

[illegible]

4

PROCEEDINGS BOOK
COMMUNICATION AND MEDIA



28 Aralık
İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
2024 / İSTANBUL

"Bu proje T.C. İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü tarafından desteklenmektedir."



T.C. İÇİŞLERİ BAKANLIĞI
**SİVİL TOPLUMLA
İLİŞKİLER**
GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

10. ULUSLARARASI ÖĞRENCİ SEMPOZYUMU
BİLDİRİLER KİTABI - 4
10th INTERNATIONAL STUDENT SYMPOSIUM
PROCEEDINGS BOOK - 4

COMMUNICATION and MEDIA
İLETİŞİM ve MEDYA

Tasarım / Graphic Design
Cüret Karakaş
UDEF

ISBN: 978-625-7480-41-3

Yayın Tarihi / Publication Date
İstanbul, 2025

Yayınevi Bilgileri / Publisher

ULUSLARARASI ÖĞRENCİ DERNEKLERİ FEDERASYONU (UDEF)
FEDERATION OF INTERNATIONAL STUDENT ASSOCIATIONS

Adres: Ayvansaray Mah. Kariye Türbesi Sok. No: 24 Fatih-İstanbul
Telefon: +90 (212) 255 88 65 | Fax: +90 (212) 255 88 62 | E-posta: info@udef.org.tr

Düzenleyen Kurumlar / Organized by

Uluslararası Öğrenci Dernekleri Federasyonu (UDEF) | İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) |
Uluslararası Balkan Üniversitesi (IBU)

Destekleyen Kurumlar / Sponsoring Institutions

Bâb-1 Âlem Uluslararası Öğrenci Derneği | Sefire-i Alem Uluslararası Öğrenci Derneği
Mihrimah Uluslararası Öğrenci Derneği | TUMED | Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü
Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı | Esenler Belediyesi

Düzenleme Kurulu / Organizing Board

Dr. Selman Duran (Düzenleme Kurulu Başkanı) UDEF | **Dr. Salman Narlı** UDEF | **Abdul Raheem Akbari** UDEF | **Azamat Arpachiev** UDEF | **Cüret Karakaş** UDEF | **Imam Hissein Alio** UDEF | **Feyat Eren** UDEF | **Harun Söylemez** | UDEF **Barış Osman** UDEF | **İhsanullah Joya** UDEF

Organizasyon Komitesi / Organizing Committee

Ercan Akcan Bab-1 Alem UÖD | **Derya Şama** Sefire-i Alem UÖD | **Vildan Demir** Mihrimah UÖD
Mustafa Kesici Bab-1 Alem UÖD | **Yusuf Mugoya** Bâb-1 Âlem UÖD
Mücahit Durmuş Bab-1 Alem UÖD | **Tayfun Karagülle** Bab-1 Alem UÖD |
Hilal Yetimova UDEF | **Gürsel Furkan Meme** UDEF

Bilim Kurulu / Scientific Committee

Prof. Dr. Abdenour Nadji Badji Mokhtar Annaba University | **Prof. Dr. Ahmet Alibasic** University of Sarejevo | **Prof. Dr. Ahmet Gülmez** Sakarya Üniversitesi | **Prof. Dr. Cevat Özyurt** Manas Üniversitesi | **Prof. Dr. Ertan Özensel** Manas Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi | **Prof. Dr. Faruk Taşçı** İstanbul Üniversitesi | **Prof. Dr. Hakkı Yazıcı** Afyon Kocatepe Üniversitesi | **Prof. Dr. Hawa Kasule** Markere University | **Doç. Dr. Mehmet Ali Aydemir** Muş Alparslan Üniversitesi | **Prof. Dr. Mehmet Çevik** İzmir Katip Çelebi Üniversitesi | **Prof. Dr. Mesut Idriz** University of Sharjah | **Prof. Dr. Muhidin Mulalic** International University of Sarajevo | **Prof. Dr. Murat Çemrek** Necmettin Erbakan Üniversitesi | **Prof. Dr. Musa Alcı** Ege Üniversitesi | **Prof. Dr. Yakup Poyraz** Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi | **Prof. Dr. Yusuf Adıgüzel** Sakarya Üniversitesi | **Assoc. Prof. Dr. Delcho Leshkovski** Uluslararası Balkan Üniversitesi | **Assoc. Prof. Dr. Makame Omar** Makame State University of Zanzibar | **Assoc. Prof. Dr. Samarbek Syrgabaev** Bishkek Humanitarian University | **Doç. Dr. Ahmet Ayhan Koyuncu** Afyon Kocatepe Üniversitesi | **Doç. Dr. Furkan Beşel** Sakarya Üniversitesi | **Doç. Dr. Hayri Baytan Özmen** Usak Üniversitesi | **Doç. Dr. İbrahim Nacak** Selçuk Üniversitesi | **Doç. Dr. Md. Nazmul Islam** Rajshahi Üniversitesi | **Doç. Dr. Mesut Koçak** Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi | **Doç. Dr. Mohammad Naser Amin** Kabul Polytechnic University | **Doç. Dr. Mohammad Rafi Rati** Kabul Polytechnic University | **Doç. Dr. Nurul Huda Sakib** Jahangirnagar University | **Doç. Dr. Nurullah Altıntaş** Sakarya Üniversitesi | **Doç. Dr. Safiullah Omary** National Institute of Applied Sciences (INSA) | **Doç. Dr. Selçuk Atay** Karabük Üniversitesi | **Doç. Dr. Sifatullah Bahij** Kabul Polytechnic University | **Doç. Dr. Taha Eğri** Kırklareli Üniversitesi | **Doç. Dr. Zafer Çelik** Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi | **Asst. Prof. Dr. Ahmet Lökçe** Uluslararası Balkan Üniversitesi | **Asst. Prof. Dr. Marija Miloshevska Janakieska** Uluslararası Balkan Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Abuzer Gündüz** Sakarya Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Köroğlu** İstanbul Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Ali Osman Karaoğlu** Yalova Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Anar Jafarova** Hazar Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Burak Cıkıryel** Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Daşdemir Mahmandarov** Azerbaycan İlahiyat Enstitüsü | **Dr. Öğr. Üyesi Hasan Ramazan Yılmaz** İbn Haldun Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi İnayetulla Azimov** İstanbul Aydın Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Kamran Abdullayeva** Karadeniz Teknik Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ali Bolat** İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Mesut Barış** İstanbul Gelişim Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ayyıldız** Gümüşhane Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Ömer Akgül** Sağlık Bilimleri Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Rahmat Ullah** İstanbul Gelişim Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Samire Hasanova** Aydın Yakın Doğu Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Selman Duran** Medipol Üniversitesi | **Dr. Öğr. Üyesi Sultan Mahmud Ranan** Rajshahi University | **Dr. Öğr. Üyesi Youssoufa Soumanan** Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi | **Dr. Mehmet Baydemir** | **Dr. Rajab Idd Muyingon** Kabale University

İÇİNDEKİLER

Abdikadir Mohamed Hassan, Ahmed Dhubow Osman AI and Deepfake: Threats to Media professional Standards and Public confidence among Somali Media	7
Balym Abdurakhman Kadına Yönelik Şiddet ve Kadın Cinayetlerinin Sosyal Medyada Yansıması Saltanat Nukenova Örneği	19
Madina Zhangaziyeva Posthümanizm. Transhümanizm. Biomedya.....	34
Mohammed Abbas Al-najdi Dune Filmlerinde Arap ve İslam İmajı: Karşılaştırmalı Bir Analiz .	41
Rovshan Gulmammadov Futbolda Görsel Kimlik Kullanımı: Azerbaycan Premier Lig Kulüplerinin Logolarının İncelenmesi.....	57

AI and Deepfake: Threats to Media professional Standards and Public confidence among Somali Media

Abdikadir Mohamed Hassan¹, Ahmed Dhubow Osman²

Abstract

Deepfake and other related disruptions pose threats to media credibility and audience trust, especially in Somali media context. Deepfakes, often referred to as sophisticated synthesised media include looked-alike and made-up videos and audios generated by artificial intelligence that can be used to sway public opinion, distribute fake news and discredit authentic news sources. This study will therefore employ qualitative research techniques. This paper also explores Somali media organizations, policies, and technology companies in mitigating the aspects of deepfake. It stresses working together to build an approach that may involve the use of technologies, media awareness programs and policy-setting on the things that are right and wrong. The results show that the need to address the issue of public trust in the Somali media is complex and cannot be solved by the current technological development alone but has to embrace a more ethical, social practical standpoint. The study bridges the knowledge gap by focusing on Somalia's unique challenges and necessary adaptive strategies. Primary and secondary data were collected through questionnaires and key informant interviews, with a sample size of nearly fifty respondents selected using Slovin's formula and analyzed using SPSS version 16.0.

Keywords: AI, deepfake technology, Media, Somali Media and Modern society.

Introduction

Deepfakes are found at the nexus of emerging AI technology, human-machine interaction, and the discourse surrounding fake news. Artificial intelligence (AI) technologies enable the creation of fake audio and video content that seems remarkably authentic. It will therefore become more challenging for viewers to determine whether an audio or video recording is authentic or the product of a machine (Mattke, 2018). Artificial intelligence can be defined as the capacity of a system to accurately interpret outside data, to learn from that data, and to apply that learning to accomplish particular tasks and goals through adaptable change. The term "deepfakes" refers to the result of an "artificial intelligence-based image synthesis technique that involves creating fake but highly realistic video content," which can be used to "change how a person, object, or environment is presented." Not only is it feasible to alter the visual content, but "pre-existing voice recordings of an individual can be utilized to reverse engineer their speech and hear them utter any sentence." The spread of false information and conspiracy theories on social media, as well as automated propaganda and disinformation campaigns, are all closely associated with the malicious use of deepfakes (Godulla, Hoffmann & Seibert, 2021). (Godulla, et al 2021).

Deepfakes is a popular term for all digital fake content created using deep learning techniques. It began when a Reddit user named "deepfakes" claimed in late 2017 to have created a machine learning algorithm that allowed him to swap celebrity faces into pornographic videos. The most harmful

¹ Frenlance Journalist and MA of Journalism student at Erciyes University, Kayseri, Türkiye

² Freelance Writer, Laurea in Mechanical Engineering, Somali National University, Mogadishu, Somalia.

applications of Deepfakes are fake pornography, fake news, hoaxes, and financial fraud. As a result, the field of research previously focused on general media forensics is being revitalized, with increased emphasis on detecting facial manipulation in images and video (Rathgeb et al., 2022). Deepfakes can be categorized into four main types: face replacement, face re-enactment, face generation, and speech synthesis (Farid et al., 2019). To put it simply, face replacement is the process of 'sticking' someone's face (the source) to another person (the target). In this way, the target person's identity is revealed as the source person. Face re-enactment focuses on altering the characteristics of facial movements. There is no shift in the identities of the two people here. The goal is to manipulate facial expressions as needed, making it appear as if they said something they did not. Face generation produces entirely new facial images. Speech synthesis is a new branch of this field that aims to create infrastructure capable of reading any text in the target person's tone. In a nutshell, deepfakes are "synthetic videos that closely resemble real videos" created using artificial intelligence to manipulate video and audio (Temir, 2020). The purpose of this study is to explore the impact of AI and deepfake, especially the role of the deepfake in spreading misinformation on social media leading to the loss of the public's trust in the Somali media. Through evaluating these challenges, our research aims to contribute to the understanding and reading of the context of the Somali media and the artificial intelligence. Our objective is to analyse and display how ai-generated, deepfake, facilitates the popularity of inaccurate information, creates uncertainty space and threatens the professional and standard of the Somali media.

Impact of the Deepfake

In 2018, a video featuring former US President Barack Obama speaking straight to camera in what appears to be the Oval Office was published by BuzzFeed. Obama's face is the only thing visible for the first thirty-five seconds. Obama makes a few somewhat surprising remarks before revealing the biggie: "President Trump is a total and complete dipshit." "Now... you see, I would never say these things, at least not in a public address, but someone else would... someone... like Jordan Peele," he says after a short silence. At this point, BuzzFeed's video's actual purpose becomes clear. It's not Obama speaking here. Obama is seen on the left side of a split screen, with Jordan Peele, a well-known American actor, comedian, and director, on the right. Obama and Peele have identical lip movements and facial expressions. Obama's face has been digitally recreated by Peele's production team to resemble his using artificial intelligence. Peele's voice impersonating Obama while AI synthesizes his face makes it obvious that this is a clever PSA about how online video can be altered. The BuzzFeed video went viral right away. (Andrew Chadwick and Cristian Vaccari, 2020). During the 2020 World Economic Forum Meeting in Davos, USC associate professor Hao Li captivated and amused the notable attendees with a screen installation that let them overlay a live recording of their own face with that of a select few Hollywood actors, like Will Smith or Leonardo DiCaprio. All of the recorded user's movements and words would appear to be mimicked by the actor of choice. The purpose of the installation was to showcase the potency of deepfakes, which are artificial intelligence-generated manipulated images. Speaking at the conference under the title "Do Not Believe What You See," Hao Li also addressed "a new dimension of fake news that pose[s] a danger to democracy and vulnerable groups" (World Economic Forum, 2020). A recent discourse analysis indicates that the public discourse surrounding deepfakes primarily revolves around this malevolent political possibility (Gosse & Burkell, 2020). Human rights organizations worry that authoritarian regimes may use deepfakes for their own purposes (Gregory, 2021), policy analysts fear the "challenge to truth in politics" that deepfakes pose (Galston, 2020), and journalists even perceive a general threat to democracy (e.g. Frum, 2020; Parkin, 2019; Thomas, 2020). In addition, early in 2022, Volodymyr Zelenskyy, the president of Ukraine, was shown in a deepfake video "urging" Ukrainian fighters to surrender to Russia and lay down their weapons. In AI, trust has emerged as a highly popular concept.

The use of deepfake technology may have a detrimental effect on African politics. Among these effects are the following: Initially, spreading false information and causing political unrest. False narratives can be produced with deepfakes and quickly propagate via social media and other platforms, inciting hatred. Second, a problem brought on by deepfakes is the erosion of trust. A general mistrust of the media and official communications may result from an inability to discern between authentic and fraudulent content. This damages political institutions' reputation, which makes voters more cynical and indifferent. Third, election manipulation is possible with deepfakes. During elections, the AI tools might be used to manipulate public opinion or undermine political candidates. These instruments are likely to present a candidate in an unfavorable light, which could influence voters' perceptions and affect the result of an election. Fourthly, tensions already present may be heightened by deepfakes. Deepfakes have the potential to worsen social and political unrest by increasing already-present risks in areas where tensions are already high. Deepfake technology has the potential to destabilize political discourse, particularly given Africa's diverse and dynamic political environment. For this reason, it is important to exercise caution and develop methods for identifying and countering deepfakes (Chialuka et al., 2024).

Deepfakes in Africa include unusual videos circulated on social media platforms in Burkina Faso in January 2023, seemingly endorsing the military junta. However, their movements were stiff, and their lips were out of sync with their words, which is a common feature of deepfakes. In Gabon, President Bongo had left the country for medical treatment, raising concerns about his health. When a video of the President was eventually released, it sparked speculation because of its unusual nature. In October 2023, cybercriminals used deepfake technology to impersonate African Union Commission Chairperson Moussa Faki Mahamad, producing realistic fake videos and audio recordings (Chialuka et al., 2024). In Apr 2024, the Somali's social media platforms, has gone viral an ai-generated deepfake video, former president of US, Donald J. Trump, highlighting the Somali's food including goat meat, rice and anjero. Trump says he will make Somali food America's national dish if he wins the election. This campaign video demonstrates how Trump's supporters hope to secure the public's attention and influence Somali Americans' votes (Garowe Online, 2024).

Disinformation and Somali Media

According to Wardle and Derakhshan (2017), who investigate the "information disorder" and its associated challenges, research on disinformation is critical to finding solutions for its mitigation. "Information that is false and intentionally created to harm a person, social group, organization, or country" is how the authors define disinformation (ibid., p. 20). The purpose of disinformation is closely related to that of malicious deepfakes, with the exception that deepfakes are created using artificial intelligence technologies. The obvious source of the problem is that deepfakes can deceive people. Even if viewers are not deceived by a deepfake, they may become unsure whether their content is true or not. Uncertainty is conceptually different from ambivalence. Ambivalence occurs when people are faced with a decision on which they have opposing views, and "additional information only heightens the internalized conflict" (Alvarez & Brehm, 1997, p. 346). As Downs (1957) argued, citizens are uncertain because the costs of gathering accurate information are prohibitively expensive. Deepfakes may raise the costs of obtaining accurate information, resulting in greater uncertainty. Thus, we investigate whether deceptive deepfakes create uncertainty about the information they contain. If deepfakes, among other forms of disinformation, succeed in increasing uncertainty, one of the most serious consequences may be a loss of trust in news on social media, where deepfakes are most likely to spread (Vaccari & Chadwick, 2020).

The Somali media landscape is lively with breaking news and opinion; however, it is inundated with sites that spread disinformation. While some are intended to gain an audience in order to monetize them

through advertisements, others are the work of political actors attempting to influence audiences. Somalia is no exception; political parties and substate groups engage in political disinformation, creating a murky media environment that is antithetical to the goal of establishing a free and democratic state. As a result, the spread of disinformation threatens Somalia's nascent democratic institutions. This free-for-all environment has generated the government's interest, prompting the introduction of several iterations of a draconian media law in 2007, 2016, and 2020.² While the stated goal of these laws is to improve news accuracy and combat fake news, they actually create a hostile environment for individual journalists reporting on the news. Government actions and regulations to address disinformation risk censoring genuine sources of information that could be considered unfavourable to the ruling party (Marqaati, 2020). Disinformation is a global issue, and some people and organizations actively participate in the spread of hate for their own benefit, but in Somalia it presents unique challenges for consistently misleading, that many people can't distinguish the fact and propaganda. The situation in Somalia is comparable, with a large population that has easy access to smartphones and other modern technologies, including the internet. Furthermore, some people are disseminating misleading information for political gain because there is no system in place to control or appropriately handle social media content. A social media disinformation campaign in the nation has been accused by both the opposition and the government. The propaganda and false information become a major problem that can affect how the government makes decisions and harm the country's economy (Agency, 2022).

While Somalia dealing this issue, it has been also faced with the threat of the misleading generated by ai-based software, deepfake, and this is leading the media's phobia. This is don't only affect the society but also had an impact on government institutions shaping in various aspects such as decision making, the communication strategies and the state-building. In this situation the questions that arises is; Does the public have the capacity to identify disinformation generated by the deepfake? How the government can build the trust with the public? According to (A. Gaas, 2023) many Somalis do not trust the media can provide accurate and impartial information. This is due to a variety of factors, including media politicization, media outlets spreading misinformation and disinformation, and a history of censorship.

Materials and Methods

In this section gives an overview of the methodological approach used in the study targeting the subject of AI and deepfakes and its effects on the standards among the Somali media professionals and the public confidence. The research methodology consists of two key components: the study area and the data collection strategy are extensive. The study adopts descriptive research methodology whereby research objective is addressed through the various research instruments both qualitative and quantitative. The participants of the survey are Somali media practitioners, ordinary journalists, editors, regulator officials, and academics interested in media and technology. Based on this argument, the main data collection tools used in this research were structured questionnaires and in-depth interviews. The participants involved in the study group comprised of 60 people who are from the media, educators in the media institutions, and AI/deepfake experts. Respondents for the study were selected through purposive sampling, and a sample size of 52 participants was adopted for the study. This sample was comprised of individuals who might provide insights on the dangers that AI and deepfakes pose to the media business. The participants were composed of 15 Media and Communication Professionals, 11 Engineering and Technology Professionals, 16 Students and Academics, and 10 General Audience. Participants were chosen based on their understanding and use of media ethics, AI, and deepfake, as well as their willingness to offer relevant insights into the research question. To determine the

appropriate sample size, Slovin's formula was applied to calculate the number of respondents, using the following formula:

$$n = \frac{N1 + NQ2}{1 + Q2} = \frac{601 + 60((0.05)^2)}{1 + (0.05)^2} = 52$$

Data analysis was conducted using statistical analysis tool known as Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). This tool helped in proper arrangement of data for frequencies and cross tabulation as well as for more elaborate view of the correlation between different variables. As a data processing tool, SPSS proved to be very helpful for the quantitative questionnaires' results processing, as well as profound qualitative interviews' analysis. In this study, a purposive sampling method was adopted whereby the researcher by his/her own volition identified key participants knowledgeable in AI, deepfake technologies and effects on Somali media. This approach was adopted to increase the possibility of selecting only highly knowledgeable respondents on the subject area in order to get quality and relevant data. convenience sampling was particularly useful where sampling was done specifically looking for key informants rather than the sample size, enabling the research to obtain first-hand information from people vulnerable to the adverse consequences of AI and deepfakes for media professional codes and the public's trust.

Results

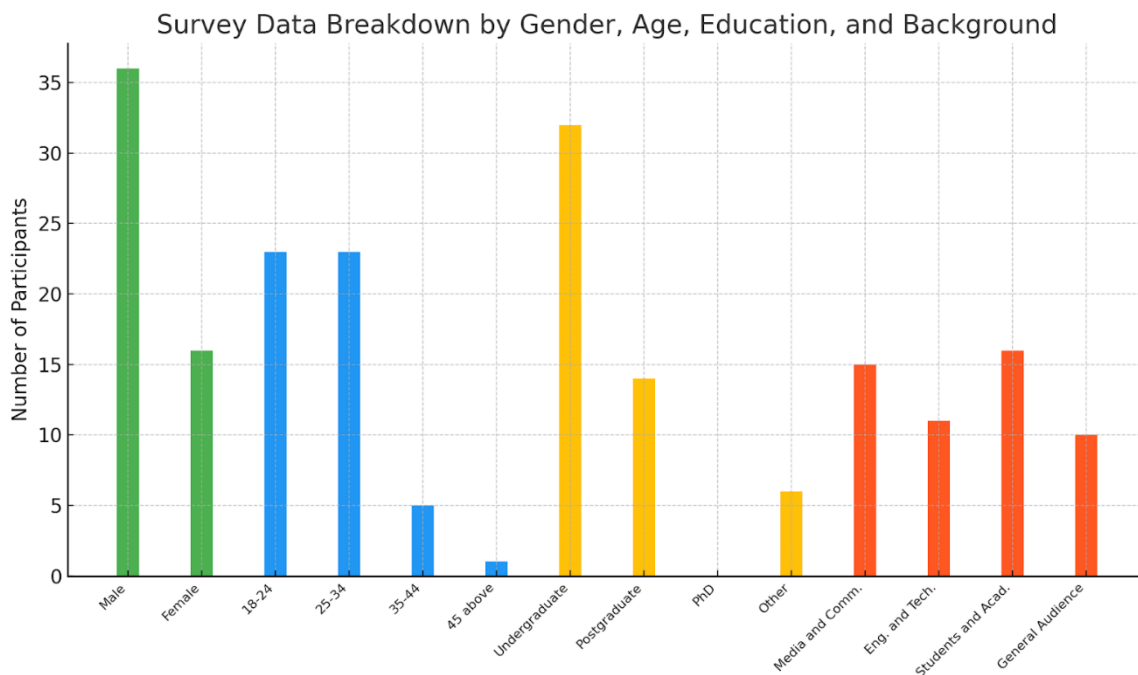
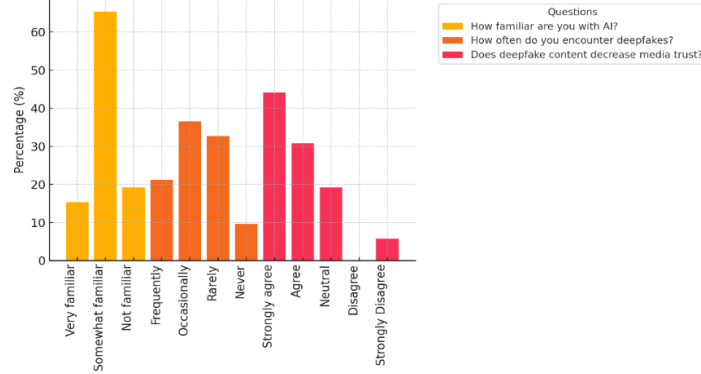
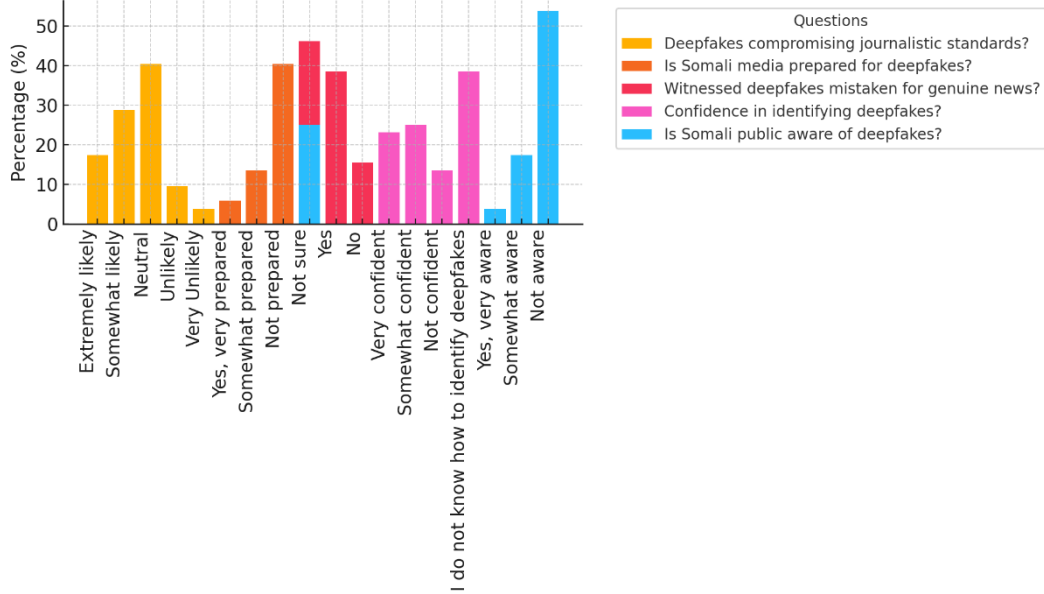


Chart 1: Column Charts Represent the Demographics and Background Information of the Respondents.

Survey Results for AI Familiarity, Deepfake Encounters, and Media Trust Impact

**Chart 2:** This chart illustrates the perceived threat of deepfakes to the Somali media

Survey Results for Deepfakes and Media Preparedness

**Chart 3:** This chart presents the measures Somali media should take to combat deepfakes.

Survey Results for Deepfake Threats, AI Act, and Media Regulations

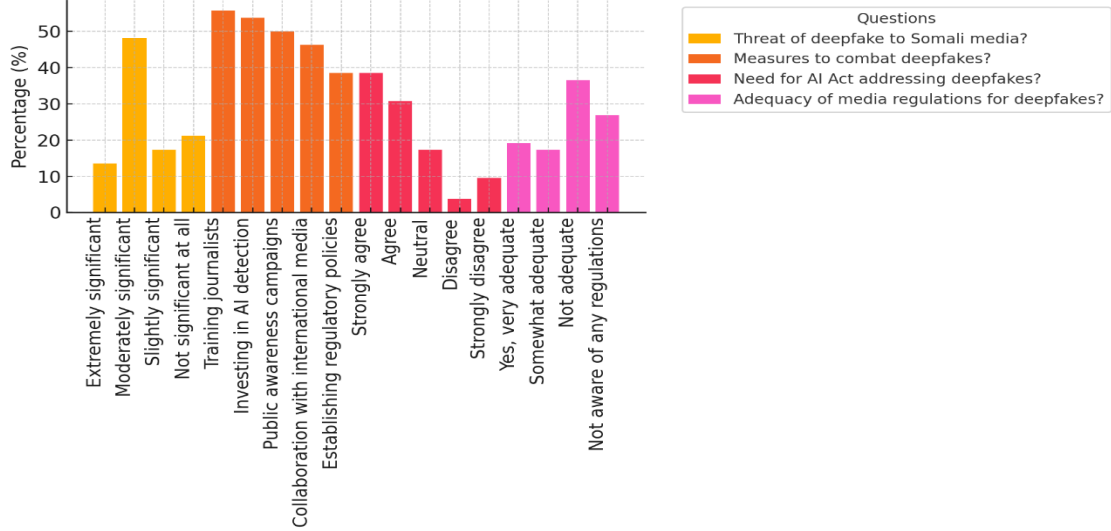


Chart 4: This chart shows respondents' views on whether Somalia needs an AI Act to address deepfakes

Data provided in this paper focuses on the knowledge and understanding of the general public of AI and deepfakes in the Somali media sector. It covers the level of awareness about AI, how often people come across deepfakes, worries about the effects that they may pose to the credibility of reportage, and beliefs about the capability of media in Somalia to meet these challenges. Interviewing 52 participants provided valuable information regarding the position of the Somali media regarding AI and deepfakes at the time of the survey. Under the sample population of this study a 65.4% of the respondents reported that they have a somewhat familiar knowledge of AI, indicating that AI moderate awareness exists. However, 19.2% of the participants responder's they do not know the artificial intelligence, which is another indication that there is a lack of awareness concerning the technology. As for the AI knowledge, only 15.4% of them stated they are very familiar with it, shows there in a lack of further understanding, which might affect their ability to scrutinize the threat of AI contents including the deepfakes. Frequently, 21.2%, of the respondents stated that they often come across deepfake content on social media and news platforms when asked. A majority of the respondents, 36.5% reported coming across deepfakes occasionally, 32.7% rarely. For that matter, whether the occurrence is consistent, rare, or isolated, the circulation of deepfakes in platforms accessed by the Somali public has begun. But, conversely, 9.6% of respondents pointed that they never come across to it, which point out that there could be a difference in media consumption or their awareness. This study estimates deepfakes as a severe danger to articles and media credibility as 17.3% of the participants believe that techniques using deepfakes may go to extremes and erode values such as journalistic and media integrity. Another 28.8% consider it fairly probable and 40.4% are in a state of moderate undecidedness. For 'unlikely' it is 9.6% while a 'very unlikely' is only 3.8%. The threat deepfakes pose to the credibility of the media has caused concern to users, though a good number of users are still unsure or have a moderate level of concern about deepfakes.

The work shows that Somali media is incredibly ill-equipped to address deepfakes, based on the gathered data. A high percentage of respondents 40.4% are of the opinion that the media is not ready and 40.4% respondents are unsure. Whiles 13.5% responded somewhat prepared. As it pertains to the safety of media, only a small minority saw the media as very prepared, only 5.8%; therefore, the general public, inclusive of the media professionals, do not have adequate skills and tools that would enable them to deal with deepfake content. During the survey, when respondents were asked if they had seen or

personally encountered a deepfake, that was mistaken for the actual news, 38.5% of the participants stated that yes, deepfakes exist and have been already creating some confusion in the media space. Most notably, 46.2% of the respondents are unsure if they ever interacting with the deepfake, which speaks about both, the advancement of deepfakes and the public's ability to detect them. Regarding to the attitude towards deepfake, 15.4% of the participants stated they never came across such content, which indicates that the dissemination of deepfake content is more widespread than expected.

The statement that deepfakes undermine people's confidence in media, 44.2% of the respondents strongly agree, and 30.8% agree with this statement. While 19.2% are natural. Again, no one was in doubt, as 0% of the respondents disagreed that deep fakes lower trust. But 5.8% of respondents strongly disagreed that deepfakes are damaging for society which means that although most of the participants see the threats deepfakes poses to the society and the public trust in the media, while 5.8% do not think that they are dangerous. This consensus has informed a rise of a need to respond to the deepfake threat in order to uphold credibility in the media. When respondents were asked about how confident they are in the ability to identify deepfake content only 23.1% were very confident the other 25% were somewhat confident 13.4% not confident at all. Most appalling, 38.5% of respondents said that they have no idea on how to tell apart deepfakes, which is a revealing indicator of digital illiteracy. Through deepfakes, the public may be exposed to disinformation with no realizing it and continue with any existing instability in media. A majority of the respondents 53.8% believe that the Somali society has no knowledge of the dangers of deepfakes. Only 3.8% of respondents think that the public has very high level of awareness and 17.3% think that the public has a somewhat high level of awareness. The deficiency proves the importance of organizing informative campaigns to raise awareness about threats connected to deepfake tech. Therefore, if the public remains in the dark about such misleading, deepfake news will dominate the media and newsfeeds.

Regarding the deepfake threat, the chosen solution is divided as follows: 55.8% of respondents suggested that journalists should be trained to recognize deepfake content, and 53.8% believe that AI detection tools should be developed. The participants proposed a recommendation, while majority 50% and 46.2% proposed creating for a public awareness and partnership with the international media organization, respectively, and 38.5% of the respondents are recommend formulation of regulatory policies. These measures seem to suggest that the current and future problems of the Somali media industry require comprehensive strategies to overcome as part of the campaign against deepfake content's deteriorating impact on the journalistic profession and its public.

Discussion of findings

The demographic information shows that the participants are a well-diversified group in terms of gender, age, education, and workplaces.environment of the study On the AI and deepfake threats that Somalia media exposes its viewers, the demographic data provided offer significant insight. The gender distribution of responses was also skewed towards male respondents; 69% of respondents were male while only 31% were female, hence there could be a possibility the limited access to media technology in some region of Somalia has a restriction of female access to technologies as seen globally. According to the age, 88,4% of participants are within the age range 18-34, suggesting a relatively young audience, which in terms of technology and social networks, where deepfakes are actively distributed, is more susceptible. Regarding the education achievements, 61.5% of the participants have an undergraduate degree and 27% of participants have postgraduate degree, that proves that the participants could understand the nature and difficulties of the AI and media ethical issues. Most strikingly, there were no participants who had a PhD, may be suggesting the absence of up-to-date exposure to research in AI-related areas in the group. The respondent's professional background is diverse: the biggest part of them

are students and academics (30,8 %) while 28,8% respondents are employed in the media and communication industries. It gives a wide range of information as these groups are producers, as well as users of media content. Technical personnel specialising in engineering and technology amount to 21.2% of the sample, offering their expertise in understanding technicalities of deep fake technology while the general public is comprised 19.2%. The combination of demographic factors diversifies this analysis and provides the necessary understanding of the threats posed by deepfakes to the Somali media landscape and the relevance of interdisciplinary discussions of this issue. The study is a useful contribution that aims to explore the newest threats that AI and deepfake present by identifying the major challenges within Somali media threat landscape both to professionalism and public trust. The analysis demonstrates that, as much as deepfake and other promising AI technologies are capable of revolutionizing the industry, they also problematize that media institutions in Somalia are ill-equipped to handle. This section looks at the implications of these findings with reference to current global trends and context within which Somali media operate. In Globally, artificial intelligence has recently been the cause of fakes and the accuracy of media information, as several individuals including Barack Obama and Volodymyr Zelenskiy became victims of such fabrications. In Africa, and more specifically in Somalia, the use of such technology has its effects deepened by political insecurity, a immature media supervising construction and generally low media literacy. Deepfakes as a phenomenon distort the authenticity of the information distributed by media outlets, undercuts the trust people have in journalism, and poses a severe risk to the professionalism of media. In general, this study depicts that the Somali media context is not well equipped to tackle deepfakes. Being that 40.4% of the respondents opine that Somali media is not prepared to confront AI-generated fake news, the statistics show that they lack both expertise and equipment. This brings questions as to what role does the media play in a society where people get their news feeds mostly from social media sites hence a high probability of receiving doctored content.

The public trust of media is one of the cornerstones of any democratic society. Though, as this paper has established there is a lot of diluted confidence that the Somali media enjoys from the public. From the above results, 44.2% of the respondents strongly agreed that deepfakes led to the decrease of trust in media and it was clear that the credibility of news reports was in doubt. This puts it in line with other developments in areas such as Africa that are a subject of deep fakes and propaganda. In particular, the following issues can be stated In Somalia media has been used by political parties and other interest groups as means of manipulation and deep fake add another dimension to somalian messy information environment. Further, it was established that even with deepfakes trending among Somalis, the Somal public as a whole is not well-equipped to understand that it is fake information and 38.5% of the respondents said they cannot differentiate between real and fake content. This research finding is rather shocking given the fact that the general public is easily influenced in ways that could pendulum swing the social coexistence within a society and ultimately affect political stability of a country. It is clear that the fight against deepfake can only be carried out using IT solutions and media literacy campaigns. Regarding the next steps, the study shows that the majority 53.8% of respondents judges that AI detection tools should be designed to help journalists & media organizations to detect fake news. Of course, technology can be helpful in this effort — but the effort must transcend technology. It is, however, crucial that media professionals themselves learn how to identify deepfakes and, as proposed by 55.8% of participants, train themselves to do so. Without such training, even with all the development in technology, the best in detection devices will not be enough to stop the creation of fake content. Besides, training journalists should acquire skills, it is also high time the general population became aware of the risks deepfakes pose. More strikingly, 53.8% of respondents are of the opinion that Somali society does not know these threats, which is why there should be massive awareness creation programs. The general public needs to be enlightened on how they can dissect media content as well as learn how to detect positive signs of deepfake content, especially in the news. Legal frameworks remain emerging

in Somalia especially when it comes to issues to do with AI and deepfake technology. According to the respondents, there is truth in the statement they come across with often suggesting that some form of regulatory policies be drawn. In mediating misinformation and disinformation, however, they will always stress the importance of free speech, where it should be used appropriately, free of restrictions. Somalia attempted to pass media laws in the past and such extreme measures may put restrictions and eventually an end to independent journalism. Hence, the need to come up with strategies that will serve to increase transparency and accountability to the media sector. International media organizations could also offer useful assistance in formulating related regulation frameworks as partners. International cooperation can also bring in the technology know-how and the capacity-building prospects for Somali reporters and rule-makers to enhance the countermeasure of deepfake issues. Finally, this study focuses on the notion that ethical practices should be used when dealing with AI technologies within the media sphere. As much as technology avails new opportunities in media, it has to be done under certain laps that will ensure integrity of media and trust by the public. In this regard, Somali media organizations should consider to partner with both technologies based companies as well as civil society organizations so that they can exercise effective measure with regard to AI and deepfake technologies. Future research could also extend the analysis of the effects that deepfakes have on the society focusing more closely on the best practices when it comes to counter-measure that can be put in place such as AI driven detection tools and or public campaigns. Also, to deserve proper attention is the question of how deepfakes can affect political proceedings in Somalia because of the country's instability. In conclusion the threat posed by deepfakes to Somali media is not unidimensional problem that can be fixed by engineering interventions. This calls for a formidable three-pronged attack, namely the policy change, sensitisation of the public and, interdisciplinary cooperation with the global community to protect credibility of the media. This study opens up discussions for these challenges, but more efforts are needed to enable the Somali media professionally working through the deepfake future.

Conclusion

The study carried out shows how the challenges created by AI-generated deepfakes are central to professionalism and the credibility of the media, especially the Somali media. Being a phenomenon resulting from the development of AI technologies, deepfakes have proven themselves capable of causing a problem in the misinformation of the public and leading to distrust of reliable news sources. As this paper finds, despite the many technological benefits that AI brings, its addition to media has its negative impacts, particularly in Somalia where media technology and consumption remain a work in progress. According to the survey, the general population seems at least partially informed about AI; however, they are mostly incapable of distinguishing or defending against deepfake content. This seems quite worrisome, given that it's such a huge gap where misinformation should ideally run rampant in a country as such complicating an already volatile media landscape. Moreover, the study also establish that Somali media is not prepared to address in the technological and ethical implications posed by deepfakes. The study also reveals that both media practitioners and the audiences themselves are not well equipped with the skills and resources to deal with such threats. It remains crucial, however, to train journalists in how to identify deepfakes as well as mitigate them, as the results of the study using technological solutions such as detection tools formulated with AI in addition have demonstrated. People also need to be informed so they can recognize it and think twice before believing the information presented to them. Unless there is collaboration to intervene these problems, effects of deepfakes will further jeopardize the credibility of media and trust in southernt sided Somalia. Finally, the study urges the researchers to employ a simultaneous approach to counter the administration of deepfakes in Somali media. The following strategies should be implemented: policy change, public education and diplomacy. Legal solutions concerning AI and media ethic must be designed and enacted in order to fight fake news

endangering freedom of speech. That is why the global partnership with technology companies and media organizations can become the key source of the necessary resources, including the AI-based detection tools and training of journalists. The collaboration of the Somali media, technology companies, civil society organizations, and international organizations will be of great importance in the protection of media and the public's trust in the climate of emerging AI threats. As enlightening as this study is for these topics, it is even more important to suggest more work and effort be made in the effort to keep Somali media relevant and protected as society enters into the age of deepfakes.

Recommendations

The following recommendations are made based on the conclusions in this study to reduce the risks of AI-produced deepfakes for undermining media professionalism and the general public's trust in Somalia.

Capacity Building for Media Professionals: There is an urgent need to train the Somali media practitioners to detect deepfake content. Workshops must be conducted to ensure that practicing journalists and editors especially those working for the television stations. This will lead to improvement of professionalism and thus they will effectively observe the standard measure of professionalism.

Adoption of AI Detection Tools: Media organizations should seek to develop AI detection tools that may be used for purposes of detecting deep fakes. It can help the journalists and editors to further, assure the correctness of an information before it is released to the public.

Public Awareness Campaigns: The media should be used to familiarize the common public with the deepfakes risks as well as how to differentiate them. Because the majority of Somali people remain somewhat 'illiterate' of these threats, these campaigns would assist in lessening the effects of disinformation and increase media literacy.

Strengthening Legal Frameworks: Policy makers should strive to develop legislation on both AI and media in relation to the ethic use of Artificial Intelligence in especially in the area of the use of deep fake. The current legislation should be aimed at protecting freedom of speech while promptly prescribing liability for those persons and organizations that disseminate fake information using deepfakes.

International Collaboration and Partnerships: Somali Media organizations should look for cooperation with international media associations, ICT firms, and NGOs in order to sign for the resources and know-how on how to fight deepfakes.

Media Literacy Education in Schools: The integration of media literacy into the school-going population can only happen for the country to be ready when years of disinformation attacks happen.

Research and Development on AI and Deepfakes: As much as this has been useful, the question then rises as to whether Somali academic institutions should advance their research interests on AI and media. It will assist in bridging what remain unknown about deepfakes and the associated threats in the Somali context and assist in the conceptualization of effective solutions. By following these recommendations Somalia can go far to reducing the impact of deepfakes and maintaining the integrity and professionalism of Somalian Media.

Acknowledgment

We would like to sincerely thank all the people who graciously agreed to be part of our volunteer pool our survey. Lacking their significant inputs, this research would not have been possible. This brings up an interesting question. Their willingness to share their resources of time and information probably contributed immensely in enhancing the data and content knowledge fed into the study improving the quality of this study in general terms. We are deeply grateful for their kind cooperation and assistance in conducting the survey.

References

BBC Media Action. (n.d.). *Tips for tackling misinformation in Somalia*. BBC. <https://www.bbc.co.uk/mediaaction/insight-and-impact/insightblog/somalia/somalia-misinformation-tips>

Garowe Online (2024, April 18). *The video, enhanced by Artificial Intelligence (AI), shows the former president of the United States talking about the foods that are famous among Somalis*. [Video]. Facebook.

<https://www.facebook.com/share/v/17aUTvK1sa/>

Marqaati. (2020, December). *Akhbaar Huban: Combating disinformation in Somali media*. Marqaati. <https://marqaati.org/en/2020/12/akhbaar-huban-combating-disinformation-in-somali-media/>

Mkparu, U., Kungu, W., Onuoha, C. P. M., & Adekoya, K. THE ROLE OF AI IN COMBATING POLITICAL DEEP FAKES IN AFRICAN DEMOCRACIES. *institutions*, 33, 2.

Northwestern Buffett Institute for Global Affairs. (2023, July). *The rise of artificial intelligence and deepfakes*. Northwestern Buffett Institute for Global Affairs.

Rathgeb, C., Tolosana, R., Vera-Rodriguez, R., & Busch, C. (Eds.). (2022). *Handbook of digital face manipulation and detection: From deepfakes to morphing attacks*. Springer.

TEDx Talks. (2023, September 15). *The power of AI: Shaping the future* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/vqFsaKhGdDY?si=49ucJK2q2Kc08o2V>

Temir, E. (2020). *Deepfake: New era in the age of disinformation & end of reliable journalism*. Selçuk İletişim Dergisi, 13(2), 1009-1024.

Kadına Yönelik Şiddet ve Kadın Cinayetlerinin Sosyal Medyada Yansıması Saltanat Nukenova Örneği

Balym Abdurakhman¹

Özet

Kadına yönelik şiddet, herhangi bir sosyal, kültürel veya dini farklılık gözetmeksizin tüm toplumların önemli bir sorunu olarak kabul edilmektedir. Fiziksel, ruhsal ve cinsel şiddet formlarını içeren bu sorun, sağlıklı toplumların oluşmasını ve gelişmesini sağlamaktadır. Alınan, yasal, siyasal ve idari önlemlere rağmen, Kazakistan dahil olmak üzere dünya genelinde kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin önlenememesi, dikkate değer bir gerçektir. Kazakistan Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı'nın verilerine göre, Kazakistan'da kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddet sonucunda her yıl yaklaşık 400 kadın hayatını kaybetmektedir. Bu bağlamda, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri günümüzde alternatif medya karakteri kabul görülen, sosyal medyanın gündemine taşıdığı temel konulardan biri olarak değerlendirilmektedir. Özellikle kadına yönelik şiddetin azalmaksızın her gün, Dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleşiyor olması, sosyal medyanın bu konu üzerinde durmasına, farklı kampanyalar başlatmasına ve toplumda farkındalık oluşturabilecek şekilde yansıtmasına neden olmaktadır.

Bu çalışmada, analiz edilecek örnek 9 Kasım 2023 gerçekleşmiş olan Saltanat Nukenova cinayetidir. Saltanat Nukenova cinayeti sosyal medyada #Saltanatiçin, #Saltanatiçinadalet hashtagler aracılığıyla gündem olarak yer almış ve kadına yönelik şiddet konusunda farklı kampanyaların başlatılmasına neden olmuştur. Bu çalışmanın amacı, Kazakistan'da yaygın olarak kullanılan Instagram ortamında Saltanat Nukenova cinayetinin nasıl yansıdığını ve Ne MolchiKZ Sivil Toplum Kuruluşunun kampanyalarının toplumda nasıl bir etki yarattığını incelemektir. Araştırmanın temel amacı, Kazakistan'da kadına yönelik şiddeti ve kadın cinayetlerini önlemekte sosyal medyanın etkili bir şekilde nasıl kullanılabileceğini incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Kazakistan, Kadına Yönelik Şiddet, Kadın Cinayetleri, Sosyal Medya.

Disiplin: Gazetecilik Ana Bilim Dalı

Giriş

Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri, tüm dünyada sosyal bir olgu, hukuken bir suç ve ahlaken bir sorun olarak gündemde yer almaktadır. Dünya genelinde, cinsiyetçi yaklaşımların bir sonucu olarak kabul edilen kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri, farklı coğrafyalarda farklı frekanslarda gerçekleşmekte olup, tüm insanlığın ortak bir sorunu haline gelmektedir. Kadına şiddet ve kadın cinayetleri vakalarının her geçen yıl artışı, tüm toplumsal kurumların bu olguya karşı yeni çözüm arayışları geliştirmeye teşvik etmektedir. Şiddet, erken yaşta ölüme, anne ölümlerine, sağlıklı bebeklerin doğumuna, intiharın ve cinayetlerin artmasına sebep olabilmektedir. Bu olumsuzluklar

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi (MA Student) Kocaeli Üniversitesi

kadının toplumdaki rolünü, kişisel gelişimini, çalışma hayatını etkilemektedir. Şiddete maruz kalan kadınların, şiddet olayına şiddetle karşılık verdikleri ve sonrasında depresyona eğilimli hale geldikleri gözlemlenmiştir. Depresyon sürecinde ilaç suistimali, intihar girişimi, çocuklarına karşı saldırgan davranışlar izlenmiştir (WHO, 2005). Dolayısıyla, bu sorunları önlemek ve kadına yönelik şiddetin, kadın cinayetlerinin olasılığın azaltmak amacıyla devlet politikaları, yasalar, özel kurumlar ve medyanın yanı sıra sosyal medya etkili çalışmalarını sürdürmektedir. Günümüzde, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri ana akım ve sosyal medya haberlerinde sıkça konuşulan, gündem olan konulardan biridir. Bu bağlamda, medyada ve sosyal medyada yer alan kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri konulu haberlerin, paylaşımların içeriği, sunum şekili, dili önemli bir unsur olarak görülmektedir. Özellikle sosyal medya, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleriyle mücadelede giderek daha stratejik ve etkili bir platform haline gelmiştir. Günümüz iletişim çağında, sosyal medya, kullanıcıların iletişim kurmalarına, kendilerini ve düşüncelerini ifade etmelerine, insanların seslerini duyurmasına, bir konu üzerinde toplumsal farkındalık yaratmaya ve toplumu harekete geçirmeye imkan sağlamaktadır. Sosyal medya, geniş bir kitleye kolayca ulaşabilme kapasitesi sayesinde, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin daha görünür hale gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medyada, bu tür olaylar hakkında yapılan hashtag kampanyaları, duyurular, video ve resimli içerikler gibi dijital araçlar ile bilinçlendirme çalışmaları yapılmaktadır. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayeti vakalarıyla mücadele eden sivil toplum kuruluşları, kadın hakları savunucuları mağdurların sorunlarını sosyal medyanın gündemine taşıyarak, sosyal medyada farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya platformları üzerinde çeşitli faaliyetler yapmaktadır. Bu çalışmada, Kazakistan'da kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerine karşı mücadelede toplumsal farkındalık oluşturmak amacıyla kullanılan sosyal medya etkisini incelemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Ne MolchiKZ sivil toplum kuruluşunun Instagram hesabında Saltanat Nuknova cinayeti ile ilgili paylaşımları incelenmiştir. Çalışma, Kazakistan'da sosyal medyanın kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerine karşı toplumsal farkındalık oluşturmadaki rolünü değerlendirmek, dijital platformların toplumsal dönüşümdeki gücünü anlamak açısından önem arz etmektedir.

Kadına Yönelik Şiddet ve Kadın Cinayetleri

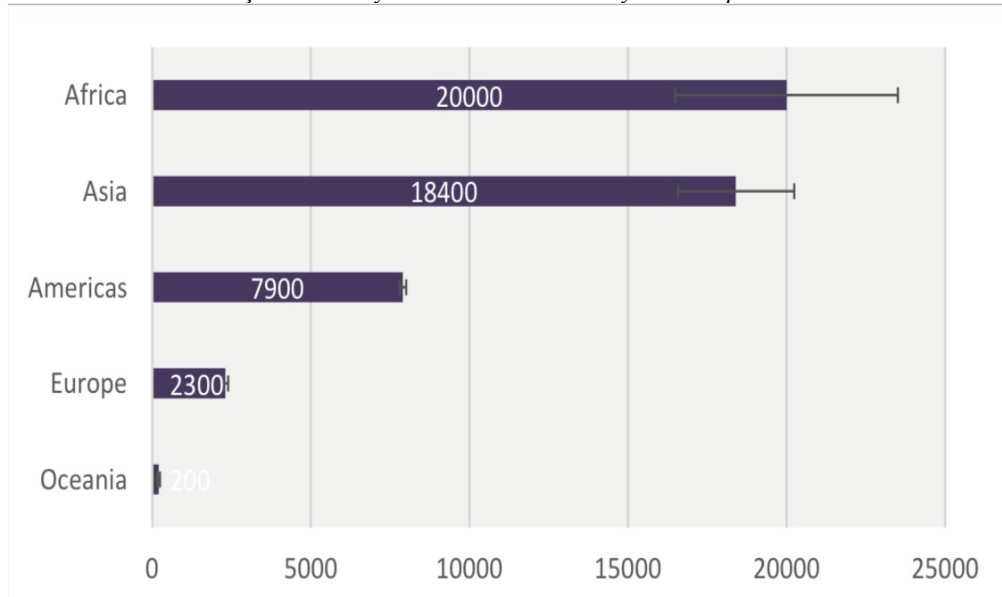
Şiddet kavramının temeline inildiğinde, çeşitli tanımlarla karşılaşmak mümkündür. Şiddet sözcüğü etimolojik açıdan Türkçe'ye Arapça'dan geçmiştir. Kelimenin anlamı Türk Dil Kurumu tarafından bir hareketin, bir gücün derecesi, kaba güç, karşıt görüşte olanlara kaba kuvvet kullanma, duygu ve davranışta aşırılık olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Akkaş ve Uyanık'a göre, şiddet daha çok bedensel, ekonomik veya idari açıdan güçlü olanın diğerlerine psikolojik, fiziksel ve ekonomik anlamda gösterdiği eylem olarak tanımlanmaktadır (Akkaş ve Uyanık, 2016). Aile Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine dair kanunun, 2.maddesinin d bendi şiddeti şu şekilde tanımlamıştır: Bireyin fiziksel, cinsel, psikolojik veya ekonomik açıdan zarar görmesi ya da acı çekmesiyle sonuçlanan veya sonuçlanma olasılığı bulunan eylemleri ve bu tür eylemlere yönelik her türlü tutum ve davranıştır (6284 sayılı kanun, 2012). Sorun aynı olmasına rağmen, farklı toplumlarda farklı anlamlara gelen kadına yönelik şiddet kavramı Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi Bildirgesi'nde şu şekilde tanımlanmıştır: Kadına yönelik şiddet, cinsiyete dayalı olarak kadına fiziksel, cinsel ve ruhsal zarar veren veya verebilecek olan, kamusal ya da özel yaşamda ona baskı uygulanması ve özgürlüğün yoksun bırakılmasına ilişkin davranış ve bu davranışlarla tehditleri içermektedir (BM, 1993). Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri sorunu Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) ve Birleşmiş Milletler (BM) gibi pek çok uluslararası kuruluşlar tarafından yakından takip edilmektedir. Örneğin, 2002 yılında, Şiddet ve Sağlık Konulu Dünya Raporu'nda DSÖ şiddeti "bireyin kendisine ya da karşı tarafa, gruba kasıtlı olarak fiziksel, yaralama, ölüm, psikolojik zarar ile sonlanan ya da sonlanma olasılığı yüksek bir biçimde güç kullanmasıdır" şeklinde tanımlamış ve kadına yönelik şiddeti bir sağlık sorunu

olarak kabul etmektedir (DSÖ, 2002). Diğer bir değişle, kadına veya kız çocuğuna yapılan şiddet, bir insan haklarının, cinsiyet ayrımcılığının ve halk sağlığının ortak sorunu olarak kabul edilmektedir.

Kadına yönelik şiddetin en uç noktası olan kadın cinayetleri olgusu, literatürde “femicide” olarak kullanılmakta olup, kadınların kadın oldukları için şiddete başvurularak öldürülmeleri anlamına gelmektedir. Radford, 1992 yılında Russell ile birlikte yayımladığı ilk kadın cinayeti anatolijisinde, kadın cinayeti kavramın, kadınların erkekler tarafından aşığılanma, nefret ve mülkiyet duygusuyla öldürölmesi şeklinde tanımlamaktadır. Kadınların bu ve benzeri durumlarda öldürölmesinin ‘ataerkil toplumlarda kadınların ezilmesi’ bağlamında incelenmesi gerektiğini ileri sürmüştür (Radford ve Russell, 1992). 2001 yılında ise bu kavramı, kadınların sırf kadın oldukları için erkekler tarafından öldürölmesi olarak yeniden açıklanmıştır (Russell ve Harmes, 2001).

Kadın cinayetlerinde sıklıkla karşılaşılan bireysel düzeydeki risk faktörleri; suçlunun karakteristik özellikleri, alkol veya uyuşturucu kullanımı, çocuklukta maruz kalınan istismar, şiddet geçmişı ve namus temelli olarak sınıflandırılmaktadır. Toplum düzeyindeki risk faktörleri ise kültür, eğitim düzeyi, içinde bulunduğu toplumun kadına yönelik şiddet konusundaki algıları ve yasal kanunlar çerçevesinde değerlendirilmektedir (Baldry ve Pagliaro, 2014).Dünyada kadına yönelik şiddetin ve cinayetin resmî şekilde tanımlanması ve şiddete başvuranların hukuki anlamda cezalandırılması şiddet oranının artmasını engelleyememiştir. WHO tarafından Dünya çapında yapılan araştırmaya göre, 15-49 yaş arasındaki kadınların hayatlarının bir döneminde %15-71 oranları arasında kadının aile içi şiddete maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır (WHO, 2012). Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisinin 2022’de Dünya çapında yaptığı raporunda göre, yılda yaklaşık 48 800 kadın ve kız çocuğu partnerleri veya aile üyeleri tarafından öldürölümüştür. Bu ortalama olarak günde 133 kadın ve kız çocuğunun yakın partnerleri veya diğer aile üyeleri tarafından öldürölüdüğünü tespit etmektedir. Adı geçen raporda bölgelere göre kadın cinayetlerinin istatistik verileri paylaşılmıştır (UNODC, 2022).

Şekil 1: Dünya Üzerine Kadın Cinayetleri Raporu



Kaynak: UNODC – Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi (2022)

Şekil 1’de görüldüğü üzere, tahmini olarak 20.000 kurban ile Afrika, 2022 yılında en fazla sayıda kadın veya kız çocuğu partner veya aile ile ilgili cinayet vakasını kaydetmiştir. Bu, Afrika’nın UNODC’nin 2013’teki bölgesel tahminlerinden bu yana, mutlak olarak yüksek kurban sayısına sahip olarak Asya’yı

geride bıraktığı anlamına gelmektedir. Ancak, tahminler sınırlı veri erişimi nedeniyle önemli bir belirsizlik taşımaktadır. Asya’da ise tahmini 18.400 kadın ve kız çocuğu, Amerika’da 7.900, Avrupa’da 2.300 ve Okyanusya’da yaklaşık 200 cinayet vakası kaydedilmiştir (Şekil 1).

Kazakistan’da Kadına Yönelik Şiddet

Kazakistan’da üç kadının ikisi şiddetle karşı karşıya kalmaktadır. Kadınlar kendilerine gösterilen şiddeti normal olarak kabul etmektedir. Çünkü, yıllarca ailelerinden, yakınlarından birilerinin şiddete uğradığını görmüş ve bir model olarak algılamışlardır. Kazak geleneksel toplumunda aile içi şiddet, kadına yönelik şiddet, “bu aile meselesi, karışmayalım” gibi ifadeler ile üstü kapalı kalmaktadır. Ancak, bu artık özel bir mesele değil, ulusal bir trajedi haline gelmiştir (Alaguzova, 2023). Cinsel ve fiziksel şiddet mağdurlarına yasal ve kamusal koruma sağlayan, Ne MolchiKZ (Sessiz Kalma) Sivil Toplum Kuruluşunun kurucusu Smailova, Kazakistan’da kadına yönelik şiddetin diğer ülkelerde de olduğu gibi, Covid – 19 döneminde benzeri görülmemiş şekilde artış gösterdiğini söylemektedir. İstatistik verilere göre, karantinanın başladığı 15 Mart’tan – 15 Şubat’a kadar 10.121 kadın veya kız çocuğunun şikâyeti kaydedilmiştir. 15 Mart’tan – 16 Nisan’a kadar 12.518 kadın veya kız çocuğu partner veya yakınları tarafından şiddete maruz kalmıştır. Bir ayda yüzde 23,6 oranda artış göstermektedir (Smailova, 2020).

İnsan Hakları İzleme Örgütü’ne (Human Rights Watch) göre, 2022’nin 10 ayında aile içi şiddet sonucunda 93 kadın veya kız çocuğu hayatını kaybetmiş, 794 kadın veya kız çocuğu orta ve ağır derecede fiziksel şiddete maruz kalmıştır. 2023’ün ilk 3 ayında ise aile içi şiddet sonucunda 18 kadın cinayeti kaydedilmiştir (HRW, 2023). Kazakistan Devlet Kadın Öğretmen Yetiştirme Üniversitesi’nde feminist aktivist ve Bilim İnovasyon Bölümü Başkanı Shakirova’ya göre, ataerkil toplum uluslararası aktörlerin cinsiyet eşitliği politikalarını yerel geleneksel değerlere yabancı olarak kabul etmektedir (Shakirova, 2013). Aktivist, kadın haklarını savunucu Aigerim Kusayınkızı, Kazakistan’da bir kadının bir erkeğin hayatı kadar değerli olmadığını söylemektedir (Kusayınkızı, 2024). İçişleri Bakanlığı ve Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından sağlanan istatistiklere göre, kadına yönelik aile içi şiddet seviyesi 2018’de %103,7 artmış, kadına yönelik suçların toplam sayısı 2015’ten bu yana %90’a artmış ve bu yaklaşık yılda 400 kadının veya kız çocuğunun öldüğünü ifade etmektedir ().

Yerel düzeyde Kazakistan hükümeti, cinsiyet eşitliğini sağlamaya ve kadına yönelik ayrımcılığı, şiddeti ortadan kaldırmaya yönelik bir dizi politika uygulamaktadır. Bunların arasında, 2009 yılında devlet Erkekler ve Kadınlar için Eşit Hak ve Fırsat Garantileri Yasası, 2006 – 2016 yılları için Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Stratejisi ve 2030’a kadar Aile ve Toplumsal Cinsiyet Politikası yer almaktadır. Uluslararası düzeyde Kazakistan, BM Kadına Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Ortadan Kaldırılması (CEDAW), Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu’nu, Kadınların Siyasi Hakları Sözleşmesi’ni ve 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi’ni (SDG) onaylamıştır. Bu nedenle, teorik açıdan Kazakistan, toplumsal cinsiyet sorunlarıyla mücadele ve kadınları güçlendirme söz konusu olduğunda doğru yolda görülmektedir. Fakat, yasal düzenlemelerin yeterince katı olmaması veya yeteri kadar uygulanmaması, bazı kadınların yıllarca gördüğü şiddeti normal olarak kabul etmesi, toplumsal ve geleneksel stereotipler açısından şiddeti gizlemesi kadına karşı şiddeti veya kadın cinayetlerin önlemede etkili bir şekilde engel olmaktadır. Özetle, Kazakistan’da cinsiyete dayalı şiddet ve kadın cinayetlerindeki artışın ana nedenleri arasında, tarihsel ve sosyal olarak yapılandırılmış ataerkillik; cinsiyet eşitsizliği, dinin etkisi; erkeklerin kadınlar üzerindeki ekonomik hakimiyeti, cezasızlık gibi birtakım faktörler yer almaktadır.

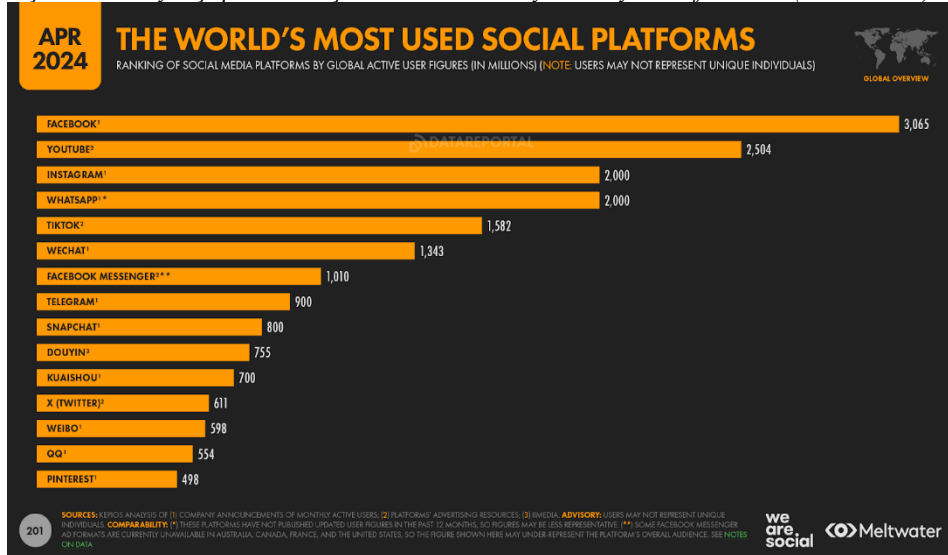
Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Kadın Cinayetlerinin Yansıması

Günümüzde sosyal medya insanların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte, düşüncelerini ifade etmelerine, bilgi paylaşımlarına ve sosyal olaylara katılımlarına olanak sağlamaktadır. Yüzyılın başlarında sadece birkaç sosyal ağ platformu varken, 2004'te Facebook'un ortaya çıkışı insanların çevrimiçi ortamlara ilgisini çekmeye başlamıştır. Günümüzde ise kullanıcılar, birçok farklı sosyal medya platformuna ve sosyal ağa kolayca erişebilmektedir.

Sosyal medya, kullanıcıların içerik oluşturmada ve tüketici görüşlerini paylaşmasında devrim niteliğinde olan sosyal teknolojiler bütünü anlamına gelen bir kavramdır. Aynı zamanda, Web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine kurulmuş, kullanıcıların ürettiği içeriği oluşturmada ve tüketiciye sunmasına olanak tanıyan bir dizi internet tabanlı uygulama olarak da tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Saffo ve Brake'in tanımladığına göre, sosyal medya, çevrim içi ortamda bir araya gelen kullanıcıların bilgi ve görüşlerini aktarmak amacıyla gerçekleştirdikleri etkinlikler, uygulamalar ve davranışlar platformudur. Bu iletişimsel medya ortamları, kelime, resim, video ve ses formatlarında içerik oluşturmayı ve bu içerikler kolayca paylaşmayı sağlayan web tabanlı uygulamalardır (Saffo ve Brake, 2009). Türk Dil Kurumu ise, sosyal medya kavramını, kullanıcılar arasında duygu, düşünce veya bilgilerin görsel ve işitsel şekilde paylaşımını, haberleşmeyi, iletişim kurmayı sağlayan iletişim ortamı olarak tanımlamaktadır (TDK, 2024).

2004 yılında Mark Zuckerberg'in, "TheFacebook" sosyal medyasını ortaya çıkarması, insanların ilgisi çekmiş, sosya medya platformunu kullanıcıların sayısını artırmıştır. Bu sosyal medya, ABD'deki üniversite öğrencilerinin iletişim kurmasını kolaylaştırmak amacıyla ortaya çıkmıştır. İlk başta sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerinin kullanımına açık olan sosyal platform, iki yıl sonra halka açık bir platform haline gelmiş ve lider sosyal ağ platformları MySpace, Friendster'in kullanıcı sayısını aşmıştır. 2005'ten itibaren bu sosyal medya platformu "Facebook" olarak kullanılmakta ve We Are Social Dijital 2024'ün ilk üç ayında yayınladığı rapora göre, Facebook en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak bilinmektedir. Aşağıdaki grafikte bazı sosyal medya platformlarının aktif kullanıcıları yer almaktadır (Şekil 2).

Şekil 2: Dünya Çapında En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları (2024 Nisan).



Kaynak: We Are Social: <https://wearesocial.com/us/> (2024).

Pew Araştırma Merkezi'nin 2018 yılında gerçekleştirdiği araştırmaya göre, genç kullanıcıların arasında YouTube, Instagram ve Snapchat gibi görüntü, ses ve video amaçlı sosyal medya platformları popülerlik kazanmaktadır. Araştırma sonuçları, Instagram'ın gençler arasında giderek daha fazla tercih edildiğini ve katılımcıların %72'sinin bu platformu kullandığı ortaya koymaktadır; aynı yaş grubunda Facebook kullanım oranı ise sadece %51'dir (Anderson ve Jiang, 2018). Sosyal medya kullanıcılarının yaşına, kullanım amacına, cinsiyetine göre tercihlerinde değişiklik gösterebilmektedir.

Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından IOS için geliştirilen bir uygulama olarak kullanıma sunulmuş, sosyal medyanın gelişiminde yeni bir dönem başlatmıştır (Yozkat, 2017). Diğer sosyal medya platformlarından farklı olarak çevrim içi resimler aracılığıyla görsel iletişim kurmaya imkân sağlamasıdır. Instagram, kullanıcıların eklenmiş başlıklar içeren fotoğraf veya video paylaşımı yapabilecekleri bir mobil uygulamadır (Anderson ve Jiang, 2018). Instagram, kullanıma açıldığı günden bu yana kendisini sürekli güncelleyerek kullanıcılarına daha iyi hizmet vermeye, farklı hizmet sunmaya çalışmaktadır. 2011 yılında kişileri veya fotoğrafları kolayca ayırt etmek amacıyla hashtagleri (#) üretmiş ve daha kaliteli içerik yaratabilmek adına fotoğraf filtrelerini kullanıma sokmuştur. 2012 yılında ise, Android tabanlı uydulamasını halka sunmuş ve daha fazla kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Sonraki yıllarda ise, Instagram sosyal platformunda hikâye paylaşım alanı, canlı yayın sunma fırsatı, aynı anda birkaç fotoğraf paylaşımı, profilini herkesin erişimine açık olarak kullanma imkanı gibi farklı özelliklere sahip olmuştur. Dolayısıyla, bu özellikler Instagram sosyal medya platformunun gün geçtikçe gelişmesini ve kullanıcı sayısının artmasına neden olmuştur.

Günümüzde, sosyal medya platformları, sadece eğlence, iletişim ve sosyalleşme amacıyla kalmayıp, aynı zamanda iş dünyası, eğitim, pazarlama, politika ve toplumsal farkındalık yaratma gibi pek çok alanlarda da etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Silsüpür ve Övüç'in (2022) ifade ettiği gibi, sosyal medya yalnızca kullanıcıların düşüncelerini ifade etmelerine olanak tanımakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin örgütlenmesine de zemin hazırlayarak sorunların dile getirilmesine, kullanıcıların dayanışma içinde hareket etmesine olanak sağlayarak sivil toplumun gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Sosyal medya, çift yönlü iletişimi ve etkileşimi mümkün kılarak kamuoyu desteğinin sağlanmasına ve bireylerin görüşlerinin değişmesine imkan tanıyan bir mecra haline gelmiştir. Meydana gelen olayları, sosyal ve kültürel gelişmeleri başka kullanıcılara aktarmalarına ve bu konular üzerinde tartışma ortamları yaratmalarına olanak sağlayarak düşüncelerin öğrenilmesi ve yönlendirilmesi açısından kamuoyu oluşturma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Eren ve Aydın, 2014). Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri, günümüzde sosyal medyada büyük ölçüde yankı uyandıran geniş kitlelerce tartışılan önemli toplumsal sorunlar arasında yer almaktadır. Sosyal medya platformları, bu trajik olayların duyulması ve toplumun belirli bir harekete geçmesi açısından etkili araçlar haline gelmiştir. Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarında, özellikle kadın hakları savunucuları, aktivistler ve mağdur yakınları bu tür olayları paylaşmakta, farkındalık yaratmakta ve toplumsal değişim taleplerini halka aktarmaktadır.

Günümüzde, sosyal medya platformları, milyonlarca kitleye ulaşabilme yeteneğine sahip geniş kitle iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Bu platformlar aracılığıyla bireyler kendi deneyimlerini paylaşabilir, şiddete karşı kampanyalara katılım sağlayabilir ve kadın cinayetleri gibi toplumsal olaylara anında tepki gösterebilmektedir. Sosyal medyada yer alan kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri ile ilgili paylaşımlar kamuoyunda duyarlılık oluşturmakla birlikte, politik değişim talep etmek açısından önemli bir rol üstlenmektedir. Örneğin, bir kadın cinayeti olayı sonrası, sosyal medya kullanıcıların yoğun bir şekilde paylaşımlarda bulunmaları, olaya ilişkin hızlı bir kamuoyu oluşturmaktadır. Bu durum, yetkililerin harekete geçmesini sağlar, aynı zamanda toplumun konu hakkında duyarlılığının artmasına neden olmaktadır. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerine karşı toplumsal duyarlılık yaratmada sosyal medyanın hızlı bilgi yayma kapasitesi, olayların güncel olarak takip edilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya, kadın cinayetleri ve şiddet olaylarıyla ilgili bilginin hızla

yayılmasını ve olaya anında tepki verilmesini mümkün kılmaktadır. Sosyal medyanın bu özelliği, geleneksel medyaya kıyasla toplumsal farkındalık yaratmak açısından avantajlarını ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri, küresel insan hakları sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunun sosyal medya aracılığıyla nasıl ele alındığı, toplumda nasıl bir etkisi olduğu, günümüzde toplumsal zihniyet ve kamuoyu oluşturma açısından büyük bir önem taşımaktadır. Sosyal medya, geleneksel medyanın ötesine geçerek, bireylerin, sivil toplum kuruluşlarının veya aktivistlerin sesinin duyulmasına olanak sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, Saltanat Nukenova vakası gibi spesifik bir örneğin incelenmesi, sosyal medyanın kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri olaylarında gösterebileceği gücünü ve sınırlarını anlamaya katkıda bulunacaktır. Bu çalışmanın temel amacı, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin sosyal medyada nasıl yansıtıldığını incelemektir. Saltanat Nukenova cinayeti örneği üzerinden sosyal medyanın bu tür olayların farkındalığını artırma, tartışmaları yönlendirme ve kamuoyunu harekete geçirme faaliyeti açısından analize edilmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında Saltanat Nukenova cinayeti örneği ele alınarak, Kazakistan'da aktif olarak kullanılan Instagram sosyal medya platformunda yapılan kampanyalar incelenmiştir. Ne MolchiKZ hesabından paylaşılan Saltanat Nukenova cinayetine ilişkin yürüttükleri kampanyalar toplumsal etki açısından değerlendirilmiş, kampanyanın sosyal medya stratejileri ve başarı faktörleri araştırılmıştır. Bir araştırmacı, iletişim metinlerini özelliklerine ilişkin çıkarımlar yapmak, mesajın nedenleri ya da mesaj öncesi olaylara dair değerlendirmelerde bulunmak ve iletişimin etkileriyle ilgili çıkarımlar ortaya koymak amacıyla mesajları çözümleyebilirler (Öğülmüş, 1991). Araştırmanın yöntemi, içerik analiz çözümleme olarak belirlenmiştir. Sosyal medya platformlarındaki paylaşımlar içerik analiz yöntemi ile incelenerek; özellikle hashtag kullanımı, yorumlar, paylaşımlar ve kullanıcıların bu olayla ilgili etkileşimleri değerlendirilecektir.

Araştırmanın Soruları

Çalışma kapsamında şu sorulara yanıt aranmıştır: “Kazakistan’da Saltanat Nukenova cinayeti bağlamında kadına yönelik şiddetle mücadelede Instagram sosyal medyasının etkisi nedir?”, “Kadın hakları savunucuları bu olay özelinde Instagram’ı nasıl kullanmış ve toplumsal etki oluşturmada hangi stratejileri benimsemişlerdir?”, “Saltanat Nukenova olayı özelinde, Instagram’daki sosyal medya kampanyaları, kadına yönelik şiddet konusunda toplumsal farkındalığı artırmada ne derece etkili olmaktadır?”.

Araştırma Sınırlılıkları

Bu çalışma, sadece Saltanat Nukenova örneğiyle sınırlı olduğundan, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin sosyal medyadaki yansımaları genel olarak ele almakta yetersiz kalabilmektedir. Çalışma, yalnızca Ne MolchiKZ kurumunun Instagram hesabında Saltanat Nukenova cinayeti ile ilgili paylaşımlarla sınırlı olacaktır. Kurumun diğer sosyal medya platformlarında yer alan tepkiler ve tartışmalar ise çalışmanın kapsamı dışındadır. Çalışma, Saltanat Nukenova’nın öldüğü 9 Kasım 2023 ile

mahkeme kararının verildiği 13 Mayıs 2024, tarihleri arasında Ne MolchiKZ kurumunun Instagram hesabındaki paylaşımlarıyla sınırlıdır.

Bulgular

Saltanat Nukenova Cinayetinin Sosyal Medya Platformunda Yansıması: Ne MolchiKZ Sivil Toplum Kuruluşunun Instagram Hesabı

Saltanat Nukenova cinayeti, Kazakistan’da büyük bir sosyal ve politik etkiye sahip kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri vakalarından biri olarak kabul edilmektedir. 9 Kasım 2023 yılında gerçekleşen bu trajik olay, eski Ekonomi Bakanı Kuandyk Bishimbayev tarafından eşi Saltanat’ın öldürülmesiyle sonuçlanmış ve toplumda geniş rezonans uyandırmıştır (TengriNews, 2024). 9 Kasım 2023’te Astana’da akrabalarından birine ait restoranın kamera görüntülerinde Kuandık Bishimbayev’in Saltanat’a vurduğu, tekmelediği ve saçından sürüklediği görülmüştür. Yerel saat 20:00’den hemen önce ambulans çağırılmış, Saltanat çoktan ölmüş bulunmuştur. Otopsi incelemesine göre, aradan altı ila sekiz saat geçtiği ortaya çıkmıştır. Görüntülerin bir kısmı Bishimbayev’in şahsi telefonu ile çekilmiş, mahkemeye kanıt olarak gösterilmiştir. Mahkemeye sunulan görüntü sesinden, Bishimbayev’in Saltanat’a hakaret ettiği, başka bir adam hakkında sorguya çektiği duyulmuştur (BBCNews, 2024).

Cinayetin ardından sosyal medya platformlarında kadına yönelik şiddet, kadın cinayetleri konulu paylaşımlar çoğalmış ve toplumsal cinsiyet temelli şiddetle ilgili geniş çaplı bir tepkiye yol açmıştır. Ülkede aktif olarak kullanılan Instagram başta olmak üzere birçok sosyal medya platformunda protesto ve kampanyalar başlatılmıştır. Sosyal medyada kadına yönelik şiddetle ilgili farkındalık uyandırmak amacıyla kullanıcılar Saltanat Nukenova’nın anısına gönderiler paylaşmış, kadın hakları savunucuları ve aktivistler ise daha etkili yasal önlemler talep eden kampanyalar başlatmıştır. Bir dizi tanınmış Kazak influencer ve blog yazarı, kadın cinayetlerine yönelik daha ağır cezaların verilmesi gerektiği hakkında fikirlerini dile getirmiştir. Ülkenin en popüler podcasterlerinden biri olan Zamandas, “ülkedeki aile içi şiddet ve kadına yönelik şiddet salgını” konulu özel bölüm hazırlamış, bu gibi tekrarlanan vakaların önüne geçilememesine yol açan hükümetin eylem eksikliğine değinmiştir. Feminizm aktivistleri ise kadına yönelik şiddetin sona erdirilmesini talep eden çevrimiçi bir flashmob başlatmıştır (CaspianPost, 2023). Sosyal medyada yer alan paylaşımlardan kazak halkının toplumsal cinsiyete dayalı şiddet ve kadın cinayetleri durumuna yönelik tutumları görülmektedir. Saltanat’ın ailesine, yakınlarına geniş destek gösterildiği gözlemlenebilir, ancak aynı zamanda mağdur suçlaması, cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığını içeren paylaşım veya yorumlarla da karşılaşmaktadır. Aisulu Toishibekova, bu durumun, kazak toplumundaki şiddet, gücün kötüye kullanılması ve katı ataerkil yapılara karşı tutumunu değiştirmede yeni bir başlangıç olacağını söylemektedir (Osman, 2024).

Saltanat Nukenova’nın ailesine destek olmak ve suçlunun ağır cezalandırılması amacıyla sosyal ağlarda #Saltanatiçin, #Saltanatiçinadalet adlı hashtag kullanımı düzenlenmektedir. Bu sosyal medya flashmob’u paylaşımların daha çok kitleye ulaşmasına özellikle Özbekistan ve diğer Orta Asya ülkelerinde de geniş bir şekilde duyulmasını mümkün kılmaktadır. Kazakistan’da aile içi şiddeti suç olarak tanıyan bir yasanın kabul edilmesine kısa bir süre kala, duruşma ilk kez canlı yayın şeklinde yapılmıştır (Salimova, 2024). Saltanat’ın cinayeti ile ilgili duruşma sırasında Dünya’nın pek çok yerinde New York, Berlin, Londra ve İtalya’da kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddetle karşı mitingler gerçekleşmiştir. “ForSaltanat” etiketi altında milyonlarca insan sosyal medyadan Saltanat’ın ailesine destekte bulunmuş, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetine karşı görüşlerini savunmuştur. Mahkeme duruşmalarının YouTube ve Instagram yayını sırasında yorumlarda, çeşitli ülkelerin bayrakların ve “Türkiye sizinle”, “Bütün Dünya izliyor”, “Rusya burada sizin için” gibi yorumlar görülmüştür (TheMoscowTimes, 2024). Saltanat Nukenova’nın cinayeti, toplumda büyük bir infial yaratmıştır. Bu

nedenle, ülkede ve yurtdışında geniş çaplı mitingler düzenlenmiştir. Bu mitinglerin temel amacı, kadına yönelik şiddete dikkat çekmek, adalet talep etmek, yasaların bu konuda daha katı hale gelmesi gerektiğini ve benzer olayların tekrar yaşanmaması için farkındalık yaratmaktır. Sosyal medya, bu protestoların gerçekleşmesinde ve daha geniş kitleye yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Saltanat'ın cinayeti hakkında birçok içerik sosyal medyada hızla paylaşılmış ve bu paylaşımlar geniş kitlelere ulaşarak hem Kazakistan'da hem de uluslararası alanda dikkat çekmiştir. Sosyal medyada paylaşımlar insanların mitinglere katılımını arttırmıştır. İnsanlar sosyal medya üzerinden mitinglerin yer ve zaman bilgilerini kolayca öğrenerek katılım sağlamıştır. Çek Cumhuriyeti'nin başkenti Prag'da gerçekleşen protesto organizatörlerinden biri Saida, Saltanat'ın ailesine ve şu anda hakları için savaşan herkese destekte bulunmanın önemli olduğunu ve Saltanat vakasının daha yaygın olarak görülmesine ve duyulmasına yardımcı olmak amacıyla sosyal ağlarda aktif olarak paylaşım yapmanın önemli olduğunu söylemektedir (Olzhabekova, 2024). Kazakistan Cumhurbaşkanı Kasym Comart Tokayev, Saltanat Nukenova'nın cinayeti üzerine tepki göstererek İçişleri Bakanlığı tarafından davanın sıkı bir gözetim altında yürütülmesi talimatını vermiş ve aile içi şiddet yasalarının güçlendirilmesi gerektiğini dile getirmiştir (TengriNews, 2023).

Sosyal medyada kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri hakkında paylaşılan bilgiler sayesinde, insanlar kadına yönelik şiddetin sadece bireysel sorun olmadığını, aynı zamanda ciddi bir anlamda toplumsal problem olduğunu daha iyi anlamaya başlamaktadır. Yürütülen bu çalışmalar, şiddetin yaygınlığı, nedenleri ve etkileri kapsamında toplumun bilgi sahibi olmasına katkıda bulunmaktadır. Bu şekilde, mağdurların sessiz kalmak zorunda olmadıklarını, destek alabileceklerini ve toplumun desteğine sahip olduklarını anlatmaya çalışmaktadır. Aynı zamanda bu paylaşımlar, yasal düzenlemelerin iyileştirilmesi, cezaların artırılması ve mağdurların korunması gerektiğini de dile getirmektedir. Örneğin, Saltanat Nukenova cinayetinin ardından ortaya gelen rezonans nedeniyle sosyal medyada #SaltanatYasası adı altında paylaşımlar çoğalmıştır. Instagram sosyal medya platformunda adı geçen hashtag altında Kazakça, Rusça ve İngilizce dillerinde çeşitli içerikler paylaşılmıştır. Bu paylaşımlar, ülkede kadına yönelik şiddet vakalarına daha fazla dikkat çekilmesini ve yaşların daha katı hale getirilmesini gerektiğini vurgulamaktadır. 2017 yılında Kazakistan'da aile içi şiddet ve bazı şiddet türlerinin suç olmaktan çıkarılması ülkedeki aile içi ve kadına yönelik şiddetin artmasına nedenlerden biri olarak görülmektedir. Bu durum, toplumun çeşitli kısımlarından tepki almış ve 150.000'den fazla kişi, aile içi şiddetin tamamen suç olarak sayılmasını ve mevcut yasaların sıkılaştırılmasını talep eden bir dilekçe imzalamıştır. 11 Nisan'da Kazakistan Senatosu, senatörler aile içi şiddet yasalarını sıkılaştıran bir yasa tasarısını kabul etmiş ve Cumhurbaşkanı Kasym Jomart Tokayev dört gün sonra bu tasarıyı yasalaştırmıştır. Bu yasal düzenleme, Saltanat Nukenova'nın anısına "Saltanat Yasası" olarak adlandırılmış ve ülkede kadına yönelik şiddetle mücadele amacıyla atılan bir adım olarak kabul edilmiştir.

Cinsel ve fiziksel şiddet mağdurlarına yasal ve kamusal koruma sağlayan Ne MolchiKZ (Sessiz KalmaKZ) sivil toplum kuruluşu 9 Temmuz 2016'da Dina Smailova tarafından kurulmuştur. Ne MolchiKZ, Kazakistan'da ve bazı Orta Asya ülkelerinde, kadın hakları ve şiddet karşıtı çalışmalar yürüten bir sivil toplum kuruluşu olarak mağdurların hikayesini anlatır ve sosyal medya hesapları üzerinden farkındalık kampanyaları yürütmektedir. Bu bağlamda, Saltanat Nukenova gibi kadına yönelik şiddet mağdurlarının hikayelerini paylaşarak ve kadına yönelik şiddete, kadın cinayetlerine ve şiddetin her türüne tepki göstererek kamuoyunda bilinç oluşturmaya amaçlamaktadır. Ne MolchiKZ kurulduğundan bu yana, şiddetle mücadele konusunda ve şiddet mağdurlarının nereden, nasıl yardım alabileceği konusunda yararlı bilgi paylaşımı yapan platform olarak bilinmektedir. Ne MolchiKZ kuruluşu faaliyetlerini yürütmekte sosyal medya platformların aktif bir şekilde kullanmaktadır. Kampanyanın Facebook, Instagram, TikTok ve Telegram sayfaları, bununla birlikte resmî web sitesi bulunmaktadır. Sosyal medya platformları ve web sitesi Ne MolchiKZ adı altında Rusça yürütülmektedir.

Tablo: 1. 05.10.2024 Tarihi İtibariyle Sosyal Medya Platformlarında

Ne MolchiKZ Takipçilerinin Sayısı

Sosyal Medya Platformu	Takipçi Sayısı
Telegram	19.796
Instagram	186.000
TikTok	6.695
YouTube	86.900

Tablo 1’de gösterildiği gibi, Ne MolchiKZ kampanyasının en yüksek takipçi sayısına sahip olduğu sosyal medya platformu Instagram’dır. Bu nedenle, Ne MolchiKZ’in Instagram sayfasında Saltanat Nukenova cinayetine dair yapılan paylaşımlar analiz edilmiştir. Ne MolchiKZ Instagram sayfasında, Saltanat Nukenova öldüğü 9 Kasım’dan, mahkeme kararı açıklanan 13 Nisan’a kadar toplam 45 tane paylaşım yapılmıştır, bu da günde yaklaşık 0,24 tane paylaşım yapıldığı anlamına gelmektedir. Ne MolchiKZ Instagram sayfası incelendiğinde, Ocak 2024 ayında Saltanat Nukenova ile ilgili paylaşım yapılmadığı görülmüştür.

Tablo: 2. 9 Kasım 2023 – 13 Mayıs 2024 Aralığında Ne MolchiKZ Instagram Sayfasında

Yapılan Saltanat Nukenova ile İlgili Paylaşımlar İstatistiği

Kasım 2023			
Paylaşım sayısı	Etkileşim/Beğeni	Yorum	Hashtag Kullanımı
4	223 426	7 277	5
Aralık 2023			
Paylaşım sayısı	Etkileşim/Beğeni	Yorum	Hashtag Kullanımı
2	26 640	1 049	2
Şubat 2023			

Paylaşım sayısı	Etkileşim/Beğeni	Yorum	Hashtag Kullanımı
4	34 518	2 026	3
Mart 2024			
Paylaşım sayısı	Etkileşim/Beğeni	Yorum	Hashtag Kullanımı
6	152 057	7 950	7
Nisan 2024			
Paylaşım sayısı	Etkileşim/Beğeni	Yorum	Hashtag Kullanımı
24	612 147	20 380	25
Mayıs 2024			
Paylaşım sayısı	Etkileşim/Beğeni	Yorum	Hashtag Kullanımı
5	61 936	61 936	2
Toplam			
45	1 110 724	100 618	44

Ne MolchiKZ Instagram sayfasında en çok etkileşim Kasım, Mart ve Nisan aylarında yapılan paylaşımlarda tespit edilmiş. Saltanat'ın cinayeti ile ilgili paylaşımların arasında en çok beğeni (180 479) ve yorum (5652) olarak 13 Kasım'da yapılan paylaşımda görülmüştür. Bu paylaşımda, Saltanat cinayeti ile ilgili pek çok mesaj aldıklarını ve bu trajik olayı ülkece yaşadıklarını söylemektedir. Kuandyk Bishimbayev'in iyi bir aileden olduğunu, bir dönem Ekonomi Bakanı olarak görev yaptığı, Bolashak Burs Programı ile ABD'de eğitim aldığı bilgilerine yer verilmektedir. Fakat, bir kişinin şiddete başvurmamasının bu bilgilerin ötesinde olduğunu vurgulamıştır. Bu olayın, her kadının başına gelebileceğini ve kadınların güçlü olmasını, şiddete maruz kalanların yalnız olmadığını belirterek paylaşımı tamamlamıştır. Yorumlarda ise Saltanat'ın ailesine destek olan, cezasız kalmaması gerektiğini savunan, kadınların her anlamda güçlü olmasını belirten fikirler görülmektedir. Sayfada paylaşılan Saltanat cinayeti ile ilgili paylaşımlar arasında en çok yorumlar, 29 Mart'ta 5169 ve 3 Nisan'da 5003 olarak görülmektedir. 29 Mart'ta yapılan paylaşımda 11 Mart'tan başlayan davanın nasıl devam ettiğinden, suçlunun ve avukatlarının davaya nasıl hazırlandığından, suçluyu korumak amacıyla mağduru karalamak gibi faktörlerin yer aldığından bahsedilmiştir. Ayrıca, bu cinayetin bu şekilde rezonans olduğunun tesadüf olmadığını iddia etmekte ve bu davanın, bu cinayetin Kazakistan'da kadın haklarının korunması anlamında dönüm noktası olacağına inandığını söyleyen bir paylaşımdır. 3

Nisan'da yapılan paylaşım altında 5003 takipçinin yorum yaptığı tespit edilmiştir. Paylaşımında #SaltanatYasası hashtag'ı kullanılmış ve kadına yönelik şiddet, aile içi kadına ve çocuğa şiddet yasalarının değiştirilmesine yönelik bilgiler yer almıştır. Ayrıca, takipçilerin yasanın değiştirilmesi ve düzenlenmesi için online olarak dilekçeye imza atması hakkında bilgiler paylaşılmıştır. Yorumların çoğu, yukarıdaki hashtag'ı ve yasanın en hızlı şekilde gerçekleşmesini, dilekçeye imza atacağına ilişkin görüşlerine yöneliktir.

Hashtag kullanımı, içeriklerin görünürlüğü artırmak amacıyla önemli bir strateji olarak kabul edilmektedir. Ne MolchiKZ Instagram sayfasında Saltanat ile yapılan paylaşımlarda, Kasım ve Nisan aylarında yoğun hashtag kullanımı yapılmıştır. Nisan ayındaki hashtag sayısının (25 hashtag), bu dönemde hesabın daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflediğini göstermektedir. Ne MolchiKZ Instagram sayfası incelendiğinde, en çok paylaşımın Nisan ayında yapıldığı öne çıkmaktadır. Nisan ayında yapılan paylaşımlarda #SaltanatYasası, #Saltanatçinflashmob hashtagleri sıklıkla kullanılmakta olup, paylaşımların bir kısmı video ve canlı yayın şeklinde sunulduğu ortaya çıkmıştır. Bishimbayev, mahkeme duruşmalarından birinde, Saltanat'ın o akşam alkol kullanarak kendisini kışkırttığını söylemiş ve bu durum toplumda büyük bir tepki göstermiştir. Ancak, mahkemede sunulan adli muayene raporuna göre, idrarda 1,82 promil, kanda ise 0,31 promil alkol tespit edilmiş olup, bu düzeyin canlı bireylerde vücut üzerinde yalnızca sınırlı etkiye sahip olduğu tahmin edilmektedir. Dolayısıyla, Ne MolchiKZ tarafından 31 Mart'ta "elimde bir kadeh şarap görmem, beni öldürebileceğin anlamına gelmez" başlığı altında bir sosyal medya flashmob'u başlatılmıştır. Bu, flashmob binlerce takipçi tarafından destek görmüş ve Saltanat'ın veya diğer kız çocuklarının, kadınların herhangi bir neden sonucunda öldürülmemesi gerektiği mesajını toplumda yaygınlaştırmıştır. Flashmob'a katılanlar bir kadeh şarap ile çekildiği fotoğraf ya da videoyu sosyal medya hesaplarında paylaşarak, sloganı ve hashtag'leri kullanarak daha geniş kitleye ulaşmaya çalışmıştır. Bu sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen hareket, mağduru suçlama yaklaşımının, bir kadının yaşam tarzı ve davranışları nedeniyle şiddete maruz kamaı, öldürülmeyi "hak ettiği" şeklinde algının önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Kampanya, toplumda bu tür olaylara yönelik algının değişmesini ve mahkemelerde, medyada mağdur suçlamasının sona erdirilmesine katkıda bulunmayı hedeflemiştir.

Bu verilere dayanarak, Ne MolchiKZ kuruluşunun Instagram üzerinden yürüttüğü sosyal farkındalık faaliyetlerinin geniş bir kitleye ulaşabildiği söylenebilir. Datareportal (2023) verilerine göre, 2023 yılında Kazakistan'da 10,45 milyon insan Instagram sosyal medya platformunu kullanmaktadır. Bu bilgi doğrultusunda, 186 000 takipçiyeye sahip bir hesabın toplam kullanıcı kitlesine oranla yaklaşık %1,8'lik bir paya sahip olduğu söylenebilir. Bu oran, sosyal medya sayfasının ülkedeki Instagram kullanıcıları arasında önemli bir erişim gücüne sahip olduğu anlamına gelmektedir. Hesabın, Saltanat Nukenova cinayeti ile ilgili paylaştığı toplam 45 gönderinin, milyondan fazla (1 110 724) beğeni ve 100 618 yorum alması Ne MolchiKZ'nin kullanıcılar arasında etkileşim yarattığını ve toplumu harekete geçirdiğini göstermektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak hesabın etkileşim oranı aşağıdaki gibidir: Etkileşim oranı = $(1\ 110\ 724 / 186\ 000) \times 100 = \%60,48$. Yani, Saltanat'ın cinayeti ile ilgili paylaşımları her 100 takipçiden ortalama 60'ı beğendiğini ve etkileşim halinde olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayeti dünya genelinde olduğu gibi, Kazakistan'da da ciddi bir toplumsal sorunlar arasında yer almaktadır. Bu tür olaylar, ülkedeki toplumsal cinsiyet eşitsizliği, kültürel normlar ve yasal yetersizlik nedeniyle büyük bir sorun haline gelmiştir. Dünyada, kadınlar çeşitli sosyal, ekonomik ve kültürel zorluklarla karşı karşıya kalırken, aile içi şiddet, taciz ve kadın cinayetleri gibi cinsiyete dayalı daha ciddi sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Ataerkil Kazak toplumunda, bir kadın şiddete uğradığı zaman, korku ve utanç duygusu nedeniyle sessiz kalmayı,

yardım çağrısında bulunmamayı tercih etmektedir. Bu, kazak kadınlarına veya kız çocuklarına yıllardır yanlış bir şekilde öğretilen geleneksel ve kültürel normların sonucu olarak kabul edilebilir.

Kazakistan'da özellikle son yıllarda kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri sorununu çözmeye yönelik ve bu sorunları önlemeye yönelik çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu bağlamda, kadın hakları savunucuları, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleriyle mücadele eden sivil toplum kuruluşları da önemli çalışmalarını ortaya koymaktadır. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin görünürlüğünü artırmada, kamuoyu bilinçlendirmede ve toplumsal farkındalık oluşturmada sosyal medya ayrı bir rol üstlenmektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan kampanyalar ve kamuoyu oluşturmaya yönelik farklı çalışmalar, toplumun şiddet ve kadın cinayetlerine karşı duyarlılığını artırmakta, politika üzerinde baskı oluşturmakta yararlı olmaktadır. Özellikle, toplumda büyük rezonans yaratan olaylar, sosyal medya aracılığıyla toplumun taleplerinin iletilmesini sağlamakta ve daha sıkı yasal düzenlemelerin yapılmasına zemin hazırlamaktadır. Bu kapsamda, sosyal medya kamuoyun taleplerini ileten ve güçlendiren bir araç olarak görev yapmaktadır.

Sosyal medya platformları, şiddet mağdurlarına destek bulabilecekleri ve seslerini duyurabilecekleri dijital bir ortam oluşturmaktadır. Bazı destek grupları veya sivil toplum kuruluşları sosyal medya hesapları üzerinden, şiddet mağdurlarına psikolojik, sosyal ve hukuki destek sağlamaya çalışmaktadır. Ne MolchiKZ, Saltanat Nukenova cinayeti ile ilgili paylaşımları ve kampanyalarında sosyal medyanın geniş kitleye ulaşabilme olanağından yararlanmıştır. Kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin toplumun daha geniş kısmına hitap etmesi için sosyal medyanın farklı stratejik hamlelerinden faydalanmıştır. Saltanat Nukenova'nın cinayetini duyurmak ve bu örnek üzerinden kadın cinayetlerini önlemek için Ne MolchiKZ Instagram hesabında, bilgi paylaşımı, kampanyalar, hashtag kullanımı, hikaye ve canlı yayın videoları paylaşmıştır. Cinayetin gerçekleştiği zamandan itibaren mahkeme kararının alındığı tarihe kadar, paylaşımların sosyal medya üzerinden aktif bir şekilde yapılması toplumun bu olay hakkında bilgi sahibi olmasına, farkındalık kazanmasına yardımcı olmuştur. Saltanat Nukenova cinayeti ile ilgili Instagram hesabında yapılan, toplam 45 paylaşımın, milyondan fazla beğeni ve yüz binden fazla yorum alması, Ne MolchiKZ'ın Instagram sosyal medyası üzerinden toplumsal farkındalık ve etkileşim yaratabilmesini göstermektedir. Kazakistan'da kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerini önlemede yasal düzenlemelerin daha efektif olmasını talep eden, online formattaki dilekçenin yayılmasını sağlayarak ve topluma yasal düzenlemelerdeki değişiklikler ile ilgili bilgi vermek için Instagram hesabında sürekli olarak paylaşımlar yapmıştır. Bu paylaşımlarda, herkesin çevrimiçi dilekçeyi imzalaması yönünde bilgilendirmeler yapılmış ve diğer sosyal medya kullanıcılarına da bu dilekçeyi iletmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla, aynı paylaşımları sürekli olarak takip eden sosyal medya kullanıcıları tarafından dilekçe aktif bir biçimde imzalanmıştır. Sonuç olarak, birkaç hafta içerisinde 150.000'den fazla kişinin aile içi şiddetin ve kadına yönelik şiddetin tamamen suç olarak sayılması ve mevcut yasaların sıkılaştırılması talebinde bulunan dilekçeyi imzalamıştır.

Saltanat Nukenova cinayeti ile ilgili Kazakistan'da ve Dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleşen protestoların yayılmasında Ne MolchiKZ'ın Instagram hesabı önemli bir rol oynamıştır. Protestolar hakkında yapılan paylaşımlar ve bilgi amaçlı içerikler sayesinde katılımcılar sayısının artmasına olanak sağlamıştır. Tüm bunlar, ülke ve dünya genelinde Saltanat Nukenova'nın cinayetinin duyulmasına sebep olmuştur. Çalışma, Kazakistan'da kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleriyle mücadelede sosyal medyanın, toplumsal farkındalık oluşturma aracı olarak kullanılmasına işaret etmektedir. Ne MolchiKZ'ın Instagram sosyal medya hesabı, Saltanat Nukenova cinayeti açısından incelendiği zaman, kurumun, cinayeti duyurmada ve toplumda rezonans yaratmaya yönelik olarak farklı stratejileri kullandığı görülmektedir. Dolayısıyla, Instagram sosyal medya platformu, kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetleri konusunda toplumsal farkındalık oluşturma aracı olarak kullanılabilir.

Kaynakça

- Akkaş, İ., & Uyanık, Z. (2016). Kadına Yönelik Şiddet. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 6 (1), 32-42.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, Social Media and Technology 2018. *Pew Research Center*.
<https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Baldry, A.C., & Pagliaro, S. (2014). Helping Victims of Intimate Partner Violence: The Influence of Group Norms Among Lay People and The Police. *Psychology of Violence*, 4 (3), 334-347.
- Dursun, Ç. (2010). Kadına Yönelik Şiddet Karşısında Haber Etiği. *Fe Dergisi*, 2(1), 19-32.
- Eren, V., & Aydın, A. (2024). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rölü ve Muhtemel Riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3, 197-205.
- Fleck, A. (2023). The United Nations International Day for The Elimination of Violence Against Women. <https://www.statista.com/chart/31326/estimated-number-of-female-homicides-by-family-and-partners/>
- Göklü, G., & Hosta, N. (2013). Basında Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Analizi: Hürriyet, Sabah ve Posta Gazeteleri Örneği (2005-2008). *The Journal of Akademik Social Science Studies*, 6(2), 1829-1850.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Olzhabekova, T. (2024). A View from the Rally in Prague in Support of Saltanat Nukenova.
<https://timesca.com/a-view-from-the-rally-in-prague-in-support-of-saltanat-nukenova/>
- Ospan, F. (2024). Why is it Good that Media in Kazakhstan Cover Freely the Trial of Ex-minister Charged of Killing His Wife. <https://cabar.asia/en/why-is-it-good-that-media-in-kazakhstan-cover-freely-the-trial-of-ex-minister-charged-of-killing-his-wife>
- Öğülmüş, S. (1991). İçerik Çözümlemesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(1), 213-228.
- Palabıyıkoglu, R. (1997). Medya ve Şiddet. *Kriz Dergisi*, 5, 123-126.
- Radford, J., & Russell, D.E. (1992). Femicide: The Politics of Woman Killing. *Twayne Publishers*.
- Russell, D.E., & Harnes, R. A. (2001). Femicide in Global Perspective. *Teachers College Press*.
- Safko, L., & Brake, D.K. (2009). The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success. *Hoboken, NJ: John Wiley & Sons*.
- Salimova, F. (2024). Qotillikda Ayblanayotgan Nazarboyevning “lyubimchigi”. Saltanat Nukenovaning o’limi haqida nimalar ma’lum? <https://qalampir.uz/uz/news/k-otillikda-ayblanayotgan-nazarboyevning-lyubimchigi-saltanat-nukenovaning-ulimi-xak-ida-nimalar-ma-lum-100339>

Shakirova, S. (2013). Gender Policy and Nation-building in Kazakhstan: Parallel or Opposing Processes? In M. Dutta (Ed.) *Gender & Human Development in Central and South Asia*. *Pentagon Press*, 253-262.

Silsüprü, Ö., & Övüç, M. (2022). Kadına Yönelik Şiddete Karşı Toplumsal Farkındalık Yaratma ve Kamuoyu Oluşturma Aracı Olarak Sosyal Medya: Kadın Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 5(1), 1-25.

Yegen, C. (2014). İnternet Haberciliğinde Kadın Cinayeti Haberlerinin Sunumu: Posta Gazetesi Örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 15-28.

Posthümanizm, Transhümanizm, Biomedya

Madina Zhangaziyeve¹

Özet

Kapitalist sistemin belirli krizlerden çıkması, toplumda köklü değişim ve dönüşümlere yol açmıştır. Bu çalışma, bu değişimlerin, özellikle Transhümanizm, Posthümanizm ve Biyomedya kavramları bağlamında insanlık üzerindeki etkilerini incelemektedir. Araştırmanın amacı, teknolojik gelişmelerin insan evrimine olan katkılarını ve bu kavramların toplumsal yapı üzerindeki etkilerini anlamaktır. Literatür taraması yöntemi kullanılarak, bu kavramların tarihsel kökenleri, tanımları ve günümüzdeki yansımaları analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, Transhümanizm'in, insanın fizyolojik, bilişsel ve psikolojik yeteneklerini artırmayı hedeflediğini ve bununla birlikte insanın sınırlarını genişletme çabasını içerdiğini göstermektedir. Posthümanizm ise, insanın evriminin henüz tamamlanmadığını ve gelecekte de devam edebileceğini vurgulamakta, insan sonrası bir dünya tasavvur etmektedir. Bu bağlamda, Biyomedya, biyolojik materyalin dijitalleşmesi ve insan bedeninin teknolojiyle entegrasyonu üzerine yoğunlaşarak, insanlık deneyimini dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak, bu çalışma, teknolojinin insan kimliğine, etik anlayışına ve sosyal yapılara olan etkilerini değerlendirirken, bireylerin yeni kimlik arayışları ile karşılaşacağını öngörmektedir. Gelecekte, bu dönüşümlerin insanlık üzerinde yaratacağı derin etkiler, bireysel ve toplumsal düzeyde yeni sorulara ve tartışmalara yol açacaktır. Bu bağlamda, insanlığın geleceği üzerine düşünmek, yalnızca bir akademik tartışma değil, aynı zamanda pratik bir gerekliliktir.

Anahtar Kelimeler: Posthümanizm, Transhümanizm, Biyomedya, Teknoloji, Evrim, İnsanlık

Disiplin: İletişim Bilimleri

Giriş

İnsan ve teknoloji arasındaki ilişki, 21. yüzyılda daha önce benzeri görülmemiş bir hızla dönüşmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca bilimsel ve teknolojik gelişmelerle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda felsefi, etik, sosyolojik ve kültürel boyutlarda da derin bir yeniden yapılanmayı beraberinde getirmektedir. Günümüzde teknoloji, insanın doğası, varoluş biçimi ve hatta geleceği üzerindeki etkisiyle hem teorik hem de pratik alanlarda büyük tartışmalara yol açmaktadır. Tarihin hiçbir döneminde insan, kendi biyolojik yapısını ve zihinsel süreçlerini teknoloji aracılığıyla bu denli dönüştürebilir bir konumda olmamıştır. Biyoteknoloji, yapay zeka, dijital medya, sibernetik ve nöroteknoloji gibi alanlardaki gelişmeler, insan doğasının sınırlarını yeniden tanımlamaktadır. Bu teknolojiler, insan bedenini ve zihnini hem bireysel hem de toplumsal düzeyde yeniden şekillendirirken, insanın gelecekteki evrimine ve toplumun yapısal dönüşümüne dair önemli sorular doğurmaktadır. Bu dönüşüm sürecini anlamak ve açıklamak için posthümanizm ve transhümanizm gibi felsefi akımların ortaya çıkışı kaçınılmaz olmuştur. Posthümanizm, insanı sabit ve değişmez bir varlık olarak ele almanın ötesine geçerek, teknolojik ve biyolojik müdahalelerle sürekli değişen, akışkan bir varoluş biçimi olarak görmektedir.

¹ Doktora Öğrencisi (PhD Student) Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

(Hayles, 1999). Posthümanist düşünürler, insanın doğasının teknolojiyle bütünleşerek radikal bir şekilde dönüşebileceğini savunurlar. Bu akım, sadece teknolojik müdahalelerle sınırlı kalmaz, aynı zamanda insanın etik, toplumsal ve kültürel bağlamda da yeniden tanımlanması gerektiğini öne sürer. Öte yandan transhümanizm, insan kapasitelerinin teknolojinin yardımıyla geliştirilmesini savunan daha ileri bir hareket olarak karşımıza çıkar. Transhümanistler, insanın biyolojik sınırlamalarını aşarak, teknolojinin yardımıyla daha gelişmiş, hatta "insanüstü" bir varoluşa ulaşmayı hedeflerler (Kurzweil, 2005). Bu felsefi yaklaşımlar, insanın evrimsel sürecinin hızlandırılabilirliği ve teknolojinin biyolojik varoluşu aşma potansiyeli sunduğu iddiasıyla, hem etik hem de toplumsal açıdan ciddi tartışmalar yaratmıştır. İnsan doğasının, teknolojik gelişmeler aracılığıyla köklü bir şekilde dönüşeceği ve bunun insan hakları, eşitlik ve bireysel özgürlükler üzerindeki etkilerinin ne olacağı sorusu hala belirsizliğini korumaktadır (Fukuyama, 2002). Bu bağlamda, teknoloji ve insan arasındaki ilişkinin derinlemesine incelenmesi, gelecekteki toplumsal yapıların nasıl şekilleneceğine dair ipuçları sunmaktadır. İnsan bedeninin ve zihninin teknolojiyle birleştiği bu noktada, biyomedya kavramı önemli bir analitik araç olarak ortaya çıkmaktadır. Biyomedya, insan biyolojisinin dijital teknolojiyle bütünleşerek nasıl dönüştüğünü inceleyen disiplinler arası bir alan olarak, insanın biyolojik varoluşunu yeniden şekillendiren bir süreçtir (Thacker, 2004). Genetik mühendislik, nöroteknoloji ve dijital medya gibi araçlar, insanın biyolojik sınırlarını zorlayarak, bireyin hem biyolojik hem de dijital bir varlık olarak yeniden tanımlanmasına olanak tanımaktadır. Biyomedya, insan bedeninin sadece biyolojik değil, aynı zamanda dijital bir veri kaynağı olarak da değerlendirilmesini sağlar; bu durum, insan-makine ilişkilerini derinleştirirken insan bedeninin ve bilincinin gelecekte nasıl bir form alacağına dair önemli sorular doğurur. Günümüzde genetik verilerin dijital ortamlarda depolanması, yapay organların insan bedenine entegrasyonu ve zihinsel süreçlerin nöroteknoloji aracılığıyla dijitalleştirilmesi, biyomedyanın en belirgin örneklerindendir. Bu teknolojiler, yalnızca bireyin biyolojik varoluşunu dönüştürmekle kalmaz, aynı zamanda kimlik, toplumsal yapı ve etik değerler üzerinde de derin etkiler yaratır. İnsan bedeninin ve zihninin bir "biomedya" platformu haline gelmesi, teknolojiyle bütünleşen insan deneyiminin nasıl evrileceği konusunda yeni sorular ortaya koymaktadır. Bu makalede, posthümanizm ve transhümanizm akımlarının biyomedya bağlamında nasıl kesiştiği ele alınacak, bu felsefi ve teknolojik akımların insan deneyimi, toplumsal yapı ve etik değerler üzerindeki etkileri derinlemesine analiz edilecektir. Bu analiz, yalnızca insanın gelecekteki evrimine dair bir perspektif sunmayı amaçlamamakta, aynı zamanda insanın teknolojiyle ilişkisini yeniden şekillendiren biyomedya kavramının toplumsal ve felsefi bağlamını da sorgulamayı hedeflemektedir. Posthümanizm ve transhümanizm gibi düşünce sistemleri, teknolojinin insanlık üzerindeki etkilerini sadece bilimsel değil, aynı zamanda etik ve sosyokültürel bir çerçevede değerlendirme zorunluluğunu doğurmuş; biyomedya, bu değerlendirme sürecinde insan-teknoloji ilişkisini anlamak için kritik bir kavram olarak öne çıkmıştır.

Posthümanizm ve Transhümanizmin Kavramsal Açıklamaları

Posthümanizm ve transhümanizm, günümüz felsefesinde insan, teknoloji ve doğa ilişkilerini yeniden değerlendiren iki önemli düşünce akımıdır. Her iki kavram da insanın kimliğini ve evrimsel potansiyelini sorgulasa da, bu sorgulama süreçleri ve sonuçları açısından önemli farklılıklar göstermektedir. Bu bölümde, posthümanizm ve transhümanizm arasındaki kavramsal farklılıklar derinlemesine incelenecektir. Posthümanizm ve transhümanizm, her ne kadar insanın teknolojiyle ilişkisini merkezine alsın da, bu iki düşünce sistemi farklı perspektifler sunmaktadır. Posthümanizm, insanı merkezden çıkararak, biyolojik sınırların ötesine geçebilecek çoklu varlık biçimlerini kabul eder. İnsan, sadece biyolojik varlığıyla değil, aynı zamanda teknolojik araçlarla dönüşen bir varlık olarak ele alınır (Braidotti, 2013). Buna karşın, transhümanizm, insanın teknolojik müdahalelerle

mükemmelleştirilebileceğini savunur. Transhümanizm, insanların doğasını geliştirmek ve mükemmelleştirmek için bilim ve teknolojiyi kullanan bir felsefi akımdır. Transhümanist düşünceye göre, insan bedeni ve zihni, teknolojik araçlar aracılığıyla gelişebilir, güçlenebilir ve nihayetinde ölümsüzlüğe bile erişebilir (Kurzweil, 2005). Bu akım, insanın biyolojik sınırlarını aşarak daha üstün bir varlık olmayı hedefler. Transhümanist düşünürler, insanın zeka, dayanıklılık, sağlık ve yaşam süresi gibi özelliklerini artırmayı amaçlayan teknolojik yenilikleri savunurlar. Örneğin, genetik mühendislik, yapay zeka, nanoteknoloji ve biyoteknoloji gibi alanlar, transhümanizmin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır (Bostrom, 2003). Transhümanizm, insanların kendilerini sürekli olarak iyileştirmeleri gerektiğini savunurken, bu süreçte etik kaygıları genellikle ikinci planda bırakır. Transhümanizmin temel özellikleri arasında bireysel özgürlükler, bilimsel ilerleme ve teknolojik dönüşüm bulunmaktadır. Transhümanistler, insanın kendi biyolojik doğasına müdahale etme hakkını savunarak, bireylerin bu teknolojilere erişim hakkının da olması gerektiğini belirtirler. Bununla birlikte, bu durum, sosyal eşitsizlikler ve teknolojik ayrımcılık gibi sorunları da beraberinde getirebilir (Fukuyama, 2002).

Transhümanizm ve posthümanizm arasındaki bir diğer önemli farklılık, ontolojik yaklaşımlardır. Transhümanizm, insanı sürekli olarak gelişen bir varlık olarak görürken, posthümanizm insanı, diğer varlıklarla olan ilişkileri içinde ele alır. Transhümanist düşüncede insan, mükemmelleştirilmesi gereken bir nesne olarak değerlendirilirken, posthümanizmde insan, ekosistem içinde değişen ve evrilen bir bileşen olarak anlaşılmaktadır. Posthümanizm, insanın sadece kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden bir varlık olmadığını, aynı zamanda diğer varlıkların da haklarını gözetmesi gereken bir varlık olduğunu savunur. Bu bağlamda, insan-merkezli düşüncenin sorgulanması, posthümanizmin temel bir özelliğidir. Bu iki yaklaşım, teknolojinin insan üzerindeki etkilerini farklı şekillerde yorumlamaktadır. Posthümanist düşünce, insan doğasının sabit olmadığını ve teknolojiyle sürekli bir dönüşüm sürecinde olduğunu savunur. Biyoteknoloji, yapay zeka ve genetik mühendislik, insan varlığının sınırlarını aşmasına olanak tanırken, posthümanizm bu süreci sadece bir gelişim değil, aynı zamanda bir yeniden şekillenme olarak görür. Buna karşın transhümanizm, bu dönüşümü bir ilerleme ve mükemmelleşme süreci olarak değerlendirir (Fukuyama, 2002).

Biomedyanın Rolü ve İnsan-Makine İlişkileri

Biomedya, biyoloji, medya ve teknoloji arasındaki etkileşimi ifade eden, insan sağlığını ve yaşam deneyimini dönüştüren bir kavramdır. Biomedya, insan-makine ilişkilerini derinlemesine inceleyerek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli etkiler yaratmaktadır. Bu bölümde, biomedyanın rolü, insan-makine etkileşimi ve bu etkileşimin sonuçları derinlemesine ele alınacaktır. Biomedya, biyomedikal uygulamalar, teknoloji ve medya ile insan deneyimleri arasındaki bağlantıyı ifade eder. Biyomedikal teknolojilerin gelişimi, sağlık hizmetleri, teşhis ve tedavi yöntemlerinde devrim yaratırken; medya, bu teknolojilerin toplumda nasıl algılandığını, yayıldığını ve kullanıldığını belirler. Biomedya, sağlık bilincini artıran, bireyleri sağlık kararlarında bilinçlendiren ve sağlık hizmetlerine erişimi kolaylaştıran bir araç olarak işlev görmektedir (Swan, 2012). Biomedya uygulamaları, yapay zeka destekli teşhis sistemlerinden giyilebilir sağlık teknolojilerine, sanal gerçeklik uygulamalarından genetik verilerin analizi ve yönetimine kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Bu teknolojilerin her biri, bireylerin sağlık durumlarını izlemelerini, hastalıkları önlemelerini ve tedavi süreçlerini iyileştirmelerini sağlamaktadır. Biomedya, insan biyolojisi ve medyanın kesiştiği bir kavram olarak karşımıza çıkar. Eugene Thacker'a göre biomedya, biyolojik süreçlerin medya teknolojileri aracılığıyla dijitalleştirildiği ve manipüle edilebildiği bir alanı ifade eder. Biyoteknoloji ve dijital medyanın birleşimi, insan biyolojisini yeniden şekillendirerek, insanı biyolojik ve dijital bir varlık olarak ikiye

ayırır. DNA'nın dijital kodlar aracılığıyla analiz edilmesi ve genetik manipülasyonların medya teknolojileri ile yaygınlaştırılması, biyomedya kavramının temelini oluşturur (Thacker, 2004).

Biyomedya, insan-makine ilişkilerinin yeniden tanımlanmasına yol açar. Biyoteknolojik müdahaleler, insanın biyolojik doğasını dönüştürme kapasitesine sahiptir ve bu süreç, insanın hem biyolojik hem de dijital bir varlık olarak tanımlanmasına neden olur. Genetik müdahaleler, yapay organlar, dijital implantlar ve hatta insan beyni ile bilgisayarlar arasında kurulan bağlantılar, insanın biyolojik sınırlarını aşmasını sağlar. Ancak bu gelişmeler, aynı zamanda etik ve toplumsal sorunları da beraberinde getirir (Clark, 2003). Biomedya ile insan-makine ilişkileri, geleneksel anlayışların ötesine geçerek, etkileşimi daha karmaşık bir hale getirmiştir. İnsanlar, artık sadece pasif alıcılar değil; aynı zamanda aktif katılımcılar haline gelmiştir. Biomedikal teknolojiler, bireylerin sağlık verilerini toplama, analiz etme ve bu verilere dayalı kararlar alma yeteneklerini artırırken, aynı zamanda bireylerin sağlığı üzerinde kontrol sahibi olmalarını da sağlamaktadır (Crawford et al., 2015). Örneğin, giyilebilir sağlık cihazları, bireylerin günlük aktivitelerini, kalp atış hızlarını ve diğer sağlık parametrelerini sürekli olarak izlemekte ve verileri anlık olarak analiz etmektedir. Bu durum, bireylerin sağlık durumlarını daha iyi anlamalarına ve sağlıklarını yönetmelerine olanak tanırken, insan-makine etkileşiminin nasıl geliştiğini de gözler önüne sermektedir. Biomedya, insanın genetik yapısını ve biyolojik varlığını medya teknolojileriyle harmanlarken, çevresel faktörler de bu sürecin bir parçası haline gelmektedir. Genetik mühendislik, çevresel koşullara daha dayanıklı bitki ve hayvan türlerinin geliştirilmesinde kullanılabileceği gibi, insan biyolojisinin çevresel tehditlere karşı güçlendirilmesi için de kullanılabilir. Bu durum, insanın ekosistemle daha uyumlu bir yaşam sürebileceği bir gelecek vizyonu sunmaktadır (Thacker, 2004). Gelecekte biomedya ve insan-makine ilişkilerinin nasıl evrileceği üzerine çeşitli senaryolar öne sürülebilir. Özellikle yapay zeka ve makine öğrenimi gibi teknolojilerin sağlık alanında daha fazla yer bulması, insan-makine etkileşimini daha da derinleştirecektir. Biomedya uygulamaları, bireylerin sağlık durumlarını sürekli olarak izlemeyi ve gerçek zamanlı verilerle desteklenmiş kişiselleştirilmiş sağlık hizmetlerine erişim sağlamayı mümkün kılmaktadır.

Ayrıca, toplumsal düzeyde daha fazla katılım ve işbirliği gereklidir. Bireylerin, kendi sağlıkverilerini yönetmeleri ve bu verileri toplumsal sağlık hedefleri doğrultusunda kullanmaları teşvik edilmelidir. Biomedya, sadece bireyler için değil, toplumlar için de sağlığı iyileştirme potansiyeline sahip bir araçtır. Bu nedenle, insan-makine ilişkilerinin güçlendirilmesi ve bu ilişkilerin etik, sosyal ve kültürel boyutlarının dikkate alınması önemlidir. Ancak, bu süreçte insanın teknolojiye olan bağımlılığı da eleştirilmelidir. Posthümanist bakış açısı, teknolojinin insanın doğayla olan ilişkisini nasıl yeniden şekillendirdiği sorusunu gündeme getirir. Biyoteknolojinin ekosistemler üzerindeki olası olumsuz etkileri ve biyolojik çeşitliliği tehdit edebilecek sonuçları da dikkate alınmalıdır. Posthümanizm, insan-merkezci bakış açısını eleştirerek, insanı çevresinden bağımsız bir varlık olarak görmez. Aksine, insanın biyolojik, teknolojik ve ekolojik sistemlerle iç içe geçtiğini savunur. Bu düşünceye göre, insan biyoteknoloji yoluyla sınırlarını aşarken, ekosistem ve diğer canlı varlıklarla da bir etkileşim içerisinde (Braidotti, 2013). Örneğin, çevresel biyoteknolojiler, insanın doğa ile olan etkileşimini yeniden tanımlamakta ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunabilecek yeni yollar aramaktadır. Transhümanizm, insanın biyolojik sınırlamalarını aşma hedefi doğrultusunda biyoteknolojinin sunduğu tüm olanaklardan yararlanmayı savunur. Bu bağlamda biyomedya, transhümanist düşüncenin gerçekleşmesinde önemli bir aracı rolü üstlenir. Biyomedya, biyolojik materyallerin dijital araçlar ve medyayla bütünleştiği bir alan olarak, insanın genetik yapısını, fizyolojik işlevlerini ve bilişsel yetilerini geliştirme olanakları sunar (Thacker, 2004). Özellikle genetik mühendislik ve dijital teknolojiler, insanın biyolojik yapısını manipüle ederek, yaşlanmayı geciktirme, hastalıkları ortadan kaldırma ve hatta zihin transferi gibi hayalleri mümkün kılabilir. Transhümanizmin temel amacı, insanı "mükemmelleştirmek" ve ölümsüzlüğe ulaşmaktır. Bu hedef, biyomedya teknolojileri aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Örneğin, yapay zeka destekli sağlık sistemleri, vücuda yerleştirilen sensörler,

genetik haritalandırma ve veri analizi, insan bedeninin işleyişini kontrol etmeye olanak sağlar. Bu tür gelişmeler, transhümanizmin gelecekte bir norm haline gelebileceği bir toplum yapısını işaret eder (Kurzweil, 2005).

Etik Tartışmalar ve Toplumsal Sonuçlar

Bu süreçte ortaya çıkan etik sorunlar da dikkate alınmalıdır. İnsan doğasının bu denli müdahaleye açık hale gelmesi, bireysel özgürlükler, kişisel mahremiyet ve toplumsal adalet gibi konularda derin tartışmalara yol açmaktadır. Özellikle biyoteknolojinin sadece belirli bir kesime erişilebilir olması, toplumsal hiyerarşilerin ve sınıf farklılıklarının derinleşmesine neden olabilir. Biyoteknolojiye sınırlı erişim, transhümanist ideallerin yalnızca belirli bir elit kesim tarafından yaşanabilir olmasına yol açabilir ve bu da ciddi toplumsal sonuçlar doğurabilir (Fukuyama, 2002). Biomedya ve insan-makine ilişkileri de, beraberinde çeşitli etik ve sosyal sorunları da getirmektedir. Öncelikle, sağlık verilerinin toplanması ve kullanılması, gizlilik ve veri güvenliği konularında ciddi endişelere yol açmaktadır. Bireylerin kişisel sağlık verileri, kötü niyetli kişiler tarafından kötüye kullanılabilir veya yanlış yorumlanabilir. Bu nedenle, biomedya uygulamalarının geliştirilmesi ve uygulanması aşamasında etik standartların belirlenmesi büyük önem taşımaktadır (Rosenbaum, 2018). Ayrıca, biomedya uygulamalarının erişilebilirliği de önemli bir meseledir. Sağlık teknolojilerinin yalnızca belirli bir kesim tarafından erişilebilir olması, sosyal eşitsizlikleri derinleştirebilir. Teknolojik gelişim, sağlığı iyileştirme potansiyeline sahip olsa da, bu potansiyelin herkes için eşit şekilde sağlanması gerekmektedir. Aksi takdirde, toplumun farklı kesimleri arasında sağlık hizmetlerine erişim açısından derin uçurumlar oluşabilir. Transhümanizm, bireysel özgürlükleri ve potansiyeli artırma arayışını savunurken, bu süreçte karşılaşılabilecek etik sorunları genellikle göz ardı eder. Örneğin, genetik mühendislik uygulamaları, yalnızca belirli bir kesimin erişimine açık olduğunda, toplumsal eşitsizlikleri derinleştirme potansiyeline sahiptir (Fukuyama, 2002). Transhümanizm, bu durumun sonuçlarına yönelik daha geniş bir etik çerçeve sunma konusunda yetersiz kalabilir. Posthümanizm ise insanın diğer varlıklarla olan ilişkilerini ve bu ilişkilerin getirdiği etik sorumlulukları sorgular. Posthümanistler, insanın yalnızca kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmesi yerine, doğaya ve diğer varlıklara karşı sorumluluk taşıdığını savunurlar. Bu bağlamda, posthümanizm, insan-dışı varlıkların da haklarının gözetilmesi gerektiğini vurgulayarak, insanın etik sorumluluklarını genişletir. Biyoteknolojik müdahaleler, insan kimliğini ve varoluşunu yeniden tanımlarken, bu sürecin etik boyutları da büyük bir tartışma konusu olmuştur. Posthümanist düşünce, insanın biyolojik sınırlarını aşmasını olumlu bir gelişme olarak değerlendirirken, bazı eleştirmenler bu sürecin toplumsal eşitsizlikleri derinleştirebileceği ve yeni bir biyoteknolojik elitizme yol açabileceği konusunda uyarıda bulunmaktadır (Fukuyama, 2002). Özellikle biyoteknolojiye erişimin sınırlı olduğu durumlarda, sadece belirli bir kesimin bu gelişmelerden faydalanabileceği ve bu durumun toplumsal adaletsizlikleri artırabileceği tartışılmaktadır. Biomedya ile insanın biyolojik doğasının manipüle edilmesi, toplumsal hiyerarşilerin ve kimlik politikalarının yeniden şekillenmesine yol açabilir. Örneğin, genetik müdahalelerin, sadece fiziksel değil, aynı zamanda zihinsel kapasiteleri de geliştirebilme potansiyeli, yeni bir insan sınıfının ortaya çıkmasına neden olabilir. Bu gelişmeler, insanın biyolojik varlığı ile dijital medyanın birleştiği noktada yeni kimliklerin oluşmasına yol açabilir.

Sonuç

Posthümanizm ve transhümanizm, günümüz dünyasında insanın kimliği, varoluşu ve teknolojik ilerlemelerle olan ilişkisini sorgulayan iki güçlü düşünce akımıdır. Her iki yaklaşım da insanlığın

gelecekteki evrimsel yolculuğunu ve bu yolculukta teknolojinin rolünü anlamak için farklı kapılar açarken, aynı zamanda insanın özünü, kimliğini ve diğer varlıklarla olan ilişkisini yeniden düşünmeye davet eder. Biyomedya, insan bedeninin ve kimliğinin dijitalleşmesi ve biyoteknolojik müdahalelerle nasıl yeniden yapılandırıldığını inceleyerek, posthümanist ve transhümanist düşüncelerin kesişim noktasında önemli bir yer edinmektedir. Bu kavram, insanın sadece biyolojik bir varlık olmaktan öte, dijitalleşmiş bir varlık haline dönüşümünü ele alır. Dijital medyanın ve biyoteknolojinin sunduğu olanaklarla, insanın kimliği artık yalnızca fiziksel bedenine bağlı değildir; aynı zamanda dijital verilerle, algoritmalarla ve yapay zeka ile şekillenen bir yapı haline gelmiştir. Bu dönüşüm, bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini değiştirmiştir. Kimlik, artık yalnızca bireyin içsel deneyimleriyle değil, aynı zamanda dijital ortamda oluşturduğu ve paylaştığı verilerle de tanımlanmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin toplumsal ilişkilerini ve kimlik algılarını yeniden şekillendirirken, bu süreçte ortaya çıkan etik sorunlar ve sosyal dinamikler, geleceğin toplumları için kritik bir sorun haline gelmektedir. Transhümanizmin vurguladığı teknolojik mükemmelleşme idealine karşı, posthümanizm insanın doğa ile olan ilişkisini merkeze alarak, insanın diğer varlıklarla olan etkileşimini ve bu etkileşimdeki etik sorumluluklarını öne çıkarır. Teknolojik gelişmeler, insanın biyolojik sınırlarını aşma potansiyeli taşıırken, bu süreçte ortaya çıkan sosyal eşitsizlikler ve ayrımcılık, insanlık için önemli bir sınav teşkil etmektedir. Transhümanist bakış açısı, bireylerin teknolojik yeniliklerden yararlanma hakkını savunsa da, bu hakların eşit dağılımı sağlanmadığı takdirde toplumsal adaletsizlikler derinleşebilir. Toplumlar, bu dönüşüm sürecinde, teknolojinin sağladığı fırsatları değerlendirirken, bireylerin ve grupların bu yeniliklerden nasıl yararlandığını göz önünde bulundurmalıdır. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet, etnik köken, sınıf ve diğer sosyal faktörlerin teknolojik gelişmeler üzerindeki etkisi sorgulanmalıdır. Teknolojinin bireyler arasında yarattığı ayrılmalar, bireylerin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel olarak da dışlanmalarına yol açabilir. Posthümanizm, insanın sadece kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden bir varlık olmadığını, diğer varlıkların da haklarını gözetmesi gereken bir aktör olduğunu vurgular. Bu anlayış, insan-merkezli düşüncenin sorgulanmasını sağlar ve insanın ekosistem içinde yerini yeniden değerlendirmesine olanak tanır. Bu bağlamda, insanın doğayla olan ilişkisi, çevresel sürdürülebilirlik, etik değerler ve toplumsal sorumluluk konuları önem kazanmaktadır. Geleceğin toplumları, teknolojik ilerlemeleri değerlendirirken, bu ilerlemelerin doğa üzerindeki etkilerini de dikkate almalıdır. Sonuç olarak, posthümanizm ve transhümanizm, insanın teknolojiyle olan ilişkisini anlamak ve gelecekteki evrimini sorgulamak için zengin bir çerçeve sunmaktadır. Biyomedya, bu tartışmaların merkezinde yer alarak, insan bedeninin ve kimliğinin nasıl dijitalleştiğini ve biyoteknolojik müdahalelerle yeniden yapılandırıldığını araştırmaktadır. Bu süreçte, etik değerlerin ve toplumsal sorumlulukların göz önünde bulundurulması, insanlık için büyük bir önem taşımaktadır. Sonuçta, insanlık, teknolojinin sunduğu potansiyelleri değerlendirirken, bu potansiyellerin insana ve doğaya zarar vermemesi için bir denge kurmayı başarmalıdır. Bu denge, daha adil, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir gelecek inşa etme çabalarını destekleyecek ve insanlığın gelecekteki yönünü belirlemede kritik bir rol oynayacaktır. Teknoloji, insanın hayatını zenginleştirebilir; ancak bu zenginleştirmenin etik bir çerçevede gerçekleştirilmesi, insanlığın bu yeni çağda başarılı olabilmesi için şarttır.

Tavsiyeler

Biyoteknolojik müdahaleler ve dijital medyanın insan doğası üzerindeki etkileri, daha geniş toplumsal katmanlara yayılmalı ve erişim imkanları artırılmalıdır.

İnsan-makine ilişkilerinin getirdiği etik sorunlar, daha kapsamlı bir yasal düzenleme ve toplumsal farkındalık çalışmalarıyla ele alınmalıdır.

Posthümanizm ve transhümanizmin toplumsal sonuçları üzerine daha fazla disiplinler arası araştırmalar yapılmalıdır.

İnsan biyoteknolojisinin erişilebilirliğinin artırılması ve bu teknolojilerin toplumsal eşitlik temelinde yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Biyoteknoloji ve dijital medya aracılığıyla insan biyolojisine yapılan müdahalelerin etik boyutları üzerine daha fazla araştırma yapılmalıdır.

Ekosistemle uyumlu biyoteknolojik gelişmeler teşvik edilmeli, çevre dostu teknolojilerin geliştirilmesi desteklenmelidir.

Kaynakça

Bostrom, N. (2003). The Transhumanist FAQ: A General Introduction. Extropy Institute. Retrieved from Extropy Institute.

Braidotti, R. (2013). The Posthuman. Polity Press.

Clark, A. (2003). Natural-Born Cyborgs: Minds, Technologies, and the Future of Human Intelligence. Oxford University Press.

Crawford, K., Pentland, A., & McDonald, D. (2015). The Ethics of Big Data in Health Care. Health Affairs, 34(4), 678-684. DOI: 10.1377/hlthaff.2014.0993.

Fukuyama, F. (2002). Our Posthuman Future: Consequences of the Biotechnology Revolution. Farrar, Straus and Giroux.

Haraway, D. (1991). Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature. Routledge.

Hayles, N. K. (1999). How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics. University of Chicago Press.

Kurzweil, R. (2005). The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology. Penguin Books.

Rosenbaum, L. (2018). The Uncertain Future of Digital Health Care: Ethics and the Role of the Human Provider. New England Journal of Medicine, 378(16), 1473-1476. DOI: 10.1056/NEJMp1800510.

Swan, M. (2012). Health 2050: The Future of Health Technology. Journal of Health Communication, 17(3), 299-307. DOI: 10.1080/10810730.2011.650682.

Thacker, E. (2004). Biomedica. University of Minnesota Press.

Dune Filmlerinde Arap ve İslam İmajı: Karşılaştırmalı Bir Analiz

Mohammed Abbas Al-najdi¹

Özet

Bu çalışma, aynı kaynak metin olan Frank Herbert'in *Dune* romanına dayanmasına rağmen, yönetmen David Lynch'in 1984 tarihli *Dune* filmi ile Denis Villeneuve'un 2021-2024 yılları arasında yayımlanan iki bölümden oluşan *Dune* uyarlaması arasında önemli farklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle her iki filmde de Arap ve İslam kültürünü temsil eden "Fremen" halkının sunumunda göze çarpan farklılıklar, bu çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, her iki filmdeki Arap ve İslam kültürüne dair imgelerin somutlaştırılma biçimindeki benzerlikleri ve farklılıkları açıklığa kavuşturmak. Çalışmanın başlangıcında, sinemada imajoloji ve imaj inşasına yönelik yaklaşımlar ele alınarak sinemanın farklı kültürlerin algılarını nasıl şekillendirdiğine dair teorik bir çerçeve sunulmuştur. Bu çerçevede, imajolojinin sinema aracılığıyla kültürel kimlikleri ve stereotipleri nasıl aktardığına ve bunun toplumsal algılara nasıl etki ettiğine dikkat çekilmiştir. Çalışmada, betimsel analitik yöntem kullanılarak sinemada "imajoloji" çerçevesinde bir karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. Filmlerin görsel ve anlatısal unsurları üzerinden, Arap ve İslam kültürünün imajının nasıl kurgulandığı ve izleyiciye nasıl aktarıldığı değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, çalışmanın bulguları Villeneuve'un uyarlamasının Arap ve İslam kültürüne dair imgeleri daha ayrıntılı ve otantik bir şekilde ele aldığını, Lynch'in filmde ise bu unsurların daha yüzeysel kaldığını göstermektedir. Bu bağlamda, her iki filmdeki imgelerin analizi, sinemanın kültürel temsillerdeki rolünü anlamak açısından önemli bir katkı sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Arap, Arap Kültürü, Dune Filmi, Hollywood Sineması, İslam, İmajoloji.

Disiplin: Görsel İletişim Tasarımı Anabilim Dalı /Sinema Doktora Programı.

Giriş

Doğal olarak, Hollywood sinemasında Arapların ve İslam dininin tasviri, karmaşıklığı ve tarihsel çeşitliliğiyle öne çıkan canlı bir konudur. 20. yüzyılın başlarında Hollywood'un küresel bir film üretim merkezi olarak ortaya çıkmasından bu yana, Orta Doğu, Araplar ve Müslümanların temsili, Batı sinemasında siyasi, ekonomik ve kültürel eğilimleri yansıtan önemli bir yer edinmiştir. Bu temsiller, genellikle Arapları terörist, aşırılık yanlısı veya mutlak göçebe olarak gösteren olumsuz klişelere dayandırılmıştır ve bu da Batılı izleyiciler arasında belirli algıları pekiştirmiştir. Bu anlatıların, Edward Said'in Oryantalizm (1978) adlı eserinde vurguladığı oryantalist eğilimleri güçlendirdiği söylenebilir. Said, edebiyat ve sanatın Doğu'yu "öteki" ve daha aşağı bir varlık olarak tasvir eden çarpık bir imaj oluşturulmasına nasıl katkıda bulunduğunu ele almıştır. Bu bağlamda,

¹ Doktora Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Bilimi ve İnternet Enstitüsü, Görsel İletişim Tasarımı Anabilim Dalı – Türkiye. Araştırma Görevlisi, Hodeidah Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Radyo ve Televizyon Bölümü

Frank Herbert'in (1965) *Dune* adlı romanı, Batı edebiyatındaki Arap ve İslam kültürlerinin derin etkisini gösteren ve daha sonra Hollywood filmlerine uyarlanan ünlü örneklerden biridir. *Dune*, karmaşık siyasi, sosyal, çevresel ve dini yapısıyla tanınır ve pek çok unsuru Arap ve İslam kültürlerinden ilham almıştır (Kodak, 2023). Bu roman, sinema ve televizyona birçok kez uyarlandı; en dikkat çekici olanlar David Lynch'in (1984) ve Denis Villeneuve'ün (2021-2024) filmleridir. Bu bağlamda bu çalışma, karşılaştırmalı analiz yoluyla her iki filmde de İslam ve Arap kültürü imajının nasıl sunulduğuna ve somutlaştırıldığına ışık tutmaya çalışmaktadır. Romanın olay örgüsü uzak bir gelecekte geçer ve imparatorun yönettiği, siyasi güce sahip feodal ailelerin gezegenler arası bir sistemde hakimiyet için mücadele ettiği bir evreni konu alır. Arrakis gezegeni, sıcak ve çorak bir çöl gezegenidir ve "baharat" adı verilen değerli bir maddeye sahiptir. Baharat olmadan gezegenler arası seyahat imkansız hale gelir ve küresel ticaret sistemi durma noktasına gelir. Arrakis'te, Fremen adı verilen ve uygarlığın dışında yaşayan bir halk yaşamaktadır. Bu gezegen, diğer gezegenlerde görülen uygarlık belirtilerinden yoksundur. Fremenler, diğer gezegenlerin en güçlü ve modern ordularının kontrolü altında kalır; bu ordular, Arrakis'ten baharatı çıkarıp diğer gezegenlere taşır (Nebil, 2021). Bu noktada, romanda Orta Doğu'daki büyük petrol rezervlerine sahip ülkeler üzerindeki Batı güçlerinin çatışmasını simgeleyen politik imalar net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Herbert'in, oryantalist eğilimlerinin romandaki olaylar boyunca belirgin olduğu söylenebilir. Yazar, *Dune* evrenini yaratırken Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın Arap ve İslam kültürlerinden, dilinden ve dini öğelerinden esinlenmiştir. Ayrıca, Herbert'in II. Dünya Savaşı'ndan sonra Arap dünyasında başlayan ulusal kurtuluş hareketlerinden etkilendiği de kayda değerdir. Bu durum, Fremenlerin, gezegenlerinin kaynaklarını yağmalayan dış güçlere karşı özgürlük için mücadele eden topluluklar olarak tasvir edilmesinde de yansıtılmıştır; Fremenler, İslami inançlardaki "Mehdi" kavramını andıran dini kehanetlerle bağlantılı olan "seçilmiş adam"ın gelişine inanır (Hişam, 2024).

Dune'un kültürel ve dini boyutları ele alışındaki oryantalist yaklaşım, Hollywood'un bu toplumları tasvir etme biçiminde net bir şekilde görülmektedir. Bu tasvirler genellikle İslam ve Arap dillerinden ve sembollerinden esinlenir, ancak anlamları çarpıtarak Batılı anlatılara hizmet edecek şekilde kullanılır. Bu anlatılar, Edward Said'in oryantalizmi, Batı'nın üstünlüğünü pekiştiren bir kültürel iktidar aracı olarak tanımladığı analizle örtüşmektedir. Doğu, Batı'nın ilerici karakterine kıyasla tuhaf ve bazen tehlikeli bir varlık olarak betimlenir (Said, 1977). Romanın sinemaya uyarlanması, bu tasvirlerin politik ve sembolik çatışmaların bağlamını güçlendirmede merkezi bir rol oynadığını göstermektedir. Hollywood, Arapları ve Müslümanları, egemen güçlere meydan okuyan "öteki" figürler olarak sunmuştur. Bu sadece *Dune*'a dayanan filmlerde değil, aynı zamanda *Rules of Engagement* (2000) ve *The Kingdom* (2007) gibi Müslümanları sürekli olarak Batı'ya yönelik bir tehdit olarak gösteren geniş bir film yelpazesinde de görülmektedir. Bu tür yapımlar, Batı zihnini yıllar boyunca şekillendiren mitlerin sürekliliğini yansıtır (Shaheen, 2003). Bu olumsuz klişeler, İslam dünyasını basitleştirilmiş ve tek boyutlu bir anlayışla sınırlamaya katkıda bulunur. Arapların ve İslam'ın gerçek ve çok boyutlu bir imajını yeniden sunmak için çaba gösteren Arap yönetmenler ve yazarlar üzerinde büyük bir sorumluluk yüklenmektedir. Bu düzeltici yaklaşıma örnek olarak, oryantalizmin etkilerinden uzak, halklarının gerçek deneyimlerini yansıtan yerel hikayeleri sunmaya çalışan bağımsız yönetmenlerin filmleri gösterilebilir. Ancak, bu düzeltici anlatıların Batı mediasındaki etkisi hala sınırlıdır. Bununla birlikte, yeni medya platformlarının ortaya çıkışı ve alternatif hikayelerin yayılmasıyla, bu klişelerle başa çıkmak mümkün hale gelmiştir (Semmerling, 2006). Sonuç olarak, Hollywood'un Arapları ve İslam dinini tasviri, rastgele sinematik seçimlerden ziyade karmaşık ideolojik ve siyasi bağlamların yansımasıdır. Bu imajın yeniden şekillendirilmesi, sinemacılar ve entelektüeller tarafından tek boyutlu anlatılara karşı durulması ve Arap ve İslam kültürünün derinliğini ve zenginliğini yansıtan anlatıların sunulması için toplu bir çaba gerektirir.

Metodolojisi

Yöntem

Bu çalışma, betimsel analitik yönetime göre tasarlanmış ve filmlerin kültürel imgeleri nasıl inşa ettiğini ve aktardığını anlamak için güçlü bir araç olan sinemaya imajoloji yaklaşımlarını temel almıştır. Filmlerde kullanılan görsel mekanizmaları ve anlatı yapılarını inceleyerek sinemanın farklı kültürlerin algılarını nasıl yansıttığını keşfedebiliriz. Bu çalışma, seçilen *Dune* (1984) ve *Dune* (2021-2024) filmlerinin her ikisinde de Arap imajının, kültürlerinin ve İslam'ın temsil ettiği dini inançlarının sunulma ve somutlaştırılma biçimindeki farklılık ve benzerlik yönlerini incelemek ve belirlemek amacıyla karşılaştırmalı analiz yaklaşımına dayanmaktadır.

Problem

David Lynch'in yönettiği *Dune* (1984) filmi ile Denis Villeneuve'ün yönettiği *Dune* serisi (2021-2024), aynı edebi kaynaktan uyarlanmalarına rağmen, birbirinden oldukça farklı kültürel ve estetik yaklaşımlar sergilemektedir. Özellikle, her iki filmde Arapları ve İslam'ı temsil eden Fremenlerin tasvirinde belirgin farklılıklar göze çarpmaktadır. Lynch'in filminde kullanılan sembolizm ve görsel temsiller, Villeneuve'ün eserinde daha modern ve yenilikçi bir yorumla yeniden ele alınmıştır. Bu nedenle bu çalışma, iki filmde Arap ve İslam imajının sunuluş biçimindeki farklılık yönlerini tespit etmektedir.

Kapsam ve Sınırlar

Bu araştırma, yalnızca David Lynch'in *Dune* (1984) filmi ile Denis Villeneuve'ün *Dune* 1 ve 2 (2021-2024) filmlerini kapsamaktadır. Araştırma, her iki filmde de Arap ve İslam imgelerinin temsili üzerine yoğunlaşmakta ve bu imgelerin anlatısal ve görsel yapılarını incelemektedir. Çalışmanın sınırları, yalnızca bu iki filmle sınırlı kalmakta başka yönetmenlerin versiyonları kapsam dışı bırakılmaktadır.

Amaç

Bu çalışma, iki film arasında Arap ve İslam dini imgelerinin nasıl somutlaştığına ilişkin benzerlikleri ve farklılıkları açıklığa kavuşturmak için iki film arasında karşılaştırmaya dayalı bir analiz sunmayı amaçlamaktadır.

Çalışma soruları

Bu çalışma bu sorulara cevap vermeye çalışmaktadır

1. *Dune* (1984) ve *Dune* (2021-2024) filmleri, Arapların ve İslam'ın imajını nasıl sundu ve bu temsiller arasındaki farklar nelerdir?
2. Her iki filmde Arap ve İslam kültürünün gerçekçi ve otantik bir biçimde temsil edilip edilmediği ne ölçüde değerlendirilebilir?

Sinemada İmajoloji

1950'lerde İmajoloji , Fransa'da Karşılaştırmalı Edebiyat alanında bir uzmanlık olarak kristalleşti ve o zamandan beri, yeniden ortaya çıkan milliyetçiliklere karşı koymanın bir aracı olarak birçok sosyal ve kültürel değerın söylemsel olarak inşa edilmiş doğasını incelemekle ilgilenen akademisyenler ve gazeteciler arasında geçerlilik kazanmıştır (Mohor-Ivan & Praisler, 2007, s. 69).

İmajoloji (imago=imaj + logos=kelime, açıklama, çalışma), karşılıklı algılar, imajlar ve kişisel imajlar, yani algılanan ulusal/etnik/ırksal/kültürel karakterlerin ve bunların algılanma biçimleri açısından kültürlerarası ilişkilerin incelenmesi olarak tanımlanabilir. Hem kişinin hem de başkalarının kimlikleri edebiyat, sinema ve medyayı da içeren çok çeşitli söylemlerde ifade edilir. Bir görüntünün “doğruluğuna” ya da doğruluğuna değil algıya vurgu yapıldığından, imajolojinin amacı, söylemin dilsel (estetik/retorik) ve tarihsel (ideolojik/sosyo-kültürel) yönleri arasındaki kesişme noktasına odaklanarak görüntülerin yapılarını anlamak ve onların geleneksel doğasını ortaya koymaktır (Moyle, 2004, s. 9) İmajoloji yada imgebilim, başlangıçta ulusal ve ulusal kimliklerin edebiyat çalışmalarında, özellikle de metinlerde nasıl inşa edildiği ve temsil edildiğine odaklanmıştır. Bu çalışma alanı gittikçe film çalışmalarını da kapsayacak şekilde genişlemiş ve kültürel kimliklerin görsel ve anlatımsal teknikleriyle nasıl tasvir edildiği üzerinde yoğunlaşmıştır. Leerssen imgebilimin “ötekini imajı”nı ve bu imajların kültürler arası ilişkileri nasıl yansıttığını ve şekillendirdiğini inceleyen bir alan olduğunu belirtmektedir (Leerssen, 2007). Kültürel temsillerdeki imge ve stereotiplerin incelenmesi olan imajoloji, edebi ve kültürel araştırmalarda önemli bir alana sahiptir. İmajoloji, sinema da dahil olmak üzere çeşitli medya biçimleri aracılığıyla kültürel görüntülerin nasıl oluşturulduğunu ve sürdürüldüğünü incelemektedir. Sinema alanında imajoloji, filmlerin farklı kültürleri, toplumları ve tarihsel dönemleri nasıl tasvir ettiğini araştırır ve alta yatan ideolojilerin ve önyargıların ortaya çıkarılmasına katkıda bulunmaktadır.

Teorik Çerçeve

Sinemada imgebilim, göstergebilim, anlatı kuramı ve sömürgecilik sonrası çalışmalar da dahil olmak üzere çeşitli kuramsal geleneklere dayanmaktadır. Bu çerçeveler, filmlerin kültürel imgeleri inşa ettiği ve aktardığı karmaşık yöntemleri analiz etmek için gerekli araçları sağlamaktadır.

Göstergebilim

Ferdinand de Saussure tarafından önerilen ve Roland Barthes tarafından daha da geliştirilen gösterge ve sembollerin incelenmesi olan göstergebilim, filmlerin nasıl anlam yarattığını anlamada çok önemlidir. Sinemada göstergebilim, görsel, işitsel ve anlatısal öğelerin belirli kültürel imgeler ve stereotipler üretmek için nasıl bir araya geldiğini inceler. Barthes'ın "mitolojiler" kavramı, kültürel mitlerin medya aracılığıyla nasıl inşa edildiğini ve sürdürüldüğünü araştırdığı için özellikle konuyla ilgilidir (Bağder, 1999).

Anlatı Teorisi

Anlatı kuramı, özellikle de Tzvetan Todorov ve Gérard Genette'in çalışmaları, öykülerin ve karakterlerin kültürel imgeleri somutlaştıracak şekilde nasıl yapılandırıldığını anlamaya yardımcı olur. Anlatı yapıları, karakter arketipleri ve olay örgüsünün gelişimi, filmlerdeki kültürel temsillerin şekillenmesinde rol oynar (Parın, 2018).

Postkolonyal Teori

Postkolonyal teori, özellikle Edward Said'in Oryantalizm kavramı, Batı medyasının Batılı olmayan kültürleri nasıl temsil ettiğini eleştirir. Said, Batı'nın "Doğu" tasvirlerinin çoğunlukla sömürgeci tahakkümü meşrulaştırmaya hizmet eden stereotiplere dayandığını savunuyor. Bu çerçeve, filmlerin sömürgeci ve sömürgecilik sonrası imgeleri nasıl sürdürdüğünü veya onlara nasıl meydan okuduğunu analiz etmede çok önemlidir (Çıtak, 2014).

İmaj Oluşturma Mekanizmaları

Filmler, görsel semboller, karakter arketipleri, anlatı yapıları ve tematik öğeler gibi kültürel imgeleri oluşturmak ve aktarmak için çeşitli mekanizmalar kullanır.

Görsel semboller

Ortam, kostümler, renk şeması ve sinematografi gibi görsel unsurlar kültürel imgelerin yaratılmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Çöl manzaraları, pelerinler, bol giysiler ve egzotik müzik, Batı sinemasında sıklıkla "Doğu"yu simgelemek için kullanılır ve mistisizm ve ötekilik stereotiplerini güçlendirir (Said, 1977). Hollywood'un, Doğu'nun egzotik, geri ve tehlikeli olarak tasvir edildiği Oryantalist temsillerle ilgili dolu uzun bir geçmişine sahiptir. Örneğin Arabistanlı Lawrence (1962) ve Aladdin (1992) filmleri Orta Doğu'nun kurgusal bir versiyonunu oluşturmak için görsel ve anlatısal semboller kullanıp ve Doğu kültürlerinin gerçek dünyada nasıl görüldüğüne ve nasıl ele alındığına dair imaları olan stereotipleri sürdürmektedir (Shaheen, 2003).

Karakter Arketipleri

Filmlerdeki karakterler genellikle belirli kültürel stereotipleri bünyesinde barındırır ve bu karakterler, izleyicilerin kolayca özdeşleşebileceği arketipler olarak hizmet eder. "Tehlikeli vahşi", "gizemli Doğulu" veya "yozlaşmış memur"un, karmaşık kültürleri kolayca sindirilebilir görüntüler halinde basitleştirmeye çalışan yinelenen karakterler olduğuna dikkat çeker (Dyer, 2013). Arabistanlı Lawrence filminde çöl, gizemli ve tehlikeli bir yer olarak tasvir edilip Lawrence, bu tuhaf ortamı anlayan ve bu ortamda gezinen, Batı'nın kurtarıcı kinayesini güçlendiren kahraman bir figür olarak temsil edilmektedir. Diğer taraftan, yönetmen James Cameron'un "True Lies" adlı filminde de Arap kökenli oryantal karakter tehlikeli, pejmürde ve akılsız olarak tasvir edilmektedir. Öylece, Çoğunlukla asil ama ilkel ya da aldatıcı ve şiddet yanlısı olarak gösterilen Arap karakterlerin tasviri bu stereotipleri daha da güçlendirir (Dajani, 2000)

Anlatı Yapıları

Hikayelerin yapılandırılma şekli de imajolojiye büyük katkı sağlar. Batılı figürü yabancı topraklardaki kurtarıcı veya kaşif olarak tasvir eden anlatılar, sömürgeci tahakküm ve üstünlük imajını sürdürür. Buna karşılık, yerli bakış açılarına odaklanan filmler bu anlatılara meydan okuyabilir ve alternatif, daha gerçekçi görüntüler sunabilir (Shohat & Stam, 2014). Disney'in yapımcılığını üstlendiği animasyon filmi "Aladdin" de benzer şekilde sorunlu bir Orta Doğu imajı sunmaktadır. Kurgusal Agrabah şehri, farklı Orta Doğu ve Güney Asya kültürlerinin bir karışımıdır ve egzotik ama hatalı bir temsil yaratmaktadır. Karakterler sıklıkla abartılı özellikler ve vurgularla tasvir ediliyor ve bu da "Doğulu" ötekinin karikatürüne katkıda bulunmaktadır.

İmajolojinin Sinemadaki Etkileri

Filmlerde oluşturulan görüntülerin hem bireysel hem de kolektif kültür algıları üzerinde önemli etkileri vardır. Sinemadaki stereotipler kamuoyunu etkileyebilir, önyargıları güçlendirebilir ve kültürel kimlikleri şekillendirebilir. Tersine, stereotiplere meydan okuyan filmler farklı kültürel gruplar arasında daha fazla anlayış ve empatiyi teşvik edebilir.

Kamu Algısı Üzerindeki Etki

Filmler geniş bir izleyici kitlesine ulaşmakta ve kültürlerin küresel ölçekte algılanışını şekillendirme gücüne sahiptir. Belirli stereotiplere tekrar tekrar maruz kalmak bunların normalleşmesine yol açarak insanların başkalarına ve kendilerine bakış açısını etkileyebilir. Örneğin, Batı medyasında Arapların ısrarla terörist olarak tasvir edilmesi, İslamofobinin ve ırksal profillemenin yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur (Alsultany, 2012).

Kimlik ve temsil

Ötekileştirilmiş topluluklar için sinemada temsil kritik bir konudur. Otantik ve pozitif temsiller, bu toplulukların deneyimlerini ve kimliklerini doğrulayarak onları güçlendirebilir. Tersine, olumsuz ya da basmakalıp tasvirler sosyal marjinalleşmeye ve içselleştirilmiş baskıya katkıda bulunabilir (Hooks, 2014).

Kültürel Hegemonya ve Direniş

Sinematik temsiller, egemen ideolojileri ve güç yapılarını güçlendirerek kültürel hegemonyanın araçları olarak hizmet edebilir. Ancak alternatif anlatıların ve hegemonya karşıtı görüntülerin sunulduğu direniş alanları da olabilirler. Hakim kültürel imajlara meydan okuyan ve yeni bakış açıları sunan filmler, kültürel ve sosyal adalet mücadelesinde önemli bir rol oynayabilir (Gramsci, 2020).

Hollywood Sinemasında Araplar ve Müslümanlar

Hollywood sineması, farklı kültürler ve toplumlar hakkında klişeleri ve izlenimleri şekillendiren en güçlü kültürel etkilerden biri olarak önemli bir rol oynamaktadır. Filmleri aracılığıyla Hollywood, bir asır boyunca Araplar ve Müslümanlar hakkında belirli imajların yayılmasına katkıda bulunmuş; kimi zaman onları gizemli ve çekici karakterler, kimi zaman da tehdit ve tehlike kaynağı olarak göstermiştir. Oryantalizm kavramı, Doğu'nun gizemli ve çekici bir konu olarak sunulmasıyla ilişkilendirilir. 20. yüzyılın başlarında, Amerikalı film yapımcıları, Orta Doğu'yu romantizm ve tehlike dolu bir yer olarak tasvir eden kitap ve romanlardan ilham almışlardır. *The Sheik* (1921) filmi, Batılı izleyicilerin bu bölgeye olan ilgisini çeken ilk filmlerden biri olmuş ve Arapları, çölde ilkel yaşam süren, şiddet ve aşırı erkeklik imgeleriyle örtülü kişiler olarak sunmuştur (Brammastian, 2019). İkinci Dünya Savaşı'nın sonu ve Soğuk Savaş'ın başlangıcıyla birlikte, Hollywood'un odak noktası, ABD ve müttefiklerinin güvenlik kaygılarını yansıtan filmlere kaymıştır. Bu değişim, Araplar ve Müslümanların tasvirini de etkilemiş; şiddet ve aşırılık ile Arap karakterler arasında daha güçlü bir bağlantı kurulmuştur (Shaheen, 2003). *Exodus* (1960) ve *Lawrence of Arabia* (1962) gibi filmlerde, Araplar, uygarlaşmamış düşmanlar veya kaos ve gizemle çevrili halklar olarak tasvir edilmiştir. Bu bağlamda, olumsuz kalıplar, ABD ile Orta Doğu ülkeleri arasındaki gerilimleri yansıtan siyasi bir nitelik kazanmıştır. Batı medyası, bölgedeki çatışmalara, özellikle Arap-İsrail çatışmasına ve petrol krizlerine odaklanarak, Araplar ve Müslümanlar hakkındaki olumsuz algıların güçlenmesine katkıda bulunmuştur. 1980'ler ve 1990'lara girildiğinde, dünya çapındaki olayların artmasıyla birlikte, Hollywood'un odağı Arapları terörist olarak tasvir etmeye yönelmiştir. Büyükelçiliklerdeki bombalamalar ve uçak kaçırma olayları gibi olaylar, *True Lies* (1994) ve *Executive Decision* (1996) gibi filmler aracılığıyla bu imajı belirginleştirmiştir. Bu dönemde, Müslümanlar, Batı'nın mücadele etmesi gereken düşmanlar olarak gösterilmiştir. Bu imajlar sadece filmlerle sınırlı kalmamış, televizyon programlarına da sirayet ederek, Müslümanların güvenlik tehdidi kaynağı olarak sunulması sürdürülmüştür. Bu tür stereotipler, Batılı kamuoyunu büyük

ölçüde etkileyerek, Müslümanlara yönelik şüphe ve korkuları artırmıştır (Alsultany, 2012). 11 Eylül 2001 saldırıları, Amerikan sineması ile Araplar ve Müslümanlar arasındaki ilişkide büyük bir dönüm noktası olmuştur. Bu saldırıların ardından, İslam'ın doğrudan terörizmle ilişkilendirildiği klişeler derinleşmiş ve İslam, uluslararası terörizmin kaynağı olarak gösterilmeye başlanmıştır. *The Kingdom* (2007) ve *Body of Lies* (2008) gibi filmler, bu karmaşık tabloyu yansıtmıştır (Mecheri, 2023).

Bu bağlamda, bazı filmler Müslümanları Batı politikalarının kurbanları olarak sunmaya çalışmış olsa da, filmlerin büyük çoğunluğu kötü niyetli düşman imajını pekiştirmiş ve bu algının Batılı izleyicilerin zihninde değişmesini zorlaştırmıştır. Görsel medya ve basın, İslam dünyasında meydana gelen şiddeti vurgularken, bu olayların ardındaki karmaşık nedenlere değinmemiştir (Shaheen, 2003). Terörizme odaklanmadaki artışa rağmen, son yıllarda Araplar ve Müslümanlar hakkında dengeli bir imaj sunma girişimleri de görülmeye başlanmıştır. Örneğin, *Syriana* (2005) filmi, Orta Doğu'daki çatışmayı çok boyutlu karakterler aracılığıyla ve farklı açılardan tartışarak bu alanda önemli bir denemede bulunmuştur (Kraidy, 2009). Benzer şekilde, *Ramy* dizisi, Batı kültürüne uyum sağlama ve kimliği koruma arasındaki mücadeleleri anlatan, ilk kuşak bir Amerikalı Müslüman gencin yaşamını ele alarak Müslümanların klişelerin ötesinde farklı bir görüntüsünü sunmuştur. Bu dizi, Müslüman toplumların çeşitliliğini ve insani yönlerini yansıtan yeni ve farklı bir imaj sunabileceğini kanıtlamıştır (Kraidy, 2009).

Verileri Analizi Kültürel Boyutlar

Dil :

David Lynch'in 1984 yapımı *Dune* filminde, Frank Herbert'in orijinal romanında yer alan bazı Arapça kelimeler, karakterlerin isimleri ve sıfatları olarak kullanılmıştır. Örneğin, Fremenlerin Paul Atreides'e verdiği "Usul" adı, Arapçada "bir şeyin kökeni" ya da "sütunun temeli" anlamına gelir. Paul'un kendisi için seçtiği isim olan "Muad'Dib", çölde hayatta kalma becerileriyle ünlü olan kanguru faresine gönderme yapar ve bu kelime aynı zamanda mualim yada çöl yollarında bilge biri anlamına da gelir. Çöl solucanına verilen isim olan "Shai Hulud" ise "ölümsüz olan şey" anlamına gelir ve Fremenlerin kutsal varlık olarak gördükleri bu yaratığa işaret eder. "Jessica'nın 'Sayyadina' unvanı, hayat suyunu içip rahibe anne olduktan sonra kazandığı bir unvandır ve Arapçada 'Seyidimiz' veya 'efendimiz' anlamına gelir. Bu unvan, özellikle dini veya manevi bağlamlarda, bir kişiye saygı ve hürmet ifadesi olarak kullanılır ve yüksek bir mevkiye veya kutsal bir kişiliğe duyulan saygıyı ifade eder. "Paul'un kız kardeşi olan Alia'nın adı da Arapça kökenlidir; "Ali" isminin dişil formu olan bu isim, "yüce" ya da "yüksek" anlamına gelir. Fremen savaşçılarına verilen "Fedaykin" terimi, "vatan uğruna canını feda eden" kişi anlamına gelen Arapça bir kelimedir. "Cihad" kelimesinin kullanımı da dikkat çekicidir. Kelime, dini bir çağrışım taşıyarak düşmanlara karşı verilen şiddetli mücadele ve savaşı ifade eder. Aynı zamanda, Hristiyanlıkta 'kutsal savaş' terimine karşılık gelen bir anlamda kullanılmaktadır

Buna karşın, Denis Villeneuve'un 2021-2024 yıllarında çektiği *Dune* filmlerinde, "Jihad" kelimesi dikkat çekici bir şekilde kullanılmamış, onun yerine daha nötr bir ifade olan "kutsal savaş" terimi tercih edilmiştir. Bu kelimenin kullanılmama tercihinin, kelimenin IŞİD ve El-Kaide gibi radikal İslamcı gruplarla olan çağrışımlarından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Villeneuve'un filminde, Arapça kökenli terimlerin ve sembollerin kullanılmaya devam edildiği görülür; örneğin, Paul'e "Muad'Dib" ve "Usul" isimleri verilirken, "Lisan al Gaib" ve "Mehdi" gibi terimler de kullanılmıştır. "Lisan al Gaib", Arapçada "dış dünyadan gelen ses" anlamına gelir ve bu lakap, Paul'un Fremenler tarafından ilk karşılandığında aldığı isimdir. "Mehdi" ise İslam'da beklenen kurtarıcıyı simgeler ve Paul'un kehanetlerde belirtilen kurtarıcı olduğuna inanıldığından, bu unvan ona verilmiştir. Dilsel olarak, Villeneuve'un yorumunda Fremenlerin kendi dillerini konuştuğu, Arapçaya benzer fonetik özellikler taşıyan melez bir dilin kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, "kh" sesi gibi belirgin Arapça sesler dikkat çekicidir. Buna karşılık, Lynch'in filminde Fremenlerin yalnızca İngilizce konuştukları ve dilin bu kültürel unsurlardan yoksun

olduğu gözlemlenmektedir. Villeneuve'un yorumunun, Arap ve İslam kültürüne daha fazla referansla zenginleştirildiği ve kültürel detayların daha derinlemesine işlendiği açıktır.

Kıyafetler ve görünüm :

Villeneuve'un filmindeki Fremenler, görsel unsurları ve tasvirleri açısından dikkat çekici bir biçimde Arap kabilelerinden, özellikle de Kuzey Afrika Arap kabilelerinden ilham almıştır. Bu, Fremenlerin giydikleri kıyafetlerde açıkça görülmektedir; boyunlarına ve başlarına sarılı eşarplar, geleneksel Arap kültürünün belirgin bir yansımasıdır. Kadın karakterlerin uzun, bol elbiseler giymesi ve saçlarını ve yüzlerini örtmeleri de, Arap kadınlarının geleneksel kıyafetlerini hatırlatmaktadır. Bunun yanında, Fremenlerin yüz hatları, simaları, ten renkleri ve genel görünüşleri de Araplara özgü buğday ve esmer ten rengine sahip olmalarıyla dikkat çeker. Bu detaylar, Villeneuve'un yorumunun, Frank Herbert'in romanındaki kültürel etkileri daha otantik bir biçimde sahneye taşıma çabasını ortaya koymaktadır.

Görüntü 1: Fremen erkeklerinin kıyafetleri ve görünümleri



Kaynak: Dune filmi (2021)

Görüntü 2: Fremen kadınlarının kıyafetleri ve görünümleri



Kaynak: Dune filmi (2021)

Buna karşılık, Lynch'in 1984 yapımı filminde, Arrakis halkının tasvirinde Arap kabilelerinin bu kültürel ve fiziksel özellikleri belirgin bir biçimde eksiktir. Ne giyim tarzlarında ne de ten renklerinde Arap kimliğini çağrıştıran unsurlara yer verilmiştir. Bu durum, Lynch'in filminde daha genel ve

soyut bir yaklaşımın benimsenmiş olduğunu göstermektedir. Böylece, Villeneuve'un uyarlaması, Arap ve İslam kültürüne yapılan göndermeleri daha belirgin ve detaylı bir şekilde işlerken, Lynch'in filminde bu unsurlar yüzeysel kalmakta ve kültürel yansımalarından uzak bir anlatım sergilenmektedir.

Görüntü 3: Fremen kıyafetleri ve görünüşleri



Kaynak: Dune filmi (1984)

Sosyal boyutlar

Çevre ve gelenekler

Villeneuve'un filminde Arrakis gezegeninin çöl ortamının, Arap Yarımadası'ndaki Rubülhali Çölü ve Kuzey Afrika'daki Sahra Çölü'ne büyük bir benzerlik göstermesi dikkat çekicidir. Bu benzerlik, kum tepelerinin deniz dalgalarını andırarak ufka kadar uzanmasıyla belirgin hale gelir ve Arap çöllerinin geniş, uçsuz bucaksız doğasını çağırıştırır. Ayrıca, filmde Arrakis'te görülen palmiye ağaçları da önemli bir simgedir; bu ağaçlar, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesindeki birçok Arap ülkesinin karakteristik bitki örtüsünü temsil eder.

Görüntü 4: Palmiye ağacı sahnesi



Kaynak: Dune filmi (2021)

Bunun yanı sıra, filmde Arap çöl yaşamının başka bir önemli unsuru olan çadır kurma kültürünün de yansıtıldığı görülmektedir. Çadırlar, geleneksel olarak sert çöl iklimine karşı korunma ve barınma amacıyla kullanılır ve genellikle gölge sağlamak için inşa edilir. Filmde, Fremenlerin de bu geleneği sürdürerek Arrakis gezegeninde benzer yapı ve uygulamaları hayata geçirdiği görülmektedir. Bu detaylar, filmin görsel ve kültürel unsurlarının Arap coğrafyası ve yaşam tarzıyla olan derin bağını ortaya koyar, böylece izleyicilere Arrakis'in kültürel dokusunun Arap etkileriyle nasıl örüldüğünü güçlü bir şekilde hissettirir.

Görüntü 5: Çadır sahnesi



Kaynak: Dune filmi (2021)

Villeneuve'nün *Dune* filminde, Arrakis gezegeninin kültürel ve sosyal dokusunun, Arap toplumlarının gelenek ve yaşam tarzlarıyla örtüştüğüne dair dikkat çekici ayrıntılar mevcuttur. Paul ve Jessica'nın Arrakis'e vardıkları bir sahnede, Liet'in onlara kahve ikram etmesi, Arap kabilelerinde misafirlere gösterilen saygı ve onurlandırma geleneğini yansıtmaktadır. Bu jest, Arap misafirperverliğinin bir sembolü olarak filmin detaylarına entegre edilmiştir. Başka bir sahnede, Paul'un baharat oranı fazla olan bir yemeği bitirememesi, Arap mutfağının baharatlı ve acılı yemekleriyle olan paralelliği vurgular niteliktedir. Bu, izleyiciye Arrakis'teki yaşamın lezzet ve beslenme alışkanlıklarının Arap kültürüyle benzerlik gösterdiğini hissettirmektedir. Ayrıca, Arap kadınlarının düğünler ve önemli kutlamalar sırasında yaptıkları ve "zılgıt" olarak bilinen yüksek sesli, dil hareketiyle üretilen geleneksel ses de filmde dikkat çekici bir biçimde yer alır. Bu ses, Fremen kadınlarının baronun ordusuna karşı kazanılan zaferin ardından çıkardıkları bir sevinç ifadesi olarak yansıtılmıştır. Bütün bu unsurlar, Villeneuve'nün filminde Fremen kültürü ile Arap kabileleri arasındaki benzerliklerin, çöl yaşamından başlayarak geleneklere, çadır yapılarına ve palmye ağaçlarının kullanımına kadar uzandığını göstermektedir. Buna karşılık, Lynch'in *Dune* filminde bu tür kültürel yansımalar ve detaylar, yalnızca çöl ortamı ile sınırlı kalmış ve daha derin bir kültürel bağlantı sunulmamıştır. Bu fark, Villeneuve'nün filmine zengin bir antropolojik ve kültürel derinlik katmaktadır.

Dinsel boyutlar

Villeneuve'nün filminde Fremen halkında İslamî unsurlar açıkça görülmektedir. Örneğin, Jamis'in cenazesi üzerindeki toplu ilahi okumaları, Müslümanların ölümlerinde başında Kur'an okumasına benzemektedir. Ellerini yukarı kaldırarak dua sırasında baş ve yüzün sıvazlanması, namaz esnasında yere secde edilmesi, tespih ile zikir çekme şekli ve kutsal metinlerini okurken oturma biçimleri gibi detaylar da filmde yer almaktadır. Ayrıca, kadınların Paul'un gezegenlerine gelişini demir parmaklıkların arkasından izlemesi, Müslümanlardaki özellikle Şii mezhebine ait dini türbelerin demir parmaklıklarını andırmaktadır. Şii toplumu, Mehdi'nin zuhuruna olan inancı ve bu fikre sıkı bağlılığıyla bilinir; bu Mehdi, İmam-ı Zaman olarak bekledikleri ve uzun zamandır ortaya çıkmasını umut ettikleri 12. İmam'dır. Paul'un filmdeki karakteri ile İmam Mehdi arasındaki benzerlikler de dikkat çekicidir; soylu ailesi, babasının önemi ve babasının öldürülme nedeni ve şekli, Şii-İmami anlatısındaki Mehdi'nin babası İmam Hasan el-Askeri'nin halife el-Mu'temed tarafından nasıl ve neden öldürüldüğünü yansıtmaktadır (Vedadi, 2023). Bunun ötesinde, Fremenlerin, adaleti tesis edecek ve zulmü sona erdirecek Mehdi'nin geleceğine olan inancı, Arrakis gezegeninin yeniden yeşil ve bereketli bir cennet olacağına dair beklentileri, genel İslamî anlatılarla büyük ölçüde örtüşmektedir.

Görüntü 6: Namazda secde sahnesi



Kaynak: Dune filmi (2024)

Görüntü 7: Dua, tesbih ve Kur'an-ı tilaveti gibi İslami tecelli sahneleri



Kaynak: Dune filmi (2021)

Lynch'in filminde ise, namaz ve dua gibi İslami ritüellerin hiçbirine rastlanmaz; yalnızca "Muad'Dib" isminin kullanılması ile sınırlı kalmıştır. Aksine, Paul'un Fremenlerle yaptığı konuşmalardan birinde, din adamlarını andıran kıyafetler giymiş ve haç taşıyan, buhur yakan Hristiyan din adamlarını andıran figürler yer alır. Benzer şekilde, Jessica'nın "Rahibe Anne" olduğu sahnede de aynı karakterlerin Hristiyan din adamlarını andıran kıyafet ve aksesuarlarla görüldüğünü fark edilmektedir. Bu durum, Lynch'in filminde Fremenlerin İslami dini motiflerinin tamamen eksik olduğunu ve bunun yerine Hristiyanlığa özgü unsurların, kıyafetler, aksesuarlar ve dini ritüeller aracılığıyla belirgin bir şekilde ön plana çıktığını göstermektedir.

Görüntü 8: Hristiyan tezahürlerinin sahneleri



Kaynak: Dune filmi (1984)

Sonuç ve Tartışma

Yönetmenler David Lynch ve Denis Villeneuve öncelikle Frank Herbert'in 1965'te yazdığı orijinal romanındaki Dune olaylara dayansalar da, Lynch'in yönettiği film *Dune* (1984) ile Villeneuve'un yönettiği film *Dune* (1) & *Dune* (2) arasında açık benzerlik ve farklılık noktalarının bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Her iki filmin de Atreides ailesinin Arrakis gezegenine yolculuğu, Baron Harkonnen'in ihaneti ve Paul Atreides'in kurtuluş ve Fremenlerin liderine dönüşme mücadelesi dahil olmak üzere temel anlatının geniş ana hatlarını takip etmesi dikkat çekicidir. Ayrıca her iki filmin de Arrakis gezegenini, sakinleri için çevresel zorluklarla dolu çorak bir çöl gezegeni olarak tasvir ettiği ve Paul Atreides, Leydi Jessica, Duke Leto, Baron Harkonnen ve Duncan Idaho dahil olmak üzere romanın ana karakterlerinin çoğunun her iki filmde de yer aldığı açıktır.

Farklı noktalara gelince, her iki filmin de görsel yönetmenlik vizyonundaki farklılık da dahil olmak üzere birçok nokta var; Lynch'in filmi, pratik efektlere, makyaja, görsel tasarımlara ve çöl dev solucanlar gibi gerçekçi dekorasyonlara dayanan güçlü bir görsel stil ile karakterize edildi. Lynch, evreni ve galaksileri gösteren çekimlerde grafik tasarımları da kullanmıştı ancak bu teknoloji ne yazık ki şimdiki kadar gelişmiş değildi. Villeneuve ise sinematografi ve grafiklerde modern teknolojiyi kullanabildiği için dijital teknolojiden yararlandı; bu ona gezegenin ve karakterlerin çarpıcı ve daha gerçekçi bir görsel tasvirini sunmasına olanak sağladı.

Anlatı anlatımında ise Lynch'in zamanın kısıtlı olması nedeniyle birçok olayı kısaltıp basitleştirdiği, bunun da bazı önemli detayların atlanmasına yol açtığı bellidir. Ayrıca orijinal metinde bahsedilmeyen tuhaf cihaz ve mekanizmalar gibi romanda bulunmayan bazı unsurları da eklediği belirtilmektedir. Villeneuve ise hikayedeki olayları iki kısma ayırdı (üçüncü kısmı önümüzdeki yıllarda bekleniyor), bu da ona olayları ve karakterleri daha detaylı bir şekilde geliştirmek için yeterli zaman tanıdı. Villeneuve, ince ayrıntılara ve karakter gelişimine büyük önem vererek, romanın orijinal metnine mümkün olduğunca sadık kalmaya çalıştı.

Her iki filmde de Arap kültürü ve İslam imajının nasıl sunulduğuna bakıldığında, çok belirgin ve net bir fark olduğu görülmektedir. Lynch'in filminde çöl ortamı geleneksel görünüyordu ve Arap Bedevi kültürünü yansıtacak kadar ayrıntılı değildi. Ayrıca Arrakis gezegenini kültürel ve sosyal unsurlara daha az vurgu yaparak zayıf bir şekilde sundu. Arapçadan ilham alan terimlerin kullanımı da büyük ölçüde sınırlıydı ve dini ve İslami yönleri açık atıflardan kaçınıldı. Fremen halkına gelince, onlar açıkça çöl adamları olarak tasvir edilmiyorlardı, Arap özelliklerine sahip görünmüyorlardı ve kültürel özellikleri, görünüşleri ve şekilleri Villeneuve'un filmine göre daha az detaylıydı. Lynch'in filmi, *Dune*'u sinema seyircisine tanıtmamanın ilk adımı olarak düşünülebilir, ancak romanın güçlü yanı olan kültürel derinlik ve ayrıntıdan yoksundu. Arap ve İslam kültürünün etkileri sadece arka plana indirildi ve bu da romanı karakterize eden kültürel, dinsel ve dilsel zenginliğin bir kısmının kaybolmasına yol açtı.

Buna karşılık Villeneuve'un, Lynch'e göre kültürel ve dini unsurlara daha fazla odaklanarak orijinal romana daha detaylı ve saygılı bir bakış açısı sunmayı başardığı söylenebilir. Villeneuve'un filminde Arrakis gezegeninin çöl ortamı, Arap Bedevi kültürünün bazı yönlerini yansıtan, yer duygusunu güçlendiren doğal ve estetik manzaralarla ayrıntılı bir şekilde gösterildi. Çöl sahnelerinin gerçek bir Arap çöl ortamında çekilmesi dikkat çekmektedir. Çekimler Ürdün ve Abu Dabi çöllerinde gerçekleşti. Dini ve dilsel açıdan bakıldığında, Fremenler farklı bir dil konuşuyorlardı, sesleri Arapçaya benziyordu ve Arapça'dan ilham alan terimler daha çok kullanılıyordu; örneğin "Mahdi" ve "Lisan El-Gaib". İslam'da kurtarıcı ve kurtarıcının karakterine ilişkin kehanetleri pekiştirmektedir. İslam dininde dua sırasında ellerin kaldırılması, namazda secde edilmesi gibi İslam maneviyatını yansıtan bazı ibadet yöntemlerine de vurgu yapıldı. Fremen halkı da daha gerçekçi ve derin bir şekilde tasvir edilmiş, sosyal gelenekleri ve Bedevi değerleri öne çıkarılmış, bu da Arap Bedevileri ile kültürel bağı güçlendirmiştir. Villeneuve aynı zamanda Fremen halkının kostüm ve kıyafetleriyle de ilgilendi, bu yüzden onlar Doğu Afrika'daki Arap kabilelerinin giydiği kıyafetlere benzer kıyafetlerle ortaya çıktılar. Filmde Arap veya Arap kökenli aktörler bulunmamasına rağmen Villeneuve, görünüm ve ten rengi olarak Arap Bedevi kabilelerine benzeyen oyuncular seçmiştir. Villeneuve'un filmi, kültürel ve dini ayrıntıları anlatıya daha derinlemesine entegre etme ve hikayeyi daha dokunaklı ve gerçekçi kılma becerisiyle dikkat çekmiştir. Film, modern teknolojiye ve detay odaklı sinema trendlerinden yararlanarak zengin ve çok yönlü bir sinema deneyimi yaratılmasına yardımcı olmuştur.

Villeneuve'un uyarlamasındaki Arrakis gezegeninin Fremen halkının imajı, Herbert'in romanında Araplar ve Müslümanlar hakkında şekillendirdiği imajlarla, Arap kültürü, dini ve dili bağlamında oldukça yakın bir ilişki içerisindedir. Ancak, gelecekte geçen bu filmde bile Hollywood yapımlarındaki Araplar ve Müslümanlar için kullanılan stereotipik imgelerin değişmediği oldukça şaşırtıcıdır. Bu yapımlar, Müslümanlar ve özellikle Arapların geri kalmış bir halk olarak, çölün ortasında küçük çadırlarda yaşadıkları ve herhangi bir sanayi veya teknolojik gelişimden uzak oldukları fikrini yaymaktadır. Hatta bu insanlar, devasa çöl solucanlarını taşımak için kullanılmaktadırlar ve yaşamlarının her yönünü etkileyen dini fikirlerle kuşatılmışlardır. Ayrıca, bu filmler, bu halkların kaynaklarını ve topraklarının zenginliklerini etkin bir şekilde kullanmadıkları, sürekli olarak kurtarılmayı veya yönlendirilmek için başkalarına bağımlı oldukları izlenimini

vermektedir. Bu tür eğilimler, Hollywood sinemasının Araplar ve Müslümanlar hakkında sunduğu geleneksel ve yüzeysel stereotiplerin, farklı kültürler arasında karşılıklı anlayış ve takdirin artmasına katkıda bulunacak şekilde daha doğru ve adil bir gerçekliği yansıtacak biçimde yeniden değerlendirilmesi ve değiştirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır.

Kaynakça

- Alsultany, E. (2012). *Arabs and Muslims in the Media: Race and Representation after 9/11*. New York University Press.
- Bağder, D. (1999). Sinema göstergebilimi. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 10, 143-152..
- Brammastian, I. (2019). *The Orientalism of Arabs in Larry Charles Film's The Dictator*. Haluan Sastra Budaya.
- Çıtak, E. (2014). Çıtak, Emre. "Postkolonyalizm ve Batı sinemasında Doğu-Batı ayrımına yönelik postkolonyal öğeler." . *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7.2: 561-578.
- Dajani, N. (2000). *Arabs in Hollywood: Orientalism in film*. University of British Columbia.
- Dyer, R. (2013). *The matter of images: Essays on representations*. Routledge.
- Gramsci, A. (2020). *Selections from the prison notebooks*. The applied theatre reader. Routledge, 141-142.
- Hişam, M. (2024, 04 08). "Dune": "Arapların kurtuluşu" hakkında kurgusal bir hikaye? 05 30, 2024 tarihinde 7ayez: <https://n9.cl/za2h4> adresinden alındı
- Hooks, B. (2014). *Black looks: Race and representation* (2nd edition). Routledge .
- Kodak, D. (2023). Dijital Çağa Retrospektif Bir Bakış: Dune Evreni ve Fütürizm Tasavvurları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 62: 97-112.
- Kraidy, M. (2009). *Reality television and Arab politics: Contention in public life*. Cambridge University Press.
- Leerssen, J. (2007). *Imagology: History and method*. Imagology. Brill.
- Mecheri, F. Z. (2023). *Tracing the Roots of American Cinematic Vilification of Arabs and Muslims*. *Journal of Human Sciences*.
- Mohor-Ivan, I., & Praisler, M. (2007). Some theorethical considerations on imagology. *Dunarea de Jos University of Galati* .
- Moyle, L. (2004). *An Imagological Survey of Britain and the British and Germany and the Germans in German and British Cartoons and Caricatures: 1945-2000*. Fachbereich Sprach-und Literaturwissenschaft Universität Osnabrück/Osnabrück University.
- Nebil, S. (2021, 10 14). "Dune" filmi... Villeneuve'ün başyapıtı durgun kumları uyandırdı mı? 05 22, 2024 tarihinde aljazeera: <https://n9.cl/xo6iy> adresinden alındı
- Parın, K. (2018). Anlatının Söylemi Yöntem Hakkında Bir Deneme. *söylem filoloji dergisi* 3(1): 98-101 .
- Said, E. (1977). *Orientalism*. *The Georgia Review*, 31(1), 162-206.

Semmerling, T. J. (2006). " *Evil*" Arabs in American popular film: orientalist fear. University of Texas Press.

Shaheen, J. (2003). Reel bad Arabs: How Hollywood vilifies a people. The ANNALS of the American Academy of Political and Social science, 588(1), 171-193.

Shohat, E., & Stam, R. (2014). Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the media. Routledge.

Vedadi, R. (2023). A comparative analysis between The Mahdi from Dune (2021) and Imam Mahdī in the Twelver Shi'a tradition. *Proceedings of the Seventh Annual International Conference on Shi'i Studies* (s. 215-227). London: The Islamic College, Loughborough University.

Futbolda Görsel Kimlik Kullanımı: Azerbaycan Premier Lig Kulüplerinin Logolarının İncelenmesi

Rovshan Gulmammadov¹

Özet

Küreselleşme ve gelişen teknolojinin de etkisiyle şirketler, kalabalıklaşan rekabet ortamında farklılaşıp, tercih edilebilmek için markalaşma faaliyetlerini arttırmaya ve müşteri odaklı çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Spor sektörü, içerisinde birçok farklı branş barındırır da, dünya genelinde en çok kabul gören ve en fazla seyirciye sahip olan branş futboldur. Geçmişte sadece bir spor dalı olan futbol, günümüzde en büyük evrensel pazarlama ürünüdür. Sosyal bilimcilerin değişik bağlamlarda ele alabileceği futbol ve etrafında oluşan kültür, araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Armalar, marka oluşturmada oldukça önemli yere sahiptir. Spor kulüplerinin de birer şirket oldukları düşünüldüğünde kaliteli ve özgün armanın zorunlu olduğu kabul edilen gerçektir. Armalar, formalar futbol kulüplerinin nadir görsel alanlarındandır. O yüzden kulüpler bu alanları başarıyla kullanıp, özgünlük yakalayıp farklı olabilirler. Çalışmanın problemi, futbol kulüplerinin logolarının temsil ettikleri şehirlerin sembollerini ne kadar yansıtıp yansıtmadığı ile ilgilidir. Bildiride, 2023-2024 sezonunda Azerbaycan Profesyonel Futbol Ligi'nin düzenlediği Azerbaycan Premier Ligi'nde mücadele eden takımların logolarında yer alan semboller incelenmiştir. Bu bağlamda 10 takım ele alınmıştır. Çalışmanın teorik kısmında, literatür taraması yapılmıştır. Araştırmada, incelenen konuyla ilgili verilerin toplanmasında doküman incelemesi yöntemi kullanılmış, Premier Lig takımlarının armaları incelenmiştir. Elde edilen bulgular, armaların futbol takımlarını temsil etmede önemli görsel iletişim aracı olduklarını, saygın değer yaratmada görev üstlendiklerini, temsil ettikleri şehirlerin sembollerini bazılarının yansıttıklarını da ortaya koymaktadır. Logoların toplumu birleştirici ve bütünleştirici ruhla bir araç olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Futbol, Görsel Kimlik, Arma, Azerbaycan, Premier Lig

Disiplin: Gazetecilik Bölümü / Gazetecilik Ana Bilim Dalı / Genel Gazetecilik Bilim Dalı

Giriş

Futbolun her gün daha büyük bir endüstri haline geldiği son yüzyılda ülkelerin ve özele inildiğinde kentlerin futbol kulüplerine yükledikleri değer gittikçe artmaktadır. Dünyadaki birçok şehrin futbol kulüpleriyle tanınırlığını artırdığı gözle görülür bir gerçektir. İnsanlar haritada yerini dahi gösteremeyecekleri birçok şehrin futbol kulübünü, oynadığı ligi, dolayısıyla ülkesini bilebilmektedirler. Futbolun bir spor olmanın ötesinde anlam taşımaya başlamasıyla birlikte kulüpler bu gerçeğe adapte olmuşlardır. Artan olanaklar, kolaylaşan iletişim spor kulüplerinin dünyaca tanınan yerel değerler olmasını sağlamıştır. Endüstrileşen futbol, beraberinde yüksek transfer ücretlerini, kıtalarası deplasman yolculuklarını, devasa stadyumları getirmiştir. Kulüplerin uluslararası görünürlüklerinin artması, şirkete dönüşmeleri yalnızca bilet satışının ötesinde bir gelir gereksinimini doğurmuştur. Forma çeşitliliği, maskot tasarımları gibi kulüpler için gelir oluşturacak yeni alanlar gündeme gelmiştir. Bu sebeple takımlar doğrudan kulübü işaret edecek sembollere ihtiyaç duymuştur. Logolar simgesel üretimlerdir. Armaları anlamlandırabilmek görsel okuma ve literatür bilgisi gerektirmektedir. Armalar markaların görünen yüzüdür ve ait olduğu kuruluşa dair ilk bilgileri vermektedirler. Markalar hemen

¹ Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı

bütün tanıtımlarını bu logolar üzerinden yapmaktadırlar. Futbol kulüplerinin birer şirket ve marka olduğu 21. yüzyılda logoların kulüpler için önemli unsurlar olması anlaşılabilir bir durumdur.

Bildiride, 2023-2024 sezonunda Azerbaycan Profesyonel Futbol Ligi'nin düzenlediği Premier Lig'de mücadele eden takımların logolarında yer alan semboller incelenmiştir. Bu bağlamda on (10) takım ele alınmıştır. Çalışmada futbol kulüplerinin seçilmesine sebep, onların kentlerinin en önemli kurumsal organizasyonlarından biri olduklarının düşünülmesidir. Bildiride girişin ardından futbol kulüplerinin kullandığı amblem-logoların önemi ilgili örneklerle ele alınmıştır. Avrupa kıtasında logo değişikliği yapan bazı kulüplerden bahsedildikten sonra Azerbaycan Premier Lig'i ve ekiplerine ilişkin bilgiler aktarılmıştır. 10 kulübün arması analiz edildikten sonra sonuç kısmında çalışmanın özgün değeri üzerinde durulmuştur.

Futbolda Amblem-Logoların Önemi

Futbol kulüpleri, temsil ettikleri şehri en iyi şekilde aktarabilecekleri bir simge arayışında olmuşlardır. Kulüpler bu simgelerle markalaşmaktadırlar. Avrupa'da futbol endüstrisinin çok söz söylediği ortamda kulüpler varlıklarını tarihsel kökenlerine bağlamakta, logolarında buna göndermeler kullanmaktadırlar. Kulüpler genellikle mitolojik unsurları, kuruldukları kentteki tarihi yapıları ya da kente dair bir imgeyi tercih etmektedirler. Örnekler: **Real Madrid**, logosunda krallık tacını; **Atletico Madrid**, Madrid kentinin simgesi olan ayı figürünü; **Liverpool**, yarı karabatak yarı kartal olan LiverBird mitolojik kuşunu; **Genoa**, Yunan mitoloji figürlerinden grifini; **Juventus**, kentin boğa simgesini; **Benfica**, **Lazio**, kartal figürünü; **Ajax**, Yunan mitolojisi kahramanlarından Ajax'ı; **Atalanta**, Yunan mitolojisinden kadın bir kahramanı; **Olympiakos**, barışı temsilen defne yapraklı antik Yunan kahramanını; **Sampdoria**; Cenovalı denizci figürünü; **Manchester City**, kentin meşhur kanalına gönderme yaparak gemi figürünü armasında kullanmaktadır. Şehirlerindeki tarihi yapıları tercih eden **Everton**, **Norwich City** ve **West Ham United** gibi kulüpler de vardır.

Sporun endüstrileşmesinin ve bu endüstrinin sürekli gelişmekte olmasını spor endüstrisindeki kar artışı, spor yönetimi konusundaki gelişmeler, sporun globalleşmesi ve global bir pazar haline gelmesi, çeşitli pazar bölümlerinde spor ürünlerinin artması ve bu ürünlerle ilgili teknolojik gelişmeler, yeni, farklı spor, fitness ve rekreasyon etkinliklerinin gelişimi desteklemektedir (Argan ve Katırcı, 2008).

Logo Değişikliği Yapan Avrupa Kulüpleri

Avrupa kıtasındaki en prestijli kulüp turnuvası olarak bilinen UEFA Şampiyonlar Ligi'nde 2023-2024 sezonunun sıralamasına göre ilk 20'de yer alan takımlardan bazıları logo değişikliği yapmıştır.

2016'dan itibaren yeni logosunu kullanmaya başlayan takımlardan biri Manchester City'dir. 1997'den bu yana kullandığı armayı değiştiren Premier Lig ekibi, 1972 yılından 1997'ye kadar kullandığı eski logonun benzerini kullanmaya başlamıştır. Dairesel yapıya sahip yeni logoda altın renkli kartal simgesi ve 3 yıldızdan vazgeçilmiştir. Yeni logo 2016-2017 sezonundan itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Kalkanın içinde Manchester şehrinin sembolü olan yüzen bir gemi; kulübün ismi, kuruluş tarihi olan 1894 ve bir kırmızı gül yer almaktadır. Kulübün orijinal renkleri olan mavi, beyaz ve altın rengi temiz bir görüntü oluşturmuştur.

Şekil 1. İngiltere ekibi Manchester City (UEFA derecelendirilmesinde 1'inci)



Kaynak: <https://wdl-1f835.kxcdn.com/wp-content/uploads/2020/06/man-city-logo.jpg>

Fransız kulübü Paris Saint-Germain (PSG), 2013 yılında logo değişikliğine giden takımlardan olmuştur. Kulübün kuruluş yılı, çiçeğin altındaki beşik logodan kaldırılmıştır. Mavi ve kırmızı, Paris FC'nin, beyaz, başkent Paris'in kuzeyindeki Saint-Germain-en-Laye'de oluşturulan Stade Saint-Germain kulübünün formalarının rengidir. PSG, 1970'te 2 takımın birleştirilmesiyle kurulmuştur. Avrupa'daki birçok takımdan daha genç olmasına rağmen, PSG kısa sürede Fransa'nın en iyi ekiplerinden biri haline gelmiştir. Kendi sahası olarak kullandığı stadyum: Parc des Princes (tutumu 47.000 taraftardan fazla). 2011'de Katarlı iş adamları PSG'yi satın almış, bu da takım için yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Kulüp, dünyanın en iyi oyuncularından bazılarını takıma katmak için çok para harcamıştır. PSG Fransa liginin (Ligue 1) en önde gelen takımlarından olsa bile Avrupa kıtasının en büyük kulüp turnuvası olan UEFA Şampiyonlar Ligi'ni kazanamamıştır. 2019-2020 sezonunda final aşamasına kadar ilerleseler de başarılı olamamıştır. PSG, moda markaları, sanatçılar, e-spor takımlarıyla işbirliği içindedir. Bu da onu sadece futbol takımı olarak değil, aynı zamanda dünya çapında popüler bir marka olarak tanıtmaktadır.

Şekil 2. Fransız ekibi Paris Saint-Germain (UEFA derecelendirilmesinde 4'üncü)



Kaynak: <https://data2.nssmag.com/images/galleries/26064/COVER-PSG03.jpg>

Internazionale, tarihi boyunca mavi ve siyah renkli çubuklu formasını kullanmıştır. Mavi gündüzü, siyah karanlığı temsil etmektedir. Faşizm döneminde, kulübün adı değişmiş, formalar beyaz renkli ve kırmızı haç şeklinde olan Milano bayrağını sembolize etmiştir. Inter halen mavi-siyah formayı tercih etmektedir.

Kırmızı-beyaz forma yalnızca deplasman maçları için kullanılmıştır. Inter'in en ünlü takma adı ise mavi-siyahlılar anlamına gelen Nerazzuri'dir. Siyah, beyaz ve mavi renklerinin yer aldığı yeni logo, önce kulübün sosyal medya hesapları vasıtasıyla tanıtılmıştır. Logoda, kulübün resmi adı olan Internazionale Milano'nun baş harfleri iç içe geçmiş şekilde yer almaktadır. 2021-2022 sezonundan kullanılan logo, eskisine nazaran sadeliği ve modernliğiyle dikkat çekmektedir.

Şekil 3. İtalya ekibi Internazionale (UEFA derecelendirilmesinde 7'nci)



Kaynak: <https://www.dezeen.com/2021/04/06/inter-milan-rebrand-football-logo/>

Atletico Madrid armasında görünen kırmızı-beyaz çizgiler kulübün renklerini simgelerken, mavi üçgen çerçevedeki ağaca tırmanan ayı figürü Madrid kentini ifade etmektedir. Başkent kulübü, taraftar gruplarından gelen eleştiriler sonrasında 2017'den bu yana kullandığı armanı geri getirmek amacıyla referanduma gitmiştir. Kulüp üyelerinin katılımına açılan 28-30 Haziran arasındaki oylamanın ardından açıklama yapan İspanyol kulübü, üyelerin yüzde 56'sının katıldığı referandum sonunda sandıktan çıkan oyların yüzde 88,68'inin eski logoyu tercih ettiğini duyurmuştur. Başkent ekibi, 1 Temmuz 2024'ten itibaren tüm formalarında, 1947-2017 yılları arasında kullandığı eski logosunu kullanmaktadır. Atletico, logosunda kullandığı Madrid kentinin sembolü olan ayı figürünü 2017 yılında yönetimin yenilik olması gerekçesiyle aldığı kararla değiştirmiştir.

Şekil 4. İspanya ekibi Atletico Madrid (UEFA derecelendirilmesinde 14'üncü)



Kaynak: <https://x.com/OneFootball/status/1674778022338265090/photo/1>

1897 yılından 2017 yılına küçük değişiklikler yaşayan Juventus logosu, 2017 yılı itibarıyla yerini keskin değişime bırakmıştır. Kulüp, Milano kentinde düzenlenen etkinlikde, "Daha fazla siyah, daha fazla beyaz" sloganıyla hazırlanan yeni logosunu kamuoyuna tanıtmıştır. Yeni logonun bir öncekinin aksine, sade, kulübün siyah-beyaz çubuklu klasik formasını andıracak şekilde dinamik formda tasarlanan, baş harf J'den oluştuğu dikkat çekmiştir. Siyah-beyazlı kulübün başkanı Andrea Agnelli, logo tanıtım etkinliğindeki konuşmasında, "Kim olduğumuzu unutmamalıyız. Sahada gelişmek, hem İtalya'da hem de Avrupa'da kazanmaya devam etmek anlamına gelir. Bunu da yapmak için aynı zamanda bizim dilimizi, derimizi değiştirmemiz gerekiyor" diye söylemiştir. Hem İtalya hem de dünyanın pek çok ülkesinde yeni logo için yorumlar yapılırken, bir sosyal medya kullanıcısı yeni logoyu Japon restoranı logosuna benzetmiştir. Bir diğer şahıs ise pazarlama stratejisi için eski logonun feda edildiği yorumunda bulunmuştur. Bazı futbolseverler yeni logoyu "Pi" sayısına benzetirken, bazı taraftarlar ise yeni logonun hemen değiştirilmesini talep etmiştir.

Şekil 5. İtalya ekibi Juventus (UEFA derecelendirilmesinde 19'uncu)



Kaynak: <https://www.juvefc.com/juventus-logo-rebranding-bigger-picture/>

Azerbaycan Premier Ligi

Azerbaycan Premier Ligi, Profesyonel Futbol Ligi'nin en üst seviye futbol şampiyonasıdır. Lig 1992'de SSCB'nin (SSCB – Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği, 1922-1991) dağılmasından sonra kurulmuştur. İsmi, 1992'den 2007'ye kadar "Yüksek Deste" olarak kalmıştır. Lig Yüksek Deste iken 14 olan takım sayısı, 12'ye düşürülmüştür. 2013-14 sezonunda takım sayısı 10'a inmiştir. 2017 yılından beri 8'e kadar düşmüştür. 2022-23 sezonunda ise takım sayısı tekrar 10'a çıkartılmıştır. Ligi şampiyon bitiren takım UEFA Şampiyonlar Ligi'nde ön eleme oynamaya, ikinci, üçüncü ve dördüncü bitiren takımlar UEFA Avrupa Konferans Ligi birinci ön eleme turunda oynamaya hak kazanır.

Premier Ligin en çok şampiyon olan takımı, 11 kez bunu başaran Karabağ'dır. FK Shamkir, Kapaz PFK üç; FK İnter Bakı (şimdiki ismi: Shamakhi FK), FK Bakı iki; Hazar Lenkeran, Turan Tovuz bir kere altın madalya kazanmıştır. Neftçi, 1992 yılından itibaren düzenlenen Azerbaycan Premier Ligi'nde 9 şampiyonluk kazanmıştır. Siyah beyazlı ekibin Azerbaycan Kupası'nda 7, Azerbaycan Süper Kupası'nda 2 şampiyonluğu bulunmaktadır.

Karabağ FK, 2022-2023 sezonunda Azerbaycan şampiyonu unvanını kazanmıştır. Azerbaycan'ı Avrupa kupalarında Karabağ, Sabah, Neftçi Bakü ve Gabala olmak üzere 4 takım temsil etmiştir. Shamakhi, sonuncu olduğu için Premier Lig'den 1. Lig'e yuvarlanmıştır. Karabağ FK, 2023-2024 sezonunda da Azerbaycan şampiyonu olmuştur. 2022-2023 sezonunda UEFA Avrupa Konferans Ligi'nde mücadele etmek hakkı kazanan Gabala, geçirdiği kötü sezonun ardından 1. Lig'e yuvarlanmıştır.

Malzeme ve Yöntem

Çalışmanın konusu: Spor, özellikle futbol toplulukları bir araya getiren, iletişimin bilinen tüm türlerine açık ve etkileşimi en yüksek kavramlardan biri olarak bilinmektedir. Konu endüstriyel futbol detayına geldiğinde, olayı sadece sportif açıdan değil, satılabilir ve pazarlanabilir değerler üzerinden analiz etmek mümkündür. Hal böyle olunca spor ve futbol kulüplerinin birincil iletişim unsuru da kurumsal görsel kimlikleri oluşmaktadır. Bu bildiride, 2023-2024 sezonunda Azerbaycan Profesyonel Futbol Ligi'nin düzenlediği Premier Lig'de mücadele eden takımların logolarında yer alan armalar incelenmiştir. Bu bağlamda on (10) takım ele alınmıştır.

Çalışmanın Evreni ve Örnekleme: Çalışmanın evreni, Azerbaycan Profesyonel Futbol Ligi'nin düzenlediği Azerbaycan Premier Lig futbol turnuvasıdır. Örneklem ise 2023-2024 sezonunda Premier Lig'de mücadele eden toplam 10 takımdır. Premier Lig takımları: Karabağ (Ağdam), Zire (Bakü), Sabah (Bakü), Sumgayıt, Neftçi (Bakü), Turan (Tovuz), Sebail (Bakü), Araz-Nahçıvan, Kepez (Ganja), Gebele.

Çalışmanın Kapsamı, Sınırlılığı ve Yöntemi: Bu çalışma, Azerbaycan Premier Lig takımları ve 2023-2024 sezonu ile sınırlandırılmıştır. Diğer ligler ve sezonlar kapsam dışı bırakılmıştır. Çalışmanın teorik kısmında, literatür taraması yapılmıştır. Araştırmada, incelenen konuyla ilgili verilerin toplanmasında doküman incelemesi yöntemi kullanılmış, Premier Lig takımlarının armaları incelenmiştir. Doküman analizi, yazılı belgelerin içeriğini titizlikle ve sistematik olarak analiz etmek için kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir (Wach & Ward, 2013). Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntemdir.

Bulgular

- Premier Lig Kulüpleri (Sıralama, 2023-2024 sezonunun puan tablosuna göre yapılmıştır)



1. Karabağ FK: Logo "arma" biçimli bir forma sahiptir ve kalın kontörle çevrelenmiştir. Merkezdeki dairenin içinde bir top; onun sağ ve sol tarafında Karabağ atları tasvir edilmiştir. Karabağ atları, hızlı ve tetik oldukları kadar, iyi huylu olmalarıyla da ünlüdür. Sakin, istekli, cesurdurlar. Enerjiktirler ve kolay eğitilebilirler. Topun üst kısmında 1987, alt kısmında "Qarabağ FK" yazısı bulunmaktadır. Çemberin üstünde taç, altında yıldızlar var. Logoda 3 renk kullanılmıştır: kenarlar mavi ve altın rengle, orta kısım beyazla çevrilidir. Diğer unsurlarda da 3 rengin kullanıldığı görülmektedir. Karabağ FK, Azerbaycan'ın Ağdam kentinde kurulmuş futbol takımıdır. 1993'te Karabağ'ın Ermeniler tarafından işgal edilmesinden sonra kulüp sürgün edilmiştir. Bu yüzden Karabağ, sportif etkinliklerini Ağdam kenti işgalden kurtulana kadar Bakü'de devam ettirmiştir. Ağdam, 20 Ekim 2020'de işgalden kurtulmuştur.

2. Zire FK: Tek başlı kartal imgesinin önünde yer alan Azerbaycan haritasında Zire'nin bulunduğu yer bir daire ile işaretlenmiştir. Kartal, eski Türklerde kutsal sayılmıştır. Şamanlar, kartalın bir kadınla birleşmesinden çift başlı kartalın meydana geldiğine inanmışlar. Kartal, Orta Asya Türklerinde koruyucu ruh olarak kabul edilmiş, kartallı tuğ ve asalar, kudret ve asalet sembolü olarak kullanılmıştır. Haritanın üst kısmında "Zirə (büyük harflerle) Futbol Klubu", alt kısmında televizyon kulesinin imgesi ve kulübün kuruluş yılı yer almaktadır. Logoda 2 renk kullanılmıştır: koyu mavi ve beyaz. Zire, 2015/16 sezonundan bu yana Azerbaycan Premier Ligi'nde mücadele etmiş ve hep ilk 5'te yer almıştır. Takım, 2015/16 ve 2023/24 sezonlarında Azerbaycan Premier Ligi'nde iki kez gümüş madalya kazanmıştır.

3. Sabah FK: Sabah'ın logosunda kulübün isminin üst kısmında yer alan güneş ışınları, yeni günü, yeni umutları ve yeni zaferleri temsil etmektedir. Kalkan savunma kararlılığının, takımın kalesinin dokunulmazlığının bir ifadesidir. Logoda iki renk kullanılmıştır: mavi ve beyaz. Bu renkler ciddiyeti, kararlılığı, güveni ve gücü yansıtmaktadır. Güneş öncelikle sıcaklık kaynağı olarak yaşamı, canlılığı, enerjiyi simgelemektedir. Sonrasında ışık kaynağı olmasıyla aydınlanmayı temsil etmektedir. Sabah, Masazır beldesini temsil eden profesyonel bir futbol kulübüdür. Kulüp, 2018-2019 sezonundan bu yana Azerbaycan Premier Ligi'nde mücadele etmektedir. Sabah FK, iç sahada geçirdiği maçlarda rakiplerini Bank Respublika Arena'da ağırlamaktadır.

4. Sumgayıt FK: Logo, tamamen güvercin sembolü ile çevrelenmiştir. Alt kısımda bir başak sembolü var. Güvercin, dünyanın her yerinde barışı temsil etmektedir. Bu kuş, bulunduğu ortama huzur, sakinlik getirmesiyle ünlüdür. Efsaneye göre, büyük tufandan sonra Hz. Nuh'un gemisi dünyayı kaplayan suların ortasında bir dağ tepesinde kalmıştır. Nuh Peygamber gemideki beyaz güvercini güneşin battığı yere göndermiştir. Bir zaman sonra güvercin gagasında bir zeytin dalı, bolluk ve esenlikle dönmüştür. Yeni umutların sembolü olan güvercin, eskiden savaşların bitiminde göklere gönderilmiştir. Böylece düşmanlık ortadan kalkmış ve barış hakim olmuştur. Bolluk ve bereketin en eski sembollerinden olan başak, günümüzde de değerini korumaya devam etmektedir.

5. Neftçi PFK: Neftçi kulübünün logosunda siyah-beyaz renkler kullanılmıştır. Kulüp, 1937 yılından bu yana ana rengi olarak siyahı kullanmış, ancak 1950'lerde kulübün formasına beyaz eklenmiştir. Bu sebepsiz değildir. Kulübün armasına hem petrolün hem de pamuğun renkleri yansıtılmıştır. Logoda petrol kuyusunun önünde büyük bir N harfi bulunmaktadır. Alt kısımda deniz dalgası, kulübün kuruluş yılı işaretlenmiştir. Neftçi, 9 kez Azerbaycan Premier Ligi'ne, 7 kez Azerbaycan Kupası'na ve 2 kez Azerbaycan Süper Kupası'na sahip olmuştur. Ayrıca, takım uluslararası çapta 1 kez Bağımsız Devletler Topluluğu Kupası'nı kazanmıştır. 2013'ten günümüze kadar Neftçi, ligde oynadığı maçlarda rakiplerini Neftçi Arena'da ağırlamaktadır.

6. Turan: Turan'ın armasında, hilal, sekiz köşeli yıldız, güneş imgeleri bulunmaktadır. Hilal, sevinç, mutluluk, dirilişin sembolü olarak kullanılmaktadır. Aynı zamanda Hilal Müslümanlığın ve İslamiyet'in sembolü olarak bilinmektedir. 8 köşeli yıldız özellikle Selçuklu döneminde sıklıkla kullanılmış motiftir. Bu motifin mutluluk, bereket, sonsuzluğu simgelediğine inanılmaktadır. Logoda üç renk kullanılmıştır: beyaz, mavi, kırmızı. Beyaz temizliği, saflığı ifade etmektedir. Beyaz devamlılığı, istikrarı da simgeler. Sakinlik ve rahatlama duygularını akla getiren mavi, istikrar ve güvenin işareti olarak görülebilmektedir. Kırmızı, güçlü duyguları temsil eder. Tutku, enerji ve hareketlilikle ilişkilendirilir. Kırmızı, dikkat çekici ve etkileyici bir etki yaratır.

7. Sebail: Sebail'in logosunda deniz sembolü bulunmaktadır. Deniz, özgürlüğü, sonsuzluğu, derinliği, değişkenliği sembolize etmektedir. Ortada büyük S harfi, logonun üstünde "Səbail Futbol Klubu", aşağısında kulübün kurulduğu yıl (2016) yazılmıştır. Bayıl kulübü, Azerbaycan Premier Ligi'nde mücadele etmektedir. Sebail'in futbol sahası, 5.000 kişilik Bayıl Stadyumu'dur.

8. Araz-Nahçıvan: Logoda Nahçıvan'ın sembollerinden, zirvesi 2400 metreden yüksek olan Haça Dağı yer almaktadır. Eski Türkler dağları canlı bir varlık olarak düşünerek, onlara dualar ve beddualar etmişlerdir. Logoda Türk mitolojisinde kutsal hayvan olarak kabul edilen boz kurt imgesi kullanılmıştır. Bozkurt'un kutsal sayılmasının, Türklerin ulusal sembolü olmasının önemli nedeni, Türklerin bozkurdun soyundan geldiklerine inanmalarıdır. Bozkurt, bugün Türk milliyetçiliğinin sembolüdür. Kulübün adı, kuruluş tarihi, 8 köşeli yıldız da logoya kazanmıştır. Logoda iki renk kullanılmıştır: kırmızı ve beyaz.

9. Kepez: Gence temsilcisinin logosunda Kepez Dağı'nın resmi bulunmaktadır. Armanın üst kısmında futbolun ana simgesi olan top, alt kısımda kulübün ismi ve kurulduğu yıl yazılmıştır. Logoda iki renk kullanılmıştır: mavi ve sarı. Sovyet döneminde Azerbaycan'ın en başarılı iki futbol kulübünden biri olan Kepez, 1992'den bu yana 3 kez Azerbaycan Premier Ligi'ni, 4 kez Azerbaycan Kupası'nı kazanmıştır.

10. Gebele: Kırmızı-siyah renklerle çevrelenen logoda, hilal, 8 köşeli yıldız, dağ tasviri yer almaktadır. Gebele bir futbol kulübü değil, spor kulübü olduğu için bu husus logoya yansıtılmamıştır. 2022-2023 sezonunun tamamında UEFA Avrupa Konferans Ligi'nin ön eleme turunda oynayan Gebele FK, küme düşen takım olmuştur. Gebele Spor Kulübü, judo, atıcılık, boks, karate, taekwondo branşlarında Azerbaycan'ı ulusal ve uluslararası turnuvalarda temsil etmektedir.

Sonuç

2023-2024 sezonu Azerbaycan Premier Ligi'nde yer alan 10 kulübün kullandığı armaların incelendiği bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre simgelerin futbol takımlarını temsil etmede önemli görsel iletişim aracı oldukları ve saygın bir değer yaratmada görev üstlendikleri görülmektedir. Logoların, toplumu birleştirici ve bütünleştirici ruhla bir araç olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. 10 Azerbaycan Premier Lig kulübünün logosu incelendikten sonra bazı sonuçlara varılmıştır:

Simgesinde kuruluş yılı yazılmamış olan iki kulüp, Turan ve Sumgayıt FK'dır. Armada kuruluş yılını yazan takımlardan dördü 2000'li yıllardan önce (Neftçi PFK-1937, Kepez-1959, Araz-Nahçıvan-1967, Karabağ FK-1987), dördü 2000'li yıllardan sonra (Gebele-2005, Zire-2014, Sebail-2016, Sabah-2017) kurulmuştur. Azerbaycan Cumhuriyeti'nin resmi devlet armasında kullanılmış başak sembolü, yalnız Sumgayıt'ın logosunda kullanılmıştır. Yalnız Araz-Nakhchivan'ın armasında sadece 8 köşeli yıldız; hem Gebele hem de Turan'ın logosunda hilal ve sekiz köşeli yıldız birlikte yer almıştır. Neftçi ve Sebail'in logolarında kulüplerin isimlerinin ilk harfleri göze batsa da, diğer sekiz kulübün armasında kısaltmalara gerek duyulmamıştır. Logosunda, iki kulüp hayvan (Karabağ - at, Araz-Nahçıvan - boz kurt), iki kulüp kuş (Zire - kartal, Sumgayıt - güvercin), üç kulüp ise dağ (Gebele, Kepez, Araz-Nahçıvan) figüründen yararlanmıştır. İki kere üst üste beş şampiyonluk yaşayan Karabağ'ın logosunda iki; Neftçi'de bir yıldız bulunmaktadır (Bakü temsilcisi Neftçi, bir kere üst üste beş şampiyonluk sevinci yaşamıştır). Turan, temsil ettiği şehrin ismini logosunda bulunduran tek kulüp unvanına sahiptir (Sumgayıt, Gebele, Zire gibi kulüplerin bunu ayrıca belirtmeye ihtiyacı yoktur). 10 logo analiz edildikten sonra mavi ve beyaz en sık kullanılan; sarı ve kırmızı en az kullanılan renkler sırasına dahil edilmiştir. Sumgayıt, armasında yalnız bir renk kullanan kulüp olmuştur.

Simgelere şekil değil, iletişimde etkili faktör olarak bakılacak olursa önemini çok daha iyi kavramak olur. Bu sebepten iletişim, etkileşim aracı gibi armaların sporun birçok alanında kullanılmasının kitlelere erişebilme açısından faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Argan, M., Katırcı, H. (2008). *Spor Pazarlaması*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Araz-Naxçıvan PFK. www.facebook.com/ArazNaxcivanPFK.
- Azərbaycan Profesyonel Futbol Ligi. <https://www.pfl.az/>
- Atalanta - Sito ufficiale Atalanta Bergamasca Calcio. www.atalanta.it/en/
- Everton Football Club: Official Website. www.evertonfc.com
- Genoa Cricket and Football Club - Official Website. www.genoacfc.it
- Juventus Football Club - Official Website. www.juventus.com/en/
- Kəpəz PFK. www.kapazpfc.az
- Liverpool FC - Homepage. www.liverpoolfc.com
- Neftçi PFK. www.neftchi.az
- Norwich City: Home. www.canaries.co.uk
- Official Atlético de Madrid Website. www.en.atleticodemadrid.com
- Official Website AFC Ajax Amsterdam. www.english.ajax.nl
- Official Website of Manchester City F.C. www.mancity.com
- Official Website of Olympiacos F.C. www.olympiacos.org/en/
- Official Website of Sport Lisboa e Benfica. www.slbenfica.pt/en-us/
- Real Madrid CF Oficial Website. www.realmadrid.com/en-US
- Sabah FK. www.sabahfc.az
- S.S. Lazio: Home. www.sslazio.it/en
- Sumqayıt FK. www.www.sfc.az
- Səbail PFK. www.sabailfc.az
- TDK (Türk Dil Kurumu). www.sozluk.gov.tr
- Turan Tovuz FK. www.facebook.com/TuranTovuzPFK
- U.C. Sampdoria: Homepage. www.sampdoria.it
- UEFA. www.uefa.com/nationalassociations/uefarankings/club/?year=2024
- Zirə FK. www.https://fczire.az/
- Wach, E., & Ward, R. (2013). Learning about qualitative document analysis. IDS Practice Paper in Brief, 13, 1-11.
- West Ham United FC, www.whufc.com
- Qarabağ FK. www.qarabagh.com/en
- Qəbələ İK. www.gabalafc.az/az/



www.internationalstudentsymposium.com

"Bu proje T.C. İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü tarafından desteklenmektedir."