu yaratılan teknolojinin uygunsuz kullanımlarını engelleyen yazılımlar üzerinde de çalışmak için çaba sarf etmelidir.



Kaynakça

- Aziz, A. (1989). *Elektronik yayıncılıkta temel bilgiler*. Ankara: TRT Basım ve Yayın Müdürlüğü Yayınları.
- Babu, S. (2020). A 2020 Guide to synthetic media. Retrieved from <https://blog.paperspace.com/2020-guide-to-synthetic-media/>.
- Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015). *Sessiz yağınların gölgesinde*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin sosyal inşâsı / bir bilgi sosyolojisi incelemesi*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Borges, L., Martins, B. & Calado, P. (2019). Combining similarity features and deep representation learning for stance detection in the context of checking fake news. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1-26.
- Ceng, E. (2018). Algı yönetimi aracı olarak Twitter kullanımına ilişkin siyasal bir analiz. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4, 663-689.
- Coeckelbergh, M. (2018). Why care about robots? Empathy, moral standing, and the language of suffering. Retrieved from <https://sciendo.com/article/10.2478/kjps-2018-0007>.
- Çelikel, M. (2021). Seslerin rengi. Retrieved from <http://teknogazete.web.tr/yazarlar/fulya-celikel-soganci/seslerin-rengi-2-2/52>.
- Debord, G. (2017). *Gösteri toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dirik, İ. (2020a). Why it's time to change the conversation around synthetic media. Retrieved from <https://venturebeat.com/2020/08/12/why-its-time-to-change-the-conversation-around-synthetic-media/>.
- Dirik, İ. (2020b). Synthetic media landscape. Retrieved from <https://www.syntheticmedialandscape.com/#download>.
- Dursun, Ç. (2013). *İletişim kuram kritik*. Ankara: İmge.
- Figueira, A. & Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: Challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817-825.
- Gibson, W. (2010). *Neuromancer* (1984). In C. Greer (Ed.), *Crime and Media* (pp.1-9). Oxfordshire: Routledge
- Foucault, M. (2003). *İktidarın gözü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goodstein, A. (2019). Will AI replace human creativity?. Retrieved from <https://www.adcouncil.org/will-ai-replace-human-creativity>.
- Gregory, S. (2020). Deepfakeler ve gelişmekte olan manipülasyon teknolojileri hakkında nasıl düşünmeli? Dezenformasyon ve medya manipülasyonu üzerine doğrulama el kitabı. Retrieved from <https://teyit.org/files/dezenformasyon-el-kitabi.pdf>.



- Güzel, M. (2015). Gerçeklik ilkesinin yitimi: Baudrillard'ın simülasyon teorisinin temel kavramları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 65-84.
- Hamilton, A. (2019). Elon Musk has warned that 'advanced AI' could poison social media. Retrieved from <https://www.businessinsider.com/elon-musk-warns-of-advanced-ai-manipulating-social-media-2019-9>.
- Güzeldere, G. (1998). Yapay zekanın dünü, bugünü, yarını. *Cogito*, 13, 27-41. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karagöz, E. (2010). *Sosyal bilimlerde kuram oluşum süreci ve iletişim*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kemp, S. (2020). Digital 2020. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8billion-people-use-social-media>.
- Mason, A. (2019). Ultra fast audio synthesis with meigan. Retrieved from <https://blog.descript.com/ultra-fast-audio-synthesis-with-melgan/>.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media*. London: The MIT Press Cambridge.
- Olsher, D.J. (2015). New artificial intelligence tools for deep conflict resolution and humanitarian response. *Procedia Engineering*, 107, 282– 292.
- Postman, N. (2006). *Teknopoli*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Potter, J. (2011). Conceptualizing mass media effect. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/230495976_Conceptualizing_Mass_Media_Effect.
- Russell, S. & Norvig, P. (2010). *Artificial intelligence a modern approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Saydam, A. (2012). *İletişimin akıl ve gönül penceresi algılama yönetimi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- Staff, R. (2020). Reuters and synthesia unveil AI prototype for automated video reports. Retrieved from <https://www.reuters.com/article/rpb-synthesia-prototype-idUSKBN201103>.
- Solms, R. & Niekerk, J. (2013). From information security to cyber security, *Computer & Security*, 38, 97-102.
- Turrini, E. & Ghosh, S. (2010). *A Pragmatic, experiential definition of computer crimes in cybercrimes: A multidisciplinary analysis*. Heidelberg: Springer.
- Tutar, H. (1988). *Simetrik ve asimetrik iletişim bağlamında örgütsel algılama yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Vincent, J. (2019). Endless AI-generated spam risks clogging up Google's search results. Retrieved from <https://www.theverge.com/2019/7/2/19063562/ai-text-generation-spam-marketing-seo-fractl-grover-google>.
- Waddell, K. (2020). Welcome to our new synthetic realities. Retrieved from <https://www.axios.com/synthetic-realities-fiction-stories-fact-misinformation-ed86ce3b-f1a5-4e7b-ba86-f87a918d962e.html>.
- Watts, C. (2019). The National security challenges of artificial intelligence, manipulated media, and deepfakes. Retrieved from <https://www.fpri.org/article/2019/06/the-national-security-challenges-of-artificial-intelligence-manipulated-media-anddeepfakes/>

İnternet Bağımlılığı Çerçevesinden Kumar ve Oyun Bileşenleri Üzerine Bir Yazın Taraması¹

A Literature Review on Components of Gambling and Gaming Within the Scope of Internet Addiction

Derleme Makalesi / Review Article



**Sorumlu yazar/
Corresponding author:**
Özlem Deniz Duman

ORCID: 0000-0002-
3393-8172

Geliş tarihi/Received:
12.06.2021

**Son revizyon teslimi/
Last revision received:**
08.07.2021

Kabul tarihi/Accepted:
12.07.2021

Yayın tarihi/Published:
19.07.2021

Atıf/Citation:
Duman, Ö. D. (2021).
İnternet bağımlılığı
çerçevesinden kumar
ve oyun bileşenleri
üzerine bir yazın
taraması. *İletişim ve
Diplomasi*, 5, 123-139

Özlem Deniz DUMAN² 

ÖZ

Dijital teknolojinin dünyamızı sarıp sarmaladığı günümüzde, bağımlılık düzeyi de gittikçe farklılaşmakta ve genişlemektedir. Bu bağımlılık türlerinden biri de internet ve onunla hayat bulan bileşenleridir. Özellikle gençler arasında yayılan internetin yanlış ve bağımlılık oluşturacak şekilde aşırı derecede kullanılması, bu durumun geniş çevreler tarafından davranışsal bağımlılıklardan biri olarak kabul edilmesine neden olmuştur. Yukarıda belirtmeye çalıştığımız unsurlar dâhilinde bu çalışma ile internet ve onun bileşenleri olarak kabul edilen kumar ve oyun gibi bütün bu olguların birbirleriyle olan ilişkisi ortaya koyulmaya çalışılacaktır. İnternetin ve onun bileşenlerinin bağımlılık oluşturacak şekilde kullanılması ve bireyin yaşamında önemli bir yere sahip olması, çalışmanın varsayımını oluşturmaktadır. Mevcut konu kapsamında literatür taraması yapılarak bu alandaki güncel eserlerden yararlanılmıştır. Çalışmada internet kullanımı ile bileşenleri arasında yakın bir ilişki olduğu ve bireyin problemli internet kullanım riskini gittikçe artırdığı değerlendirilmesine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, bağımlılık, oyun, kumar, dijital

¹ Bu çalışma, yazarın 2019'da Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı'nda kabul edilen aynı konulu doktora tezinden üretilmiştir.

² Öğr. Gör. Dr. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, Görsel-İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Kırklareli, Türkiye, deniz.duman2007@hotmail.com,

ABSTRACT

In today's world, where digital technology has surrounded our world, the level of addiction is gradually diversifying and expanding. One of these addiction types is the internet and its components that come to life with internet. The excessive use of the internet, especially among young people, in an improper and addictive way, has caused this situation to be recognized as one of the behavioural addictions by large circles. This study will try to reveal the relationship between the internet and all these phenomena that recognized as the components of internet such as gambling and gaming within the scope of the elements mentioned above. The assumption of this study is that the internet and its components are used in an addictive way and that it has an important place in the life of individuals. A literature review was conducted and recent publications in this field were used within the scope of the current subject. In this study, it was concluded that there is a close link between internet use and its components and that an individual's risk of problematic internet use gradually increases.

Keywords: Internet, addiction, gaming, gambling, digital

EXTENDED ABSTRACT

Addiction levels are gradually diversifying and expanding as digital technology embraces our world. The popularity of the internet, which is a phenomenon of entertainment that spreads especially among young people, is widely recognised as one of the behavioural addictions. This addiction is becoming more widespread among adults as well as young people. Many negative reports from different circles, especially the media, on digital addiction and excessive use of entertainment technology have drawn the attention on the subject. The excessive use of the internet by individuals in a way which leads to addiction is regarded as a significant factor which triggers that negativity. Nonetheless, there are serious disagreements in the media and academia over whether the internet increases the risk of addiction. In this research, online gambling, gaming and sex addictions were investigated and conceptually evaluated, using the current bibliography. Within this context, this research aims to make a neat contribution to the relevant literature. The importance and effect of the internet in our lives has made itself visible once again in recent years.

The internet, which has become vitally important especially after the Covid 19 pandemic, has undoubtedly taken the lead. The current situation shows that nothing can be done without it in today's world when almost every task is done on the internet. Every task, from education to work, from banks to shopping, is now done through the internet, and it has become a necessity to do it in a virtual environment.



In an isolated world order, where a new lifestyle has begun and going out is not recommended unless it is necessary, the internet has had a life-saving mission. It has become a daily activity benefits a larger community. While the impact of the internet on our lives is so important and undeniable, there have also been some unfavourable developments. The most important of these developments are the problems caused by the excessive use of the internet. There is concern that this situation, which causes psychological addiction, will lead to social problems in the future. This requires serious consideration and analysis of problematic internet use.

Using the literature review method, this study aims to examine addictions (gambling, gaming and sex) resulting from the misuse of the internet. Although they appear to be unrelated, the aim is to examine more closely the (online) gambling, gaming and sex addictions, and to provide information about the current research findings on these addictions. This study only used the data from the studies listed in the bibliography. When Young's pioneering study introduced the concept of internet addiction to the scientific literature, it sparked a controversy among clinicians and academics. Part of this discussion centres around the claim that "addiction" can be defined as a condition induced only by physical substances ingested into the body. While many researchers believe that the term addiction should only be used to describe cases that result from drug abuse, some researchers (Rachlin, 1990, p.295; Walker, 1989, p.181) argue that it is not correct to associate addiction solely with chemicals (Griffiths, 1990, p.35; Peele and Brodsky, 1975, p.172).

This also supports the use of this terminology in recent medical research, because the effects of behavioural strains on dopamine pathways and other brain structures have been found to be comparable to chemical addictions. Similar effects on the brain coincide with the struggle of the individual to perform a certain activity after repeated attempts to stop (Seifi et al., 2014, p.31). On the other hand, there are also studies claiming that personal predisposition is the main factor in the excessive use of certain internet applications such as gambling sites or pornography (Caplan, 2003, p. 633). Based on these arguments, our research will respectively include gambling, gaming and sex pathologies, which are components of internet addiction.

Addictions such as gambling, gaming and sex, which are as old as human history, continue to exist in changing world conditions. Structural changes and transformations in information and communication technology that permeates every aspect of life cause dependencies to shift to this area. The effect of the feeling of pleasure brought by the feeling of satisfaction shows the excitability of the human brain in the digital age. With the introduction of large sums of money made from small, innocent games or trials, online gaming, gambling, and sex become revenue-generating commodities. It is not too late for individuals, companies and even states to invest

in these areas, which they see as the economic sector. The USA, China, South Korea etc., which consider the issue within the scope of social engineering and are very advanced in information technology. see and adopt increasing their investments in this field as a political principle. In short, online gambling, online gaming and online sex, which emerged as the forms of addictions in our age, make the people of underdeveloped countries sick and cause the developed countries to become rich.

Giriş

İnternetin yaşamımızdaki önemi ve etkisi son yıllarda gözle görülür bir şekilde artmıştır. Özellikle Covid 19 salgını sonrasında, hayati bir öneme sahip olan internetin gündelik yaşamımızı ilgilendiren konularda açık ara farkla liderlik konumuna oturduğu gözlenmiştir. Neredeyse hemen her işin internetle yapıldığı günümüzde geldiğimiz son nokta, artık onsuz hiçbir şeyin yapılamayacağı yönündedir. Eğitimden iş hayatına, bankacılıktan alışverişe, artık her iş internet vasıtasıyla yapılır olmuş; hatta rutin hayat pratiklerimizin sanal ortamda yapılması bir zorunluluk hâline gelmiştir. Yeni bir yaşam tarzının başladığı, zorunlu olmadıkça dışarıya çıkılmasının kesinlikle tavsiye edilmediği izole bir dünya düzeninde internet, deyim yerindeyse, can kurtarıcı bir misyona sahip olmuş; geniş toplum kesimlerinin yararlandığı günlük bir aktivite hâline gelmiştir. İnternetin hayatımız üzerindeki etkisi bu kadar önemli ve inkâr edilemezken, olumsuz etkilerinin de bir bu kadar fazla olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle internetin aşırı kullanımının yarattığı sıkıntılar, bu olumsuzluklarda önemli bir paya sahiptir. Öyle ki; psikolojik bağımlılığa neden olan mevcut durumun, ileride toplumsal sorunlara da yol açacağı görüşü endişeyi artırmaktadır. Bu da problemlili internet kullanımının ciddi bir şekilde ele alınıp incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Yukarıda da ifade edildiği gibi, internetin insan yaşamına sağladığı sayısız faydalarının olduğu bir gerçektir. Fakat bireyin interneti kullanırken kontrolünü kaybetmesi, gelişigüzel ve süresiz kullanması, çok ciddi hasarlara sebebiyet verebilmektedir. İnternet kullanımını aşırı derecede düşünme, kullanımını kontrol edememe ya da sınır koyamama şeklinde yinelenen düşünceler, erişim isteğini önlemedeki başarısızlıklar, her seferinde daha uzun süre çevrim içi kalmak, çevrim içi değilken bile sürekli internete bağlanmayı arzu etmek vb. duygu, düşünce ve eylemler, internetle ilgili önemli sorunsal davranışlar olarak değerlendirilmektedir (Çam & İşbulan, 2011, s. 16; Young, 2007, s. 675).

Bu anlamda internet bağımlılığının bir bozukluk olarak varlığı, ilk kez 1995 yılında, New York psikiyatristi Ivan Goldberg tarafından kabul edilmiştir. Ancak bu konuda tartışmayı başlatan Pittsburgh Üniversitesi'nden Kimberly Young'ın 1996 yılındaki çalışması olmuştur. Young, 1995'te internet bağımlılığı ile ilgili çalışma-

ları başlatmış ve 1998'de yayımladığı *İnternete Yakalanan* adlı kitabında internet bağımlılığını uyuşturucu ve alkol bağımlılıklarına benzetmiştir. Ona göre internet, insanlara rahat hissetme konusunda tıpkı alkol ve uyuşturucuda olduğu gibi aynı duyguları yaşatır. Bunların yanı sıra bağımlıların internete bağlı olmadıkları zaman, ruhsal çöküntü ve dürtü sıkıntısı gibi olumsuz duygular da yaşadıklarını ifade etmiştir (Seifi et al., 2014, s. 30).

İnternetin ve onun bileşenlerinin bağımlılık oluşturacak şekilde kullanılması ve bireyin yaşamında önemli bir yere sahip olması, bu çalışmanın varsayımını oluşturmaktadır. Mevcut konunun irdelenmesinde literatür taraması yapılarak bu alandaki güncel eserlerden yararlanılmıştır. Bu çalışma kaynakçada belirtilen araştırmaların verileriyle sınırlıdır.

İnternet Bağımlılığı

Yeni teknolojilerin kullanımı, dünyanın gelişimindeki önemli etkenlerden biri olurken, internet de bu teknolojilerden biri olarak modern dünyada bireyin yaşamını değiştirmede büyük rol oynamıştır. İnternet kullanımı günlük hayatımızın bir parçası hâline gelmiş ve günlük rutinlerimizi yönetme şeklimizi etkilemiştir. Öyle ki internet, arkadaşlarla ve ailelerle bağlantı kurmayı, iletişime geçmeyi, eğlence ihtiyacını, alışveriş yapmayı, bilgiye kolay ve ucuz erişimi sağlamasının yanında, iş aktivitelerini gerçekleştirilmesi yönüyle de yaşamımızda özel bir yere sahiptir (Khazaal et al., 2011, s. 169).

Fakat bütün bu pozitif etkilerinin yanı sıra internet, aynı zamanda potansiyel bağımlılık sürecinde de oldukça etkili bir araçtır. Özellikle engelsiz, anında erişim olanağı sunması gibi özellikleri, olumsuz birtakım sonuçların doğmasına neden olmuştur. Bunlardan bazıları; artan maliyetler, yüz yüze iletişimin neredeyse yok oluşu ve hoş olmayan (endişe, depresyon) duyguların yaşanmasıdır. Ayrıca bireyin internet kullanma sınırını aştığında, kendince savunma mekanizmaları geliştirmesi de bu olumsuzluklar arasındadır. Bu durumdaki kullanıcı, internette olmanın etkilerini ya tolere eder ya da uyarılma becerisi geliştirir veya inkâr gibi problemleri davranışlar sergiler. Bütün bunlar interneti, bağımlılığı saptayan araç teknolojilerinden biri hâline getirir (Seifi et al., 2014, s. 29).

İnternet bağımlılığı kavramı Young tarafından yapılan öncü bir çalışmayla bilimsel literatüre girdiğinde hem klinik uzmanları hem de akademisyenler tarafından bir tartışma başlatmıştır. Bu tartışmanın büyük bir kısmı yalnızca vücuda alınan fiziksel maddelerin “bağımlılık” olarak adlandırılabilmesi iddiası etrafında yoğunlaşmıştır. Bu alanda çalışma yapan birçok araştırmacı, bağımlılık teriminin yalnızca bir ilacın içilmesi sonucu ortaya çıkan vakalara uygulanması gerektiğine inanırken, bir kısım araştırmacı da (Rachlin, 1990, s. 295; Walker, 1989, s. 181) bağımlılığın yalnızca kimyasal

olarak ilişkilendirilmesinin doğru olmadığını ifade etmiştir (Griffiths, 1990, s. 35; Peele & Brodsky, 1975, s. 172).

Ayrıca bu alandaki çalışmalar; fenomenoloji, epidemiyoloji, komorbidite, nörobiyolojik işleyişler, kalıtsal faktörler, tedavilere verilen dönütler ve engelleme çabalarında görülen benzerliklerin davranışsal ve maddeyle ilişkili bağımlılıklarla örtüşüğünü göstermektedir. Buna ek olarak araştırmacılar, artan kanıtların fazlalığına bağlı olarak, bunların “davranışsal” bağımlılıklar olarak değerlendirilmesi gerektiğini ve Amerikan Psikiyatri Birliği’nde (2013) kabul edilen “Madde Bağımlılığı Bozuklukları” tanı kategorisinde yer alan özelliklerle benzerlik gösterdiğini belirtmişlerdir (Vaghefi & Lapointe, 2014, s. 4494).

İnternet bağımlılığının tanımlanması ve yaygınlığı bir dürtü kontrol bozukluğuna yakından benzer. Her ne kadar bağımlılık kavramı yalnızca alkol ve uyuşturucu kullanımının aşırı ve engelleyici kalıplarına atıfta bulunmak için kullanılsa da, mevcut çalışmalar bu durumu çürütmüştür. Bu araştırmacıardan biri olan Young, birtakım eylemlerin alkol ve uyuşturucu bağımlılığıyla benzerlik taşıdığını kabul etmiş ve bu davranışların “davranışsal” bağımlılıklar olarak göz önünde tutulması gerekliliğinin altını çizmiştir (1998a, s. 241).

Young’ın internet bağımlılık ölçeğine göre, birey internet bağımlılığı kriterlerinden olan yedi yaygın belirtisinden beşini taşıyorsa bu kişi bağımlı olarak kabul edilmelidir. Araştırmacı bunların büyük bir bölümünü Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabının dördüncü serisi olan patolojik kumar oynama kriterlerine dayandırmaktadır. Belirtilen ortak özellikler arasında; hedefteki etkinlikle meşguliyet, hoşgörü ve yoksunluk semptomlarının geliştirilmesi, faaliyete girme zorunluluğu ya da kontrol kaybı hissi ön sırada yer alır. Bunların yanı sıra bırakmaya çalışırken ortaya çıkan başarısız girişimler, işlevsel, sosyal, akademik ve mesleki yükümlülüklerin ihmal edilmesi, ayrılan zamanın artması, sinirlilik vb. duygu ve davranışlar da yer alır (Gregory, 2019).

Ayrıca son zamanlardaki tıbbi araştırmalar da bu terminolojinin kullanımını destekler niteliktedir. Çünkü davranışsal zorlamaların dopamin yolları ve diğer beyin yapıları üzerindeki etkilerinin kimyasal bağımlılıklarla karşılaştırılabilir olduğu saptanmıştır. Beyin üzerindeki benzer etkilerin, olumsuz sonuçlara rağmen bireyin durmak için tekrar eden girişimlerden sonra belirli bir aktiviteyi gerçekleştirmek için verdiği mücadeleyle örtüştüğü gözlenmiştir (Seifi et al., 2014, s. 31). Buna karşılık belirli internet uygulamalarının, örneğin kumar sitelerinin veya pornografinin aşırı kullanımında kişisel yatkınlığın temel faktör olduğunu iddia eden çalışmalar mevcuttur (Caplan, 2003, s. 633). Bu iddialardan yola çıkarak araştırmamızda internet bağımlılık bileşenlerinden olan kumar, oyun ve seks patolojilerine sırasıyla yer verilecektir.

Çevrim İçi Kumar Bağımlılığı

Kumar bozukluğu, davranışsal bağımlılık için bir dönüm noktası olan Zihinsel Bozuklukların Teşhis ve İstatistik El Kitabı'nın beşinci baskısında "Madde Bağımlılığı Bozuklukları" kategorisinde yeniden sınıflandırılmıştır. Kumar bozukluğu, klinik olarak önemli bir sıkıntıya yol açan, tekrarlayan, uyumsuz kumar davranışını gösteren psikiyatrik bir durumdur. Kumar, daha değerli bir şeyi elde etme umuduyla başka bir değeri riske atma olarak tanımlanır. Kumar çoğu insan için zararsız bir aktiviteyi temsil etse de kumar bozukluğu olan kişiler, genellikle kontrol yanlısı davranış ve işlevsiz kişilik özellikleri gibi bilişsel çarpıtmalarla karakterize edilir. Büyük zarardan kaçınma veya yenilik arayışı, bu davranışlara örnek olarak gösterilebilir (American Psychiatric Association, 2017). Bu alt başlığımızda, internet bileşenlerinden biri olarak kabul edilen geleneksel kumar ile çevrim içi kumar konusunda yapılan araştırmalar dikkatlice incelenmiş ve konuyla ilgili kapsamlı literatür taraması yapılmıştır.

Geleneksel kumar türleri arasında kumarhaneler, piyangolar, bahis, at, köpek yarışı ve kart oyunları ilk sırada yer alırken, çevrim içi kumar ise bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler ve dijital televizyonlar da dâhil olmak üzere internet temelli cihazlar vasıtasıyla gerçekleşen bahis ve oyun etkinlikleri yelpazesini kapsar. Teknolojik gelişmelerle birlikte kullanımı artan bu kumar modu, fiziksel ortamı ve katılım şekli yönüyle diğer kumarlara göre farklı bir erişim olanağına sahiptir. Bu kumar türü, hızlı bir şekilde bahislerin yerleştirilmesini ve sonuçların bildirilmesini sağlayan, yüksek hızlı internet bağlantılarını kullanarak herhangi bir zamanda ve yerde, özel olarak gerçekleştirilebilecek, büyük ölçüde otomatikleştirilmiş bir faaliyet olarak kabul edilir (McCormack & Griffiths, 2012, s. 33).

Özellikle internetle beraber çevrim içi kumar popülerlik kazanmış, pazar payı ve sunulan ürünler açısından da hızla büyüme göstermiştir. Çevrim içi küresel kumar piyasası, 2013 yılında 6,1 milyar avro değerinde iken, 2018'de bu tutar %10,1 oranında yükselişe geçmiştir. Çevrim içi kumar pazarı, küresel kumar dünyasındaki payın %53'üne sahiptir. Bunu; elektronik oyun makineleri (%25,4), poker (%14,2) ve bingo (%7,4) izlemektedir. Ayrıca uluslararası alanda sayıları giderek artan yargı kararları, çevrim içi kumarı yasallaştırmış ve düzenlemiştir. Her ne kadar çevrim içi kumarın yaygınlığı düşük olarak bilinse de özellikle yargı alanındaki yeni düzenlemeler bu sitelere katılım oranını artırmıştır (Gambling Commission, 2015).

Katılım oranının artmasındaki diğer bir neden ise internet, telefon ve diğer kablo-suz cihazlar da dâhil olmak üzere eğlence etkinliklerine katılmak için çevrim içi platformların daha fazla kullanılıyor olmasıdır. Bu alanda yapılan araştırmaların sonuçları, çevrim içi kumardaki motivasyon ve avantajların etkisine bağlı olarak, bu modun rahatlığı ve erişilebilirliği açısından kullanım oranının artacağı yönündedir. Öyle ki, ödeme kolaylığı ve bonuslar, çevrim içi kumar oynamanın hızı ve rahatlığı, daha çok

sayıda bahis ürünü ve opsiyonu, dışarı çıkmadan kumar oynamanın fiziki rahatlığı gibi sebepler, bu artışta etkili olmuştur. Ayrıca hesap güvenliği ve hızlı erişilebilirliğin olması özellikle teknoloji meraklısı gençler arasında, çevrim içi kumarın artmasında ve yaygınlık kazanmasında bir yükselişe yol açmıştır (Cotte & LaTour, 2009, s. 747).

Bütün bunlara ek olarak, çevrim içi kumarın özellikle hassas popülasyonlar için zarar oluşturabilecek özelliklerinin de olduğu düşünülmektedir. Bunda etkili olan faktörler arasında çevrim içi kumarın sürekli kullanılabilirliği, kolay erişimi, etkileşimi, sürükleyiciliği ve özel olarak kesintisiz bahis yapabilme yeteneği bakımından kara tabanlı (geleneksel) kumardan farklılıklar göstermesidir. Özellikle dijital para formlarının, örneğin kredi kartları, elektronik banka havaleleri ve e-cüzdanların kullanılması, bireyin 'gerçek' para harcamadığının bir göstergesi olurken, sorunlu kumarbazlar için de bu durum artan kumar sayısına ve zararlara neden olmuştur (McCormack & Griffiths, 2013, s. 41). Bu alanda yapılan çalışmaların verileri, çevrim içi kumarbazların daha fazla para harcadıkları ve bu şekil oyunun kara tabanlı kumardan daha fazla bağımlılık oluşturacağı yönündedir (McCormack & Griffiths, 2012, s. 45). Bu görüşün dışında olan çalışmalar, kumar problemi yaşayan internet kumarbazlarının yarısından fazlasının kara tabanlı kumara bağımlı olduklarını ve bunların çevrim içi kumar oynamadan önce de mevcut sorunlarının var olduğunu açıklamıştır (Griffiths & Parke, 2002, s. 315).

Demografik değişkenlerin analizinde çevrim içi kumarbazlar ile kara tabanlı kumarbazlar arasında yaşanan problemler açısından belirgin bir farklılık bulunmamıştır (Wardle et al., 2007, s. 78; Griffiths & Parke, 2002, s. 318). Ancak araştırmalar sorunlu internet kumarcılığının özellikle savunmasız ve genç erkekler arasında daha yaygın olduğuna dikkat çekmiştir. Dürtü kontrolündeki zayıflık, ruh hâli, kaygı ve kişilik bozuklukları da dâhil olmak üzere çeşitli psikiyatrik durumlar bunun etkisini artırmıştır. Ayrıca genel popülasyonla karşılaştırıldığında kumar bağımlısı olan bireylerde intihar riskinin arttığı gözlenmiştir. Kumar bağımlısı olan bireylerin %32'sinin intihar düşüncesi yaşadığı ve %17'sinin ise en az bir kez intihar girişiminde bulunduğu tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak genetik faktörlerin düzensiz kumar oynama riskinin genel varyansına çevresel faktörlerden daha fazla neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Hing et al., 2013, s. 10).

Sonuç olarak dijital erişim modunun kumar problemleri üzerindeki etkisi çeşitli bireysel, sosyal ve çevresel değişkenler tarafından yönetilmektedir. Bu durum çevrim içi kumarın kullanımının daha yaygın olmasına neden olurken bazı internet kumarbazları için de bu ortam kumar sorunlarına yol açmaktadır. Kısacası çevrim içi kumar oyunları gelişmeye devam ettikçe ve katılım arttıkça özellikle internet teknolojilerine ve çevrim içi ticarete aşına olan genç insanlar arasında, söz konusu sorunların ortaya çıkması muhtemeldir (Gainsbury, 2015, s. 188).



Çevrim İçi Oyun Bağımlılığı

Çevrim içi oyunlar, internet aracılığıyla kullanıcının etkileşimine dayalı yeni nesil oyunlar olarak tanımlanır. Bu oyunların tarihsel dönüşüm evrelerini beş ayrı süreçte değerlendirmemiz mümkündür. İlki 1980’de başlayan gelişim evresini, 2005 yılı ise atağa kalktığı son süreci oluşturmaktadır. Bu tarihten sonra çevrim içi oyunlar büyüme hızıyla bir devrim niteliği kazanmıştır (O’Hagan & Mangiron, 2013, s. 45). Öyle ki son zamanlarda oyun bağımlılığı, bilgisayar ve video oyunları oynamakla ilgili en çok tartışılan psiko-sosyal olaylardan biri hâline gelmiştir. İlk olarak Amerikan Tabipleri Birliği (2007), Amerikan Psikiyatri Birliği’ni (APA), “Oyun Bozukluğunu”, Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı’nda (DSM) resmî bir tanı bozukluğu olarak dâhil etmeyi düşünmeye teşvik etmiş ve 2012’de DSM’nin V. sayısında bu durum bir problem olarak kabul edilmiştir. Ayrıca araştırmacılar arasında “oyun bağımlılığı” kavramı konusunda büyük bir anlaşmazlık yaşanmıştır. Bağımlılık terimi klinik psikologlar tarafından kullanılmamakla birlikte, araştırmacılar arasında aşırı, obsesif, kompulsif ve genellikle sorunlu kullanımı tanımlamak için oyun bağımlılığı en yaygın kullanılan terim olmuştur (Brian & Hastings, 2005, s. 111).

Aşırı veya sorunlu oyunları tanımlamak için kullanılan diğer terimler arasında “video oyunu bağımlılığı” (Griffiths & Hunt, 1998, s. 476), “problemlili oyun oynama” (Salguero & Moran, 2002, s. 1603) ve “patolojik oyun” (Keepers, 1990, s. 49) yer almaktadır. Kullanılan terminolojiden bağımsız olarak araştırmacılar, genellikle bilgisayar ve video oyununun aşırı kullanımının davranışsal bir bağımlılığa yol açabileceğini kabul ederler. Bağımlılık yapan davranış aşırı, zorlayıcı, kontrol edilemez, psikolojik ve fiziksel olarak yıkıcı davranışları ifade eder. Bu davranışsal tanıma uygun olarak oyun bağımlılığı; sosyal ve duygusal problemlerle sonuçlanan bilgisayar veya video oyunlarının aşırı, zorlayıcı bir şekilde kullanılması ve bu aşırı kullanımın kontrol edilememesi durumudur (Griffiths, 2005, s. 194).

Genel olarak davranışsal ve madde bağımlılıkları etiyolojik ve kavramsal olarak benzerlik gösterir. Ancak davranışsal bağımlılıklarla ilgili verilerin çoğunun patolojik kumar oynama kriterleriyle aşırı temsil edilmesi yönündeki eleştiriler oldukça yaygındır. Bu alandaki ilk araştırmacılarından Griffiths ve Meredith çalışmalarında, dijital oyun oynayan oyuncuların, paradan ziyade puan için oynadıklarından, yani finansal olmayan bir oyun biçiminden bahsederler. Çevrim içi oyun ve kumar arasındaki bu benzerlik, çevrim içi oyun bağımlılığı için patolojik kumar oynama araçlarından uyarlanmış birçok erken tarama cihazının da ortaya çıkmasına yol açmıştır (2009, s. 241).

Oyun bağımlılığı üzerine yapılan birçok çalışma, DSM’nin çeşitli versiyonlarında bulunan patolojik kumar oynama tanı kriterlerinde, “patolojik oyun” kullanımını tanımlamak ve ölçmek için kullanılmıştır. Bu kriterlerinden yola çıkan birçok araştırmacı, oyun bağımlılığını ölçmek için farklı ölçekler geliştirmişlerdir (Charlton & Danforth,

2007, s. 1538). Özellikle çevrim içi oyunlarda bağımlılığı hedef alan çalışmalar, internet bağımlılığının teşhisi için Young'ın 20 maddelik anketini çalışmalarına uyarlamışlardır (Yee, 2006, s. 320). Bunun dışında bazı çalışmalar, Dünya Sağlık Örgütü'nün (1992), patolojik kumar oynama için geliştirdiği tanı ölçütlerini kullanırken, diğerleri ise oyun bağımlılığı için kendi kriterlerini belirlemiştir (Wan & Chiou, 2006, s. 319).

DSM'nin çevrim içi oyunlarda bağımlılığı ölçmek için kullandığı patolojik kumar oynama kriterlerinin yaygın şekilde uyarlanmasına ve bu yöntemin geçerliliği konusunda çok az araştırma yapılmasına rağmen, çevrim içi oyun bağımlılığı konusundaki çalışmalar artık emekleme aşamasının çok gerisindedir. Anekdotsal kanıtlar ve erken araştırmalar çevrim içi oyunun, kullanıcıların birçoğunda bağımlılık yarattığını ve zararlı olduğunu göstermektedir (Van Rooij, 2011, s. 60). Ayrıca medyada da çevrim içi oyun bağımlılığından kaynaklandığı iddia edilen sansasyonel yaralanma ve ölüm vakalarının olduğu içerikler söz konusudur (Augenbraun, 2014).

Bu konu hakkında araştırmacı Wood, sansasyonel medya raporlarının çevrim içi oyun bağımlılığı konusunda algısal yanılgılara yol açtığını savunur (2008, s. 173). Wood'un bu yöndeki bakış açısını destekler nitelikte olan literatür incelemesi sonrasında, çevrim içi oyunların zorluk ve beceri geliştirme, eğlence, sosyalleşme, rahatlama ve dikkat dağınıklık gibi birçok olumlu katkısının da olduğunu belirten görüşler mevcuttur (Green & Bavelier 2003, s. 537; Griffiths, 2005, s. 193). Ayrıca bazı araştırmacılar ve klinisyenler, çevrim içi oyun bağımlılığı kavramının geçerliliğini de eleştirmektedirler. Bunlardan biri olan Wood, çevrim içi oyun bağımlılığında sıklıkla görülen zaman ve kontrol kaybı gibi klinik sonuçların normatif insan deneyimleri olduğunu ve bu nedenle bağımlılık tanısı için yeterli veriler olmadığını öne sürer (akt. Reinecke, 2009, s. 130).

Son olarak DSM-V'de internet için oluşturulan bağımlılık kriterlerinin, çevrim içi oyunlar için de kullanılması önde gelen birçok araştırmacı tarafından sorgulanmasına neden olmuştur. Araştırmacılara göre bu ortak tanı ile çevrim içi oyunların ve internet kullanımının bir araya gelmesi asıl sorunun çözümünü engellemiştir. Öyle ki internete bağlı bozukluklar için standart bir tanının olmayışı, internete bağlı patolojilerin ve semptomların çelişen hesaplarının nasıl teşhis edileceğine veya nasıl ölçüleceğine dair soru işaretlerine yol açmıştır (Lejoyeux & Weinstein, 2010, s. 279).

Çevrim İçi Seks Bağımlılığı

İçinde yaşadığımız modern Batı toplumu yavaş ve sistemli adımlarla yetişkinleri ve çocukları arzu ettiği her şeyi derhal edinmesi için hazır bir dünyaya koşullandırmıştır. Bunu da bireye "sınırsız" tüketici ürünleri sunarak gerçekleştirmiştir. Bu ürünlerden biri de pornografik araçlardır. Öyle ki birkaç on yılda pornografiye erişim sadece geliştirilmemiş aynı zamanda normalleştirilmiştir. Artık öpüşme sahnelerinin sine-



matografik makaralardan kesildiği veya ekranda belirlediği vakit kanalın değiştirildiği yılların çok ötesinde yaşıyoruz. Öyle ki mevcut yüzyılda cinsellik rekreasyonel ve hatta zorunlu hâle getirilmiştir. Aslında görüntülerin gücünün sürekli büyüdüğü, kitap ve defterlerin yerini ekranların aldığı bu dinamik yapıda, yeni toplumsal süper egonun sloganı 'Sınırsız zevk bir zorunluluktur'. Bu anlayışla öznenin ileri boyutlu cinsel heyecanı, bir ilişki ile ilgili sevgi dolu duygulardan giderek uzaklaşmasına neden olmuştur. Bir başkasını sevmek normal olan bireyde olumlu bir duygu iken, kendini her konuda yeterli gören bireyde bu durum onu gerileyen bir pozisyona sokar. Onun için 'Her şeyi kendi başıma yapabilirim, başka birine ihtiyacım yok' algısı, öznenin bir beklenti içinde olmasına neden olurken aynı zamanda kendisinin de eksik ve pasif olduğunun kabulü anlamına gelir. Onun için birini sevmek, bir eksiklik ve 'bu eksikliği bir başkası hiçbir zaman tam olarak tatmin edemez' gerçeği hâkimdir. Bu nedenle seks bağımlısının duygusal olarak bölünmesinde tamamen tatmin olmamak, hiç tatmin olmamaya eşittir. Eğer herhangi bir hayal kırıklığı yaşanırsa bu "öteki" ile değiştirilmeli, yerine yenisi koyulmalıdır. Bu nedenle yokluk ve eksiklik duygusuyla yaşanan hayal kırıklığı, bağımlılık yapan cinselliğe duyulan ihtiyacın da artmasına neden olur (Estellon & Mouras, 2012, ss. 2-5-7).

1978 yılında İngiliz psikanalist Joyce Mac Dougall, Plaidoyer Unur Certaine Anormalité (Belli bir anormalliyi savunmak) adlı kitabında "bağımlılık yapan cinsellik" terimini ilk kullanan kişi olurken, tıbbi düzeyde ve bilimsel literatürde cinsel bağımlılık kavramı, Goodman tarafından 1993 yılında geliştirilmiştir (Goodman, 1993, s. 226). Bağımlılık yapan cinsellik kavramı psikiyatri tarihinde, erkeklerde "satyriasis" (doyumsuzluğa varan aşırı seks düşkünlüğü), "donjuanizm" ya da "nymphomania" (seks düşkünlüğü) terimleriyle ifade edilmiştir. Son zamanlarda ise bu kavramların yerini "zorunlu cinsellik", "cinsel sarhoşluk", "atipik dürtü bozukluğu", "neo cinsellikler" ve "bağımlı cinsellik" terimleri almıştır. Yalnız söz konusu cinsel bağımlılıkların karşılığı, toksik bir nesneye duyulan istek değil, cinsel aktivitenin ya da onun arayışının saplantılı ve zorlayıcı bir biçimde yaşandığı davranışsal bir bağımlılıktır (Crépaült, 1993, s. 178).

Makalemizde incelediğimiz çevrim içi seks bağımlılığı alanında çalışma yapan araştırmacılardan biri olan Schneider, çevrim içi seksin çekiciliğine dikkat çeker. Araştırmacı sanal ortamların, kısa süreli rahatlık, heyecan veya dikkat dağıtma potansiyeline sahip, yasal ve ucuz olması, kişinin evinin mahremiyetinde ulaşabileceği ve kullanıcıya cinsel yolla bulaşan bir hastalık riskinin olmadığını altını çizer. Ayrıca aktiviteyi bir partnerden gizlemek için de ideal bir ortam olduğunu çünkü herhangi bir cinsel kodlayıcıya dair açık bir kanıt olmadığını ifade eder. Bunlara ek olarak bu tür seksin, kullanıcılar için güvenlik hissi ve hazır erişim sağlayabildiğini ve üstelik cinsiyet tercihi nedeniyle kendilerini gizleyenler (eşcinseller) içinse bir avantaj olması yönüyle tercih edildiğini belirtir (2000, s. 257).

Yapılan araştırmalar, çevrim içi cinsel bağımlılığın erkeklerde daha güçlü olduğunu göstermiştir. Çünkü cinsel bağımlılık nedeniyle tedavi edilen deneklerin %80'inin erkek olduğu gözlenmiş ve bazı ortak kişilik özelliklerinin de benzer olduğu açıklanmıştır. Bunlar; duygusal güvensizlik, hayal kırıklığına tahammülsüzlük, eyleme itiraz eğilimi, duygusal taşma, rasyonel kaygı, duygusal ve sosyal izolasyon ve maskeli depresyondur. Ayrıca ilgili deneklerde, gerçek cinsel aktivite yaşanana kadar bazı pozitif duygulara rastlanmıştır. Bunlar; güvence, refah, manik bir heyecan, narsisist bir bağışıklık ve zevk hissidir. Ancak cinsel eylemin gerçekleşmesinden hemen sonra deneklerde üzüntü, pişmanlık, utanç ve suçluluk duygusunun hâkim olduğu görülmüştür. Konuyla ilgili bir klinik psikopatoloji çalışması, bu reaksiyonların deneğin nevroitik, psikotik veya sınır çizgisine bağlı olarak büyük ölçüde değişebileceğine vurgu yapmıştır. Eğer denek, hedeflediği nesne ya da durumu bulamaz veya tatmin olamazsa yoğun depresyon reaksiyonları gösterir. Bu reaksiyonlar kendini değersiz hissetme, çöp veya artık madde olarak görme şeklinde değişir (Estellon & Mouras, 2012, ss. 10-13).

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte cinsel amaçlı kullanımı da giderek yaygınlık ve çeşitlilik kazanmıştır. Özellikle 1990'ların sonunda ve 2000'lerin başında, bireyin cinsel davranışının internetten nasıl etkilendiğini gösteren çalışmalar mevcuttur. Bu araştırmalarda çevrim içi seks bağımlılığına etki eden faktörler arasında internetin tüm cazibesine ve ilgi çekiciliğine ek olarak, kullanıcılara ilişkin patolojik davranışların etiyojisi de söz konusudur. Bunun gibi sorunlu faaliyetlerin sürdürülmesiyle ilgili olarak internet, seks bağımlılığının oluşmasında rol oynayan bir araçtır. Öyle ki cinsel içerikli materyalleri çevrim içi olarak görüntülemek veya diğer internet kullanıcıları ile bu sitelere katılmak cinsel bir çıkışa ve potansiyel bir cinsel memnuniyete yol açar. Bu nedenle pozitif bir güçlendirici olarak işlev görür (Raymond et al., 2003, s. 318).

Bu alanda yapılan bir araştırma, cinsel amaçlı, motive edici davranışları çevreleyen çeşitli aktiviteleri gerçekleştirmek için, internetin etkili bir araç olduğunu açıklamıştır. Bunlar; eğitim amaçlı cinsel ilişki ile ilgili materyallerin araştırılması; daha fazla kullanım için cinsel ilişki ile ilgili malların alımı veya satılması; çevrim içi sanal seks mağazalarındaki ürünleri ziyaret etmek veya satın almak; eğlence veya mastürbasyon amaçlı materyal aramak; seks terapisti araştırmak; kalıcı bir ilişki için cinsel partner aramak; çevrim içi kişisel reklamlar, eskort ajansları veya sohbet odaları aracılığıyla geçici bir ilişki için cinsel ortak aramak; cinsel ilişkiyle ilgili internet suçlarını veya suçlularını aramak; cinsiyet ve kimlik rollerini araştırmak veya başka kişiler oluşturmak; internetteki görüntüleri dijital olarak değiştirmek; örneğin ünlü insanların yüzlerini çıplak bir vücuda yerleştirmek vb. çevrim içi seksin tercih edilme sebepleri olarak gösterilmiştir (Carnes, 2003, s. 311).

Bazı araştırmacılar ise çevrim içi cinselliğin nasıl ve neden ortaya çıktığını açıklamak için daha farklı girişimlerde bulunmuşlardır. Bunlardan biri olan Cooper, çevrim içi cinselliğin bu kadar çekici olmasını sağlayan üç temel faktörün olduğunu öne sürer. Bu faktörleri “üçlü güç” olarak tanımlar. Bu üç bileşen şunlardır (1998, s. 185):

Erişilebilirlik; 7 gün ve 24 saat hizmet veren milyonlarca site mevcuttur.

Uygun fiyat; web 'deki rekabet nedeniyle fiyatların düşük veya ücretsiz olması;

Anonimlik; insanlar arzularını gerçekleştirmede kendilerini özgür ve güvende hissederek.

Bütün bulgulara istinaden internetin; seks bağımlılarını harekete geçirdiğini, zorladığını, etkilediğini ve kontrol ettiğini söylememiz mümkündür.

Tartışma ve Sonuç

İletişim teknolojisindeki gelişmeler, bireyi olduğu kadar toplumu da beklenmeyen fırsatlarla kuşatmıştır. Fakat bu derece büyük bir etki, insanlık tarihinde öngörülemez bir aksiyonun da var olmasına neden olmuştur. Bu etki, 1450'li yıllarda Johannes Gutenberg tarafından icat edilen matbaa makinasının yaratmış olduğu etkiye benzerlik gösterir. Öyle ki matbaanın icadından önceki dünya ile sonraki dünya birbirinden farklı şekillerde ayrılmıştır. Bilginin yaygınlaştığı ve kayıt altına alındığı yeni bir dünya düzeni ortaya çıkmıştır. Bu yeni dünya düzeninde, bilgi dallarındaki derinliği ve geniş etkisi açısından internet teknolojisi lider konuma oturmuştur. Artık bu teknoloji, sosyal hayatın tüm alanlarını kapsayan, şekillendiren ve yönlendiren küresel yapının ve sosyal-eko dijitalleşmenin öncüsü olmuştur (International Investors Association, 2012). Özellikle teknolojik bir gelişme olarak kullanıldığını, doğrudan yararlar sağladığını ve bağımlılık oluşturmadığını düşünenler için internet; kullanıcıya araştırma, tatil planları yapma, ticari işlem, uluslararası kütüphanelere erişim, banka işlemleri, film izleme, müzik dinleme gibi çeşitli pratik uygulamalara izin veren bir gelişme olarak nitelendirilmiştir (Turkle, 1995, s. 103).

Bu olumlu gelişmelerin dışında internet, bağımlılığın tespiti ve teşhisini zorlaştıran son derece gelişmiş bir teknolojik araç olarak da kabul edilir. Özellikle internetin hızla genişlemesi ve modern hayata entegrasyonu, günlük hayatımızda çok geniş kapsamlı değişikliklere neden olmuştur (Young, 1998a, s. 238). Mevcut duruma dikkat çeken, ABD İnternet ve Teknoloji Bağımlılığı Merkezi eski müdürü Dr. David Greenfield, internetin bireyde kişisel bir güç ve etki hissi yarattığını belirtmiş ve insanlık tarihinde ilk kez yayın yapma yeterliliğinin gezegendeki herkesin elinde olduğuna ve bunun da sarhoş edici etkisine dikkat çekmiştir (Webpsychologist, 2014).

Bireyin internet kullanım düzeyindeki bu artış onu internet bağımlılıklarının türlerine karşı da savunmasız kılmıştır. Özellikle kişinin hayatındaki memnuniyetsizlik, başkalarına karşı yakınlık kuramaması, kendine karşı güvensizliği ve umut kaybı gibi duygular bağımlılık riskini artıran faktörler arasında yer almıştır. Buna benzer şekilde yaşamlarının birçok alanından memnun olmayan ya da rahatsız olan bireylerde internet bağımlılığı geliştirme olasılığının çok daha fazla olduğu belirtilmiştir. Çünkü birey, başka bir kaçış yöntemi bilemediği için bunu bir 'başa çıkma yolu' olarak görmekte ve tüm bu olumsuzluklar karşısında kendini ifade etme, aidiyet duygusu kazanma ve sanal olsa da bir kimliğe sahip olma umuduyla, internet ve onun bileşenleriyle kendine yeni bir dünya kurmaktadır. Bu yeni dünya düzeninde yer alan bileşenler arasında sıralanan ve kökeni çok eskilere dayanan kumar, oyun ve seks bağımlılığının çevrim içi versiyonu da bireyin problemlili internet kullanım riskinin gittikçe artmasına neden olmuştur (Young, 1998a, s. 239).

İnsanlık tarihi kadar eski olan kumar, oyun ve seks gibi bağımlılıklar değişen dünya koşullarında varlıklarını sürdürmeye devam etmişlerdir. Yaşamın her alanına nüfuz eden bilgi ve iletişim teknolojisindeki yapısal değişiklikler ve dönüşümler, bağımlılıkların da bu alana kaymasına yol açmıştır. Tatmin hissinin getirdiği haz alma duygusunun etkisiyle insan beyninin uyarıcılık özelliği dijital çağda etkisini artırmıştır. Küçük ve masum denemelerle başlayan, uygulamalardan para kazanan kitlelerin ortaya çıkmasıyla çevrim içi oyun, kumar ve seks, gelir getiren birer metaya dönüşmüştür. Bireyler, şirketler, hatta devletler ekonomik sektör olarak gördükleri bu alanlara yatırımlarını artırmışlardır. Konuyu toplum mühendisliği kapsamında gören ve bilişim teknolojisinde çok ileride olan ABD, Çin, Güney Kore gibi uluslar, bu alanda yatırımlarını artırmayı politik bir düstur olarak görmüş ve benimsemişlerdir. Kısacası çağımızın bağımlılığı olarak ortaya çıkan (çevrim içi) kumar, oyun ve seks, gelişmemiş ülke insanlarını hasta ederken, gelişmiş ülkelerin zenginleşmesine neden olmuştur.

Kaynakça

- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*. (5th ed.). ABD: American Psychiatric Publishing.
- American Psychiatric Association. (n.d.). What is addiction? Retrieved from <https://www.psychiatry.org/patients-families/addiction/what-is-addiction>
- Augenbraun, E. (2014). How real a risk is social media addiction? Retrieved from <http://www.cbs-news.com/news/how-real-a-risk-is-social-media-addiction/>
- Brian, D. N. G. & Hastings, P. W. (2005). Addiction to the internet and online gaming. *Cyberpsychology & Behavior*, 8(2), 110-113.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction a theory of problematic internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30(6), 625-648.
- Carnes, P. J. (2003). The anatomy of arousal: Three internet portals. *Sexual and Relationship Therapy*, 18(3), 309-328.
- Charlton, J. P. & Danforth, I. D. W. (2007). Distinguishing addiction and high engagement in the context of online game playing. *Psychology Journal Articles*, 23(3), 1531-1548.
- Cooper, A. (1998). Sexuality and the internet: Surfing into the new millennium. *CyberPsychology & Behavior*, 1, 181-187.
- Cotte, J. & Latour, K. A. (2009). Blackjack in the kitchen: Understanding online versus casino gambling. *Journal of Consumer Research*, 35(5), 742-758.
- Crépault, C. (1993). Une classification des désordres psychosexuels. *In Contraception, fertilité et sexualité*, 21(2), 177-183.
- Çam, E. & İşbulan, O. (2011). A new addiction for teacher candidates: Social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 14-19.
- Estellon, V. & Mouras, H. (2012). Sexual addiction: Insights from psychoanalysis and functional neuroimaging. *Socioaffective Neuroscience & Psychology*, 2(1), 1-13.
- Gainsbury, S. M. (2015). Online gambling addiction: The relationship between internet gambling and disordered gambling. *Current Addiction Reports*, 2(2), 185-193.
- Gambling Commission. (n.d.). Gambling participation: Activities and mode of access. Retrieved from <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/surveydata/Survey-data-on-gambling-participation-year-to-December-2014>
- Goodman, A. (1993). Diagnosis and treatment of sexual addiction. *Journal of Sex and Marital Therapy*, 19(3), 225-251.
- Green, C. S. & Bavelier, D. (2003). Action video game modifies visual selective attention. *Nature Publishing Group*, 423(6939), 534-537.

- Griffiths, M. (1990). The cognitive psychology of gambling. *Journal of Gambling Studies*, 6, 31-41.
- Griffiths, M. D. & Hunt, N. (1998). Dependence on computer games by adolescents. *Psychological Reports*, 82(2), 475-480.
- Griffiths, M.D. & Meredith, A. (2009). Videogame addiction and its treatment. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 247-253.
- Griffiths, M. D. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial Framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Griffiths, M. D., Binder, J.F. & Kuss, D.J. (2013). Internet addiction in students: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 959-966.
- Griffiths, M. D. & Parke, J. (2002). The social impact of internet gambling. *Social Science Computer Review*, 20, 312-320.
- Hing, N., Gainsbury, S., Russell, A., Wood, R. & Blaszczynski, A. (2013). The impact of internet gambling on gambling problems: A comparison of moderate-risk and problem internet and non-internet gamblers. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27(4), 1-21.
- Keepers, G.A. (1990). Pathological preoccupation with video games. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 29(1), 49-50.
- Khazaal, Y., Billieux, J., Chanal, J., Rochat, L., Gay, P., Zullino, D. & van der Linden, M. (2011). Psychological predictors of problematic involvement in massively multiplayer online role-playing games: Illustration in a sample of male cybercafe players. *Psychopathology*, 44(3), 165-171.
- Lejoyeux, M. & Weinstein, A. (2010). Internet addiction or excessive internet use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 277-283.
- McCormack, A. & Griffiths, M.D. (2012). Motivating and inhibiting factors in online gambling behaviour: A grounded theory study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(1), 39-53.
- McCormack, A. & Griffiths, M.D. (2013). A scoping study of the structural and situational characteristics of internet gambling. *International Journal of Cyber Behavior*, 3(1), 29-49.
- O'Hagan, M. & Mangiron, C. (2013). *Game localization: Translating for the global digital entertainment industry*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.
- Peele, S. & Brodsky, A. (1975). *Love and addiction*. New York: Taplinger.
- PsyCom. (n.d.). Internet addiction disorder. Retrieved from <https://www.psycom.net/iadcriteria.html>
- Rachlin, H. (1990). Why do people gamble and keep gambling despite heavy losses? *Psychological Science*, 1(5), 294-297.
- Raymond, J.G. (2003). Ten reasons for not legalizing prostitution and a legal response to the demand for prostitution. *Journal of Trauma Practice*, 2, 315-332.
- Reinecke, L. (2009). Games and recovery: The use of video and computer games to recuperate from stress and strain. *Journal of Media Psychology*, 21(3), 126-142.



- Salguero, R.A.T. & Morán, R.M.B. (2002). Measuring problem video game playing in adolescents. *Addiction*, 97(12), 1601-1606.
- Seifi, A., Ayati, M. & Fadaei, M. (2014). The study of the relationship between internet addiction and depression, anxiety and stress among students of Islamic Azad University of Birjand. *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 3(12), 28-32.
- Schneider, J.P. (2000). A qualitative study of cybersex participants: Gender differences, recovery issues and implications for therapists. *Sexual Addiction & Compulsivity*, 7(4), 249-278.
- Turkle, S. (1995). *Life behind the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Van Rooij, A.J. (2011). *Exploring a new phenomenon*. Rotterdam Erasmus University.
- Vaghefi, I. & Lapointe, L. (2014). When too much usage is too much: Exploring the process of it addiction. *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences IEEE*, 4494-4503.
- Yased, Information and Communication Technologies on the Road to 2023. (2012). Retrieved from http://research.sabanciuniv.edu/23989/1/YASED_Deloitte_2023_ict_on_the_road_to_2023_targets.pdf
- Yee, N. (2006). The demographics, motivations and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments. *Teleoperators and Virtual Environments*, 15(3), 309-329.
- Young, K. S. (1998a). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.
- Young, K. S. (1998b). *Caught in the net: How to recognize the signs of internet addiction and a winning strategy for recovery*. New York: John Wiley.
- Young, K.S. (2007). Cognitive behavior therapy with internet addicts: Treatment outcomes and implications. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(5), 671-679.
- Walker, M.B. (1989). Some problems with the concept of "gambling addiction": Should theories of addiction be generalized to include excessive gambling? *Journal of Gambling Behavior*, 5(3), 179-200.
- Wan, C. & Chiou, W. (2006). Psychological motives and online games addiction: A test of flow theory and humanistic needs theory for Taiwanese Adolescents. *CyberPsychology & Behavior*, 9(3), 317-324.
- Wardle, H., Sproston, K., Orford, J., Erens, B., Griffiths, M.D., Constantine, R. & Pigott, S. (2007). *The British gambling prevalence survey*. London: The Stationery Office.
- WebPsychologist. (n.d.). Internet addiction: Causes, risk factors and treatment. Retrieved from <http://www.webpsychologist.net/internet-addiction-causesrisk-factors-and-treatment/>
- Wood, R.T.A. (2008). Problems with the concept of video game "Addiction": Some case study examples. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 6(2), 169-178.



KAMU TERİM BANKASI

Kamu Terim Bankası, kamu kurumlarının uluslararası açıklama ve demeçlerinde tutarlılık ve bütünlük sağlanması amacıyla İletişim Başkanlığı tarafından hayata geçirilmiş bir terim havuzudur.

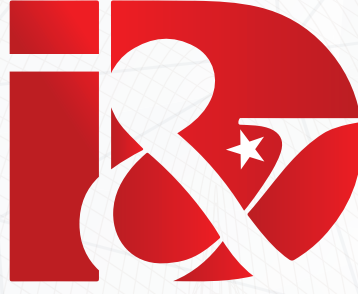
ktb.iletisim.gov.tr

Kamu Terim Bankası'na edu.tr ve gov.tr uzantılı e-posta adresleri ile üye olabilir ve terim önerisinde bulunabilirsiniz.



Son Aramalar





İLETİŞİM ve DİPLOMASİ
Communication and Diplomacy

