

MEDİAD

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

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ | BOOK REVIEW

Haziran 2020, 3(1), 151-155

Geliş: 17.05.2020 | Kabul: 05.06.2020 | Yayın: 29.06.2020

İslam Üzerine: Müslümanlar ve Medya

Değerlendiren: İsmail KAPLAN*



Kitabın Künyesi: Pennington, R., & Kahn, H. E. (Ed). (2018). *On Islam: Muslims and the Media*. Bloomington, IN: Indiana University Press. 173 sayfa.

Çağımızda medya yalnızca bilgiye ulaşmanın bir yolu olarak değil, aynı zamanda bilginin nasıl sunulacağına dair tercihlerin de bir sonucu olarak işlev görmektedir. Medya araçları ile gündem belirlenmekte, kavramlara yeni karşılıklar üretilmektedir. Diğer yandan medya araçları, farklı toplum ve grupların diğer toplumlar tarafından nasıl tanınacağına ve onlara karşı nasıl bir tavır gösterileceğine de rehberlik etmektedir.

Özellikle 11 Eylül 2001 tarihinden sonra medya araçlarında Müslümanların temsili ve İslam ile ilgili yapılan yayınlar, İslam'a karşı beliren önyargının yanında, İslam hakkında ciddi anlamda bir bilgi eksikliğini de göstermektedir. Tüm dünya Müslümanlarını tek tip insanlar olarak tasvir eden medya araçları; terör, suç, kadın düşmanlığı, bağnazlık gibi birçok kavramı da tüm Müslümanlara mâl etmekte bir beis görmemektedir.

On Islam: Muslims and the Media (İslam Üzerine: Müslümanlar ve Medya) adlı çalışma, medyadaki İslam karşıtı içeriklere dikkat çekerken, diğer yandan medya mensuplarının Müslümanlar ve İslam hakkında daha fazla şey öğrenebilmesi için bir rehber işlevi de görmektedir. Kitap, temel olarak Indiana Üniversitesi'nin 2008 tarihinde gerçekleştirdiği *Voices and Visions: Islam and Muslims from a Global Context* (Sesler ve Görüşler: Küresel Bağlamda İslam ve Müslümanlar) projesinin bir çıktısı olarak ele alınmaktadır. Bahsedilen proje kapsamında podcastler, video dizileri, bloglar ve tartışma forumları gibi birçok farklı ortamda, İslam ile ilgili güncel tartışmaların Müslümanlar ve Müslüman olmayanlar tarafından ortak bir biçimde ele alınabildiği platformlar oluşturulmuştur.

Kitabın ilk bölümünü oluşturan 11 makale, 2011 yılında düzenlenen *Re-Scripting Islam* (İslam'ın Yeniden Yazımı) konferansına katılan medya mensupları ve akademisyenlerin sunumlarının genişletilmiş halinden oluşmaktadır. Yazarlar makalelerinde İslam'ın kendi çalışma alanlarında ne şekilde ele alındığını ve Müslümanların medyada nasıl temsil edildiğini incelemektedir. Kitabın ikinci bölümü olan *Muslim Voices* (Müslüman Sesler) ise, *Voices and Visions* projesi kapsamında gerçekleştirilen *Muslim Voices* podcast serisinin konuşma metinlerinden oluşmaktadır. Bu konuşmalar, alanında söz sahibi kişilerle İslam'a dair bazı kavram ve konuların masaya yatırıldığı konuşmalardır. Kitabın üçüncü bölümü olan *Crash Course in Islam*'da (İslam Hakkında Yoğunlaştırılmış Ders) ise yine podcast serisinin bir çıktısı sunulmaktadır. Bu bölümdeki metinlerin amacı, İslam'ın temel şartlarını, gerekliliklerini, ritüellerini, Müslümanların inançlarını, bazı İslami kavramları ve Müslüman olmayanlar tarafından İslam ile ilgili merak edilen konuları açıklamaktır. Bu değerlendirme yazısında, kitabı oluşturan 11 makaleden kısaca bahsedilecek, podcast yayınlarından derlenen bölümlere değinilecek ve tüm bu metinlerin ortak amaçları ve hedefleri tartışılacaktır.

* Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi, e-mail: ismailkaplan@anadolu.edu.tr | orcid.org/0000-0002-2286-5190

Kitabın editörlerinden Rosemary Pennington'ın "Reflecting on Muslim Voices (Müslüman Seslerden Yansıyanlar)" başlıklı makalesi, kitabın ortaya çıkış hikayesine değindikten sonra Müslümanların Amerikan toplumu ve medyası tarafından nasıl algılandığına ışık tutmaktadır. Bir medya çalışanı olarak Pennington, İslam üzerine konuşmanın Amerikan medyasındaki zorluklarını ele almakta ve kendi yaşadığı deneyimlerden hareketle bu sorunların nasıl üstesinden gelineceğine dair fikir yürütmektedir. Pennington'a göre İslam ile ilgili içerikler üretecek medya çalışanlarının, Müslüman bir çevre ile bağlantı kurması, daha doğru ve güvenilir bir haber kaynağı olmasını sağlayacaktır. Söz gelimi birkaç Müslüman ile tanışması, bir Kuran çevirisine başvurması, yerel camileri ziyaret etmesi ve sosyal medyada Müslüman kanaat önderlerini takip etmesi, medya çalışanlarının İslam ve Müslümanlar hakkındaki bilgilerini genişletecek ve bu konuda yapacakları haberlerin içeriğini daha güvenilir hale getirecektir.

Kitaptaki ikinci makale, Arsalan Iftikhar'ın "Shattering the Muslim Monolith (Yekpare Müslüman İmajını Yıkma)" başlıklı çalışmasıdır. Iftikhar makalesinde, Müslümanlar arasındaki çeşitliliğin ve farklılıkların görmezden gelinerek, Batı medyası tarafından tek bir Müslüman imajı inşa edildiğini, bu durumun da İslamofobinin ve Müslüman karşıtlığının temelini oluşturduğunu ifade etmektedir. Tüm Müslümanların Arap olduğu, İslam'da kadının ikincil konuma zorlandığı gibi popüler söylemleri güncel veriler ile reddeden Iftikhar, Müslümanlar arasındaki çeşitliliğin fark edilmesi gerektiğine odaklanmaktadır.

Peter Gottschalk imzalı "So Near, Yet So Far: An Academic Reflection on the Endurance of American Islamophobia (Çok Yakın Fakat Henüz Değil: Amerika'da İslamofobinin Devamı Üzerine Akademik Bir Bakış)" başlıklı makalede, İslamofobinin tarihi ele alınmakta ve bu kavramın Batı dünyasındaki temelleri irdelenmektedir. Gottschalk'a göre medya araçları, var olan bu olguyu destekleyerek onun yayılmasını sağlamakta, sözcümleri bir suçlu eğer Müslümansa, haberlerde suçlunun dini kimliğine vurgu yapılmaktadır. Oysa farklı inanç mensupları ile ilgili yapılan haberlerde suçlular, kişilikleri üzerinden yargılanmakta ve inançlarından söz edilmemektedir. Aynı zamanda Gottschalk, değindiği araştırmalardan yola çıkarak Amerikan toplumunun İslam'a yönelik kanaatlerini verilerden ve bilgilerden değil, önyargılardan hareketle oluşturduğunu belirtmektedir. Bir önceki makalede Iftikhar'ın altını çizdiği Müslümanlar arasındaki çeşitlilik ve farklılıklar, Gottschalk'ın makalesinde de önemli bir başlık olarak yer almaktadır. Gottschalk'a göre akademisyenler ve medya profesyonelleri, İslam ve Müslümanlar ile ilgili doğru bilgiler sunmak istiyorlarsa, dini düşünce ve yaşantıyı oluşturan farklı parametreleri göz önünde bulundurmalıdırlar.

Zarqa Nawaz, "Life as a Muslim in the Media (Medyada Bir Müslüman Olarak Yaşam)" başlıklı makalesinde, otobiyografik bir tablo çizmektedir. 1990'lı yıllardan itibaren medya sektöründe yaşadıklarına ve kendi çalışmalarına değinen Nawaz, medyada çizilen Müslüman imajının tek taraflı ve objektiflikten uzak olduğunu ifade etmektedir. Nawaz'a göre medya çalışanlarının bu sorunun üstesinden gelebilmesi için, Müslüman çevrelerle yakın temas içinde bulunması gerekmektedir.

Rafia Zakaria, "The Prisons of Paradigm (Paradigmanın Zindanları)" başlıklı makalesinin hemen başında, medyadaki Müslüman kadın algısını tasvir eden bir tablo çizmektedir. Bu tabloya göre Müslüman kadın kısıtlanmış, özgürlüğü elinden alınmış, kimliği ve kişiliği yok sayılmış, yardıma muhtaç bir durumdadır. Ona yardım edecek olanlar ise Batılı feminist kadınlardır. Zakaria bu yaklaşımın temelini oryantalist bakış açısında aramaktadır. Buna göre bir ön kabul olarak Batı'nın ahlaki anlamda iyiliği, Müslümanları kuşatacak ve onları içinde buldukları zor durumdan kurtaracaktır. Batı medyasındaki hâkim bakış açısı ve önyargılar da Zakaria'ya göre bu anlayıştan beslenmektedir. Bu paradigmanın ifşası ise, onun üstesinden gelmek için ilk adım olacaktır.

“Unveiling Obsessions: Muslims and the Trap of Representation (Takıntılar Açığa Çıkarmak: Müslümanlar ve Temsilin Tuzağı)” başlıklı makalesinde Nabil Echchaibi, İslam’ın medyadaki temsiline ve Müslümanların bunun karşısındaki tavırlarına odaklanmaktadır. Echchaibi’ye göre medya, Müslümanları sürekli olarak tehlike arz etmediklerini ispat etmekle yükümlü tutmaktadır. Bu savunmacı bakış açısı zamanla Müslümanların yalnızca din alanında söz söylemesine izin veren bir kamuoyu meydana getirmektedir. Diğer yandan medyada görünür olan Müslümanlar da Müslüman aktör, Müslüman komedyen gibi sıfatlarla tanımlanmakta, yaptıkları işten öte inançlarına vurgu yapılmaktadır.

Elizabeth Poole, “How Does the British Press Represent British Muslims? Frameworks of Reporting in a British Context (İngiliz Basını, İngiliz Müslümanları Nasıl Sunuyor? İngilizler Bağlamında Raporlama Çerçevesi)” başlıklı çalışmada, 1994 yılından itibaren Birleşik Krallık’ta yaşayan Müslümanların medyada hangi biçimde ve hangi konular özelinde temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Poole bu süreci üç ayrı tarihsel bölümde ele almaktadır; 11 Eylül 2001 saldırıları öncesi, 11 Eylül’den 7 Temmuz 2005’te Londra’da gerçekleşen terörist saldırıya kadar olan süreç ve 7 Temmuz sonrasındaki süreç. Yakın zamanda gündeme gelen BREXIT tartışmaları ise, yerliler ve göçmenler arasındaki ayrılığı daha fazla vurgulayarak, Müslümanların temsili de olumsuz yönde etkilemektedir. Medyadaki içerikler ve medya çalışanları ile yaptığı görüşmeler sonucunda elde ettiği verilere de makalesinde yer veren Poole, medya sahipleri ve çalışanları için İslam’ı ve Müslümanları daha iyi anlayıp temsil edebilmek adına geniş bir tavsiye listesi sunmaktadır.

Sobia Ali-Faisal ve Krista Riley imzalı “How to Write about Muslims (Müslümanlar Hakkında Nasıl Yazılır)” başlıklı makale, medya çalışanları için 12 maddelik bir yol haritası sunmaktadır. Önceki makalelerde vurgulanan noktaların bazılarını da içeren bu maddelerde İslam’da kadının yeri, Müslüman erkeğin doğasında şiddetin olduğu iddialarının yanlışlığı, tek ve değişmez bir Müslüman kültüründen bahsedilemeyeceği, Müslümanların gündeminin yalnızca Batılı medya araçlarında sunulan gündemden ibaret olmadığı gibi konular tartışılmakta, medya çalışanlarının Müslümanlarla ilgili haberlerde kullandıkları dilde ölçülü olmasına ve özellikle başörtüsü gibi çok tartışılan konularda yazarken sorumlu bir davranış gösterilmesi gerektiğine işaret edilmektedir.

Robert King, “A Journalist Reflects on Covering Muslim Communities (Müslüman Cemaatlerini Kapsamada Bir Gazeteci Refleksi)” başlıklı makalesinde konuyu tartışmaya, temsil probleminin kendisinden başlamaktadır. Ona göre medya çalışanları yaptıkları haberlerde bir kesimi temsil etmeyi amaçlamamakta; fakat haberin içeriği bu temsili kaçınılmaz kılmaktadır. Bu durumda medya çalışanının ortaya koyduğu içerikte özen göstermesi gereken konuları sıralayan King; haber yapılacak konuyla ilgili derinlemesine bilgi edinmeyi, kuşkuculuğu, doğru kaynaklara başvurmayı ve Müslümanlar arasındaki çeşitlilikleri gözden kaçırmamayı medya çalışanlarına tavsiye etmektedir.

“Muslims in the Media: Challenges and Rewards of Reporting on Muslims (Medyada Müslümanlar: Müslümanlar Üzerine Yazmanın Zorlukları ve Ödülleri)” başlıklı makalede Ammina Kothari, medyada Müslümanlar hakkında oluşturulan belli prototipler olduğunu ve zamanla izleyicilerin de Müslüman denildiği zaman bu prototipleri görmeyi beklediğini ifade etmektedir. Bir önceki makalede King’in vurguladığı noktalara benzer biçimde Kothari de medya çalışanları için bir öneri tablosu sunmaktadır. Diğer yandan Kothari, Indiana Üniversitesi’nde dört yıl boyunca verdiği “Medyada Müslümanlar” konulu dersin içeriğine atıflar yapmakta, bununla birlikte Amerikan medyasında yer alan İslam karşıtı söylemin karşısında daha etkili çalışmalar yapılması gerektiğine işaret etmektedir.

Kitaptaki son makale olan “New Media and Muslim Voices (Yeni Medya ve Müslüman Sesler)” başlıklı çalışmada Rosemary Pennington, 10 Şubat 2015 tarihinde gerçekleşen ve üç Müslüman gencin öldürüldüğü Chapel Hill saldırısının bir anlatısını sunmaktadır. Bu olay üzerine sosyal medyada yapılan paylaşımlar, öldürülen üç Müslüman gencin, dini kimliklerinin yanında toplum içinde ne kadar “normal” hayatlar yaşadığına

da işaret etmektedir. Geleneksel medyanın oluşturduğu kamuoyunun karşısında sosyal medya araçları, Pennington'a göre İslam'ı ve Müslümanları tanımak için önemli katkılar sunmaktadır. İnsanlar sosyal medya sayesinde sadece çevrelerinde anlatılan bakış açılarına hapsolmek zorunda kalmaz, dünyanın farklı yerlerinde var olan bakış açılarına da erişim imkânı bulur. Diğer yandan İŞİD gibi oluşumların sosyal medyayı kullanım biçimi de bir tehdit olarak radikalleşmeyi körüklemektedir. Bu gibi durumlarda medya, sorunun üstesinden tek başına gelemmez; fakat medya çalışanlarının ve medya takipçilerinin dikkat edeceği bazı noktalar, bu tehditlerin ortadan kalkmasını sağlayabilecektir. Pennington bununla ilgili olarak gazetecilere bazı öneriler sunmakta; Twitter'da ayrıntılı listeler oluşturmalarını, hashtaglere önem vermelerini, Müslümanlarla ilgili içerikler paylaşan Facebook sayfalarını takip etmelerini ve genel olarak sosyal medya kullanırken etik kuralları göz önünde bulundurmalarını tavsiye etmektedir. Ona göre sosyal medya, gazetecilerin daha doğru medya içerikleri hazırlamasına yardımcı olabilecek önemli bir araçtır.

İlk on bir makaleden sonra kitap, podcast bölümlerinden seçilmiş ve medyada İslam'ın temsili ve yansıması konusunda önemli noktalara dikkat çeken daha kısa metinlerden oluşmaktadır. Bu metinler konu ve içerik bakımından kendi aralarında farklılaşmalarına rağmen, bir bütün olarak ele alındığında, medya mensuplarının İslam'ı ve Müslümanları daha iyi tanımlarını sağlayacak temel bilgileri de içermektedir. Bu yazılar içerik bakımından büyük bir çeşitlilik gösterdiği için, çalışmamızın sonraki bölümlerinde tek tek ele alınmayacak, yalnızca genel amaçlarından ve vurguladıkları noktalardan bahsedilecektir.

Kitabın ikinci bölümü olan "Muslim Voices"ta 10 başlık altında İslam'a ve Müslümanlara dair konularda söz sahibi olan araştırmacıların görüşlerine yer verilmektedir. Muslim Voices podcast serisinden hareketle hazırlanan bu bölümde ele alınan konular; kültürel hoşgörü, Müslümanların inanç ilkeleri, Müslüman kadınların tesettürü, Arap ve Fars kaligrafisi, tasavvuf, İslam'da kadının yeri, Müslüman politikacılar, camiler ve İslam cemaati gibi genel bir çerçeveyi kapsamaktadır. Bir bütün olarak bakıldığında bu metinlerin taşıdığı amaç, kitabın ilk bölümünde de vurgulandığı üzere Batı'da İslam hakkında var olan problemleri yargıların üstesinden gelmek ve yanlış bilgileri tashih etmektir.

Üçüncü ve son bölüm olan "Crash Course in Islam"da *Muslim Voices* podcast serisinden hareketle 15 farklı kavram ve yaklaşım açıklanmaktadır. Bunlar sırasıyla; İslam'ın beş şartı, imanın altı şartı, şehadet cümlesi, Müslümanların Hz. Muhammed'e ibadet ettiği yanlışlığı, İslam'a göre irade kavramı, cihad kavramı, İslam kelimesinin anlamı, fetvanın yeri, Kuran'ın nasıl bir kitap olduğu, İslam'ın Hz. İsmail anlatısı, Müslümanların Hz. İsa'ya bakışı, hilalin bir simge olarak İslam ile nasıl özdeşleştirildiği, namazın biçimi ve içeriği, Müslüman olmayanların cami ziyaretlerine karşı yaklaşımlar ve Müslümanların selamlaşma biçimidir. Kitaptaki bu bölümün amacı, medya çalışanlarına İslam hakkında temel düzeyde de olsa bilgi sunmak ve hazırlayacakları haberlerde ve medya içeriklerinde Müslümanları temsil ederken daha bilinçli olmalarına yardımcı olmaktır.

Kitap bir bütün olarak ele alındığında, içerisindeki tüm başlıkların iki ana amaçla yönelik olduğunu söylemek mümkündür. Bu amaçlardan ilki İslam'ın ve Müslümanların daha iyi anlaşılması; ikincisi de medya çalışanlarının İslam ve Müslümanlarla ilgili haber yaparken özen göstermeleri gereken noktaların altının çizilmesidir.

Kitaptaki makalelerde bahsedildiği üzere Batı dünyasında İslam ve Müslümanlar hakkında bilgi eksikliği bulunmaktadır. Bu bir ölçüde tarih boyunca beslenen oryantalist bakış açısından, bir ölçüde de önyargılardan kaynaklanmaktadır. Diğer yandan medyadaki İslam karşıtı yaklaşım, bu bilgi eksikliğinin giderilmesi konusunda gerek medya çalışanlarını, gerekse medya takipçilerini daha az istekli kılmaktadır. Medya tarafından oluşturulan ve tüm dünya Müslümanlarını temsil ettiği iddia edilen Müslüman prototipi genellikle şiddet, bağnazlık, kadın düşmanlığı gibi

kavramlar etrafında őkillenmektedir. Hâlbuki her toplumda azınlığı oluşturan bu tip problemleri bireylerin Müslüman toplumlarda da azınlıkta olduğunun üzeri örtülmektedir. Medyanın bir yanılığı da Müslüman kimliğini Ortadoğulu kimliğiyle eř tutmasıdır. Oysa Müslüman nüfusun en yoğun olduğu ilk 5 ülke olan Endonezya, Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Nijerya, Ortadoğu sınırları dışında bulunmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, Müslümanlar arasında çok önemli kültürel farklılıkların bulunduğudur. Bu noktadan hareketle dinin algılanması ve yaşanması, farklı toplumlarda farklı biçimlerde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla medyadaki Müslüman profili, gerçeği yansıtmayan bir profildir.

Medya alışanlarının İslam ve Müslümanlar ile ilgili hazırladığı içeriklerde, objektif olmayı amalasalar bile, hâkim paradigmanın dışına çıkamadıkları görülmektedir. Kitapta, özellikle Batı dünyasında yaşayanlar için bu durumun sebebi, var olan önyargılar ve bilgi eksiklikleri etrafında tanımlanmaktadır. Bu noktada sosyal medyanın sağladığı imkânlar, medya çalışanlarına önemli ölçüde fayda sağlayacaktır. evresinde Müslüman tanıdıkları olmayan ve bu sebeple Müslümanların gerçek düşüncelerini ve İslam'ın farklı konulara dair yaklaşımlarını öğrenmekte zorluk çeken medya çalışanları, sosyal medya yoluyla bu eksikliği giderebilecektir. Ayrıca kitaptaki çalışmalarda daha önce zikredildiği üzere medya çalışanlarına doğru kaynaklara ulaşma ve doğru bilgileri medya izleyicisine aktarma yolunda tavsiyeler de verilmektedir.

Özellikle 11 Eylül saldırıları sonrasında Batı medyası tarafından daha şiddetli biçimde savunulan İslam karşıtlığı, yaşanan olaylarda görüldüğü üzere gerek Müslümanları gerek tüm insanlığı tehdit etmektedir. Bu noktada medyanın sorumlu bir yayın politikası izlemesi ve İslam karşıtlığını körükleyecek yayınlardan kaçınması önemlidir. Elbette medya tek başına tüm problemlerin üstesinden gelmek için yeterli değildir. Fakat medyanın gücünü küümsemekten sorumlu ve mümkün olduğunca objektif őkilde yapılan yayınlara birçok sorunu çözebileceğini unutmamak gerekir.

Bu makale iThenticate yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.
This article has been scanned by iThenticate. No plagiarism detected.

••••••••••

Bu alışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.